

PROJECTE D'INTERVENCIÓ INTEGRAL I DE REVITALITZACIÓ DE
LA RAMBLA MODOLELL DE VILADECANS

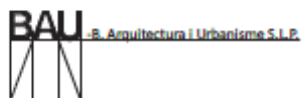
RAMBLEGEM



Ajuntament de Viladecans
UTE RAONS.COOP i BAU - B. Arquitectura i Urbanisme SL

210618

DO PLA DE DIFUSIÓ



Índex

| | |
|--|----------|
| Intro d'acord amb la licitació | 3 |
| Pla de Difusió | 4 |
| Objectius de comunicació | 4 |
| Definició de l'estratègia comunicativa | 4 |
| Estratègia | 4 |
| Relat comunicatiu | 4 |
| Canal de difusió | 5 |
| Públic objectius | 5 |
| Creació del relat comunicatiu (enfocament i fil conductor) i dels missatges a difondre | 6 |
| Protocol de difusió del projecte (disseny gràfic, redacció, tipografia, imatge, logotips, canals de difusió) | 6 |
| Notes i Dossier de premsa | 6 |
| Material gràfic per difondre el projecte online | 7 |
| Disseny mare i logotip | 7 |
| Full de mà entregat en les sortides del carretó | 8 |
| Carretó de difusió-presència al carrer | 8 |
| Material de difusió de les accions | 10 |
| Material Audiovisual de les proves pilot (1 vídeo per línia estratègica) | 12 |
| Objectiu. | 12 |
| Storyboard. | 13 |
| Materials i requisits tècnics | 13 |
| Pressupost | 13 |
| Calendari de gravació | 13 |
| Requeriments | 13 |

Intro d'acord amb la licitació

Volem que la ciutadania de Viladecans, però en especial els diferents usuaris habituals de la Rambla, coneguin i siguin partícips d'aquest procés de repensar i replantejar-nos aquest espai des de l'experiència de fer diferents accions pilot. Concretament, volem transmetre per què fem aquest procés i per què el fem d'aquesta manera. Volem donar a conèixer tant el resultat (avantprojecte) com la manera en que arribarem a aquest resultat. Voldrem en algun moment fer crides als usuaris perquè puguin participar d'aquestes proves pilot. I volem que quedin clares les diferents línies estratègiques d'actuacions que contemplarà la remodelació integral d'aquest espai.

Haurà d'incloure una proposta de Pla de Difusió recollit en un Document 0 que contempli el desenvolupament de les peces següents:

- Notes i dossiers de premsa per explicar el contingut del projecte i el seu procés de creació (accions pilot). Mínim 1 nota de premsa inicial per explicar l'inici del projecte i com es portarà a terme i 1 dossier de premsa final per explicar les conclusions de les proves pilot i presentar l'avantprojecte.
- Material audiovisual per documentar les proves pilot (1 vídeo per línia estratègica).
- Material gràfic per difondre el projecte online (web i xarxes socials). Mínim 1 slider per a Viladecans.cat i 2 adaptacions de cada línia estratègica per a xarxes socials (Facebook, Twitter, Instagram i LinkedIN). Aquestes peces s'hauran de lliurar en obert per poder fer altres adaptacions necessàries per part del Servei de Comunicació de l'Ajuntament.

El treball de comunicació va estar liderat per l'Ajuntament de Viladecans mitjançant la seva àrea de Comunicació. Les tasques de Raons SCCL van ser de suport en els continguts de les notes de premsa, l'elaboració del material audiovisual, els reforços de les convocatòries mitjançant visites i trucades, i 3 sortides en el carretó per a la repartició del material de difusió i la visualització del projecte al carrer.

Pla de Difusió

1.1.Objectius de comunicació

INFORMAR sobre el procés. Aconseguir que la ciutadania i els agents del territori coneguin el procés participatiu per a la Transformació integral de la Rambla Modolell - Viladecans i garantir la transparència i el dret a la informació.

AMPLIAR I DIVERSIFICAR LA PARTICIPACIÓ. Motivar i implicar a tota la comunitat interpell·lada per aconseguir la seva participació en la diversitat d'activitats i espais plantejats.

SUPORT A LA DIFUSIÓ DE LES ACCIONS PILOT com la continuació del procés que s'ha fet fins ara.

MANTENIR EL CONTACTE amb agents clau i persones que han participat anteriorment per fidelitzar la seva implicació.

GARANTIR EL RETORN I EL SENTIMENT DE PERTINENÇA. Fomentar la satisfacció de tots els agents implicats respecte a la seva participació en el procés i generar una dinàmica que pugui continuar més enllà.

1.2.Definició de l'estratègia comunicativa

Estratègia

Desenvolupar una estratègia informativa i motivacional conjuntament amb el departament de comunicació de l'Ajuntament per tal d'arribar al major nombre i diversitat de persones habitants de Viladecans i especialment les persones residents i treballadores de la Rambla Modolell.

És important que el pla de comunicació ajudi a revaloritzar i posar el focus d'atenció de la ciutadania en la Rambla així com difondre i reforçar totes les accions participatives plantejades.

Relat comunicatiu

El relat ha d'estar marcat per la idea de progressió i successió evolutiva.

És important crear un relat que posi en valor la Rambla i la importància d'aquesta nova fase del procés de transformació.

La comunicació ha de servir per informar sobre el procés, donar a conèixer tot el que ja s'ha fet, quins són els objectius, els espais de participació, els límits i les oportunitats.

S'ha de deixar clar quins són els resultats que s'espera del procés.

Canal de difusió

- [Web de Viladecans](#)
- Xarxes socials de l'Ajuntament
- Grups Whatsapps -- aquest canal s'ha desestimat en darrera instància donada la falta d'aprovació de la Comissió de seguretat d el'Ajuntament
- Butlletins electrònics

Públic objectius

| | | | |
|-----------------------|-----------------------|-------------------------|--------------------------|
| Ciutadania en general | Infants | Associacions i entitats | Sector veïnal |
| | Joves | | Sector cultural |
| | Adults | | Sector econòmic |
| | Persones grans | | Sector educatiu |
| | | | Sector de la restauració |
| Àmbits | La Rambla | | |
| | L'entorn de la Rambla | | |
| | Tot Viladecans | | |



Per arribar a tots aquest públics s'ha elaborat una base de dades en coordinació entre els equips de participació, promoció econòmica, comunicació i Raons. En totals es va reunir una base de dades del projecte amb 266 persones, de les quals es van fidelitzar al projecte 55.

| A | B | C | D | E | F | G | H | I | J | K |
|-----|--------|-----------------|-------------|--------|--------------------|--------------------------------------|-----------------------------------|---------------------|-----------------------|------------------------------|
| 1 | NOMBRE | COGNOM | EDAT | GÈNERE | TELÈFON | EMAIL | NOM D'ENTITAT | Públic objecte | A quin àmbit pertany? | A quin sector/morri pertany? |
| 78 | 77 | RICHARD ALBERTO | | | 930029200 | info@restaurantamoni.com | Restaurant Amoni | Comerços i restaur. | Ramblla | Econòmic |
| 80 | 79 | ABDELHALAK | MESSARI | | 687184958 | santafruits@hotmail.com | RAMBLA MODELELL, 35 BAJO | Comerços i restaur. | Ramblla | Econòmic |
| 82 | 82 | FERNANDO | | | 952205000 | | Bar La Tapisa (ja no) | Comerços i restaur. | Ramblla | Econòmic |
| 83 | 83 | BARTOLOMÉ | | | 625423301 / | frivolviladecans@gmail.com | Restaurants Frivol | Comerços i restaur. | Ramblla | Econòmic |
| 125 | 124 | SERGIO | ENRIQUEZ | | 648736840 / | rayen71@hotmail.com / | 4 FORN DEGUSTACIÓ | Comerços i restaur. | Ramblla | Econòmic |
| 126 | 125 | | | | 935137396 | viladecans-modolell@thereswvireland. | B THE TRAVEL BRAND | Comerços i restaur. | Ramblla | Econòmic |
| 127 | 126 | NOELIA | ESCOBAR | | 931586693 / 670 | info@bakerysylvia.es / | BAKERY CAFÉ | Comerços i restaur. | Ramblla | Econòmic |
| 128 | 127 | | | | 956357030 | oficina_9914@bankia.com | BANKIA | Comerços i restaur. | Ramblla | Econòmic |
| 129 | 128 | | | | 655845315 / | | CARLIN | Comerços i restaur. | Ramblla | Econòmic |
| 130 | 129 | MUDDASSAR | HASSAN SYED | | 607077885 / | hassanbonsaghtarrus@yahoo.com | CASA CABALLERO | Comerços i restaur. | Ramblla | Econòmic |
| 132 | 131 | | | | 66989870 | informad@agencia.casas | CASER SEGUROS | Comerços i restaur. | Ramblla | Econòmic |
| 133 | 132 | MARIANGELLES | TORRE GÓMEZ | | 936552615 | info@viladecans.com | CLÍNICA DENTAL GRATACOS | Comerços i restaur. | Ramblla | Econòmic |
| 134 | 133 | | | | 930082995, 646 603 | culidaviladecans@gmail.com | CUIDAT PARAFARMÀCIA | Comerços i restaur. | Ramblla | Econòmic |
| 136 | 135 | | | | 935127294 | miriaa31@gmail.com | ESTILISTES M & E | Comerços i restaur. | Ramblla | Econòmic |
| 137 | 136 | MANUEL | AGUILERA | | 67732237 | charoc72@gmail.com | FRANFURT NANDO'S | Comerços i restaur. | Ramblla | Econòmic |
| 138 | 137 | | | | 697683112 | frankfurt_heidelberg@hotmail.com | FRANKFURT HEIDELBERG | Comerços i restaur. | Ramblla | Econòmic |
| 139 | 138 | MONTSE | VALLBUENA | | 657184958 | barfruits@hotmail.com | FRUITES I VERDURES SÀBITA | Comerços i restaur. | Ramblla | Econòmic |
| 140 | 139 | DAVID | HERNÁNDEZ | | 936550898 | info@segurosgaliano.com | GALIANO Y ASOCIADOS CORREDURIA DE | Comerços i restaur. | Ramblla | Econòmic |
| 141 | 140 | | | | 675655215 / 663 | galanoseas@hotmail.com | GELATERIA DE PAS | Comerços i restaur. | Ramblla | Econòmic |
| 142 | 141 | JORDI | | | 936373404 / | jaocinadeviladecans@gmail.com | BAR LA OFICINA | Comerços i restaur. | Ramblla | Econòmic |
| 143 | 142 | | | | 936472243 | oficina542@kutxabank.es | KUTXABANC | Comerços i restaur. | Ramblla | Econòmic |
| 144 | 143 | | | | 932506300 | jordiswan7@gmail.com | LA TÀPICA BAR | Comerços i restaur. | Ramblla | Econòmic |
| 145 | 144 | | | | 672448796 / | info@leopati.oris.es | LE PETIT PARIS | Comerços i restaur. | Ramblla | Econòmic |

1.3. Creació del relat comunicatiu (enfocament i fil conductor) i dels missatges a difondre

Protocol de difusió del projecte (disseny gràfic, redacció, tipografia, imatge, logotips, canals de difusió)

El protocol que s'ha establert per a seguir en la producció de tots els materials de difusió vinculats a les accions del procés de participació és el següent:

Raons fa una proposta que envia per email a Antoni Chaves i la responsable de comunicació de l'ajuntament Rut Perez. L'Antoni Chaves fa les seves aportacions i validació. L'equip de comunicació edita i enriqueix, crea el material final i l'envia novament per email a Antoni Chaves i Raons per obtenir el vistiplau.

Notes i Dossier de premsa

Fins a 31 de març 2021 s'ha publicat una nota de premsa en el butlletí mensual de març i se n'ha preparat una altra per sortir en el mes d'abril que es podeu veure en el següent enllaç:

<https://www.viladecans.cat/ca/revistaviladecans>

La transformació de la rambla Modolell, una nova forma de fer ciutat

Comunitat. El passeig transita cap a la renovació a través d'un procés participatiu de cocreació



La renovació de l'històric passeig es definirà intensament amb la gent

en què s'explicarà amb detall aquest procés i com participar-hi.

COMPROVAR ABANS D'AVANÇAR

Els aprenentatges recollits al 2017, resumits en cinc idees clau, es passaran a l'acció a partir d'activitats puntuals a peu de carrer per testar-los, avaluar-los i, si cal, debatre la seva millora. Així, evolen definir les estratègies arquitectòniques, comunitàries i econòmiques que serveixin de base al projecte final.

SESSIÓ INFORMATIVA VIRTUAL: TDI DE MAÇ, A LES 18.30 HORES
Inscriu-t'hi a viladecans.cat/ramblegem

Un mes intens per ramblejar

Participació. El procés de cocreació per definir la nova rambla Modolell s'omple d'activitats



La proposta de la nova rambla Modolell s'omple d'activitats per definir-la intensament amb la gent. El procés de cocreació per definir la nova rambla Modolell s'omple d'activitats.

La Candela

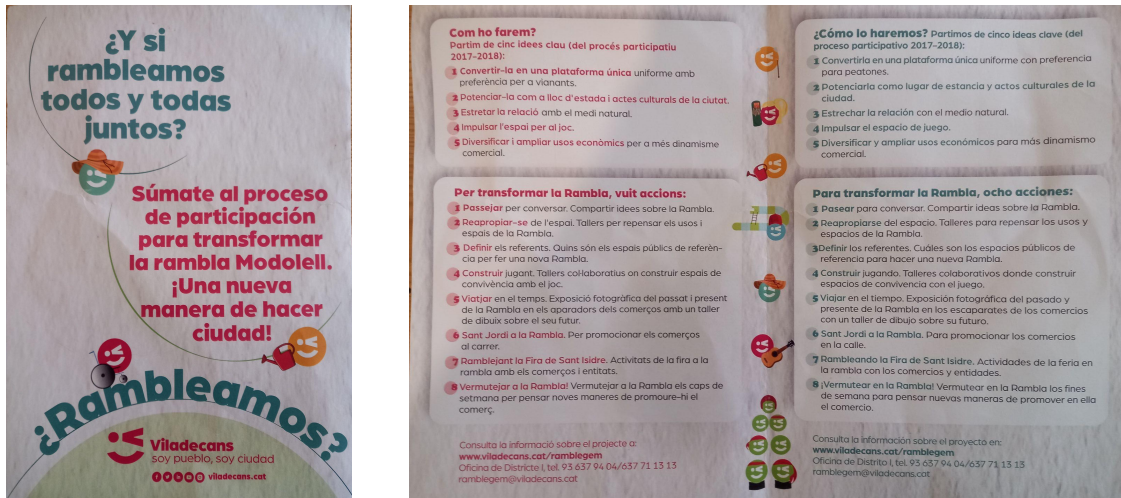
1.4. Material gràfic per difondre el projecte online

Disseny mare i logotip

- Tot aquest material de difusió va ser dissenyat i produït per l'Ajuntament mitjançant la seva àrea de Comunicació.
- Primer cartell de difusió del procés elaborat per l'àrea de Comunicació de l'Ajuntament.



Full de mà entregat en les sortides del carretó



1.5. Carretó de difusió-presència al carrer

Amb l'objectiu de tenir presència al carrer i visualitzar el projecte a la mateixa rambla, es va proposar fer unes sortides amb el carretó itinerant amb dues dinamitzadores. Aquesta activitat es va dissenyar com una acció de comunicació i difusió del projecte. El carretó és una eina que permet que els tècnics tinguin un espai per relacionar-se amb els veïns/es i fer observació directa en el territori, per tal raó aquestes sortides van servir xerrar amb la gent del carrer i veïns/es del voltant.

| Nº SORTIDA | DATA I HORA | Nº PERSONES |
|------------|--|-----------------------|
| SORTIDA 1 | 18 d'abril de 17h a 19h | 57 persones abordades |
| SORTIDA 2 | 19 d'abril de 17h a 19h | 40 persones abordades |
| SORTIDA 3 | 20 d'abril (es va cancel·lar per a la pluja) | cancel·lat per pluja |
| SORTIDA 4 | 22 d'abril de 17h a 19h | 30 persones abordades |

Dinàmica

Què?

- Explicar les accions i apuntar als interessats en els grups de whatsapp + visita als comerços. Els grups de whatsapp no van a proceder per temes legals i per indicacions del Grup tècnic.
- Lliurar un flyer del procés i les dates amb el programa de les accions

- Email: video/link inscripció /anunciar que el carretó estarà al carrer com punt d'informació del procés (reforç amb trucades).
- Dinamitzar un plànol de la rambla per omplir la mateixa enquesta que farem per la web.

Com?

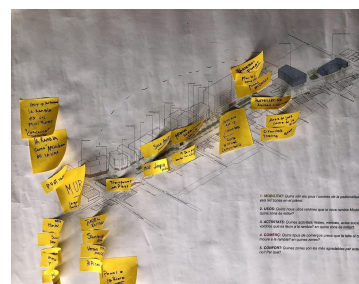
1. CRIDEM L'ATENCIÓ: Com resultat de l'acció per cridar l'atenció, s'apropa una persona o se li aborda. Se li proposa participar en el carretó.

2. INFORMACIÓ SOBRE EL PROCÉS I ACCIONS PILOT

- El 2017 es va fer un procés participatiu on es van recollir propostes de la ciutadania sobre la rambla.
- El 11/03 març es va fer la presentació pública del procés.
- El 24/03 es farà un taller en la mateixa rambla per a preparar amb nosaltres unes accions pilot a partir de les propostes del procés anterior, a més de recollir la veu dels que no van participar.
- Tot el mes d'abril s'executaran les accions pilot.

La temporalitat: El maig es farà l'avantprojecte (el disseny i plànols) de la rambla i estem aquí per recollir les vostres impressions i dir-vos com participar". En juny i juliol es licitarà la redacció del projecte bàsic i executiu. Les obres es plantegen com possibilitat pel 2023.

Imatges de les sortides del carretó



1.6. Material de difusió de les accions

Per a la comunicació de les accions es va treballar mitjançant un email general a la base de dades, email de reforç i trucades de captació i confirmació. En total es van fer 300 trucades per a totes les convocatòries. A més es van posar cartellera en els portals dels edificis de veïns/es de la rambla i reforç per xarxes socials. Tot aquest material va ser dissenyat, produït i distribuït per l'Ajuntament de Viladecans.

Cartells de difusió de les Accions Pilot



Material produït per a les activitats de promoció econòmica

Per a les activitats de Sant Jordi i Vermutegem, es van preparar un material per repartir a la gent (punt de llibre) i als restauradors (posagots). D'aquesta manera es va pretendre fer una difusió més extensiva a la ciutadania que va visitar la rambla i a més generar una imatge més unificada de la rambla en les festes de Sant Jordi i Sant Isidre.



1.7. Material Audiovisual de les proves pilot (1 vídeo per línia estratègica)

El material audiovisual seguirà un format similar al vídeo que s'adjunta a continuació:

EIX ACCIÓ COMUNITÀRIA



EIX IMATGE I CONFORT



EIX PROMOCIÓ ECONÒMICA



Objectiu.

- Posar el projecte en context (Antoni Chaves)
- Explicar sobre quin eix es treballa i en què consisteix (Marga Busquets)
- Exposar quin és el marc d'anàlisi amb el qual treballa l'equip de participació (Carlos López de Raons)
- Explicar quines accions participatives s'han plantejat per a treballar amb la ciutadania (Anna de Torrónategui de Raons)
- Recollir algunes de les idees de la ciutadania en relació a l'eix en qüestió. (persones participants)

Storyboard.

| EIX | 1º PART | 2º PART | 3º PART |
|------------------------|--|---|---|
| Eix Acció comunitària | Entrevistes sobre la importància de la participació en un procés de transformació com la rambla Modolell | Imatges de l'activitat "Construir jugant" | Entrevistes sobre la comunicació en un procés de transformació com la rambla Modolell |
| Eix Imatge i confort | Entrevista sobre la visió integral del projecte. | Imatges de l'activitat "Reapropiar-se l'espai" | Entrevistes de la importància de la participació per a l'avantprojecte. |
| Eix Promoció econòmica | Entrevista sobre l'objectiu general de la promoció econòmica a la rambla | Imatges de la Fira Sant Isidre. Entrevistes als restauradors participants del vermutegem | Entrevista d'explicació de la promoció conjunta dels restauradors "Vermutegem" Tancament amb |

paraules d'un
restaurador.

Materials i requisits tècnics

Cap

Pressupost

2.381,19 €

Calendari de gravació

Gravació 2ona jornada - diumenge 25 d'abril, 2 sessions.

Gravació 3era jornada - dissabte 15 de maig.

1.8.Requeriments

- Guia d'estil de l'Ajuntament: colors, fonts, logotips, protocols del material de difusió, etc.
- Protocols de difusió i comunicació, referència d'una campanya anàloga amb èxit de l'ajuntament.
- Mitjans de comunicació referents o propers a l'Ajuntament: premsa escrita, TV, radio. Llista de contactes de les Xarxes socials vinculats a l'àmbit del projecte: Webs, Facebook, Twitter, Whatsapp, Telegram, Instagram, etc.