

Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti



Piano di comunicazione 2013

*Redatto da
approvato da
data*

DG per i Sistemi informativi, statistici e la comunicazione - Divisione 3
Dott. Renato Poletti
30 novembre 2012



Sommario

Dati informativi.....	3
1. Obiettivi del Piano	4
2. Scenario delle esigenze di comunicazione del MIT	4
3. Target di riferimento	4
4. Schede delle iniziative di comunicazione	4
Direzione generale per i sistemi informativi, statistici e la comunicazione.....	5
Commissione permanente per le gallerie	6
Direzione Generale per la Sicurezza Stradale.....	7
DG sviluppo del territorio, la programmazione ed i progetti internazionali.....	8

Dati informativi

MINISTERO	Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti
RESPONSABILE UFFICI DI COMUNICAZIONE	Dott. Renato Poletti Viale dell'Arte, 16 – 00144 Roma (RM) Telefono 06/5908.3240 Fax 06/5921.264 Email segreteria.dgsisc@mit.gov.it
PORTAVOCE	Email ufficio.stampa@mit.gov.it
CAPO UFFICIO STAMPA	Email ufficio.stampa@mit.gov.it
ALTRE FIGURE RESPONSABILI DI COMUNICAZIONE	Ing. Alberto Secchi Viale dell'Arte, 16 – 00144 Roma (RM) Telefono 06/5908.3220 Fax 06/5908.4851 Email alberto.secchi@mit.gov.it
REDAZIONE WEB	Ing. Alberto Secchi

1. Obiettivi del Piano

Scopo del piano di comunicazione è la *valorizzazione e promozione* del Ministero in modo che i destinatari delle azioni – siano essi cittadini, operatori del settore o Istituzioni – possano percepirne un’immagine integrata, omogenea e facilmente *riconoscibile*.

Inoltre può consentire una più corretta di programmazione e gestione delle azioni di comunicazione per il raggiungimento di specifici obiettivi dell’Amministrazione.

2. Scenario delle esigenze di comunicazione del MIT

La scarsità di fondi condiziona le attività di comunicazione dell’Amministrazione che, di fatto costretta a limitare le proprie iniziative alla campagna istituzionale per la sicurezza stradale “*Sulla buona strada*”, sta valutando l’utilizzo dei Social Network Sites (SNS) quale canale per la diffusione delle proprie iniziative.

A quanto sopra si affiancano le attività di comunicazione del programma europeo del *PON Reti e Mobilità*, finalizzate alla pubblicizzazione dei programmi europei e dei relativi interventi sulle infrastrutture del Sud Italiano, e quelle di portali tematici, quali:

- *www.ilportaledellautomobilista.it*, finalizzato alla normativa di settore sulla circolazione, alle informazioni sulla disciplina amministrativa dei veicoli e dei conducenti e alla fornitura di servizi on line dedicati agli utenti;
- *www.serviziocontrattipubblici.it*, per la divulgazione uniforme della specifica disciplina e per la gestione della comunicazione relativa ad avvisi e bandi di lavori pubblici tra gli enti appaltanti e gli operatori interessati;
- *www.alboautotrasporto.it*, impegnato sia nel suo compito istituzionale di formazione, tenuta e pubblicazione dell’Albo Nazionale, che in una campagna finalizzata al rilancio dell’immagine della categoria degli autotrasportatori.

3. Target di riferimento

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

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

4. Schede delle iniziative di comunicazione

Si riportano, nelle pagine che seguono, le schede delle iniziative di comunicazione fatte pervenire dalle vari strutture interessate

SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	
PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Il Dicastero adempie ai propri obblighi di comunicazione istituzionale delle attività da esso svolte principalmente attraverso il proprio portale www.mit.gov.it dal 30 giugno 2009. Precedentemente la stessa attività veniva svolta tramite due distinti portali che rappresentavano rispettivamente il Ministero delle Infrastrutture e quello dei Trasporti.
TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	www.mit.gov.it
MODALITA' DI COMUNICAZIONE	Comunicazione on line
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE	L'Amministrazione intende raggiungere tramite il sito web sia un target più ampio rappresentato dall'opinione pubblica, sia un target più ristretto costituito da operatori di settore nell'ambito delle infrastrutture e dei trasporti. I contenuti disponibili sul sito sono principalmente: organigramma, competenze e contatti, normativa, bandi, gare e concorsi, pubblicazioni, presentazione delle grandi opere infrastrutturali e di trasporti, albo dei richiami, calendario degli scioperi, statistiche periodiche in ambito motorizzazione, ecc.
PERIODO DI DIFFUSIONE	Il sito è disponibile per tutto l'anno.
BUDGET DEDICATO	Il sito è stato progettato e sviluppato dal personale interno all'Amministrazione, utilizzando software open source.
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	Viene effettuata periodicamente una elaborazione di statistiche sugli accessi alle pagine del sito ed un monitoraggio delle principali parole-chiave utilizzate nella funzionalità di ricerca. Inoltre, nella sezione dedicata alla trasparenza, è stata implementata una funzionalità che consente all'utente di indicare il proprio gradimento circa i contenuti presentati
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	Non sono previste attività in sinergia con altri Ministeri.
NOME STRUTTURA	Direzione generale per i sistemi informativi, statistici e la comunicazione
NOME RESPONSABILE	Dott. Renato Poletti - 06 5908 3240 - segreteria.dgsisc@mit.gov.it
NOME REFERENTE	Ing. Alberto Secchi - 06 5908 3220 - alberto.secchi@mit.gov.it

SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	
PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	La Commissione permanente per le gallerie, istituita presso il Consiglio Superiore dei Lavori Pubblici, svolge il ruolo di autorità amministrativa di controllo per tutte le gallerie situate sulla rete transeuropea e nel territorio nazionale, secondo quanto disposto nel DL 264/2006. Nel citato DL è prevista la periodica organizzazione di campagne di informazione riguardanti il corretto comportamento che gli utenti della strada devono adottare quando si avvicinano alle gallerie e le attraversano, soprattutto con riferimento a guasti dei veicoli, congestione del traffico, incidenti e incendi.
TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Campagna informativa per la sicurezza in galleria
MODALITA' DI COMUNICAZIONE	Diffusione attraverso organi di stampa tradizionali, spot audiovisivi diffusi sia attraverso canali mediatici standard (radio-televisione) che per mezzo di comunicazioni on-line (webTV, social network) rivolte particolarmente ad un pubblico più giovane. È inoltre prevista la partecipazione a convegni ed eventi di particolare risalto e aperti al pubblico (Forum PA).
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE	La campagna sarà rivolta agli utenti della strada col fine di promuovere comportamenti individuali responsabili e cooperativi, mostrando come tali comportamenti rappresentino elemento chiave della sicurezza propria e della collettività. Particolare attenzione sarà dedicata al comportamento da tenersi in caso di emergenze, illustrando come avvalersi delle principali dotazioni di sicurezza delle quali sono fornite le gallerie della rete.
PERIODO DI DIFFUSIONE	La diffusione avverrà con cadenza periodica attraverso i canali tradizionali (stampa/TV/radio), specie durante mesi estivi o in concomitanza di periodi festivi. I canali di comunicazione online, invece, verranno utilizzati in modo più continuativo, avendo riguardo a mantenere nel target di riferimento un adeguato livello di attenzione attraverso l'alternanza di differenti comunicazioni.
BUDGET DEDICATO	Il budget previsto è tra i 300.000 € e i 600.000 €.
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	Misurazione del raggiungimento degli obiettivi attraverso la valutazione, a campione, degli effetti generati nel target di riferimento (comprensione del messaggio, impatto emotivo, adozione dei comportamenti desiderati). Valutazione della correlazione fra misure effettuate e risorse investite per stima dell'efficacia dell'intervento e sua eventuale rimodulazione in vista di successive azioni. Saranno considerati indicatori di efficacia il ricordo, l'interpretazione, la comprensione dei contenuti e i sentimenti generati anche correlando tra loro alcuni di tali identificatori. Per la comunicazione on-line saranno previsti strumenti quali il contatore utenti e tasti "mi piace" per l'apprezzamento da parte degli stessi utenti
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	E' prevista solo una sinergia interna all'Amministrazione, individuando modalità e tempi di comunicazione anche in rapporto alla campagna sulla sicurezza stradale da parte della Direzione Generale sulla Sicurezza stradale.
NOME STRUTTURA	Commissione permanente per le gallerie
NOME RESPONSABILE	Arch. Ornella Segnalini - 06 4412 2123 - ornella.segnalini@mit.gov.it
NOME REFERENTE	id.

SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	
PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA	Con la campagna 2013 si intende proseguire sulla strada già tracciata dalle campagne del precedente triennio 2009/2010/2011, rafforzando e dando continuità al claim "Sulla buona strada".
TITOLO DELL'INIZIATIVA	Diffusione degli spot sul tema della Sicurezza Stradale realizzati a seguito di gara bandita nel corso del 2012.
TIPO DI INTERVENTO DI COMUNICAZIONE	La campagna che si andrà a realizzare sarà di tipo integrato, e utilizzerà tutti i media (TV – Stampa – Web – Radio – Affissioni).
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE	Target di riferimento della campagna saranno tutti gli utenti della strada. La campagna sarà orientata a rafforzare il claim e a sedimentare il messaggio di sicurezza stradale, con l'obiettivo di sollecitare ed aumentare il livello di attenzione sul tema.
PERIODO DI DIFFUSIONE	Nel corso della seconda metà dell'anno 2013.
BUDGET DEDICATO	Per la diffusione della campagna verranno utilizzati gli spazi gratuiti per la comunicazione istituzionale sulle reti RAI. Il budget dedicato alla ulteriore diffusione verrà definito non appena certe le risorse di bilancio disponibili sul competente capitolo di spesa.
EVENTUALI AZIONI DI MONITORAGGIO, SE PREVISTE	E' prevista l'attività di monitoraggio.
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	La campagna sarà realizzata in sinergia con il Dipartimento per l'Informazione e l'Editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri.
NOME STRUTTURA	Direzione Generale per la Sicurezza Stradale
NOME RESPONSABILE	Dott.ssa Paola Calamani - 06 4158 6655 - paola.calamani@mit.gov.it
NOME REFERENTE	id.

SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	
PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Piano di Comunicazione del Programma Operativo Nazionale (PON) Reti e Mobilità 2007-2013.
TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Perché l'Europa passa da qui
MODALITA' DI COMUNICAZIONE	Azioni di comunicazione di tipo integrato che prevedono, oltre ai normali canali pubblicitari (televisioni e radio nazionali e locali, quotidiani, periodici, affissioni e web), anche la realizzazione di convegni, workshop, quaderni, dépliant, brochure e sito web dedicato. È inoltre prevista una nuova edizione del concorso fotografico "Visioni sostenibili" che comprenderà anche una sezione dedicata ai video. Per promuovere tale concorso, verranno realizzate n. 4 Lectio Magistralis presso atenei delle regioni Obiettivo Convergenza sui temi della logistica e movimentazione delle merci. Al termine del concorso sarà realizzato un evento di premiazione ed una mostra fotografica.
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE	Le azioni di comunicazione del PON "Reti e Mobilità" 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	Il contratto di comunicazione del PON "Reti e Mobilità" 2007-2013 è esteso fino al 31/12/2015.
BUDGET DEDICATO	Il contratto di comunicazione prevede un budget complessivo (fino al 31/12/2015) di € 7.600.000, oltre IVA
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	Sono previste attività di supporto e monitoraggio delle azioni pubblicitarie svolte, da attuarsi attraverso una ricerca di mercato realizzata dall'Istituto DOXA
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
NOME RESPONSABILE	Arch. Cynthia Fico - 06 4412 5457 - cynthia.fico@mit.gov.it
NOME REFERENTE	Arch. Maria Rita Antonini - 06 4412 3262 – mariarita.antonini@mit.gov.it