



Governo Italiano

Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti

Piano di Comunicazione 2018

Redatto da **Direzione Generale per i Sistemi Informativi e Statistici**
Sezione Comunicazione
Redatto da Valentina Nocito, Maura Mancini e Claudio Capaldo.

Approvato da **Direttore Generale per i Sistemi Informativi e Statistici Ing. Mario Nobile**

Data **29 novembre 2017**

Sommario

	Pag.	
Dati Informativi	“	3
1.- Obiettivi del Piano	“	5
2.- Scenario delle esigenze di comunicazione del MIT	“	6
3.- Azioni del MIT	“	6
4.- Target di riferimento	“	10
5.- Un viaggio tra le iniziative di comunicazione del MIT	“	10
6.- Schede delle iniziative di comunicazione	“	12
Direzione Generale per i sistemi statistici e la comunicazione	“	12
Struttura Tecnica di Missione	“	22
Direzione Generale per lo Sviluppo del Territorio, la Programmazione ed i Progetti Internazionali	“	26
Direzione Generale per la Vigilanza sulle Autorità Portuali ed il Trasporto Marittimo e per le vie d’Acqua Interne	“	28
Direzione Generale per la Sicurezza Stradale	“	32
Direzione Generale Territoriale del Sud	“	34
Comitato Centrale per l’Albo Nazionale degli Autotrasportatori	“	37
Provveditorato Interregionale alle Opere Pubbliche Campania, Molise, Puglia e Basilicata.	“	42
Corpo delle Capitanerie di porto – Guardia Costiera	“	44

Dati Informativi

MINISTERO	Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti (MIT)
RESPONSABILE UFFICI DI COMUNICAZIONE	Dipartimento per le Infrastrutture, i Sistemi Informativi e Statistici. Via Nomentana, 2 - 00162 Roma Tel: 06/4412.2144 Fax: 06/4412.2328 Ing. Mario Nobile - Direttore Generale per i Sistemi Informativi e Statistici Viale dell'Arte, 16 - 00144 Roma Tel: 06/5908.3240 FAX: 06/5921.264 E-mail: segreteria.dgsisc@mit.gov.it
PORTAVOCE	Dott.ssa Luisa Gabbi E-mail: ufficio.stampa@mit.gov.it
CAPO UFFICIO STAMPA	Dott.ssa Luisa Gabbi E-mail: ufficio.stampa@mit.gov.it
ESPERTO PER LA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE	Dott. Guelfo Fiore E-mail: guelfo.fiore@mit.gov.it
ALTRE FIGURE RESPONSABILI DI COMUNICAZIONE	Dott. Giovanni Zacchi - Dirigente Statistico Direzione Generale per i Sistemi Informativi e Statistici Divisione 3 - Ufficio di Statistica Viale dell'Arte, 16 - 00144 Roma Tel: 06/4412.3248 Fax: 06/59084767 E-mail: giovanni.zacchi@mit.gov.it
RESPONSABILE REDAZIONE WEB	Ing. Michele Domenichiello Direzione Generale per i Sistemi Informativi e Statistici Divisione 2 - Gestione Sistemi e Infrastrutture Viale dell'Arte, 16 - 00144 Roma Tel: 06/5908.3096

MINISTERO	Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti Corpo delle Capitanerie di Porto - Guardia Costiera
PORTAVOCE	Cosimo Nicastro Tel. 06/5908.4877 E-mail: guardiacostiera@guardiacostiera.it
CAPO UFFICIO STAMPA	Cosimo Nicastro Tel. 06/5908.4877 E-mail: guardiacostiera@guardiacostiera.it
ALTRE FIGURE RESPONSABILI DI COMUNICAZIONE	Floriana Segreto (Capitano di Corvetta) Tel.06/5908.4396- E-mail: floriana.segreto@mit.gov.it Sabrina Di Cuio (Tenente di Vascello) - E-Mail: sabrina.dicuo@mit.gov.it Marco Di Milla (Capo di 1 [^] Cl.) Tel.06/5908.4129 - E-mail: marco.dimilla@mit.gov.it
U.R.P.	Claudio Bernetti (Tenente di Vascello) Tel.06/5908.4666 E-mail: claudio.bernetti@mit.gov.it

1. *Obiettivi del Piano*

Lo scopo del Piano di Comunicazione, redatto ai sensi dell'art. 11 della Legge 7 giugno 2000, n. 150 "Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni", è la valorizzazione e promozione del Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti (MIT), affinché i destinatari delle azioni di comunicazione istituzionali – siano essi cittadini, operatori del settore o Istituzioni – possano percepire un'immagine integrata, omogenea e facilmente riconoscibile dell'intero Dicastero, dagli uffici periferici agli enti controllati (Anas, Enac, Ferrovie Appulo Lucane, Gestione Governativa Navigazione Laghi Maggiore Garda e Como). Al riguardo si sottolinea che proprio dalle Linee guida diffuse dal Governo si evince come il Piano di comunicazione delle Amministrazioni dello Stato debba essere strumento per la realizzazione di una comunicazione che sia soprattutto strategica ed integrata.

Pertanto, pur rispettando la piena autonomia degli enti controllati / vigilati e pur riconoscendo l'assoluto valore delle iniziative di comunicazione, risulta fondamentale avviare un sistema coordinato teso ad armonizzare i diversi ambiti di programmazione e le rispettive politiche di intervento circa attività di informazione e comunicazione sulle principali tematiche d'interesse sociale, per restituire all'esterno un'immagine univoca del MIT.

Un piano di comunicazione strategico ed integrato consente di ottenere una migliore programmazione e gestione delle azioni di comunicazione che possano contribuire a creare occasioni di confronto, trasparenza e supportino la partecipazione degli stakeholder all'azione amministrativa per il raggiungimento di specifici obiettivi dell'Amministrazione.

"Connettere l'Italia" è il titolo delle strategie del Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti nonché il *leitmotiv* delle azioni comunicative della nuova comunicazione del MIT basata su ascolto, trasparenza e partecipazione.

Pensare a un'Italia connessa attraverso *"opere utili, snelle e condivise"* richiede all'Amministrazione lo sforzo di agire orientandosi verso policy e obiettivi prioritari, e alla comunicazione la capacità di essere leva strategica per l'efficacia dell'azione amministrativa.

Un approccio alla cui base c'è, quindi, la volontà di condividere – e *connettere* – non solo attraverso interventi nei settori delle infrastrutture e dei trasporti, ma anche attraverso le iniziative di comunicazione per una sempre maggiore apertura nei confronti dell'opinione pubblica.

L'obiettivo è lavorare tra il Ministero e gli Stakeholder per raccogliere le esigenze reali di cittadini, imprese ed amministrazioni pubbliche; condividere gli obiettivi strategici: dire ciò che si fa, fare ciò che si è detto, comunicare ciò che si è fatto.

2. Scenario delle esigenze di comunicazione del MIT

Attorno a questo impegno di rendicontazione e in sintonia con l'obiettivo e la necessità di rendere efficace e sinergica la comunicazione istituzionale, quale strumento in grado di ottimizzare l'attività governativa, anche per il 2018 l'Amministrazione si propone di rendere sempre più attivi ed efficienti gli spazi di informazione, condivisione e connessione, soprattutto *online*, sui temi e le attività di competenza, per favorire la partecipazione attiva dei cittadini alla crescita ed allo sviluppo del Paese.

Le principali esigenze di comunicazione del MIT sono:

- sensibilizzare sulla sicurezza nel settore delle infrastrutture e dei trasporti;
- connettere ed essere “open”;
- informare sul resto delle attività istituzionale.

3. Azioni del MIT

Il *fil rouge* del *Connettere* attraversa quattro aree d'interesse del MIT:

- Innovazione organizzativa e funzionale;
- Informazione, accessibilità e trasparenza;
- Social e apertura dei dati;
- Ascolto e interazione.

3.1. Connettere parte 1: Innovazione organizzativa e funzionale

Continua il percorso iniziato lo scorso anno che ha portato alla costituzione di una Redazione unica allargata, composta dalla Redazione Internet, dall'Ufficio stampa del Ministro e dallo staff di comunicatori del Direttore generale dei sistemi informativi e statistici il cui obiettivo è una comunicazione sempre più efficace, sul sito web e sui social, e il confronto costante con Enti ed Associazioni fortemente competenti come Agid, Formez, ecc.

Per il 2018, in continuità con lo scorso anno, appare opportuno proseguire l'investimento sulle innovazioni tecnologiche, strutturali e contenutistiche del nuovo sito web <http://www.mit.gov.it>, già adeguato alle “Linee guida di design per i siti web della PA” diffuse dall'Agid in collaborazione con la Presidenza del Consiglio dei Ministri.

Continua l'operazione che ha visto il sito del MIT tra i primi ad aver raccolto questa importante sfida, al fine di supportare il percorso di digitalizzazione della PA e al fine di rispondere al meglio in termini di uniformità, chiarezza e disponibilità di servizi al cittadino, anche grazie alla progressiva applicazione di un'identità visiva coerente per tutta la pubblica amministrazione.

Sforzo che ne richiede uno ulteriore: la necessità di pensare ad una visual identity anche all'interno del MIT.

3.2. Connettere parte 2: Informazione, accessibilità e trasparenza

Accessibilità e trasparenza sono questioni centrali rispetto all'attuale orientamento delle politiche pubbliche. Per quanto riguarda il primo ambito, s'intende, da un lato, sviluppare ulteriormente la logica dell'accesso aperto ai dati; dall'altro, si vuole promuovere la trasparenza e quindi la partecipazione all'attività amministrativa di tutte le categorie di stakeholders.

Sempre nel rispetto delle Linee Guida, i primi "frutti" della volontà di *accountability* e trasparenza sono stati principalmente i portali **Opendata** (<http://dati.mit.gov.it>), **Opencantieri** (<http://opencantieri.mit.gov.it>), **Opentrasporti** (<http://opentransport.mit.gov.it/>), che continueranno ad essere implementati nel 2018.

I DATI CHIAVE DEL MIT

Il MIT adempie agli obblighi di comunicazione istituzionale e trasparenza anche attraverso il continuo aggiornamento dei portali dedicati ai dati chiave relativi a infrastrutture e trasporti posseduti dall'Amministrazione.

Sono portali, in versione beta, basati su sistemi open source, che mettono a disposizione di tutti gli utenti opendata sulle opere pubbliche utili e strategiche in Italia, oltre a rendere consultabili i cataloghi di dati relativi a contratti pubblici, infrastrutture e trasporti. L'obiettivo è di dare risposta alle molteplici domande che i Cittadini si pongono circa le attività dell'Amministrazione. Sono disponibili informazioni relative a incidenti stradali, dati sulle infrastrutture portuali italiane, spesa pubblica sui trasporti e i dati utilizzati da Opencantieri per le opere infrastrutturali strategiche.

Portale Opendata

La piattaforma abilitante, basata su sistemi open source, consente di esplorare i cataloghi di dati, effettuare grafici, visualizzare su mappa le informazioni georeferenziate. Sono disponibili informazioni relative a incidenti stradali, dati sulle infrastrutture portuali italiane, spesa pubblica sui trasporti e i dati utilizzati da Opencantieri per le opere infrastrutturali strategiche – e non – e sugli interventi di recupero di edilizia residenziale pubblica e le concessioni autostradali.

Portale Opencantieri verso Opere Pubbliche 2.0

Opencantieri è un progetto promosso e gestito dal MIT che consente una maggiore trasparenza e permette di analizzare l'efficienza, l'efficacia e l'integrità di tutte le fasi di realizzazione di un'opera afferente alle infrastrutture pubbliche: attraverso questa piattaforma i dati si integrano attraverso un sistema a cruscotto che rende fruibile una informazione aperta, completa ed aggiornata del processo di realizzazione di infrastrutture pubbliche.

Opere Pubbliche 2.0 è l'evoluzione di questo progetto: nasce dall'esigenza di potenziare l'attuale piattaforma al fine di garantire una informazione completa delle opere che si vanno realizzando, più diffusa, più capillare, più adeguata alla partecipazione dei

cittadini, stakeholder, professionisti e giornalisti interessati. I dati saranno disponibili in formato open, riutilizzando così i dati del patrimonio informativo settoriale.

L'obiettivo del progetto Opere Pubbliche 2.0 è quello di far conoscere Opencantieri e consolidare il rapporto con le comunità interessate, fidelizzandole.

Portale Opentrasporti

È una piattaforma per la raccolta dati e l'offerta di servizi digitali a supporto del trasporto, abilitando la filiera co-modale integrata dalla pianificazione del viaggio fino alle destinazioni finali, con una ricaduta positiva non solo nel settore dei trasporti, ma anche sul sistema Italia nel suo complesso (turismo, cultura, servizi diversi). L'obiettivo è quello di creare un hub nazionale dei dati dell'infomobilità per lo sviluppo di servizi avanzati al viaggiatore.

Opentrasporti, la nuova piattaforma sulla mobilità aperta ed efficiente con informazioni in tempo reale, è ancora in costruzione; sarà gestita dal Ministero e man mano popolata con open data provenienti dai diversi attori del settore mobilità e trasporti (imprese ferroviarie, gestori porti ed aeroporti, gestori trasporti locali, taxi, ecc.) e darà la possibilità di sviluppare un insieme di applicazioni a valore aggiunto e ad alta visibilità per l'utenza finale.

Il ruolo della tecnologia e dei social nel mondo trasporti renderà possibile l'aumento dell'occupazione per giovani competenti e per dipendenti non più adatti a mansioni operative e usuranti, ma con forte attaccamento alle aziende ed ai servizi offerti.

La presenza della piattaforma consentirà di migliorare e aumentare l'esperienza degli utenti e di favorire l'uso dei social per info, customer care, servizi economici.

Banca dati Servizio Contratti Pubblici - SCP

Il Dataset contiene gli avvisi, i bandi e gli esiti di gara in formato aperto raccolti dalla Banca dati SCP - Servizio Contratti Pubblici gestita dalla Direzione Generale per la regolazione e i contratti pubblici del Ministero delle Infrastrutture e Trasporti.

Maggiori informazioni sono disponibili sul sito www.serviziocontrattipubblici.it che consente alle stazioni appaltanti di pubblicare gli avvisi ed i bandi per lavori, servizi e forniture ed altre informazioni. Servizio Contratti Pubblici è una delle banche dati nazionali a titolarità del Ministero delle Infrastrutture e Trasporti elencate nell'allegato B del D.Lgs. n.97/2016.

ERP – Contatore Programmi di recupero per gli alloggi di edilizia residenziale pubblica

Il Counter, già online dall'inizio dell'estate 2016 e in continua evoluzione e perfezionamento, è un sistema di monitoraggio del programma di recupero di alloggi ERP vuoti o abitati ma in corso di ristrutturazione, creato per far emergere metodi e approcci virtuosi e stimolare l'iniziativa di Regioni, IACP comunque denominati e Comuni.

Il dataset, relativo agli interventi, è disponibile sul portale dati.mit.gov.it e si aggiorna ogni 6 ore.

3.3. Connettere parte 3: Ascolto e interazione con l'ambiente interno e i target esterni.

Con il nuovo sito hanno ripreso vita i canali social Twitter, YouTube e la pagina Facebook, è stata inoltre aperta la pagina MIT su Instagram che si prevede di popolare con le immagini delle campagne istituzionali e con le attività portate avanti dal MIT.

L'evolversi della comunicazione pubblica sul fronte dei social e della conoscenza digitale è così diventato lo strumento appropriato, oltre che inevitabile, a completamento di una robusta attività tradizionale della Comunicazione istituzionale e dell'Ufficio stampa.

I social stanno segnando un destino inevitabile per la pubblica amministrazione, che in questo momento si trova in una fase di transizione tra "vecchi e nuovi servizi" e tra "vecchi e nuovi mezzi di comunicazione". Sono necessarie delle policy robuste, che devono accompagnare il passaggio verso una modalità di fruizione dei servizi e di dialogo con i cittadini che è già indirizzata, ma che va correttamente incanalata secondo il diverso pubblico di riferimento e i diversi servizi offerti.

Utilizzati, quindi, come ulteriori canali di comunicazione istituzionale hanno avuto un ottimo riscontro, ma evidenziano la necessità, soprattutto Facebook data la vastità del pubblico che frequenta il social, di una maggior definizione delle linee di policy.

A tal proposito si è reso necessario redigere una social media policy esterna per regolamentare il rapporto con i soggetti esterni al Ministero e per stabilire i ruoli di tutti coloro che si occupano, all'interno del MIT, di comunicazione attraverso i canali social. È allo studio, per il 2018, l'opportunità di integrare la SMP esterna con una social media policy interna.

Nell'ambito di un contesto caratterizzato da una così grande varietà di interlocutori il MIT continuerà ad adottare una strategia idonea al raggiungimento di un numero sempre maggiore di cittadini, enti ed associazioni al fine di dare informazioni sugli argomenti di propria

competenza basandosi su una comunicazione circolare, disposta all'ascolto ed al dialogo con il pubblico.

Importanti momenti di ascolto ed interazione con l'ambiente interno ed esterno continueranno ad essere gli *Open Day* del MIT. Il primo si è svolto nel mese di novembre 2016 ed ha rappresentato l'inizio di ulteriori appuntamenti organizzati poi anche per il 2017 e pensati come occasioni per lo sviluppo di un modello di partecipazione tra la Pubblica Amministrazione e i Cittadini. Il secondo open day è stato organizzato presso la Terrazza Termini della stazione ferroviaria di Roma Termini, e il 2017 si è concluso con l'appuntamento open (side event) al G7 trasporti di Cagliari.

4. *Target di riferimento*

Le azioni di comunicazione sono rivolte alle seguenti macro-categorie di riferimento:

- opinione pubblica e cittadini
- giornalisti
- Istituzioni (enti pubblici, enti locali, organismi internazionali, enti accertatori, associazioni, sindacati)
- operatori di settore (imprese ed aziende di trasporto, autoscuole, centri di revisione, enti accertatori, case costruttrici di veicoli, enti appaltanti, compagnie aeree e marittime ecc.).

5. *Un viaggio tra le iniziative di comunicazione del MIT*

I temi principali e le attività di maggiore rilevanza per il Mit sono:

- le infrastrutture;
- i trasporti;
- la sicurezza (stradale, ferroviaria e marittima);
- la casa.

L'azione di Comunicazione si svolgerà dando informative su piani e progetti pubblicati sul sito web istituzionale (<http://www.mit.gov.it>), sui canali social e anche con la presenza, laddove il budget possa permetterlo, a convegni e mostre a carattere nazionale (Forum PA, Assemblea Anci, ecc.).

Attraverso un'attività di comunicazione specifica il MIT vuol far conoscere la sua pianificazione strategica delle opere pubbliche, che ha individuato in 4 punti strategici. “*Connettere l'Italia– Strategie per le infrastrutture di trasporto e logistica. Strategie e risultati per una nuova stagione della mobilità*” mostrerà l'importanza di ogni singola strategia, inaugurando anche un percorso partecipato e condiviso con gli stakeholder, dagli enti locali agli operatori, agli esperti, perché la costruzione delle infrastrutture di domani - accessibili, innovative e belle - è una responsabilità collettiva.

Un altro tema verso il quale c'è una particolare attenzione da parte del MIT riguarda la diffusione della mobilità ciclistica; l'Amministrazione è sempre più attenta alla politica per la mobilità sostenibile e dolce da diffondere capillarmente in tutto il Paese. La campagna informativa del *“Sistema nazionale delle ciclovie turistiche”* si svolgerà sul sito web e sui canali social del MIT.

“Buon motivo” è il titolo della campagna del MIT in collaborazione con ANAS s.p.a. che nasce con lo scopo di sensibilizzare l'opinione pubblica al rispetto degli utenti deboli della strada (pedoni, ciclisti, motociclisti). Oltre ai canali social è stato creato un sito (www.buonmotivo.it) per la divulgazione della campagna che sarà diffusa attraverso un video/radio comunicato sulle reti nazionali RAI.

Sempre in tema di sicurezza stradale continuerà anche per il prossimo anno, e per parte del 2019, la campagna di sensibilizzazione *“Sulla buona strada”* iniziata nel 2016. Tra le iniziative collaterali finalizzate a rafforzare particolari aspetti del messaggio di comunicazione verranno attivate quelle di educazione stradale con alcuni progetti, differenti a seconda dei target di riferimento, a cura degli uffici periferici dell'Amministrazione.

“Guardia Costiera: navighiamo verso il futuro” è il titolo della nuova iniziativa di comunicazione della Guardia Costiera: per l'anno 2018, il Comando Generale intende realizzare un filmato istituzionale sul Corpo e sulle sue attività che, in stretta correlazione con la storia del Paese, contribuirà a rafforzare il senso di appartenenza e la coesione sociale, promuovendo la cultura del mare e dell'ambiente.

Come nel passato, anche per l'anno 2018, è prevista la campagna denominata *“Mare Sicuro”* avviata contestualmente all'omonima operazione estiva della Guardia Costiera che, ormai da venticinque anni, consente ai milioni di utenti del mare che affollano gli 8.000 km di coste del Paese, di trascorrere il proprio tempo in mare e sulle spiagge all'insegna della tranquillità e della sicurezza.

La diffusione del filmato e delle campagne di comunicazione avverrà sui canali social del MIT e di Guardia Costiera e in occasione degli eventi ai quali il Corpo parteciperà nel 2018 e che sono: Salone Nautico, Barcolana, EUDI Show.

Anche per il 2018 è prevista la stampa del *“Calendario Guardia Costiera 2019”*.

Da ultimo è prevista anche una iniziativa di comunicazione intitolata *“CASA SICURA: agevolazioni fiscali per la messa in sicurezza antisismica delle abitazioni e delle attività produttive: guida pratica, normativa, faq e documentazione tecnica”*. Lo scopo è quello di approfondire il tema della sicurezza antisismica delle abitazioni e delle attività produttive, legandola all'aspetto sociale, economico e ambientale. La diffusione di questa campagna avverrà sui canali social del MIT ed è stata realizzata a tal proposito una specifica pagina sul sito istituzionale, per una immediata consultazione da parte di cittadini e stakeholders.

6. Schede delle iniziative di comunicazione

Si riportano, di seguito, le schede riguardanti le iniziative di comunicazione trasmesse alla Direzione Generale per i Sistemi Informativi e Statistici dalle varie Strutture interessate.

	SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE
PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Nuovo Logo “Connettere l’Italia”.
TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Logo istituzionale del documento programmatico “Connettere l’Italia” - Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti.
MODALITA' DI COMUNICAZIONE	Comunicazione on-line.
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE	L’iniziativa ha come scopo l’ideazione di un nuovo logo al fine di veicolare – sia all’interno sia all’esterno – un’immagine integrata, omogenea e facilmente riconoscibile della strategia di connessione dell’Amministrazione. A completamento dell’iniziativa saranno diffuse tra le strutture del MIT delle linee guida per il corretto utilizzo e la giusta declinazione del logo realizzato.
PERIODO DI DIFFUSIONE	//
BUDGET DEDICATO	Al momento non si è in grado di prevedere un budget da destinare all’iniziativa che, comunque, sarà condotta nell’ottica della spending review.
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICAZIONI DI VALUTAZIONE	Si svolgeranno azioni di monitoraggio volte a valutare la percezione del nuovo logo.
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	Non sono previste attività di sinergia con altri Ministeri.
NOME STRUTTURA	Direzione Generale per i Sistemi Informativi e Statistici.
NOME RESPONSABILE	Ing. Mario Nobile – Direttore Generale Tel. 06/5908.3240 E-mail: segreteria.dgsisc@mit.gov.it
NOME REFERENTE	dott.ssa Valentina Nocito - Tel. 06/5908.4157 E-mail: valentina.nocito@mit.gov.it

	SCHEMA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE
PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Gli eventi contribuiscono positivamente ad aumentare la visibilità del MIT e a favorirne la cooperazione con gli altri attori del settore di riferimento. La partecipazione a fiere, eventi, seminari o workshop costituisce lo strumento principale per promuovere o sensibilizzare l'opinione pubblica, o un target specifico di utenti, rispetto ad un determinato servizio o un determinato comportamento in modo da accorciare le distanze tra cittadini e PA.
TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Comunicazione " <i>below the line</i> " (eventi, fiere, ufficio stampa, prodotti editoriali, relazioni pubbliche, social media, open day).
MODALITA' DI COMUNICAZIONE	Comunicazione on-line e off line durante gli eventi
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE	L'obiettivo è quello di organizzare e coordinare la partecipazione del MIT ad eventi sia esterni, sia interni all'Amministrazione. Gli eventi assumeranno la forma di convegni o workshop/seminari laddove, come detto, l'esigenza sarà quella di informare in modo approfondito target specializzati di "addetti ai lavori" (Istituzioni, Enti locali e operatori del settore - imprese, associazioni, organizzazioni professionali, parti economiche e sociali). Mentre il MIT orienterà la sua partecipazione a manifestazioni, intese come momento di incontro e di dialogo rivolto ad un target più ampio, per dare risalto ai progetti più pertinenti ed innovativi. Campagne di comunicazione o progetti significativi saranno, inoltre, valorizzati attraverso l'organizzazione e la promozione di eventi di lancio e/o chiusura delle manifestazioni a cui il MIT parteciperà, sia attraverso l'uso dei social network che attraverso i classici canali di diffusione delle informazioni (inserimento nel programma della fiera, sito internet, coinvolgimento dei media, distribuzione di inviti in fiera).
PERIODO DI DIFFUSIONE	Legato alle date delle singole manifestazioni.
BUDGET DEDICATO	Non quantificabile
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICAZIONI DI VALUTAZIONE	È prevista un'azione di monitoraggio e valutazione degli effetti dell'attività di comunicazione con caratteristiche diverse a seconda della strategia e dei canali di comunicazione adottati.
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	Sono auspicabili attività di sinergia con altri Ministeri

NOME STRUTTURA	Direzione Generale per i Sistemi Informativi e Statistici.
NOME RESPONSABILE	Ing. Mario Nobile – Direttore Generale Tel. 06/5908.3240 E-mail: segreteria.dgsisc@mit.gov.it
NOME REFERENTE	Ing. Mario Nobile – Direttore Generale Tel. 06/5908.3240 E-mail: segreteria.dgsisc@mit.gov.it

	SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE
PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Il MIT adempie agli obblighi di comunicazione istituzionale e trasparenza anche attraverso il continuo aggiornamento dei portali dedicati ai dati chiave relativi a infrastrutture e trasporti detenuti dall'Amministrazione. I portali, in versione beta, sono basati su sistemi opensource.
TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	I dataset del MIT: • Dati • Opencantieri verso Opere Pubbliche 2.0 • Open trasporti • Banca dati Servizio Contratti Pubblici – SCP • Contatore ERP - Programma di recupero per gli alloggi di edilizia residenziale pubblica
MODALITA' DI COMUNICAZIONE	Comunicazione on-line
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE	Le piattaforme, basate su sistemi open source, consentono di esplorare i cataloghi di dati, effettuare grafici, visualizzare su mappa le informazioni georeferenziate. Sono disponibili informazioni relative a incidenti stradali, dati sulle infrastrutture portuali italiane, spesa pubblica sui trasporti e i dati utilizzati da Opencantieri per le opere infrastrutturali strategiche – e non – e sugli interventi di recupero di edilizia residenziale pubblica, le concessioni autostradali e i bandi di gara e contratti pubblici.
PERIODO DI DIFFUSIONE	I portali sono sempre disponibili.
BUDGET DEDICATO	Le piattaforme sono state progettate e sviluppate con la collaborazione del Formez.
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICAZIONI DI VALUTAZIONE	Sono previste azioni di monitoraggio
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	Governo italiano – Presidenza del Consiglio dei Ministri e Formez
NOME STRUTTURA	Direzione Generale per i Sistemi Informativi e Statistici
NOME RESPONSABILE	Ing. Mario Nobile – Direttore Generale Tel. 06/5908.3240 E-mail: segreteria.dgsisc@mit.gov.it
NOME REFERENTE	Roberto Bianca Tel.06/59084867 E-mail: roberto.bianca@mit.gov.it Maura Mancini - Tel. 06/4158.3132 Isabella Simone - Tel. 06/5908.3143

	SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE
PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Diffusione della mobilità ciclistica, quale strumento fondamentale per sviluppare un modello di sviluppo sostenibile e diffuso per il nostro Paese. La nuova disciplina delle reti ciclabili, introducendo importanti novità per la realizzazione degli itinerari, creerà i presupposti infrastrutturali per incentivare l'uso della bicicletta nei centri urbani e nei percorsi turistici. Oltre ad inserirsi in una politica per la mobilità sostenibile e dolce, e a promuovere in generale l'uso della bicicletta che in Italia si attesta solo al 3,8%, la rete delle ciclovie turistiche nazionali contribuirà a sviluppare il cicloturismo in Italia. In questo senso, come dimostrano le best "practices" di Paesi d'Europa in tema di mobilità sostenibile, l'educazione e l'informazione al Cittadino devono essere parti integranti e non accessorie di ogni programma di riforma, anche infrastrutturale, della mobilità.
TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Il sistema nazionale delle ciclovie turistiche. Le ciclovie presentate sono: Ciclovía Ven-To Ciclovía del Sole Ciclovía dell'Acquedotto Pugliese Grab - Grande raccordo anulare delle biciclette Anello ciclabile del Garda Ciclovía Trieste-LignanoSabbiaadoro-Venezia Ciclovía della Sardegna, Ciclovía della Magna Grecia Ciclovía Tirrenica Ciclovía Adriatica.
MODALITA' DI COMUNICAZIONE	Campagna informativa: attività di ufficio stampa, convegni, sito internet istituzionale e social network. campagna pubblicitaria: attività virali sul web e social network.
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE	Le priorità e finalità della campagna sono quelle di diffondere tra i Cittadini e in particolare tra i giovani (che oltre ad essere gli adulti di domani sono efficaci ambasciatori di nuovi stili di vita presso il pubblico adulto) il più evoluto standard di mobilità che il nuovo regolamento di progettazione delle reti ciclabili renderà possibile.
PERIODO DI DIFFUSIONE	Al momento non si è in grado di definire il periodo di diffusione.

BUDGET DEDICATO	Al momento non si è in grado di quantificare il budget.
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICAZIONI DI VALUTAZIONE	Si prevedono attività e azioni di monitoraggio anche sui social network, con il coinvolgimento attivo dei Cittadini, attraverso una “call to action” di tipo interattivo.
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	Mibact, Regioni coinvolte, Roma Capitale e le associazioni, tra cui Fiab, Bicitalia, Legambiente
NOME STRUTTURA	Direzione Generale per i Sistemi Informativi e Statistici
NOME RESPONSABILE	Ing. Mario Nobile – Direttore Generale Tel. 06/5908.3240 E-mail: segreteria.dgsisc@mit.gov.it
NOME REFERENTE	Ing. Mario Nobile – Direttore Generale Tel. 06/5908.3240 E-mail: segreteria.dgsisc@mit.gov.it

	SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE
PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Si prevede di avviare una attività di comunicazione e sensibilizzazione sul tema dell'incidentalità ferroviaria.
TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Attività di comunicazione istituzionale <i>“Viaggia, non partire!”</i> (titolo provvisorio).
MODALITA' DI COMUNICAZIONE	Per questo tipo di comunicazione è prevista la diffusione sui canali social sia del MIT che dei soggetti che hanno un grande seguito di followers.
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE	L'azione di comunicazione ha come obiettivo quello di sensibilizzare il target di riferimento (adolescenti e giovani in particolare) su comportamenti e situazioni a rischio al fine di ridurre il numero di incidenti causati da materiale rotabile in movimento ed in corrispondenza dei passaggi a livello.
PERIODO DI DIFFUSIONE	Nel corso dell'anno 2018.
BUDGET DEDICATO	Non è previsto alcun budget, l'attività verrà prevalentemente svolta sui canali social (facebook, twitter e youtube) quindi senza costi esterni.
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	Si prevedono attività e azioni di monitoraggio anche sui social network
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	In sinergia con Presidenza del Consiglio, e partner di volta in volta interessati.
NOME STRUTTURA	Direzione Generale per i sistemi informativi e statistici.
NOME RESPONSABILE	Ing. Mario Nobile - Direttore Generale per i Sistemi Informativi e Statistici Tel. 06/5908.3240 E-mail: segreteria.dgsisc@mit.gov.it
NOME REFERENTE	Dott.ssa Maura Mancini; Tel. 06/41583132 E-mail: maura.mancini@mit.gov.it

	SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE
PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	La campagna istituzionale relativa alla sicurezza stradale è realizzata dal MIT in collaborazione con ANAS S.p.A. allo scopo di sensibilizzare l'opinione pubblica sul rispetto degli utenti deboli della strada.
TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	#BUONMOTIVO. C'è sempre un buon motivo per essere responsabili.
MODALITA' DI COMUNICAZIONE	Comunicazione con video e radio comunicato
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE	Oltre al sito internet dedicato, verrà diffuso sulle reti RAI un video comunicato/radiocomunicato della durata di 30''. Si intende promuovere e sensibilizzare un target specifico di utenti che fruiscono della strada utilizzando un mezzo, definiti "forti" (automobilisti, ecc.) o "vulnerabili" (ciclisti, motociclisti, pedoni). L'obiettivo è quello di far comprendere come l'adozione di comportamenti corretti e responsabili sulla strada, quale spazio condiviso, garantisca la sicurezza reciproca.
PERIODO DI DIFFUSIONE	Dal 5 dicembre 2017 al 3 gennaio 2018.
BUDGET DEDICATO	Non quantificabile
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICAZIONI DI VALUTAZIONE	Sono previste azioni di monitoraggio sui social.
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	Previste con ANAS e le maggiori associazioni di settore.
NOME STRUTTURA	Direzione Generale per i Sistemi Informativi e Statistici.
NOME RESPONSABILE	Ing. Mario Nobile – Direttore Generale Tel. 06/5908.3240 E-mail: segreteria.dgsisc@mit.gov.it
NOME REFERENTE	Maura Mancini – Tel. 06/.41583132 E-mail: maura.mancini@mit.gov.it

	SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE
PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Per l'importante ruolo sociale che l'abitazione ha nella vita di tutti i giorni, l'obiettivo di questa iniziativa di comunicazione è quello di approfondire il tema della sicurezza antisismica delle abitazioni e delle attività produttive, non confinandolo al solo aspetto edilizio, ma connettendolo anche alle connotazioni sociali, economiche e ambientali che lo attraversano. Aspetti, questi, che nell'insieme delineano un quadro di innegabile complessità e di urgenza.
TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	CASA SICURA: agevolazioni fiscali per la messa in sicurezza antisismica delle abitazioni e delle attività produttive: guida pratica, normativa, faq e documentazione tecnica.
MODALITA' DI COMUNICAZIONE	I canali di comunicazione ritenuti più efficaci per l'iniziativa sono stati individuati nella comunicazione on line – anche attraverso la realizzazione di una specifica pagina sul sito istituzionale – e nell'organizzazione di campagne sui canali social.
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE	Obiettivo dell'iniziativa è quello di diffondere la sensibilità nei confronti del tema della sicurezza della casa e delle attività produttive, nel rispetto delle norme edilizie e di trasformazione urbana. La presa di coscienza della problematica attraverso una mirata e diffusa comunicazione, può contribuire a diffondere la conoscenza del tema e perseguire l'obiettivo del Mit di diffondere e promuovere iniziative volte a favorire la sicurezza antisismica.
PERIODO DI DIFFUSIONE	Sempre disponibile.
BUDGET DEDICATO	Si prevedono attività e azioni di monitoraggio anche sui social network che coinvolgano i Cittadini anche come attori e non solo spettatori della campagna di comunicazione e dei contenuti connessi.
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICAZIONI DI VALUTAZIONE	L'eventuale azione di monitoraggio si definirà in corso d'opera.
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	In considerazione della trasversalità del tema oggetto dell'iniziativa, sono auspicabili azioni sinergiche con la Presidenza del Consiglio dei Ministri, l'Agenzia delle entrate e le associazioni di categoria.
NOME STRUTTURA	Direzione Generale per i Sistemi Informativi e Statistici
NOME RESPONSABILE	Ing. Mario Nobile – Direttore Generale Tel. 06/5908.3240

	E-mail: segreteria.dgsisc@mit.gov.it
NOME REFERENTE	Valentina Nocito Tel. 06/5908.4157 E-mail: valentina.nocito@mit.gov.it

		SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE
PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE		il Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti si è dotato di una pianificazione strategica delle opere pubbliche articolata in quattro strategie: • la valorizzazione del patrimonio esistente con una manutenzione profonda; • il completamento o la scelta di nuove infrastrutture purché utili, snelle e condivise, anche rivedendo i progetti se sono datati o sovradimensionati; • le opere di integrazione nodale e intermodalità indirizzate a rafforzare, con una vera e propria "cura del ferro", il trasporto ferroviario delle persone e delle merci; • lo sviluppo urbano sostenibile con una rinnovata attenzione alla qualità del trasporto pubblico. L'obiettivo è quello di far conoscere attraverso un'attività di comunicazione specifica l'importanza di ogni singola strategia, inaugurando anche un percorso partecipato e condiviso con gli stakeholder, dagli enti locali agli operatori, agli esperti, perché la costruzione delle infrastrutture di domani - accessibili, innovative e belle - è una responsabilità collettiva. Queste linee d'intervento che orientano il lavoro del MIT rappresentano anche le "Strategie per le infrastrutture di trasporto e logistica" allegate al DEF 2016 e sono la via maestra per la definizione delle Linee Guida per la valutazione degli investimenti in opere pubbliche, del Piano Generale dei Trasporti e della Logistica e del Documento Pluriennale di Programmazione previsti dal Nuovo Codice dei Contratti pubblici e delle Concessioni, che garantiranno un orizzonte di medio-lungo periodo per definire opere certe, con risorse e tempi definiti.
TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE		<i>Connettere l'Italia – Strategie per le infrastrutture di trasporto e logistica. Strategie e risultati per una nuova stagione della mobilità</i>

MODALITA' DI COMUNICAZIONE	Oltre alla realizzazione di contenuti dedicati finalizzati alla pubblicazione sul sito istituzionale, sono previste iniziative di comunicazione on e off line: dai canali social del MIT ad incontri e convegni sui temi oggetto dell'iniziativa a livello centrale e periferico. Sono previsti, inoltre, video tematici realizzati al fine di promuovere le Strategie per le infrastrutture di trasporto e logistica, i contenuti dell'allegato infrastrutture al Documento di Economia e Finanza (DEF), approvato ad aprile 2016, le Linee Guida per la valutazione degli investimenti in opere pubbliche, il Piano Generale dei Trasporti e della Logistica ed il Documento Pluriennale di Programmazione.
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE	Gli obiettivi che saranno oggetto della comunicazione sono: Accessibilità ai territori, all'Europa e al Mediterraneo; Mobilità sostenibile e sicura; Qualità della vita e competitività nelle aree urbane e metropolitane; Sostegno alle politiche industriali di filiera; Infrastrutture utili, snelle e condivise; Intermodalità, cura del ferro e dell'acqua; Valorizzazione del patrimonio infrastrutturale esistente; Sviluppo urbano sostenibile. I relativi target saranno individuati di volta in volta.
PERIODO DI DIFFUSIONE	Tutto l'anno 2018
BUDGET DEDICATO	Al momento non è possibile quantificare il budget
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	È previsto un monitoraggio in itinere e la valutazione ex post.
SINERGIE CON ALTRI MINISTRI O ALTRI ENTI	Data la trasversalità del tema oggetto dell'iniziativa, sono previste azioni sinergiche con altre Amministrazioni dello Stato e associazioni di categoria
NOME STRUTTURA	Struttura Tecnica di Missione
NOME RESPONSABILE	Ing. Mario Nobile – Direttore Generale Tel. 06/5908.3240 E-mail: segreteria.dgsisc@mit.gov.it
NOME REFERENTE	Dott. Marco Martino E-mail: marco.martino@mit.gov.it

		SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE
PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE		“Connettere l'Italia” rappresenta il quadro strategico e programmatico del Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti (MIT) che – avvalendosi del supporto della Struttura Tecnica di Missione per l'indirizzo strategico, lo sviluppo delle infrastrutture e l'alta sorveglianza - inaugura una nuova stagione per la mobilità del Paese. <i>Connettere l'Italia</i> vuol dire dotare il Paese di un sistema infrastrutturale moderno ed efficiente, costruito con regole chiare, risorse adeguate e tempi certi, con l'obiettivo di assicurare a cittadini e merci la piena mobilità sul territorio nazionale, rendendo l'Italia un paese accessibile per i mercati internazionali.
TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE		<i>Visual Identity per Connettere l'Italia – Strategie per le infrastrutture di trasporto e logistica. Strategie e risultati per una nuova stagione della mobilità</i>
MODALITA' DI COMUNICAZIONE		La Visual Identity sarà veicolata sia all'interno che all'esterno dell'Amministrazione attraverso la condivisione e diffusione di un manuale d'uso contenente indicazioni sul logo, sui colori e sul lettering. è prevista inoltre una sezione dedicata alle applicazioni della visual identity. Inoltre, la guida all'uso contiene sia la declinazione del logo negli "strumenti di lavoro" (es. word, power point, firma per email), sia l'applicazione su materiali per eventi (es. badge, rollup, inviti, cartelline).
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE		Diffondere il quadro strategico e programmatico del MIT attraverso una Visual identity di Connettere l'Italia immediatamente riconoscibile, sia all'interno sia all'esterno dell'Amministrazione.
PERIODO DI DIFFUSIONE		Tutto l'anno 2018
BUDGET DEDICATO		Al momento non è possibile quantificare il budget
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE		È previsto un monitoraggio in itinere.
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI		Data la trasversalità del tema oggetto dell'iniziativa, sono previste azioni sinergiche con diversi settori dell'Amministrazione, con le società partecipate / vigilate e associazioni di categoria
NOME STRUTTURA		Struttura Tecnica di Missione Ufficio Stampa D. G. Sistemi informativi e statistici
NOME RESPONSABILE		Ing. Mario Nobile – Direttore Generale Tel. 06/5908.3240 E-mail: segreteria.dgsisc@mit.gov.it

NOME REFERENTE	Dott. Marco Martino E-mail: marco.martino@mit.gov.it
----------------	---

	SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE
PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Piano di Comunicazione del Programma Operativo Nazionale (PON) Infrastrutture e Reti 2014-2020. Il PON Infrastrutture e Reti per complessivi € 1.843.733.334 finanziato dal Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (FESR - Euro 1.382.800.000,00) e dal Fondo di rotazione nazionale (Euro 460.933.334,00), interviene nelle regioni Basilicata, Calabria, Campania, Puglia e Sicilia prevede investimenti in tre settori: le infrastrutture ferroviarie, le infrastrutture portuali e i sistemi di trasporto intelligenti. In particolare, il Programma si concentrerà su due priorità principali: • sostenere la creazione di uno spazio unico europeo dei trasporti multimodale con investimenti nella TEN-T; • sviluppare e migliorare sistemi di trasporto sostenibili dal punto di vista dell'ambiente, a bassa rumorosità e a bassa emissione di carbonio, inclusi vie navigabili interne e trasporti marittimi, porti, collegamenti multimodali e infrastrutture aeroportuali, al fine di favorire la mobilità regionale e locale sostenibile.
TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Piano di Comunicazione del PON Infrastrutture e Reti 2014-2020.
MODALITA' DI COMUNICAZIONE	Le azioni di comunicazione sono di tipo integrato e prevedono, oltre ai canali pubblicitari (televisioni nazionali e locali, radio nazionali e locali, quotidiani e periodici, affissioni e web), anche la realizzazione di convegni, workshop, quaderni, depliant, brochure e sito web dedicato. Per il 2018 sono previste le seguenti attività: • pubblicazione dépliant e brochure informative; • pubblicazione di n. 1 quaderno tematico; • produzione gadget dedicati al Programma; • concorso fotografico; • partecipazione ad almeno una manifestazione fieristica; • realizzazione di almeno n. 3 convegni/workshop; • realizzazione di campagne pubblicitarie sia sui social network che sui media tradizionali (televisione, radio, stampa) • eventi di sensibilizzazione nelle scuole • Festa dell'Europa
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE	Le azioni di comunicazione del PON Infrastrutture e Reti coinvolgono un target piuttosto ampio che

	comprende: • Opinione pubblica; • Parti economiche e sociali; • Autorità locali; • Beneficiari; • Stampa e opinion leader. Scopo dell'attività di comunicazione è quello di informare i diversi target in relazione agli interventi realizzati nelle regioni obiettivo Convergenza e alle positive ricadute degli stessi sul sistema economico di tutto il Paese.
PERIODO DI DIFFUSIONE	L'attività di comunicazione del PON Infrastrutture e Reti 2014-2020 si concluderà il 31/12/2023.
BUDGET DEDICATO	//
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICAZIONI DI VALUTAZIONE	L'attività di comunicazione, come ogni attività di Assistenza Tecnica prevista dal Programma è soggetta al vaglio di un Valutatore indipendente ed oggetto di un monitoraggio finanziario periodico.
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	Sono previste forme di collaborazione con la Commissione Europea, il Ministero dello Sviluppo Economico, gli Enti attuatori (RFI, ENAC, ENAV, ANAS, AUTORITA' PORTUALI).
NOME STRUTTURA	Direzione Generale per lo sviluppo del territorio, la programmazione ed i progetti internazionali – Div. 2.
NOME RESPONSABILE	Dott.ssa Angela Catanese Tel.: 06/44122446 E-mail: angela.catanese@mit.gov.it
NOME REFERENTE	Dott. Francesco Corso – Responsabile del Procedimento Contratto per il “Servizio di informazione e comunicazione del PON Infrastrutture e Reti 2014-2020” Tel.: 06/44122221 E-mail: francesco.corso@mit.gov.it Arch. Francesca Cupiraggi – Direttore dell'esecuzione Contratto per il “Servizio di informazione e comunicazione del PON Infrastrutture e Reti 2014-2020” Tel.: 06/44126150 E-mail: francesca.cupiraggi@mit.gov.it Dott.ssa Alessia Pandolfi – Collaboratore Tel.: 06/44123239 E-mail: alessia.pandolfi@mit.gov.it

		SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE
PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE		La Pianificazione dello Spazio Marittimo deve presupporre il “Sistema Mare” quale organico governo delle istanze e delle esigenze in un’ottica di sviluppo sostenibile derivante dalle molteplici attività umane che interessano gli spazi marini e del loro riverbero nelle relazioni dell’Italia con il Mediterraneo come attore leader. La pianificazione quindi intende contribuire allo sviluppo sostenibile dei settori energetici del mare, dei trasporti marittimi, della pesca e dell’acquacoltura per la conservazione, la tutela ed il miglioramento dell’ambiente, compresa la resilienza dell’impatto del cambiamento climatico, promuovendo e garantendo la coesistenza dei pertinenti usi ed attività. Il D. Leg.vo 17/10/2016 n° 201, recepisce la Direttiva Europea 214/89/UE ed individua la Governance Nazionale nel Tavolo interministeriale di coordinamento, nel Comitato Tecnico e nell’Autorità competente. Il MIT, in qualità di Autorità competente, è tenuto a svolgere varie attività quali, tra le altre, la consultazione e la partecipazione attiva del pubblico nei procedimenti di elaborazione dei piani di gestione. La partecipazione ai processi di pianificazione è un elemento di fondamentale importanza che l’UE richiama in ogni occasione e parte dall’idea che un maggiore coinvolgimento e una più forte sensibilizzazione dei cittadini nell’uso degli spazi marittimi e costieri possa portare a far emergere conflitti presenti e potenziali e alla loro risoluzione.
TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE		Il mare unisce i paesi che separa – La Pianificazione dello Spazio Marittimo
MODALITA' DI COMUNICAZIONE		Trattandosi di Comunicazione che dovrebbe raggiungere la maggior parte dei cittadini anche non necessariamente specializzati, si propongono degli spot televisivi. Risulterebbe poi utile accompagnare a tale tipo di campagna strumenti di comunicazione specializzata, quali conferenze anche a livello internazionale e materiale informativo cartaceo e online.
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE		La campagna di comunicazione ha la finalità di un pieno coinvolgimento della popolazione interessata alle potenzialità di sviluppo delle attività marine, prevenendo conflitti per l’uso dello spazio e assicurando allo stesso tempo un buono stato dell’ecosistema marino. L’Amministrazione intende

		così aumentare la fiducia per investimenti in infrastrutture ed in altre attività economiche e accrescere il coordinamento tra le Amministrazioni.
PERIODO DI DIFFUSIONE		Qualsiasi periodo dell'anno.
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE		Non si prevedono indicatori di controllo.
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI		Sarebbe utile una sinergia con il MATTM ed il MIBACT. Le risorse finanziarie da mettere a disposizione sono ritrovabili nei progetti europei Simwestmed e Supreme, che vedono quali beneficiari il MIT ed il MATTM.
NOME STRUTTURA		Direzione generale per la vigilanza sulle Autorità portuali, le infrastrutture portuali ed il trasporto marittimo e per vie d'acqua interne – Divisione 6 - Sistemi Integrati nel trasporto marittimo e nei porti.
NOME RESPONSABILE		Dott. Eugenio Minici E-mail: eugenio.minici@mit.gov.it - Tel. 06 5908 4815
NOME REFERENTE		Dott.ssa Maria Cristina Zuchi E-mail: mariacristina.zuchi@mit.gov.it - Tel. 06 5908 4533 Dott. Roberto Spadafora E-mail: roberto.spadafora@mit.gov.it - Tel. 06 5908 4218

		SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE DI COMUNICAZIONE
PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE		Aggiornamento e miglioramento degli strumenti comunicativi e normativi già in uso per migliorare la sicurezza della navigazione, la salute e la sicurezza dei lavoratori del settore marittimo, in adempimento a quanto previsto dalla Convenzione OIL MLC del 2006 e dalle priorità politiche individuate per l'attività ministeriale di cui al decreto 20 luglio 2017, n. 373.
TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE		Disseminazione studi sulla sicurezza
MODALITA' DI COMUNICAZIONE		Per migliorare la divulgazione delle analisi e studi effettuati, è stata richiesta alla DG SIS competente per la comunicazione istituzionale la disponibilità di codici ISBN da assegnare alle predette pubblicazioni. È inoltre prevista la diffusione delle stesse attraverso i seguenti canali: - pubblicazione in formato elettronico sul sito istituzionale del Ministero; - se consentito dalla disponibilità di fondi, divulgazione di pubblicazioni cartacee, verso i vertici politici e amministrativi, gli uffici operativi e gli stakeholders del settore marittimo; - se consentito dalla disponibilità di fondi, convegni e workshop sul tema della sicurezza in mare, anche d'intesa con altre amministrazioni/enti di settore; - invio al sistema bibliotecario del Ministero e deposito legale delle pubblicazioni presso il sistema bibliotecario centrale e regionale.
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE		Obiettivo precipuo delle attività di comunicazione previste è di fornire elementi informativi sui rischi per la navigazione e lavorativi presenti per le diverse unità navali e sviluppare la consapevolezza delle best practices in materia di sicurezza della navigazione e sicurezza del lavoro a bordo delle navi, in modo da permettere di acquisire tutte le informazioni indispensabili all'Amministrazione ed agli operatori di settore, sia per migliorare l'attività di prevenzione attraverso il miglioramento e perfezionamento delle attività di monitoraggio e vigilanza nel settore marittimo, nonché per agevolare l'adozione delle scelte migliori per l'individuazione delle proposte di intervento per la revisione degli strumenti normativi ed operativi finalizzate, per quanto possibile, a mitigare i rischi di sinistri marittimi, in linea con le esigenze dei

		cittadini e delle imprese, e conformemente alle priorità politiche individuate per l'attività ministeriale di cui al decreto 15 giugno 2016, n. 212, in modo da offrire un contributo sempre più efficace al servizio del Paese.
PERIODO DI DIFFUSIONE		Secondo semestre 2018
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE		Prima della pubblicazione e diffusione degli strumenti di comunicazione, la valutazione della qualità ed efficacia delle pubblicazioni viene effettuata d'intesa con l'Ufficio Statistico del Ministero. Si prevede inoltre una valutazione della campagna successivamente alla divulgazione delle pubblicazioni, attraverso i commenti e feedback provenienti dagli operatori e stakeholder del settore.
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI		Capitanerie di porto, Ufficio di Statistica, INAIL.
NOME STRUTTURA		Direzione generale per la vigilanza sulle Autorità portuali, le infrastrutture portuali ed il trasporto marittimo e per vie d'acqua interne – Divisione 6 - Sistemi Integrati nel trasporto marittimo e nei porti.
NOME RESPONSABILE		Dott. Eugenio Minici E-mail: eugenio.minici@mit.gov.it - Tel. 06 5908 4815
NOME REFERENTE		Dott.ssa Maria Cristina Zuchi E-mail: mariacristina.zuchi@mit.gov.it - Tel. 06 5908 4533 Dott. Roberto Spadafora E-mail: roberto.spadafora@mit.gov.it - Tel. 06 5908 4218

	SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE DI COMUNICAZIONE
PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	In continuità con le precedenti fasi è prevista la realizzazione di una nuova Campagna di comunicazione istituzionale sulla Sicurezza stradale dal claim "Sulla buona Strada". Sono previste altresì iniziative collaterali finalizzate a rafforzare particolari aspetti del messaggio di comunicazione anche in relazione con le attività di educazione stradale.
TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Campagna di comunicazione istituzionale "Sulla buona Strada".
MODALITA' DI COMUNICAZIONE	La diffusione della campagna avverrà, oltre che sugli spazi gratuiti di comunicazione istituzionale delle reti RAI., anche su tutti gli altri media (TV – Stampa – Web – Radio – Affissioni). E' prevista l'adozione di una social media strategy.
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE	L'azione di comunicazione ha come obiettivo quello di sensibilizzare il target di riferimento su comportamenti e situazioni di circolazione maggiormente a rischio al fine di raggiungere una maggiore consapevolezza della necessità di adottare condotte di guida sicure. Target di riferimento della campagna saranno tutti gli utenti della strada di volta in volta direttamente interessati dallo specifico rischio oggetto del messaggio. Gli argomenti oggetto di comunicazione sono: distrazione alla guida con particolare attenzione all'uso del cellulare; sistemi di ritenuta sedili anteriori e/o posteriori; sistemi di ritenuta per i bambini; utenti deboli.
PERIODO DI DIFFUSIONE	Nel corso dell'anno 2018 e nei primi mesi del 2019.
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	E' prevista un'attività di monitoraggio per la misurazione della campagna con interventi pre, durante e post la messa in onda, con l'utilizzo degli strumenti più idonei da individuare al momento della progettazione del questionario.
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	In sinergia con i partner di volta in volta eventualmente interessati.
NOME STRUTTURA	Direzione Generale per la Sicurezza Stradale – Divisione 3

NOME RESPONSABILE	Dott.ssa Paola Calamani Tel 06/41586655; fax: 06/41586623 E-mail: paola.calamani@mit.gov.it
NOME REFERENTE	Dott.ssa Laura Fristachi Tel.: 06/41586658 E-mail: laura.fristachi@mit.gov.it

		SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE
PRESENTAZIONE DELLE INIZIATIVE DI COMUNICAZIONE		In sinergia e coerenza con la campagna istituzionale di sicurezza stradale “Sulla buona Strada” promossa dalla DG per la Sicurezza Stradale, gli uffici periferici del MIT declinano in maniera più capillare sul territorio progetti di educazione e sicurezza stradale, differenziandoli a seconda di target. Alcuni titoli delle iniziative in programma sono: “Strade da Amare: a scuola di sicurezza” “Strade da Amare on the road” “Anzia ... Moci in Sicurezza” “La prevenzione degli incidenti: Conoscenze, abitudini ed emozioni” Film “Strade da amare. La scelta giusta” FORUM della mobilità sicura, responsabile e sostenibile Educare alla Sicurezza Stradale i cittadini immigrati e stranieri. Sono tutti progetti integrati di educazione alla sicurezza stradale, rivolto agli studenti di età compresa tra i 10 e i 19 anni delle Scuole della Regione Campania. Giunto alla sesta edizione, il progetto si articola in una serie di attività educative, formative e di comunicazione. Per gli studenti delle scuole superiori, i laboratori didattici si svilupperanno attorno alla proiezione del film “Strade da amare. La scelta giusta”, prodotto dalla Direzione Generale Territoriale del Sud del MIT. “Strade da Amare: a scuola di sicurezza” è coerente con i principali riferimenti normativi emanati dal Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti e con gli obiettivi della Campagna Nazionale “Sulla Buona Strada”, promossa dalla Direzione Generale per la Sicurezza Stradale del MIT.
TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE		I titoli varieranno a seconda dell'iniziativa

MODALITA' DI COMUNICAZIONE	Ai fini della comunicazione saranno utilizzati i media tradizionali (TV – Stampa – Social network- Radio) e i Social network capaci di dare forte risalto e visibilità al progetto. Il lancio e la conclusione dei progetti saranno supportati dall'organizzazione di uno o più evento di comunicazione (conferenza stampa/manifestazione /flash mob, ecc...) mirati a creare l'attenzione sul progetto e sui temi della sicurezza stradale. È prevista la realizzazione - sul tema specifico della mobilità sicura e responsabile sulle strade - di materiale informativo, la realizzazione di focus-group, indagini comportamentali, workshop, concorsi, ecc...).
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE	Il target di riferimento è costituito da docenti, studenti, esperti e imprese di settore, amministratori, politici, anziani, cittadini stranieri e appartenenti alle diverse comunità presenti. Il progetto si propone di: - Incrementare la sensibilizzazione alla sicurezza stradale dei cittadini stranieri residenti. - Aumentare le informazioni e le conoscenze dei cittadini stranieri relative al codice stradale - Migliorare le informazioni riguardo alle norme di circolazione e alla documentazione necessaria per la guida Il progetto prevede una serie di attività di informazione, formazione e comunicazione, tra le quali: - Campagna di informazione e sensibilizzazione sul tema "sicurezza stradale" con modalità individuate in collaborazione con i partecipanti del corso - Incontri tra le comunità straniere e la Polizia Municipale - Materiale informativo nelle principali lingue Il progetto si colloca nell'ambito dell'area " Promozione di comportamenti cooperativi e responsabilità individuali e sociali" e " Diffusione della conoscenza".
PERIODO DI DIFFUSIONE	Gennaio-Dicembre 2018
EVENTUALI AZIONI DI MONITORAGGIO, SE PREVISTE	Il progetto prevede una fase di valutazione e monitoraggio che viene realizzata tramite questionari iniziali e finali e interviste ai partecipanti dei singoli incontri e momenti di momenti di interazione e di scambio con pubblico.

SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	Sinergie operative con: - MIT - Direzione Generale della Sicurezza Stradale - I soggetti Istituzionali e associativi del Tavolo Tecnico Interistituzionale per la Sicurezza Stradale in Campania, istituito dalla Direzione Generale Territoriale del Sud - Scuole; - Amministrazioni Locali; - Altro
NOME STRUTTURA	Direzione Generale Territoriale del Sud
NOME RESPONSABILE	Ciro Saverio Romano cirosaverio.romano@mit.gov.it 081 19706225
NOME REFERENTE	Ciro Saverio Romano cirosaverio.romano@mit.gov.it 081 19706225

	SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE DI COMUNICAZIONE
PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Diffusione informazione tramite canali televisivi.
TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Approfondimento ed informazione sul settore autotrasporto.
MODALITA' DI COMUNICAZIONE	Spazi televisivi di informazione legati al mondo dell'autotrasporto
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE	a) Obiettivi e target: fornire una informazione puntuale sulle problematiche inerenti il settore, sulla normativa vigente e la sua evoluzione e sull'iniziativa politiche e sindacali; b) contenuti: spazio di approfondimento dedicati alla sicurezza stradale, alla professione di autotrasportatore e alle regole del settore
PERIODO DI DIFFUSIONE	Gennaio - Dicembre 2018.
BUDGET DEDICATO	€ 200.000,00 oltre IVA
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	Verifica delle messe in onda e del target raggiunto mediante indicatori disponibili
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	Non Previsti
NOME STRUTTURA	Comitato Centrale Albo Nazionale Autotrasportatori di cose per conto di terzi
NOME RESPONSABILE	Maria Teresa Di Matteo Mail: albo.autotrasporto@mit.gov.it Tel. 06.41584525 Fax 0641584517
NOME REFERENTE	Luigi Tarquini Mail: luigi.tarquini@mit.gov.it Tel. 06.41584520 Fax 0641584517

	SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE
PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Organizzazione di manifestazioni e partecipazione a rassegne speciali, fiere e congressi.
TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Organizzazione iniziative sul ruolo dell'Albo degli Autotrasportatori.
MODALITA' DI COMUNICAZIONE	Materiale informativo cartaceo, eventi, conferenze, giornate dedicate, congressi, convegni
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE	a) Obiettivi e target: fornire una informazione puntuale sulle attività e problematiche inerenti il settore, sulla normativa vigente e la sua evoluzione e sulle iniziative politiche e sindacali; b) Contenuti: spazi di approfondimento dedicati al settore dell'autotrasporto, alla professione di autotrasportatori e alle regole del settore stesso.
PERIODO DI DIFFUSIONE	Gennaio – Dicembre 2018.
BUDGET DEDICATO	€30.000,00 oltre IVA
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	Non Previste
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	Non Previsti
NOME STRUTTURA	Comitato Centrale Albo Nazionale Autotrasportatori di cose per conto di terzi
NOME RESPONSABILE	Maria Teresa Di Matteo Mail: albo.autotrasporto@mit.gov.it Tel. 06.41584525 Fax 0641584517
NOME REFERENTE	Luigi Tarquini Mail: luigi.tarquini@mit.gov.it Tel. 06.41584520 Fax 06.41584517

	SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE
PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Diffusione messaggi di comunicazione istituzionale, di utilità sociale e di pubblico interesse.
TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Messaggi sul ruolo e l'importanza dell'Autotrasporto e sulla promozione dell'attività di impresa del settore.
MODALITA' DI COMUNICAZIONE	Diffusione sui canali televisivi, circuiti cinematografici, web, social networks, stampa e affissioni
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE	a) Obiettivi e target: inviare al pubblico messaggio di comunicazione e sensibilizzazione per trasmettere l'importanza fondamentale dell'autotrasporto in Italia; b) Contenuti: spazi di approfondimento dedicati al settore dell'autotrasporto, alla professione di autotrasportatori e alle regole del settore stesso.
PERIODO DI DIFFUSIONE	Gennaio – Dicembre 2018.
BUDGET DEDICATO	€ 500.000,00 oltre IVA
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	Verifica della messa in onda e del target raggiunto mediante indicatori disponibili
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	Non Previsti
NOME STRUTTURA	Comitato Centrale Albo Nazionale Autotrasportatori di cose per conto di terzi
NOME RESPONSABILE	Maria Teresa Di Matteo Mail: albo.autotrasporto@mit.gov.it Tel. 06.41584525 Fax 0641584517
NOME REFERENTE	Luigi Tarquini Mail: luigi.tarquini@mit.gov.it Tel. 06.41584520 Fax 0641584517

	SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE
PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Diffusione informazione tramite canali radiofonici
TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Approfondimento e informazione su settore autotrasporto
MODALITA' DI COMUNICAZIONE	Spazi radiofonici di informazione legate al mondo dell'autotrasporto
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE	a) Obiettivi e target: fornire una informazione puntuale sulle problematiche inerenti il settore, sulla normativa vigente e la sua evoluzione e sulle iniziative politiche e sindacali; b) Contenuti: spazi di approfondimento dedicati alla sicurezza stradale, alla professione di autotrasportatore e alle regole del settore
PERIODO DI DIFFUSIONE	Gennaio – Dicembre 2018.
BUDGET DEDICATO	€ 360.000,00 oltre IVA
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	Non Previste
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	Non Previsti
NOME STRUTTURA	Comitato Centrale Albo Nazionale Autotrasportatori di cose per conto di terzi
NOME RESPONSABILE	Maria Teresa Di Matteo Mail: albo.autotrasporto@mit.gov.it Tel. 06.41584525 Fax 0641584517
NOME REFERENTE	Luigi Tarquini Mail: luigi.tarquini@mit.gov.it Tel. 06.41584520 Fax 0641584517

	SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE
PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Pubblicazione rivista mensile
TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Periodico del Comitato Centrale per l'Albo nazionale degli autotrasportatori di cose per conto di terzi "TIR"
MODALITA' DI COMUNICAZIONE	Diffusione informazione a mezzo stampa e attraverso canali digitali
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE	a) Obiettivi e Target: inviare a tutte le imprese iscritte all'Albo una comunicazione approfondita mensile dedicata all'intero mondo dell'autotrasporto e, in particolare, all'attività del Comitato Centrale dell'Albo, con approfondimenti, interviste e rubriche; b) Contenuti: Analisi, indagini, interviste ad esponenti politici ed amministrativi e a rappresentanti delle associazioni di categoria: Fisco, Normativa, Scadenze, Notizie dall'Europa ecc.
PERIODO DI DIFFUSIONE	Gennaio – Dicembre 2018.
BUDGET DEDICATO	€ 600.000,00 oltre IVA
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	Non Previste
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	Non Previsti
NOME STRUTTURA	Comitato Centrale Albo Nazionale Autotrasportatori di cose per conto di terzi
NOME RESPONSABILE	Maria Teresa Di Matteo Mail: albo.autotrasporto@mit.gov.it Tel. 06.41584525 Fax 0641584517
NOME REFERENTE	Luigi Tarquini Mail: luigi.tarquini@mit.gov.it Tel. 06.41584520 Fax 0641584517

	SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE
PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Nell'ambito della comunicazione del Provveditorato Interregionale alle Opere Pubbliche per Campania – Molise - Puglia - Basilicata si intende realizzare un incontro finalizzato ad avvicinare gli studenti universitari alla Pubblica Amministrazione, in particolar modo al Provveditorato alle OO. PP. Focus dell'evento sarà fornire una migliore comprensione sulla complessità di realizzazione di un'opera pubblica. Il tema sarà trattato attraverso esperienze concrete raccontate da alcuni ospiti, arricchito da un dialogo tra relatori e matricole. Evento rivolto particolarmente agli iscritti ad Ingegneria ed Architettura. Tale iniziativa intende conseguire le finalità di comunicazione previste dalla legge 150/00 all'Art. 1 (Comma 5 – b/c): “Illustrare le attività delle istituzioni e il loro funzionamento; favorire l'accesso ai servizi pubblici, promuovendone la conoscenza”.
TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Tale iniziativa di comunicazione è denominata: “LA CITTÀ DI DOMANI NASCE OGGI. Dialogo tra Universitari e Provveditorato sulla creazione di un'Opera Pubblica”.
MODALITA' DI COMUNICAZIONE	I mezzi di comunicazione che si intendono utilizzare sono i seguenti: - Newsletter da inviare ai contatti dell'Ufficio Stampa per promuovere la suddetta iniziativa; - bacheca virtuale sul sito internet del Provveditorato alle OO.PP; - Realizzazione di locandine/manifesti; - Comunicati stampa e relative rassegne; - Utilizzo di Social Network per la promozione dell'intera iniziativa. Il lavoro di redazione e organizzazione sarà svolto dall'Ufficio Stampa e Comunicazione del Provveditorato, composto dai tirocinanti che prestano e/o che hanno prestato servizio presso suddetto Ufficio.
	La finalità della presente iniziativa è quella di creare

OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE	un focus di attenzione su uno dei temi fondamentali della Pubblica Amministrazione quale la costruzione di un'opera pubblica, con l'obiettivo di chiarirne alcuni dubbi sulla sua complessità. Destinatari dell'iniziativa sono gli studenti universitari, in particolar modo delle facoltà di Ingegneria ed Architettura. La legge 150/2000 prevede: "Le attività di informazione e di comunicazione sono, in particolare, finalizzate a: illustrare le attività delle istituzioni e il loro funzionamento e a promuovere conoscenze allargate e approfondite su temi di rilevante interesse pubblico e sociale". (Art. 1, Comma 5 b/d).
PERIODO DI DIFFUSIONE	Evento singolo previsto per Marzo 2018
BUDGET DEDICATO	Il budget previsto per la suddetta iniziativa (5.000 €) servirà per coprire i costi relativi all'organizzazione della conferenza, alle spese logistiche e ad un eventuale rimborso spese per i tirocinanti che collaboreranno attivamente alla realizzazione dell'incontro.
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	Al fine di valutare l'efficacia dell'iniziativa di comunicazione verranno esaminate le pubblicazioni relative all'evento su tutti i media e sarà inoltre proposto un post-test e delle interviste agli studenti che parteciperanno all'incontro al fine di verificare le conoscenze acquisite durante l'incontro.
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	Collaborazioni in sinergia con Amministrazioni Enti, Ordini Professionali, Associazioni di settore e Università che hanno promosso l'incontro.
NOME STRUTTURA	Provveditorato Interregionale alle Opere Pubbliche Campania, Molise, Puglia e Basilicata.
NOME RESPONSABILE	Il Provveditore Dott. Ing. Roberto Daniele
NOME REFERENTE	Dott.ssa Clarissa Campodonico ufficiostampa.ooppna@mit.gov.it 0815692264/65

	SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE
PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Il Corpo delle Capitanerie di porto - Guardia Costiera svolge, già da qualche anno iniziative promozionali e di comunicazione volte a far conoscere i suoi molteplici compiti, allo scopo di sensibilizzare la collettività sulle tematiche legate all'ambiente e alla salvaguardia dell'ecosistema marino, alla sicurezza in mare e alla legalità. Per l'anno 2018, questo Comando Generale intende realizzare un filmato istituzionale che, con riferimento alla storia del Paese, correlata a quella del Corpo ed alle sue attività, contribuirebbe a rafforzare il senso di appartenenza e la coesione sociale, promuovendo la cultura del mare e dell'ambiente.
TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	<i>"Guardia Costiera: navighiamo verso il futuro"</i>
MODALITA' DI COMUNICAZIONE	La campagna di comunicazione mediante filmato istituzionale su DVD verrebbe promossa attraverso tutti i profili Social del Corpo (Youtube, Facebook, Twitter) a cui si unirebbe la distribuzione ai più importanti media nazionali e locali, e lo stesso verrebbe proiettato in occasione di conferenze dedicate ed eventi o progetti che il Corpo promuove durante le manifestazioni di settore e presso le varie Istituzioni.
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE	Un prodotto che in pochi minuti illustri, in modo semplice ed efficace, i compiti e gli impegni nazionali ed internazionali del Corpo, illustrando le attività degli uomini e dei mezzi della Guardia Costiera: ricerca e salvataggio in mare; ispezioni a bordo del naviglio mercantile, da pesca e da diporto; funzioni di Port State Control e di Maritime Security; protezione dell'ambiente marino; vigilanza sull'intera filiera della pesca a tutela delle risorse ittiche e dei consumatori; tutela del patrimonio storico, artistico e archeologico sommerso.
PERIODO DI DIFFUSIONE	Il filmato istituzionale potrà essere utilizzato durante l'intero corso dell'anno e in futuro, fin quando rimarrà in linea con le caratteristiche e le funzioni del Corpo.
BUDGET DEDICATO	La previsione del budget per la realizzazione del calendario ammonta indicativamente ad una cifra complessiva di circa 25.000 €, che comprenderebbe i costi di esecuzione da parte di cine operatori/fotografi professionisti di settore e la pubblicazione digitale.

AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	Si prevede l'utilizzo di indicatori di controllo e di strumenti di customer satisfaction successivi al progetto, per misurare sia i risultati immediati della presentazione del filmato (ad esempio, sottoponendo questionari di gradimento ai vari utenti), sia i risultati di lungo periodo sull'utilità della campagna di comunicazione in argomento tramite il web (inserendo il filmato sul sito istituzionale della Guardia Costiera e sui social network utilizzati dal Corpo: Youtube, Facebook, Twitter, Google+) verificando successivamente le relative visualizzazioni e i commenti; tramite verifica della messa in onda e divulgazione da parte dei media.
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	Le Capitanerie di porto – Guardia costiera dipendono funzionalmente dal Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti, per cui svolgono compiti di tutela della sicurezza della navigazione; inoltre assolvono compiti istituzionali per altri Dicasteri - come il Ministero dell'Ambiente e della tutela del Territorio e del Mare e il Ministero delle politiche Agricole, Alimentari e Forestali - che la campagna di comunicazione provvederebbe a valorizzare tra tutti i cittadini ed utenti del mare.
NOME STRUTTURA	Corpo delle Capitanerie di Porto - Guardia Costiera
NOME RESPONSABILE	Cosimo Nicastro Tel. 06/5908.4877 E-mail: guardiacostiera@guardiacostiera.it
NOME REFERENTE	Cosimo Nicastro Tel. 06/5908.4877 E-mail: guardiacostiera@guardiacostiera.it

		SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE														
PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE		Il Corpo delle Capitanerie di porto – Guardia Costiera svolge iniziative promozionali e di comunicazione volte a far conoscere i suoi molteplici compiti, allo scopo di sensibilizzare la collettività sulle tematiche legate all’ambiente e alla salvaguardia dell’ecosistema marino, alla sicurezza in mare e alla legalità. Anche per l’anno 2018 questo Comando Generale intende partecipare con un proprio spazio espositivo, ad eventi di rilevanza internazionale in tema nautico, quali il Salone Nautico di Genova, la Barcolana di Trieste e l’EUDI Show. Gli eventi anzidetti costituiscono un appuntamento significativo di rilevanza strategica nel settore della nautica e della subacquea, in occasione dei quali sussisterebbe l’opportunità di offrire alle decine di migliaia di visitatori informazioni utili sull’attività del Corpo e sulle buone norme di comportamento in mare, promuovendo la cultura della sicurezza e dell’ambiente.														
TITOLO DELL’INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE		Le iniziative di comunicazione faranno rimando all’evento principale nell’ambito del quale si svolgeranno, rispettivamente Salone Nautico, Barcolana, EUDI Show.														
MODALITA’ DI COMUNICAZIONE		La campagna di comunicazione, sottesa alla promozione della presentazione del Corpo con un proprio stand, si svolgerà attraverso i consueti canali social impiegati dal Corpo, nonchè attraverso il coinvolgimento dei media nazionali e con la presenza di personale del Corpo in loco, a disposizione degli utenti per promuovere la sicurezza in mare e il rispetto del patrimonio ambientale. Tali attività proseguiranno anche in concomitanza allo svolgimento degli eventi in questione, attraverso il contatto diretto con appassionati e visitatori.														
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE		Obiettivo dell’iniziativa è quello di accrescere la conoscenza dei compiti istituzionali del Corpo, avvicinando utenti di tutte le età alle tematiche della sicurezza in mare e della tutela dell’habitat marino.														
PERIODO DI DIFFUSIONE		L’allestimento degli stand avverrà nell’ambito degli eventi citati, che si terranno rispettivamente a Marzo (l’EUDI Show), Settembre (Salone Nautico) ed Ottobre (Barcolana).														
BUDGET DEDICATO		La previsione del budget per la realizzazione degli stand <table><tr><td>-Allestimento stand</td><td>€ 32.000</td></tr><tr><td>-Gadget</td><td>€ 6.000</td></tr><tr><td>-Materiale pubblicitario</td><td>€ 1.000</td></tr><tr><td>-Trasporti</td><td>€ 1.000</td></tr><tr><td>-Mezzi e personale</td><td>€ 10.000</td></tr><tr><td>-----</td><td></td></tr><tr><td>Budget per ciascuna manifestazione</td><td>€ 50.000</td></tr></table>	-Allestimento stand	€ 32.000	-Gadget	€ 6.000	-Materiale pubblicitario	€ 1.000	-Trasporti	€ 1.000	-Mezzi e personale	€ 10.000	-----		Budget per ciascuna manifestazione	€ 50.000
-Allestimento stand	€ 32.000															
-Gadget	€ 6.000															
-Materiale pubblicitario	€ 1.000															
-Trasporti	€ 1.000															
-Mezzi e personale	€ 10.000															

Budget per ciascuna manifestazione	€ 50.000															

AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE		Si prevede l'utilizzo di indicatori di controllo e di strumenti di customer satisfaction al termine di ogni specifica iniziativa, per misurarne i ritorni sia nell'immediato, sia nel medio-lungo periodo in relazione alla campagna di comunicazione attuata (tramite il web, promuovendo le iniziative sul sito istituzionale della Guardia Costiera e sui social network utilizzati dal Corpo: Youtube, Facebook, Twitter, Google+). A ciò si aggiungerebbe la somministrazione di questionari nel corso di specifici incontri con la stampa di settore.
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI		Le Capitanerie di porto – Guardia Costiera dipendono funzionalmente da molteplici Dicasteri, per i quali svolgono diversi compiti, che le campagne di comunicazione provvederebbero a valorizzare. Specificatamente, rispetto ai diversi contesti espositivi, sarà sottolineata la specifica dipendenza funzionale dal Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti, nonché dal Ministero delle politiche Agricole, Alimentari e Forestali e del Ministero dell'Ambiente e della tutela del Territorio e del Mare. Saranno valorizzati gli aspetti delle competenze del Corpo in materia di pesca, sicurezza della navigazione e tutela ambientale.
NOME STRUTTURA		Corpo delle Capitanerie di Porto - Guardia Costiera
NOME RESPONSABILE		Cosimo Nicastro Tel. 06/5908.4877 E-mail: guardiacostiera@guardiacostiera.it
NOME REFERENTE		Cosimo Nicastro Tel. 06/5908.4877 E-mail: guardiacostiera@guardiacostiera.it

	SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE
PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Il Corpo delle Capitanerie di porto – Guardia Costiera svolge iniziative promozionali e di comunicazione volte a far conoscere i suoi molteplici compiti, allo scopo di sensibilizzare la collettività sulle tematiche legate alla sicurezza in mare e al rispetto della legalità. Come nel passato, anche per l'anno 2018, questo Comando Generale intende valorizzare l'operazione "Mare Sicuro" che ogni anno, da giugno a settembre, vede la Guardia Costiera mettere in campo il massimo sforzo profondibile in termini di uomini e mezzi, impiegando giornalmente circa 3.000 uomini e donne e oltre 300 mezzi navali distribuiti capillarmente sui litorali nazionali e anche sui laghi di Garda e Maggiore a tutela della sicurezza degli utenti del mare, dell'habitat marino e della filiera ittica.
TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	"Mare sicuro 2018" è il nome della campagna di comunicazione avviata contestualmente all'omonima operazione estiva della Guardia Costiera che, ormai da venticinque anni, consente ai milioni di utenti del mare che affollano gli 8.000 km di coste del Paese, di trascorrere il proprio tempo a mare e sulle spiagge all'insegna della tranquillità e della sicurezza.
MODALITA' DI COMUNICAZIONE	La campagna di comunicazione sarà promossa attraverso i consueti canali social impiegati dal Corpo (Youtube, Facebook, Twitter), nonché attraverso il coinvolgimento costante dei media nazionali e locali; la campagna, inoltre, verrà lanciata da specifiche conferenze stampa e promossa durante le manifestazioni di settore, con il coinvolgimento delle scuole, per sensibilizzare i giovani sulla sicurezza in mare e sul rispetto dell'ambiente.
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE	Aumentare il livello di sicurezza e legalità, accrescendo la consapevolezza dei cittadini e dei milioni di turisti che scelgono i mari ed i principali laghi italiani per le loro vacanze, attraverso campagne informative e di prevenzione nei settori d'interesse: sicurezza in mare, protezione dell'ambiente marino e vigilanza sull'intera filiera della pesca per garantire al consumatore la scelta di un prodotto certificato.
PERIODO DI DIFFUSIONE	La campagna di comunicazione inizierà alla vigilia della stagione estiva con la presentazione dell'iniziativa in conferenza stampa e si protrarrà per tutto lo svolgimento dell'operazione, attraverso un costante monitoraggio e la valorizzazione delle singole attività svolte dai Comandi territoriali, con un'analisi conclusiva dei risultati e la loro successiva presentazione in conferenza stampa durante gli eventi nautici più importanti (Salone Nautico, Barcolana etc.)

BUDGET DEDICATO	La previsione del budget per la realizzazione della campagna di comunicazione <table> <tr> <td>-Conferenza stampa nazionale di apertura</td><td>€ 5.000</td></tr> <tr> <td>-Materiale pubblicitario</td><td>€ 15.000</td></tr> <tr> <td></td><td>-----</td></tr> <tr> <td>Budget complessivo</td><td>€ 20.000</td></tr> </table>	-Conferenza stampa nazionale di apertura	€ 5.000	-Materiale pubblicitario	€ 15.000		-----	Budget complessivo	€ 20.000
-Conferenza stampa nazionale di apertura	€ 5.000								
-Materiale pubblicitario	€ 15.000								

Budget complessivo	€ 20.000								
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	Si prevede l'utilizzo di indicatori di controllo e di strumenti di customer satisfaction nel corso dell'intera campagna, per avere contezza dei ritorni della presentazione dell'operazione sia nell'immediato, sia nel medio-lungo periodo: canali social del Corpo (Youtube, Facebook, Twitter, Google+); confronto diretto con gli utenti e raccolta di questionari di gradimento diffusi in occasione di iniziative di settore; analisi della stampa nazionale e locale.								
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	Le Capitanerie di porto - Guardia costiera dipendono funzionalmente dal Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti, per cui svolgono compiti di tutela della sicurezza della navigazione, ed assolvono compiti istituzionali anche per altri Dicasteri - come il Ministero dell'Ambiente e della tutela del Territorio e del Mare e il Ministero delle politiche Agricole, Alimentari e Forestali - che la campagna di comunicazione provvederebbe a valorizzare tra tutti i cittadini e gli utenti del mare.								
NOME STRUTTURA	Corpo delle Capitanerie di Porto - Guardia Costiera								
NOME RESPONSABILE	Cosimo Nicastro Tel. 06/5908.4877 E-mail: guardiacostiera@guardiacostiera.it								
NOME REFERENTE	Cosimo Nicastro Tel. 06/5908.4877 E-mail: guardiacostiera@guardiacostiera.it								

		SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE
PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE		Come in passato, anche durante il prossimo anno, questo Comando Generale intende realizzare un calendario istituzionale della Guardia Costiera, finalizzato a valorizzare l'immagine e il lavoro del Corpo a tutela del cittadino e del bene-mare inteso nell'accezione più ampia. Il Calendario istituzionale, infatti, rappresenta un'opportunità preziosa per portare nelle case e negli uffici di migliaia di utenti e cittadini la Guardia Costiera, costituendo una finestra sulla vita del Corpo e dei suoi 11.000 uomini e donne a servizio della collettività.
TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE		<i>"Calendario Guardia Costiera 2019"</i>
MODALITA' DI COMUNICAZIONE		La campagna di comunicazione connessa alla pubblicazione del Calendario istituzionale prevedrebbe l'utilizzo dei consueti profili social del Corpo, nonché il possibile lancio dello stesso mediante una conferenza stampa ovvero attraverso la partecipazione a eventi e iniziative sul tema marittimo, attinenti la tutela dell'ambiente marino e costiero, la pesca, la sicurezza in mare e sulle spiagge.
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE		Sollecitare tra gli internauti e gli utenti del mare la conoscenza di tutte le attività della Guardia Costiera, avvicinando soprattutto i più giovani alle tematiche della sicurezza in mare, dell'ambiente, della pesca e del mondo marittimo, come risorse da valorizzare in chiave futura ed internazionale.
PERIODO DI DIFFUSIONE		Il calendario della Guardia Costiera si riferirà al 2019 e sarà diffuso a partire dal prossimo autunno 2018.
BUDGET DEDICATO		La previsione del budget per la realizzazione del calendario ammonta indicativamente ad una cifra complessiva di circa 35.000 €, che comprenderebbe i costi di esecuzione da parte di fotografi professionisti di settore di servizi fotografici mirati, oltre alla pubblicazione e stampa del calendario.
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE		Si prevede l'utilizzo di indicatori di controllo e di strumenti di customer satisfaction in concomitanza al lancio dell'iniziativa e nel periodo immediatamente successivo alla distribuzione dello stesso per misurare i ritorni (tramite il web, promuovendo le iniziative sul sito istituzionale della Guardia Costiera e sui profili social utilizzati dal Corpo: Youtube, Facebook, Twitter, Google+).

SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	Le Capitanerie di porto - Guardia Costiera dipendono funzionalmente dal Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti, per cui svolgono compiti di tutela della sicurezza della navigazione, inoltre assolvono compiti istituzionali per altri Dicasteri - come il Ministero dell'Ambiente e della tutela del Territorio e del Mare e il Ministero delle politiche Agricole, Alimentari e Forestali - che il calendario provvederebbe a valorizzare sottolineandone la naturale sinergia.
NOME STRUTTURA	Corpo delle Capitanerie di Porto - Guardia Costiera
NOME RESPONSABILE	Cosimo Nicastro Tel. 06/5908.4877 E-mail: guardiacostiera@guardiacostiera.it
NOME REFERENTE	Cosimo Nicastro Tel. 06/5908.4877 E-mail: guardiacostiera@guardiacostiera.it