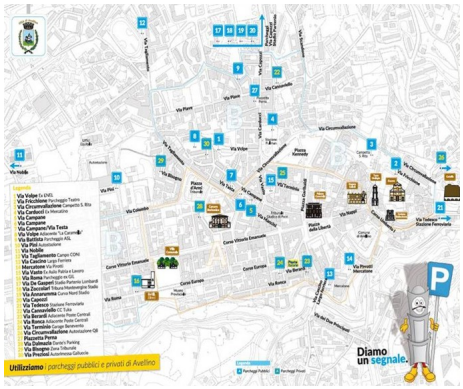
Scritto da Red.
Martedì 28 Aprile 2015 11:26



AVELLINO – Lavori pubblici e parcheggi in città: presentata questa mattina, nel corso dell'annunciata conferenza stampa con gli assessori Preziosi e Ruberto, la campagna di informazione e di coinvolgimento della città.

L'amministrazione comunale di Avellino – si legge in un comunicato – è da mesi impegnata nell'attuazione di lavori pubblici in città. Lavori che riguardano il centro nevralgico cittadino (Piazza Libertà, Duomo-Seminario, Piazza Castello), che si estendono ad alcune arterie stradali importanti della città (Corso Europa, Bonatti, C.da Baccanico), coinvolgendo anche alcuni edifici storici e culturali (ex Eliseo) e i prefabbricati pesanti nelle periferie o anche la messa in sicurezza e bonifica di aree cittadine (Isochimica).

Per migliorare il processo di comunicazione relativo all'attività dell'amministrazione sui lavori pubblici in città, per una maggiore sensibilizzazione della cittadinanza verso opere che fino a ieri erano "incompiute" e che oggi questo esecutivo ha riattivato e intende chiudere perlopiù entro la fine dell'anno in corso, l'amministrazione propone una *campagna di informazione e di coinvolgimento* con l'obiettivo di agevolare l'attività amministrativa di comunicazione di questi interventi e di sensibilizzazione della cittadinanza verso lavori pubblici che sono necessari per il futuro e per lo sviluppo della città di Avellino.

La campagna di comunicazione in questione verterà su due asset principali: *sensibilizzazione*, *coinvolgimento*
.

Per la *campagna informativa di sensibilizzazione* manifesti (70x100) e mappe tascabili di mobilità distribuite gratuitamente nelle edicole, nelle scuole e su Internet serviranno a

sensibilizzare gli automobilisti rispetto alle aree di parcheggi utilizzabili per evitare di arrivare con le auto fino in centro, rischiando di trovarsi in ingorghi o in lunghe code.

Per la *campagna di coinvolgimento* manifesti (70x100) affissi in tutta la città e pannelli collocati nei pressi dei cantieri serviranno a confermare ai cittadini che eventuali disagi vissuti sono finalizzati alla riqualificazione urbana ed alla relativa vivibilità della *propria* città. Tale condizione di partecipazione è, psicologicamente, utile per invogliare lo stesso cittadino a non vedere la città come un cantiere che non permette la vivibilità, bensì come una (ultima) momentanea condizione di disagio che però non deve creare distacco psicologico, oltre che fisico. Tale obiettivo precettivo potrebbe andare, se supportato da una integrazione comunicativa, a favore delle varie categorie, dai commercianti, ai lavoratori ai semplici residenti, che da troppi anni patiscono il blocco di cantieri avviati e mai ultimati. Ma “Questa è la volta buona”, come recita il messaggio che l’amministrazione intende trasferire all’intera cittadinanza, pronta tra l’altro a recepire tutte le istanze e le proposte che gli stessi cittadini saranno in grado di fare al fine di migliorare la vivibilità in questo periodo di lavori pubblici in città.

L’intento della *campagna* deve essere quella di trasferire informazioni utili ai cittadini e nello stesso tempo educarli al minor uso delle auto (anche con l’avvicinarsi delle belle stagioni), quindi usufruendo dei parcheggi in città (spesso inutilizzati) o iniziando a camminare a piedi (come in tutti i centri storici che si rispettino).

È chiaro che la campagna di comunicazione in questione non sarà statica, nel senso che a ridosso di nuovi progetti o di nuove opere pubbliche si procederà a generare nuovi manifesti, quindi con nuovi messaggi e nuovi spot. In tal senso, è una campagna di comunicazione *work in progress* che comprenderà, in modo cadenzato, incontri della stampa con gli assessori, dirigenti e/o sindaco, in modo da seguire gli avanzamenti e registrare l’avvicinarsi dei completamenti delle opere.

A mappe di mobilità e manifesti aggiungiamo il consueto e costante utilizzo dei mezzi di comunicazione on line a nostra disposizione: quindi sito istituzionale, comunicati e conferenze stampa, newsletter settimanale e social network. Il tutto finalizzato a far passare un messaggio forte e chiaro: l’Amministrazione è decisa a portare a termine le opere incompiute e a migliorare il più possibile la vivibilità in città, ma è importante che anche i cittadini da parte loro mettano in atto tutte le azioni, quel rispetto delle regole e quel senso civico che possa far riscoprire alla città di Avellino quei valori di comunità e di solidarietà smarriti negli ultimi decenni.