

Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti



Piano di comunicazione 2015

Redatto da DG per i Sistemi Informativi e Statistici - Divisione 3 - Ufficio di Statistica
approvato da Capo Dipartimento per le Infrastrutture, i Sistemi Informativi e Statistici
data novembre/dicembre 2014

Sommario

Dati informativi	Pag.	03
1. Obiettivi del Piano	“	04
2. Scenario delle esigenze di comunicazione del MIT	“	04
3. Target di riferimento	“	05
4. Schede delle iniziative di comunicazione	“	05
Dipartimento per le Infrastrutture, i Sistemi Informativi e Statistici <i>Direzione Generale per i Sistemi Informativi e Statistici</i>	“	06
Dipartimento per i Trasporti, la Navigazione, gli Affari Generali ed il Personale <i>Direzione Generale per la Vigilanza sulle Autorità Portuali, le Infrastrutture Portuali ed il Trasporto Marittimo e per Vie d'Acqua Interne</i>	“	07
Dipartimento per le Infrastrutture, i Sistemi Informativi e Statistici <i>Direzione Generale per le Strade e le Autostrade e per la Vigilanza e la Sicurezza nelle Infrastrutture Stradali</i>	“	09
Comitato centrale per l'albo nazionale delle persone fisiche e giuridiche che esercitano l'autotrasporto di cose conto terzi	“	10
Dipartimento per i Trasporti, la Navigazione, gli Affari Generali ed il Personale <i>Direzione Generale per la Sicurezza Stradale</i>	“	11
Comando Generale del Corpo delle Capitanerie di Porto -1	“	12
Comando Generale del Corpo delle Capitanerie di Porto -2	“	13
Provveditorato Interregionale per le Opere Pubbliche per la Campania, Molise, Puglia e Basilicata	“	15
Dipartimento per le Infrastrutture ed i Sistemi Informativi e Statistici <i>Direzione Generale per lo Sviluppo del Territorio, la Programmazione ed i Progetti Internazionali</i>	“	16

Dati informativi

MINISTERO	Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti
RESPONSABILE UFFICI DI COMUNICAZIONE	Capo Dipartimento per le Infrastrutture, i Sistemi Informativi e Statistici Via Nomentana, 2 - 00162 Roma Tel. 06.4412.2144 Fax. 04.4412.2328 Direttore Generale per i Sistemi Informativi e Statistici 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	Dr. Giovanni Zacchi - Dirigente Statistico Direzione Generale per i Sistemi Informativi e Statistici Divisione 3 - Ufficio di Statistica Viale dell'Arte, 16 - 00144 Roma (RM) Telefono 06.5908.3248 Fax 06.5908.4767 Email: giovanni.zacchi@mit.gov.it
REDAZIONE WEB RESPONSABILE	Ing. Sergio De Paola Direzione Generale per i Sistemi Informativi e Statistici Divisione 2 - Gestione Sistemi ed Infrastrutture Viale dell'Arte, 16 - 00144 Roma Telefono 06.59083096

CORPO DELLE CAPITANERIE DI PORTO	Guardia costiera
RESPONSABILE UFFICI DI COMUNICAZIONE	Filippo Marini (Capitano di Vascello) Telefono 06.5908.4877 Email: filippo.marini@mit.gov.it
PORTAVOCE	Filippo Marini
CAPO UFFICIO STAMPA	Filippo Marini
ALTRE FIGURE RESPONSABILI DI COMUNICAZIONE	Floriana Segreto (Capitano di Corvetta) Telefono 06.5908.4396 Email: floriana.segreto@mit.gov.it Marco Di Milla (Capo di 1 [^] Cl.) Telefono 06.5908.4129 Email: marco.dimilla@mit.gov.it
REDAZIONE WEB	Alessandra Ventriglia (Sotto Tenente di Vascello) Telefono 06.5908.4666 Email: a.ventriglia@mit.gov.it

1. Obiettivi del Piano

Lo scopo del Piano della 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*.

Il Piano può consentire di ottenere, in modo ancor più mirato, la programmazione e la gestione delle azioni di comunicazione volte al raggiungimento di specifici obiettivi dell'Amministrazione.

2. Scenario delle esigenze di comunicazione del MIT

La scarsità di fondi condiziona, anche per il 2015, le attività di comunicazione dell'Amministrazione che, di fatto, è costretta a limitare le proprie iniziative alle principali campagne istituzionali.

Le principali riguardano (cfr. schede allegate):

- gli obblighi di comunicazione istituzionale di tutte le attività svolte dal Ministero, principalmente attraverso il proprio portale www.mit.gov.it;
- le azioni di comunicazione in linea con le iniziative del precedente triennio 2012/2013/2014 d'intesa con la Presidenza del Consiglio dei Ministri, che rafforzino e diano continuità al claim "Sulla buona strada", mediante la diffusione, tramite TV, stampa, Web, Radio ed Affissioni, di ulteriori messaggi informativi-comunicazionali sul tema della Sicurezza Stradale, con particolare attenzione agli utenti deboli e con l'obiettivo di sollecitare un aumento del livello di attenzione sull'intera tematica;
- le iniziative finalizzate alla diffusione sui canali televisivi, circuiti cinematografici e web, di messaggi di comunicazione e sensibilizzazione volti a evidenziare l'importanza fondamentale dell'autotrasporto nazionale ("l'economia si muove con i trasporti");
- le iniziative volte alla promozione della mobilità ciclistica, soprattutto in ambito urbano, attraverso una campagna di informazione e sensibilizzazione sulla nuova disciplina delle reti ciclabili;
- l'attività di comunicazione (tramite TV, Radio, Stampa, Affissioni, Pannelli a messaggio variabile resi disponibili sulle principali reti di trasporto, con messaggi realizzati anche in più lingue) svolta dal Comando Generale del Corpo delle Capitanerie di Porto - Guardia Costiera - in concomitanza con il periodo di massima affluenza turistica della Penisola (anche attraverso una campagna di conoscenza e sensibilizzazione del numero "1530", dedicato alle emergenze in mare) e al fine di valorizzare, in concomitanza con la ricorrenza del 150 anniversario della nascita del Corpo, che cadrà proprio nel 2015, la grande importanza di tale servizio, inserito nella storia del nostro Paese e che contribuisce a rafforzare coesione sociale e senso di appartenenza;
- le iniziative di valutazione della qualità dei servizi offerti ai cittadini nell'ambito del settore marittimo, in ottemperanza a quanto espressamente richiesto dalla normativa nazionale e comunitaria.
- la campagna di sensibilizzazione, di educazione e di sicurezza sulle strade denominata "Occhio alla strada", promossa, nell'anno scolastico 2014-2015 ed attraverso Stampa, Comunicazione on line e televisione, dal Provveditorato Interregionale per le Opere Pubbliche per la Campania, Molise, Puglia e Basilicata, sede Centrale di Napoli, finalizzata alla riduzione del numero di incidenti stradali connessi all'uso di alcool e droghe da parte di giovani automobilisti;
- Il Piano di Comunicazione del PON Reti e Mobilità 2007-2013.

3. Target di riferimento

Le azioni di comunicazione sono 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 ed aziende di trasporto, autoscuole, centri di revisione, enti accertatori, case costruttrici di veicoli, enti appaltanti, compagnie aeree e marittime ecc.).

4. Schede delle iniziative di comunicazione

Si allegano, di seguito, le schede riguardanti le iniziative di comunicazione trasmesse alla scrivente Direzione Generale dalle varie Strutture interessate.

Dipartimento per le Infrastrutture, i Sistemi Informativi e Statistici
Direzione Generale per i Sistemi Informativi e Statistici

- LINEE GUIDA - 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, informazioni dovute ai sensi del DLgs33 relativo alla c.d. "Amministrazione trasparente" 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 e Statistici
NOME RESPONSABILE	Direttore Generale - 06.5908.3240 - segreteria.dgsisc@mit.gov.it
NOME REFERENTE	Ing. Sergio De Paola - 06.5908.3096 - sergio.depaola@mit.gov.it

Dipartimento per i Trasporti, la Navigazione, gli Affari Generali ed il Personale
Direzione Generale per la Vigilanza sulle Autorità Portuali, le Infrastrutture Portuali ed il
Trasporto Marittimo e per Vie d'Acqua Interne

- LINEE GUIDA -	
SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	
PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA	L'iniziativa ha lo scopo di divulgare un questionario per la valutazione della soddisfazione del cliente, in ottemperanza alle norme UNI EN ISO 9001:2008, anche in riferimento a quanto stabilito dal Manuale di Gestione per la Qualità della Direzione Generale.
TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Miglioriamo con te!
MODALITA' DI COMUNICAZIONE	Pubblicazione sul sito web del Ministero nella sezione "Portale del Marittimo";
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE	Il contenuto della comunicazione è volto a verificare la soddisfazione del cliente in termini di velocità nella risposta.
PERIODO DI DIFFUSIONE	Sistematico
BUDGET DEDICATO	Risorse interne. Non è prevista la richiesta di ulteriore budget economico.
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	I questionari sono valutati con un punteggio che va da 1 a 5 per ogni singola risposta fornita dal cittadino. Le domande poste nel questionario saranno 5. Il campo note immesso nel questionario è utile per l'analisi di miglioramento.
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	Il questionario è specifico per la Divisione 1.

NOME STRUTTURA	Divisione 1 - personale marittimo e affari generali
NOME RESPONSABILE	Dirigente Divisione
NOME REFERENTE	Serena Cantoni - 06.5908.4217 - serena.cantoni@mit.gov.it

Dipartimento per le Infrastrutture, i Sistemi Informativi e Statistici
Direzione Generale per le Strade e le Autostrade e per la Vigilanza e la Sicurezza nelle Infrastrutture Stradali

- LINEE GUIDA - SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	
PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Diffusione della mobilità ciclistica, soprattutto in ambito urbano, attraverso una campagna di informazione e sensibilizzazione sulla nuova disciplina delle reti ciclabili. La nuova disciplina delle reti ciclabili, in corso di elaborazione, sostituisce il D.M. n.557/99 "Regolamento recante norme per la definizione delle caratteristiche tecniche delle piste ciclabili" e, introducendo importanti novità per la realizzazione degli itinerari ciclabili, creerà i presupposti infrastrutturali per incentivare l'uso della bicicletta nei centri urbani. Anche il nuovo Codice della strada sarà improntato allo sviluppo della mobilità sostenibile, ma la riforma complessiva del Codice avverrà con tempi sensibilmente superiori all'approvazione del Decreto ministeriale della nuova disciplina delle reti ciclabili, che pertanto ha quale compito primario, oltre a quello di fornire uno strumento di progettazione più flessibile rispetto al D.M. n.557/99, quello di iniziare a promuovere l'uso della bicicletta come mezzo di locomozione urbano, un uso sicuro della stessa, oltre a sensibilizzare gli utenti della strada, ed in particolare quelli motorizzati, al rispetto dell'utenza debole e in genere al rispetto delle regole stradali. In questo senso, come dimostrano le best "practices" di Paesi d'Europa più evoluti 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	Una rete ciclabile sicura per una mobilità su misura
MODALITA' DI COMUNICAZIONE	1^a fase: (Giugno 2015-Settembre 2015) - campagna informativa: attività di ufficio stampa, convegni, giornali, radio, TV. 2^a fase: (Settembre 2015-Dicembre 2015): campagna informativa: attività educative nelle scuole con distribuzione materiale informativo destinato agli utenti e ai loro genitori, attività di ufficio stampa, convegni; campagna pubblicitaria: web advertising e attività virali sul web, campagna di affissioni, TV, radio.
	L'iniziativa è da ritenersi ricompresa nei seguenti punti delle Linee Guida al Piano di Comunicazione: 2- Promozione di comportamenti cooperativi e responsabilità individuali e sociali; 3- Diffusione della conoscenza. 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 degli 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. La sinergia con il Ministero della Salute riguarda gli aspetti benefici sulla salute psico-fisica derivanti da un uso costante della bicicletta e da una diffusione della mobilità ciclistica, da realizzare attraverso l'attività del MIUR nelle scuole.
PERIODO DI DIFFUSIONE	1^a fase - Giugno 2015-Settembre 2015 2^a fase - Settembre 2015-Dicembre 2015.
BUDGET DEDICATO	1^a fase - si stima un importo di € 200.000,00 per le attività della 1 fase, da calibrare successivamente entro febbraio 2015; 2^a fase - si stima un importo di € 600.000,00 per le attività della 2 fase, da calibrare successivamente entro febbraio 2015.



**Segue: Dipartimento per le Infrastrutture, i Sistemi Informativi e Statistici
Direzione generale per le strade e le autostrade e per la vigilanza e la sicurezza nelle
infrastrutture stradali**

- LINEE GUIDA - SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	Si prevedono attività sui social network che coinvolgano i cittadini anche come attori e non solo spettatori della campagna di comunicazione e dei contenuti connessi, attraverso un call to action di tipo interattivo..
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	Ministero dell' Istruzione, dell'Università e della Ricerca Ministero della Salute.

NOME STRUTTURA	Direzione Generale per le Strade e le Autostrade e per la Vigilanza e la Sicurezza nelle Infrastrutture Stradali Dipartimento per le Infrastrutture, i Sistemi informativi e Statistici Via Nomentana, 2 - 00161 - Roma
NOME RESPONSABILE	Arch. Ornella Segnalini Direttore Generale email: ornella.segnalini@mit.gov.it tel: 06.4412.3307/3308 fax. Segreteria Dir. Gen. 06.4412.4312
NOME REFERENTE	Ing. Silvano Antoniazzi Dirigente Div. 6 - Attuazione del Codice della Strada in materia di infrastrutture Email - silvano.antoniazzi@mit.gov.it tel. 06.4412.6114 fax Segreteria 06.4412.4312

Comitato centrale per l'albo nazionale delle persone fisiche e giuridiche che esercitano l'autotrasporto di cose conto terzi

- LINEE GUIDA -	
SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	
PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA	Diffusione comunicazione tramite tv/cinema
TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Spot sul ruolo e l'importanza dell'Autotrasporto
MODALITÀ DI COMUNICAZIONE	Diffusione sui canali televisivi, circuiti cinematografici e web
	a) Obiettivi e target inviare al pubblico messaggio di comunicazione e sensibilizzazione per trasmettere l'importanza fondamentale dell'autotrasporto; b) Contenuti video commerciali che interpretano il leitmotiv "l'economia si muove con i trasporti"
PERIODO DI DIFFUSIONE	Gennaio - Dicembre 2015
BUDGET DEDICATO	€ 250.000,00 (IVA esclusa)
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 Autotrasporti di cose per conto terzi
NOME RESPONSABILE	Presidente Comitato centrale Albo
NOME REFERENTE	Segreteria Comitato centrale Albo: mail autotrasporto@mit.gov.it - tel. 06.4158.4525 - fax 06.4158.4517

Dipartimento per i Trasporti, la Navigazione, gli Affari Generali ed il Personale
Direzione Generale per la Sicurezza Stradale

- LINEE GUIDA - SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	
PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA	E' prevista un'azione di comunicazione in linea con le iniziative del precedente triennio 2012/2013/2014, che rafforzi e dia continuità al claim "Sulla buona strada", mediante la diffusione di ulteriori messaggi informativi-comunicazionali sul tema della Sicurezza Stradale. E' previsto un focus particolare sull'utenza debole in linea con gli orientamenti che l'Unione Europea ha previsto in materia di sicurezza stradale per il periodo 2011/2020
TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Diffusione di ulteriori spot aventi sempre come riferimento il claim "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).
	Target di riferimento della campagna saranno tutti gli utenti della strada, con particolare attenzione agli utenti deboli. L'azione di comunicazione sarà orientata a rafforzare il claim e a sedimentare il messaggio di sicurezza stradale, con l'obiettivo di sollecitare ad aumentare il livello di attenzione sul tema.
PERIODO DI DIFFUSIONE	Nel corso dell'anno 2015.
BUDGET DEDICATO	Il budget dedicato alla realizzazione e diffusione della campagna, compatibilmente con gli stanziamenti definitivi di bilancio, è calcolato in circa un milione e mezzo di euro.
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	E' prevista un'attività di monitoraggio.
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ENTI	La campagna sarà realizzata in stretto coordinamento con il Dipartimento per l'Informazione e l'Editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri.

NOME STRUTTURA	Direzione Generale per la Sicurezza Stradale - Divisione 3
NOME RESPONSABILE	Dott.ssa Paola Calamani paola.calamani@mit.gov.it; recapito telefonico: 06.4158.6655; fax 06.4158.6623
NOME REFERENTE	Dott.ssa Laura Fristachi laura.fristachi@mit.gov.it recapito telefonico: 06.4158.6658

Comando Generale del Corpo delle Capitanerie di Porto -1

- LINEE GUIDA - SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	
PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Anche per l'anno 2015 - considerata la positiva esperienza delle precedenti stagioni estive, favorita da una efficace attività di comunicazione - il Corpo delle Capitanerie di porto - Guardia Costiera intende promuovere, in concomitanza con il periodo di massima affluenza turistica della penisola, una campagna di conoscenza e sensibilizzazione del numero "1530", dedicato alle emergenze in mare, che prevede la realizzazione di un nuovo spot audiovisivo.
TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	"PER LE TUE EMERGENZE IN MARE, NON PERDERE TEMPO. CHIAMA IL 1530! LA GUARDIA COSTIERA È CON TE".
MODALITA' DI COMUNICAZIONE	Per pubblicizzare il 1530 saranno impiegati i seguenti canali di comunicazione: spot televisivi e radiofonici in onda sui network nazionali e locali e su "moving TV" - realizzati anche in lingua inglese e tedesca allo scopo di informare tutti i cittadini stranieri (in particolare inglesi, tedeschi e austriaci) che scelgono i mari e i principali laghi della penisola come meta delle loro vacanze; carta stampata, a diffusione nazionale e locale; affissioni presso stazioni marittime e balneari, comunicazione attraverso il sito web istituzionale e i più moderni social network in uso al Corpo; informazioni su pannelli a messaggio variabile, presenti lungo la rete di strade ed autostrade di interesse nazionale. All'inizio della campagna verrà diffuso un comunicato stampa a livello nazionale, rivolto in particolare alle più importanti agenzie di stampa; il logo e lo slogan del 1530 verranno stampati su tutto il materiale informativo cartaceo curato e prodotto dal Corpo; il messaggio sarà ricordato in occasione di trasmissioni televisive e radiofoniche quale maggior contributo a una comunicazione funzionale alla tutela della sicurezza
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE	La campagna istituzionale mira soprattutto ad aumentare fra i cittadini la conoscenza del "1530", un servizio gratuito e attivo 24h su 24 su tutto il territorio nazionale. In particolare, il nuovo spot sarà realizzato allo scopo di far cogliere ai fruitori del mare l'assoluta importanza - per la propria incolumità e per quella delle altre persone a bordo - di una immediata e mirata richiesta di intervento in mare al 1530; tanto più è puntuale e diretta la richiesta di soccorso, tanto più sarà rapido ed efficace l'intervento della guardia costiera.
PERIODO DI DIFFUSIONE	Per tutta la stagione estiva e in particolar modo in concomitanza con il periodo di massima affluenza turistica (luglio/agosto).
BUDGET DEDICATO	La previsione del budget per la realizzazione del nuovo spot, per la stampa del materiale divulgativo e per la relativa diffusione presso i principali canali di comunicazione: Si prevede: - Impiego di troupe e attori per c.a. 5 giorni di lavoro di registrazione, in luoghi diversi e con l'utilizzo di mezzi aeronavali del Corpo (motovedette, pattugliatori, aerei, elicotteri) € 25.000 - post-produzione (montaggio del filmato) € 10.000 - suoni € 2.000 - grafica (filmato e cartaceo) € 5.000 - mezzi e personale € 5.000 - stampa e diffusione € 25.000 ----- Budget totale € 72.000.
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	Come per le passate stagioni, saranno costantemente monitorati i principali organi di stampa con particolare attenzione alle trasmissioni televisive dedicate al mare e alle vacanze. Verranno inoltre seguiti i servizi giornalistici messi in onda nei vari tg nazionali. Lo stesso sistema sarà attuato a livello locale dai Comandi territoriali.
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	La campagna sarà realizzata dal Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti in sinergia con questo Comando

Comando Generale del Corpo delle Capitanerie di Porto - 2

- LINEE GUIDA - SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	
PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Per l'anno 2015, questo Comando Generale intende realizzare un filmato istituzionale che valorizzi l'immagine delle Capitanerie di porto - Guardia Costiera, al fine di promuovere le tante attività che il Corpo svolge in favore della collettività, sensibilizzando i cittadini sulle tematiche legate al mare. Il filmato assumerebbe una valenza straordinaria, considerando che il Corpo festeggerà - nel 2015 - il 150° anniversario dalla sua costituzione. Con riferimento alla storia del Paese, la promozione di tale ricorrenza attraverso il filmato, contribuirebbe a rafforzare il senso di appartenenza e la coesione sociale.
TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	"Guardia Costiera: 150 anni dalla parte del mare", sostituirebbe quello precedente, ormai obsoleto, a seguito dell'acquisizione, da parte del Corpo, di nuovi mezzi aeronavali e di nuove tecnologie utilizzate nelle attività operative.
MODALITA' DI COMUNICAZIONE	La campagna di comunicazione mediante filmato istituzionale su DVD verrebbe realizzata in modo integrato, attraverso la sua distribuzione ai più importanti media nazionali e locali e utilizzata nel corso di conferenze, eventi o progetti che il Corpo promuove presso le scuole e altre Istituzioni.
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE	Un prodotto che in pochi minuti illustri in modo semplice, efficace e con notevole impatto visivo, i diversi compiti svolti 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 e, in materia di pesca marittima, attività a tutela dei consumatori attraverso controlli sull'intera filiera della pesca; tutela del patrimonio storico, artistico e archeologico sommerso.
PERIODO DI DIFFUSIONE	Il filmato istituzionale potrà essere utilizzato durante l'intero corso dell'anno e per più anni, fin quando rimarrà in linea con le caratteristiche e le funzioni del Corpo.
BUDGET DEDICATO	La previsione del budget per la realizzazione del filmato, che avrà una durata complessiva di circa 10 minuti, si basa sulla precedente analoga esperienza e su un'indagine svolta presso studi cinematografici. Si prevede: - Impiego di troupe per c.a. 10 giorni di lavoro di registrazione, in luoghi diversi e con l'utilizzo di mezzi aeronavali del Corpo (motovedette, pattugliatori, aerei, elicotteri) € 15.000 - post-produzione (montaggio del filmato) € 10.000 - suoni € 2.000 - grafica € 3.000 - mezzi e personale € 5.000 - n. 1000 copie su DVD serigrafato con custodia rigida € 5.000 ----- Budget totale € 40.000
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	Si prevede l'utilizzo di indicatore di controllo e di strumenti di <i>customer satisfaction</i> successivi al progetto, per misurare sia i risultati immediati della presentazione del filmato (sottoponendo, ad esempio, questionari di gradimento agli alunni delle scuole dove il filmato è proiettato), 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 in uso al Corpo: <i>Youtube</i> , <i>twitter</i> , <i>google+</i>) verificando successivamente le relative visualizzazioni e i commenti; tramite verifica della messa in onda da parte dei <i>media</i> .



SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	Il Corpo delle Capitanerie di Porto dipende funzionalmente dal Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti e svolge, inoltre, 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 filmato contribuirebbe a valorizzare sottolineandone la naturale sinergia.
--	--

**Provveditorato Interregionale per le Opere Pubbliche per la Campania, Molise, Puglia e Basilicata
- Sede Centrale di Napoli**

- LINEE GUIDA -	
SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	
PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Campagna di sensibilizzazione, educazione e sicurezza stradale "FESTIVAL INTERNAZIONALE DELLE ARTI PER LA SICUREZZA STRADALE"
TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	OCCHIO ALLA STRADA
MODALITA' DI COMUNICAZIONE	Stampa - Comunicazione on line - Televisione
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE	Riduzione del numero di incidenti stradali dovuti in particolar modo all'abuso di bevande alcoliche ed uso di droghe tra i giovani automobilisti
PERIODO DI DIFFUSIONE	Anno scolastico 2014/2015
BUDGET DEDICATO	A costo zero
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	Convegni - Pre-Test - Post-Test ed Interviste
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	Consolato Generale degli Stati Uniti d'America - Croce Rossa Italiana - Consolato Generale Francese - M.I.U.R. - Protezione Civile

NOME STRUTTURA	Provveditorato Interregionale OO.PP. Campania - Molise - Puglia e Basilicata - Reparto Storico Polizia Stradale
NOME RESPONSABILE	Sig. Antonio D'Ambrosio tel. 9081 5692261 e-mail: circotra.oop@mit.gov.it
NOME REFERENTE	Sig. Antonio D'Ambrosio cell. 333 3189698

Dipartimento per le Infrastrutture ed i Sistemi Informativi e Statistici

**Direzione Generale per lo Sviluppo del Territorio, la Programmazione ed i Progetti Internazionali
- Divisione 2**

- LINEE GUIDA - SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	
PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA	Piano di Comunicazione del Programma Operativo Nazionale (PON) Reti e Mobilità 2007-2013. Il PON Reti e Mobilità per complessivi € 1.832.971.855,00 finanziato dal Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (FESR - Euro 1.374.728.891,00) e dal Fondo di rotazione nazionale (Euro 458.242.964,00), interviene nelle aree Convergenza (Campania, Calabria, Puglia e Sicilia) ed ha l'obiettivo di contribuire alla valorizzazione della posizione del Paese nel bacino del Mediterraneo, mediante interventi che realizzano una piattaforma logistica quale testa di ponte dell'U.E. verso il sud del Mediterraneo.
TITOLO DELL'INIZIATIVA	Piano di Comunicazione del PON Reti e Mobilità 2007-2013. Il claim utilizzato per la campagna pubblicitaria è: "Perché l'Europa passa da qui" per sottolineare l'importanza dello sviluppo del Mezzogiorno per la crescita del nostro Paese.
TIPO DI INTERVENTO DI COMUNICAZIONE	Le azioni di comunicazione previste 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 2015 si prevede la realizzazione di una pubblicazione, 1/2 fiere (da definire), un convegno e un flight pubblicitario.
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 avrà una durata 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. Al 31/12/2014 il budget residuo è pari a € 187.471,31
EVENTUALI AZIONI DI MONITORAGGIO, SE PREVISTE	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).