



## Piano di Comunicazione 2017

Redatto da **Direzione Generale per i Sistemi Informativi e Statistici**  
**Sezione Comunicazione**  
**Redatto da Valentina Nocito, Maura Mancini, Claudio Capaldo,**  
**con il contributo di Maximilian Lombardi**

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

Data **Novembre 2017**

## Sommarrio

	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	“	9
5.- Un viaggio tra le iniziative di comunicazione del MIT	“	9
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	“	24
Direzione Generale per la Vigilanza sulle Autorità Portuali ed il Trasporto Marittimo e per le vie d'Acqua Interne	“	26
Direzione Generale per la Sicurezza Stradale	“	29
Direzione Generale Territoriale del Sud	“	30
Comitato Centrale per l'Albo Nazionale degli Autotrasportatori	“	33
Provveditorato Interregionale alle Opere Pubbliche Campania, Molise, Puglia e Basilicata.	“	37
Corpo delle Capitanerie di porto – Guardia Costiera	“	43

## Dati Informativi

<b>MINISTERO</b>	Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti (MIT)
<b>RESPONSABILE UFFICI DI COMUNICAZIONE</b>	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
<b>PORTAVOCE</b>	Dott.ssa Luisa Gabbi E-mail: ufficio.stampa@mit.gov.it
<b>CAPO UFFICIO STAMPA</b>	Dott.ssa Luisa Gabbi E-mail: ufficio.stampa@mit.gov.it
<b>ESPERTO PER LA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE</b>	Dott. Guelfo Fiore E-mail: guelfo.fiore@mit.gov.it
<b>ALTRE FIGURE RESPONSABILI DI COMUNICAZIONE</b>	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
<b>REDAZIONE WEB RESPONSABILE</b>	Ing. Sergio De Paola Direzione Generale per i Sistemi Informativi e Statistici Divisione 2 - Gestione Sistemi e Infrastrutture Viale dell'Arte, 16 - 00144 Roma Tel: 06/5908.3096

<b>MINISTERO</b>	Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti Corpo delle Capitanerie di Porto - Guardia Costiera
<b>RESPONSABILE UFFICI DI COMUNICAZIONE</b>	Filippo Marini (Capitano di Vascello) Tel.06/5908.4877- E-mail: filippo.marini@mit.gov.it
<b>PORTAVOCE</b>	Filippo Marini
<b>CAPO UFFICIO STAMPA</b>	Filippo Marini
<b>ALTRE FIGURE RESPONSABILI DI COMUNICAZIONE</b>	Cosimo Nicastro (Capitano di Fregata) Tel.06/5908.4396 - E-mail: cosimo.nicastro@mit.gov.it Floriana Segreto (Capitano di Corvetta) Tel.06/5908.4666 - E-mail: floriana.segreto@mit.gov.it Marco Di Milla (Capo di 1^Cl.) Tel.06/5908.4129 - E-mail: marco.dimilla@mit.gov.it
<b>U.R.P.</b>	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: *"una buona comunicazione non sopperisce ad una cattiva amministrazione, ma una buona comunicazione amplifica gli effetti di una buona amministrazione"* (Ministro Delrio).

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 2017 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;
- Accessibilità e trasparenza;
- Social e Apertura dei dati;
- Ascolto e interazione.

### **3.1. Connettere parte 1: Innovazione organizzativa e funzionale**

Un primo sforzo nel cambiamento lo abbiamo esercitato su noi stessi, cercando di unire le forze in una redazione unica ideale, composta dalla Redazione Internet e dall'Ufficio stampa del Ministro, relazionandoci nel nostro percorso verso una comunicazione web e social con Enti ed Associazioni fortemente competenti come Agid, Formez, Extra, Cittadini di Twitter.

Per il 2017, 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.

L'operazione 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: 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 i portali **Opencantieri** (<http://opencantieri.mit.gov.it>) e **Opendata** (<http://dati.mit.gov.it>) che continueranno ad essere implementati nel 2017.

A che punto di realizzazione è un'opera pubblica, per quale importo è stata finanziata, quanto sta effettivamente costando, se e perché ritarda, quanti giorni di lavoro vi sono stati effettivamente dedicati sono le domande a cui continuerà a rispondere Opencantieri, già valutato in sede OCSE come una "*best practice*" italiana.

Nel 2017 andrà on line Opere Pubbliche 2.0, l'evoluzione di Opencantieri.

Il progetto nasce dall'esigenza di potenziare l'attuale piattaforma Opencantieri al fine di garantire una informativa 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, permettendo così il riutilizzo di dati del patrimonio informativo settoriale.

Le stesse informazioni possono essere analizzate negli Opendata, originati da diverse fonti pubbliche ed elaborati con la collaborazione del Dipe della Presidenza del Consiglio dei Ministri, cui si stanno aggiungendo, giorno per giorno, altre fonti statistiche disponibili sui temi di infrastrutture, porti, aeroporti, ecc.

Per la prima volta sono disponibili come dati aperti le informazioni sulle concessioni autostradali.

Altri due "prodotti" che verranno perfezionati e implementati nel prossimo anno sono il **Counter** del Programma di recupero per gli alloggi di edilizia residenziale pubblica e **Opentrasporti**.

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. I dati vengono aggiornati online ogni 6 ore, e tutti i dataset sono disponibili in Opendata.

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 (Trenitalia, 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.

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. L'integrazione dei modi di trasporto e la co-modalità saranno possibili, insieme a servizi di integrazione anche per i pagamenti e garantendo quindi una sempre maggiore accessibilità.

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.

### **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.

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 ed interna 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.

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 col pubblico.



Un importante momento di ascolto ed interazione con l'ambiente interno ed esterno, si è svolto nel mese di novembre 2016 in occasione del primo *Open Day* del MIT che ha aperto le porte a ragazzi delle scuole primarie, studenti universitari, docenti, ricercatori, startup, rappresentanti di Istituzioni, piccole e grandi imprese, per vivere un momento di confronto e condivisione che si è concluso con la discussione sulle migliori idee in materia di infrastrutture, mobilità e spazi sociali che saranno valorizzate dal Ministero.

L' *Open Day* ha rappresentato solo il primo di futuri appuntamenti pensati come occasioni per lo sviluppo di un modello di partecipazione tra la Pubblica Amministrazione e cittadini.

#### **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.

Per quanto riguarda le infrastrutture ferroviarie, portuali ed i sistemi di trasporto intelligente, si è avvertita la necessità della creazione di uno spazio unico europeo dei trasporti multimodale con investimenti nella rete TEN-T e lo sviluppo migliorativo dei sistemi di trasporto sostenibili che siano, quindi, rispettosi dell'ambiente con emissioni ridotte. A tal riguardo lo sviluppo concerne anche le vie navigabili interne e i trasporti marittimi, le infrastrutture portuali e aeroportuali, i collegamenti multimodali. Verrà così favorita la mobilità regionale e locale sostenibile. 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, Anci ecc).

Un altro tema verso il quale c'è una particolare ed accurata attenzione da parte del MIT riguarda la Sicurezza, sia per mare/lago/fiume che stradale, aeroportuale e ferroviaria.

La comunicazione riguardo alle vie d'acqua verterà principalmente sul fornire informazioni riguardo ai rischi relativi alla navigazione e a quelli legati al personale marittimo che lavora a bordo delle navi, al fine di ottenere uno sviluppo e una messa a regime di tutte quelle *best practices* in materia di sicurezza della navigazione e sicurezza dei lavoratori imbarcati. Sarà prevista un'attività di monitoraggio che fornirà elementi utili all'adozione di scelte migliori tra le proposte di intervento idonee alla revisione degli strumenti normativi ed operativi finalizzate, per quanto possibile, a mitigare i rischi di sinistri marittimi ed in conformità alle priorità politiche individuate per le competenze MIT (D. 15 giugno 2016 n. 212). Ma la sicurezza riguarda anche i cittadini e le migliaia di turisti che ogni anno si riversano sulle coste (marittime, lacustri e fluviali) del nostro Paese: verso di essi sono previste campagne relative alla sicurezza in mare così come verranno sensibilizzati sulla protezione dell'ambiente marino riguardo a fauna e flora. Sarà quindi necessario far conoscere a tutti gli utenti/cittadini, attraverso campagne di sensibilizzazione e spazi espositivi presso convegni, mostre e rassegne, il ruolo fondamentale rivestito dalle Capitanerie di Porto – Guardia costiera, il Corpo che con la sua costante attività di controllo e vigilanza pone sotto la sua tutela l'habitat marino e costiero e pone in essere tutto un complesso di attività finalizzate alla ricerca ed al salvataggio della vita umana in mare.

Per quel che riguarda gli ambiti della sicurezza stradale l'azione di comunicazione si svolgerà col prosieguo della campagna di sensibilizzazione "Sulla buona strada" iniziata nel 2016: quali norme usare, quali accorgimenti prendere per rendere più sicura la guida ed evitare così di trovarsi in situazioni di pericolo che coinvolgono tutte le categorie di utenti della strada, anche dei passeggeri a bordo auto. Nello specifico i temi trattati sono: distrazioni alla guida, sistemi di ritenuta sedili anteriori/posteriori, sistemi di ritenuta per i bambini, ciclisti.

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 – canali social).

Nelle scuole della regione Campania, di ogni ordine e grado, sono previsti progetti integrati di educazione stradale che, mediante attività educative, formative e di comunicazione e supporti multimediali, hanno come obiettivo quello di promuovere nei giovani - in qualità di pedone, ciclista e guidatore - una maggiore consapevolezza all'uso sicuro e responsabile della strada.

Anche per gli utenti over 65 è previsto un progetto integrato (formazione, aggiornamento e comunicazione) per una mobilità sicura e responsabile, che mira a coinvolgere anche gli amministratori locali sensibilizzandoli e

stimolandoli a realizzare modelli di mobilità più sicuri, responsabili e sostenibili per gli stessi Over 65.

Per tutti questi progetti è prevista la diffusione a mezzo stampa, tv, radio, web e canali social oltre che alla realizzazione dell'evento "Forum della mobilità sicura, responsabile e sostenibile". Sarà un evento di approfondimento sulle strategie educative e di comunicazione più idonee per promuovere la sicurezza stradale della durata di 1 giorno e mezzo, durante i quali si svolgeranno convegni, *focus group*, *workshop*, esposizioni e mostre.

In conclusione le azioni di comunicazione, informazione ed educazione sulla sicurezza stradale saranno diversificate a seconda dei soggetti di riferimento (studenti, enti, cittadini italiani e stranieri ecc.) capaci di dare risalto e visibilità a tutti i progetti/campagne.

Altro argomento di primaria importanza per la politica del MIT riguarda la casa: casa intesa non solo come unità edilizia ma anche come famiglia, economia, ambiente. L'obiettivo è quindi quello di diffondere e promuovere iniziative volte a favorire una sempre più consistente offerta di alloggi e servizi abitativi a prezzi calmierati per determinate categorie di cittadini. La comunicazione più efficace si svolgerà on line, con una pagina dedicata sul sito istituzionale oltre all'organizzazione di giornate tematiche, conferenze ecc. Si prevede di usare anche i canali social del MIT per favorire un dialogo con il pubblico interessato e la conoscenza e la diffusione di temi come *housing sociale*, accesso all'abitazione, edilizia residenziale pubblica.

## 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.

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

	<b>SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>
<b>PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>	<p>Gli eventi contribuiscono positivamente ad aumentare la visibilità del MIT e a favorirne la cooperazione con gli altri attori del settore di riferimento.</p> <p>La partecipazione a fiere, eventi, seminari o workshop costituisce lo strumento principe per promuovere o sensibilizzare l'opinione pubblica, o un target specifico di utenti, rispetto ad un determinato servizio o un determinato comportamento e accorciare così, le distanze tra cittadini e PA.</p>
<b>TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>	Comunicazione " <i>below the line</i> " (eventi, fiere, ufficio stampa, prodotti editoriali, relazioni pubbliche, social media).
<b>MODALITA' DI COMUNICAZIONE</b>	Comunicazione on-line e off line durante gli eventi
<b>OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE</b>	<p>L'obiettivo è quello di organizzare e coordinare la partecipazione del MIT ad eventi sia esterni, sia interni all'Amministrazione.</p> <p>Gli eventi assumeranno la forma di convegni o workshop/seminari laddove, come detto, l'esigenza sarà quella di informare in modo approfondito target specializzati, "i così detti addetti ai lavori" (Istituzioni, Enti locali e operatori del settore - imprese, associazioni, organizzazioni professionali, parti economiche e sociali).</p> <p>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.</p> <p>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).</p>
<b>PERIODO DI DIFFUSIONE</b>	Legato alle date delle singole manifestazioni.
<b>BUDGET DEDICATO</b>	Non quantificabile
<b>AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICAZIONI DI VALUTAZIONE</b>	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.
<b>SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI</b>	Sono auspicabili attività di sinergia con altri Ministeri

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

	<b>SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>
<b>PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>	Il MIT adempie agli obblighi di comunicazione istituzionale e trasparenza anche con la versione beta di un portale, basato su sistemi opensource, dei cataloghi di dati relativi ad infrastrutture e trasporti.
<b>TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>	<a href="http://dati.mit.gov.it/">http://dati.mit.gov.it/</a>
<b>MODALITA' DI COMUNICAZIONE</b>	Comunicazione on-line
<b>OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE</b>	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.
<b>PERIODO DI DIFFUSIONE</b>	Il sito è sempre disponibile.
<b>BUDGET DEDICATO</b>	La piattaforma è stata progettata e sviluppata con la collaborazione del Formez
<b>AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICAZIONI DI VALUTAZIONE</b>	Sono previste azioni di monitoraggio
<b>SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI</b>	Governo italiano – Presidenza del Consiglio dei Ministri e Formez
<b>NOME STRUTTURA</b>	Direzione Generale per i Sistemi Informativi e Statistici
<b>NOME RESPONSABILE</b>	Ing. Mario Nobile – Direttore Generale Tel. 06/5908.3240 E-mail: segreteria.dgsisc@mit.gov.it
<b>NOME REFERENTE</b>	Maura Mancini - Tel. 06/4158.3132 E-mail: maura.mancini@mit.gov.it

	<b>SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>
<b>PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>	<p>Opencantieri è un progetto promosso e gestito dal MIT che consente una maggiore trasparenza e permette di analizzare l'efficienza, l'efficacia, l'equità e l'integrità di tutte le fasi di realizzazione di un'opera afferente alle infrastrutture pubbliche: attraverso questa piattaforma i dati si integrano e attraverso un sistema a cruscotto si rende fruibile una informazione aperta, completa e aggiornata del processo di realizzazione di infrastrutture pubbliche.</p> <p>Opere Pubbliche 2.0 è l'evoluzione di questo progetto: nasce dall'esigenza di potenziare l'attuale piattaforma al fine di garantire una informativa, 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 il riutilizzo di dati del patrimonio informativo settoriale.</p>
<b>TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>	Opencantieri verso Opere Pubbliche 2.0
<b>MODALITA' DI COMUNICAZIONE</b>	Comunicazione on-line interattiva attraverso l'area social dedicata.
<b>OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE</b>	L'obiettivo del progetto Opere Pubbliche 2.0 è quello di far conoscere Opencantieri, consolidare il rapporto con le comunità interessate fidelizzandole.
<b>PERIODO DI DIFFUSIONE</b>	Sempre disponibile.
<b>BUDGET DEDICATO</b>	Il Progettato è sviluppato con la collaborazione del Formez
<b>AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICAZIONI DI VALUTAZIONE</b>	Sono previste azioni di monitoraggio con la collaborazione del Formez.
<b>SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI</b>	Governo italiano – Presidenza del Consiglio dei Ministri e Formez – Altri Enti
<b>NOME STRUTTURA</b>	Direzione Generale per i Sistemi Informativi e Statistici.
<b>NOME RESPONSABILE</b>	Ing. Mario Nobile – Direttore Generale Tel. 06/5908.3240 E-mail: segreteria.dgsisc@mit.gov.it
<b>NOME REFERENTE</b>	Roberto Bianca Tel.06/59084867 E-mail: roberto.bianca@mit.gov.it



	<b>SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>
<b>PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>	<p>Diffusione della mobilità ciclistica, quale strumento fondamentale per sviluppare quel modello di sviluppo sostenibile e diffuso che vogliamo per il nostro Paese. La nuova disciplina delle reti ciclabili, introducendo importanti novità per la realizzazione degli itinerari ciclabili, creerà i presupposti infrastrutturali per incentivare l'uso della bicicletta nei centri urbani e nei percorsi turistici.</p> <p>Oltre a 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, vuole contribuire a sviluppare il cicloturismo in Italia.</p> <p>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.</p>
<b>TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>	<p>Il sistema nazionale delle ciclovie turistiche.</p> <p>Le 4 ciclovie presentate sono:</p> <p>Ciclovia Ven-To</p> <p>Ciclovia del Sole</p> <p>Ciclovia dell'Acquedotto Pugliese</p> <p>Grab - Grande raccordo anulare delle biciclette</p>
<b>MODALITA' DI COMUNICAZIONE</b>	<p>Campagna informativa: attività di ufficio stampa, convegni, sito internet istituzionale e social network.</p> <p>campagna pubblicitaria: attività virali sul web e social network.</p>
<b>OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE</b>	<p>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.</p>
<b>PERIODO DI DIFFUSIONE</b>	<p>Al momento non si è in grado di definire il periodo di diffusione.</p>
<b>BUDGET DEDICATO</b>	<p>Al momento non si è in grado di quantificare il budget.</p>
<b>AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICAZIONI DI VALUTAZIONE</b>	<p>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, attraverso un</p>

	call to action di tipo interattivo.
<b>SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI</b>	Mibact, Regioni coinvolte, Roma Capitale e le associazioni, tra cui Fiab, Bicialia, Legambiente
<b>NOME STRUTTURA</b>	Direzione Generale per i Sistemi Informativi e Statistici
<b>NOME RESPONSABILE</b>	Ing. Mario Nobile – Direttore Generale Tel. 06/5908.3240 E-mail: segreteria.dgsisc@mit.gov.it
<b>NOME REFERENTE</b>	Ing. Mario Nobile – Direttore Generale Tel. 06/5908.3240 E-mail: segreteria.dgsisc@mit.gov.it

	<b>SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>
<b>PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>	Sulla scorta di quanto richiesto dalla Presidenza del Consiglio – Dipartimento per l'informazione e l'editoria si prevede di avviare una attività di comunicazione e sensibilizzazione sul tema dell'incidentalità ferroviaria.
<b>TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>	Attività di comunicazione istituzionale “ <i>Viaggia, non partire!</i> ” (titolo provvisorio).
<b>MODALITA' DI COMUNICAZIONE</b>	Per questo tipo di comunicazione è prevista la diffusione sui canali social sia del MIT che quelli dei soggetti che fanno presa sui giovani e che hanno un grande seguito di followers.
<b>OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE</b>	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.
<b>PERIODO DI DIFFUSIONE</b>	Nel corso dell'anno 2017.
<b>BUDGET DEDICATO</b>	Non è previsto alcun budget, l'attività verrà prevalentemente svolta sui canali social (facebook, twitter e youtube) quindi gratuitamente.
<b>AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE</b>	Si prevedono attività e azioni di monitoraggio anche sui social network
<b>SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI</b>	In sinergia con Presidenza del Consiglio, e partner di volta in volta interessati.
<b>NOME STRUTTURA</b>	Direzione Generale per i sistemi informativi e statistici.
<b>NOME RESPONSABILE</b>	Ing. Mario Nobile - Direttore Generale per i Sistemi Informativi e Statistici Tel. 06/5908.3240 E-mail: segreteria.dgsisc@mit.gov.it
<b>NOME REFERENTE</b>	Dott.ssa Maura Mancini; Tel. 06/41583132 E-mail: maura.mancini@mit.gov.it

	<b>SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>
<b>PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>	<p>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 "Casa" non confinandolo al solo aspetto edilizio, ma connettendolo anche alle connotazioni sociali, economiche e ambientali che lo attraversano.</p> <p>Aspetti, questi, che nell'insieme delineano un quadro di innegabile complessità e di urgenza.</p>
<b>TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>	<i>"Rimetti la casa al centro del tuo mondo"</i>
<b>MODALITA' DI COMUNICAZIONE</b>	I canali di comunicazione ritenuti più efficaci all'iniziativa sono stati individuati nella comunicazione on line – anche attraverso la realizzazione di una specifica pagina sul sito istituzionale – e nell'organizzazione di giornate tematiche, conferenze, eventi divulgativi che prevedono l'intervento di diversi attori pubblici e privati.
<b>OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE</b>	<p>Obiettivo dell'iniziativa è quello di diffondere la sensibilità nei confronti del tema Casa nel rispetto delle norme edilizie e di trasformazione urbana.</p> <p>La presa di coscienza della problematica attraverso una mirata e diffusa comunicazione, può contribuire a diffondere la conoscenza di temi quali l'accesso al regime di canone concordato, l'edilizia residenziale pubblica e l'housing sociale oltre che a diffondere il carattere di primaria importanza che questo tema ricopre per il Governo. L'obiettivo che il Mit si prefigge è quello di diffondere e promuovere iniziative volte a favorire l'offerta di alloggi e servizi abitativi a prezzi contenuti per determinate categorie di cittadini.</p>
<b>PERIODO DI DIFFUSIONE</b>	Sempre disponibile.
<b>BUDGET DEDICATO</b>	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.
<b>AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICAZIONI DI VALUTAZIONE</b>	L'eventuale azione di monitoraggio si definirà in corso d'opera.
<b>SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI</b>	In considerazione della trasversalità del tema oggetto dell'iniziativa, sono auspicabili azioni sinergiche con altre Amministrazioni dello Stato e associazioni di categoria.
<b>NOME STRUTTURA</b>	Direzione Generale per i Sistemi Informativi e Statistici

<b>NOME RESPONSABILE</b>	Ing. Mario Nobile – Direttore Generale Tel. 06/5908.3240 E-mail: segreteria.dgsisc@mit.gov.it
<b>NOME REFERENTE</b>	Valentina Nocito Tel. 06/5908.4157 E-mail: valentina.nocito@mit.gov.it

**SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA  
INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE**

<p><b>PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b></p>	<p>il Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti si è dotato di una pianificazione strategica delle opere pubbliche articolata in quattro strategie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• la valorizzazione del patrimonio esistente con una manutenzione profonda;</li> <li>• il completamento o la scelta di nuove infrastrutture purché utili, snelle e condivise, anche rivedendo i progetti se sono datati o sovradimensionati;</li> <li>• 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;</li> <li>• lo sviluppo urbano sostenibile con una rinnovata attenzione alla qualità del trasporto pubblico.</li> </ul> <p>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.</p> <p>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.</p>
<p><b>TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b></p>	<p><i>Connettere l'Italia – Strategie per le infrastrutture di trasporto e logistica.</i></p>
<p><b>MODALITA' DI COMUNICAZIONE</b></p>	<p>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.</p>

<b>OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE</b>	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.
<b>PERIODO DI DIFFUSIONE</b>	Tutto l'anno 2017
<b>BUDGET DEDICATO</b>	Al momento non è possibile quantificare il budget
<b>AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE</b>	È previsto un monitoraggio in itinere e la valutazione ex post.
<b>SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI</b>	Data la trasversalità del tema oggetto dell'iniziativa, sono previste azioni sinergiche con altre Amministrazioni dello Stato e associazioni di categoria
<b>NOME STRUTTURA</b>	Struttura Tecnica di Missione
<b>NOME RESPONSABILE</b>	Ing. Mario Nobile – Direttore Generale Tel. 06/5908.3240 E-mail: <a href="mailto:segreteria.dgsisc@mit.gov.it">segreteria.dgsisc@mit.gov.it</a>
<b>NOME REFERENTE</b>	Dr. Marco Martino E-mail: <a href="mailto:marco.martino@mit.gov.it">marco.martino@mit.gov.it</a>

	<b>SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>
<b>PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>	<p>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:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• sostenere la creazione di uno spazio unico europeo dei trasporti multimodale con investimenti nella TEN-T;</li> <li>• 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.</li> </ul>
<b>TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>	Piano di Comunicazione del PON Infrastrutture e Reti 2014-2020.
<b>MODALITA' DI COMUNICAZIONE</b>	<p>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.</p> <p>Per il 2017 sono previste le seguenti attività:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• pubblicazione depliant e brochure informative;</li> <li>• pubblicazione di n. 1 quaderno tematico;</li> <li>• produzione gadget dedicati al Programma;</li> <li>• avvio concorso fotografico e video su tematiche legate al Programma;</li> <li>• partecipazione ad almeno n. 2 manifestazioni fieristiche;</li> <li>• messa online del nuovo sito dedicato al Programma;</li> <li>• realizzazione di almeno n. 2 workshop/convegni;</li> <li>• realizzazione di campagne pubblicitarie sia sui social network che sui media tradizionali (radio, televisione, stampa).</li> </ul>
<b>OBBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE</b>	<p>Le azioni di comunicazione del PON Infrastrutture e Reti coinvolgono un target piuttosto ampio che comprende:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Opinione pubblica;</li> <li>- Parti economiche e sociali;</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Autorità locali;</li> <li>- Beneficiari;</li> <li>- Stampa e opinion leader.</li> </ul> <p>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.</p>
<b>PERIODO DI DIFFUSIONE</b>	L'attività di comunicazione del PON Infrastrutture e Reti 2014-2020 si concluderà il 31/12/2023.
<b>BUDGET DEDICATO</b>	Il budget complessivo presunto destinato all'attività di comunicazione è di € 9.750.000,00, oltre IVA. La gara ad evidenza pubblica si sta concludendo ed entro la fine dell'anno sarà affidato il servizio.
<b>AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICAZIONI DI VALUTAZIONE</b>	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.
<b>SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI</b>	Sono previste forme di collaborazione con la Commissione Europea, il Ministero dello Sviluppo Economico, gli Enti attuatori (RFI, ENAC, ENAV, ANAS, AUTORITA' PORTUALI)..
<b>NOME STRUTTURA</b>	Direzione generale per lo sviluppo del territorio, la programmazione ed i progetti internazionali – Divisione II.
<b>NOME RESPONSABILE</b>	Dott.ssa Angela Catanese (Autorità di Gestione del PON Reti e Mobilità 2007-2013) – angela.catanese@mit.gov.it – tel. 06/44122446 – fax 06/44124386
<b>NOME REFERENTE</b>	Arch. Maria Rita Antonini – mariarita.antonini@mit.gov.it – tel. 06/44123262 – fax 06/44124386

**SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE  
DELLE INIZIATIVE DI COMUNICAZIONE**

<p><b>PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b></p>	<p>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 15 giugno 2016, n. 212.</p>
<p><b>TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b></p>	<p>Disseminazione studi sulla sicurezza</p>
<p><b>MODALITA' DI COMUNICAZIONE</b></p>	<p>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:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- pubblicazione in formato elettronico sul sito istituzionale del Ministero;</li> <li>- 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;</li> <li>- se consentito dalla disponibilità di fondi, convegni e workshop sul tema della sicurezza in mare, anche d'intesa con altre amministrazioni/enti di settore;</li> <li>- invio al sistema bibliotecario del Ministero e deposito legale delle pubblicazioni presso il sistema bibliotecario centrale e regionale.</li> </ul>

<b>OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE</b>	<p>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.</p>
<b>PERIODO DI DIFFUSIONE</b>	Secondo semestre 2017
<b>BUDGET DEDICATO</b>	non sono stati ancora previsti fondi a copertura delle iniziative di comunicazione su elencate
<b>AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE</b>	<p>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.</p> <p>Si prevede inoltre una valutazione della campagna successivamente alla divulgazione delle pubblicazioni, attraverso i commenti e feedback provenienti dagli operatori e stakeholder del settore.</p>
<b>SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI</b>	Per il 2017 non sono previste collaborazioni con altri enti o Ministeri.
<b>NOME STRUTTURA</b>	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.
<b>NOME RESPONSABILE</b>	Dott. Eugenio Minici E-mail: eugenio.minici@mit.gov.it - Tel. 06 5908 4815

<b>NOME REFERENTE</b>	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
-----------------------	--

<b>SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLE INIZIATIVE DI COMUNICAZIONE</b>	
<b>PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>	È prevista una nuova diffusione della Campagna di comunicazione istituzionale sulla Sicurezza stradale dal claim “ <i>Sulla buona Strada</i> ” lanciata nell’anno 2016. Sono previste altresì iniziative collaterali finalizzate a rafforzare particolari aspetti del messaggio di comunicazione anche in relazione con le attività di educazione stradale.
<b>TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>	Campagna di comunicazione istituzionale “ <i>Sulla buona Strada</i> ”.
<b>MODALITA' DI COMUNICAZIONE</b>	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).
<b>OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE</b>	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; sistemi di ritenuta sedili anteriori e/o posteriori; sistemi di ritenuta per i bambini; ciclisti.
<b>PERIODO DI DIFFUSIONE</b>	Nel corso dell’anno 2017.
<b>BUDGET DEDICATO</b>	Il budget dedicato alla diffusione della Campagna sarà di circa € 1.650.000,00. Compatibilmente con gli stanziamenti definitivi di bilancio si potrà prevederne un eventuale ampliamento.
<b>AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE</b>	No.
<b>SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI</b>	In sinergia con i partner di volta in volta eventualmente interessati.
<b>NOME STRUTTURA</b>	Direzione Generale per la Sicurezza Stradale – Divisione 3.
<b>NOME RESPONSABILE</b>	Dott.ssa Paola Calamani, mail: <a href="mailto:paola.calamani@mit.gov.it">paola.calamani@mit.gov.it</a> ; recapito telefonico: 06/41586655; fax: 06/41586623
<b>NOME REFERENTE</b>	Dott.ssa Laura Fristachi, mail: <a href="mailto:laura.fristachi@mit.gov.it">laura.fristachi@mit.gov.it</a> ; recapito telefonico: 06/41586658

**SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA  
INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE**

<p><b>PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b></p>	<p>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.</p> <p>Alcuni titoli delle iniziative in programma sono:</p> <p><b>“Strade da Amare: a scuola di sicurezza”</b></p> <p><b>“Strade da Amare on the road”</b></p> <p><b>“Anzia ... Moci in Sicurezza”</b></p> <p><b>“La prevenzione degli incidenti: Conoscenze, abitudini ed emozioni”</b></p> <p><b>Film “Strade da amare. La scelta giusta”</b></p> <p><b>FORUM della mobilità sicura, responsabile e sostenibile</b></p> <p><b>Educare alla Sicurezza Stradale i cittadini immigrati e stranieri</b></p> <p>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.</p> <p>Giunto alla quinta 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.</p> <p>“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.</p>
<p><b>TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b></p>	<p>I titoli varieranno a seconda dell'iniziativa</p>

<b>MODALITA' DI COMUNICAZIONE</b>	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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...).</p>
<b>OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE</b>	<p>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.</p> <p>Il progetto si propone di:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Incrementare la sensibilizzazione alla sicurezza stradale dei cittadini stranieri residenti.</li> <li>- Aumentare le informazioni e le conoscenze dei cittadini stranieri relative al codice stradale</li> <li>- Migliorare le informazioni riguardo alle norme di circolazione e alla documentazione necessaria per la guida</li> </ul> <p>Il progetto prevede una serie di attività di informazione, formazione e comunicazione, tra le quali:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Campagna di informazione e sensibilizzazione sul tema “sicurezza stradale” con modalità individuate in collaborazione con i partecipanti del corso</li> <li>- Incontri tra le comunità straniere e la Polizia Municipale</li> <li>- Materiale informativo nelle principali lingue</li> </ul> <p>Il progetto si colloca nell'ambito dell'area “ Promozione di comportamenti cooperativi e responsabilità individuali e sociali” e “ Diffusione della conoscenza”.</p>
<b>PERIODO DI DIFFUSIONE</b>	<p>Per tutto il 2017</p>
<b>BUDGET DEDICATO</b>	<p>Importo previsto per tutte le attività in programma è di circa € 160.000,00 I.V.A. inclusa</p>
<b>EVENTUALI AZIONI DI MONITORAGGIO, SE PREVISTE</b>	<p>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.</p>

<b>SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI</b>	Sinergie operative con: <ul style="list-style-type: none"> <li>- MIT - Direzione Generale della Sicurezza Stradale</li> <li>- I soggetti Istituzionali e associativi del Tavolo Tecnico Interistituzionale per la Sicurezza Stradale in Campania, istituito dalla Direzione Generale Territoriale del Sud</li> <li>- Scuole;</li> <li>- Amministrazioni Locali;</li> <li>- Altro</li> </ul>
<b>NOME STRUTTURA</b>	Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti – Direzione Generale Territoriale del Sud
<b>NOME RESPONSABILE</b>	Ciro Saverio Romano, <a href="mailto:cirosaverio.romano@mit.gov.it">cirosaverio.romano@mit.gov.it</a> 081 19706225
<b>NOME REFERENTE</b>	Ciro Saverio Romano <a href="mailto:cirosaverio.romano@mit.gov.it">cirosaverio.romano@mit.gov.it</a> 081 19706225



	<b>SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>
<b>PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>	Organizzazione di manifestazioni e partecipazione a rassegne speciali, fiere e <b>congressi</b> .
<b>TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>	Organizzazione iniziative sul ruolo dell'Albo degli Autotrasportatori.
<b>MODALITA' DI COMUNICAZIONE</b>	Materiale informativo cartaceo, eventi, conferenze, giornate dedicate, congressi, convegni
<b>OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE</b>	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.
<b>PERIODO DI DIFFUSIONE</b>	Gennaio – Dicembre 2017.
<b>BUDGET DEDICATO</b>	€ 40.000,00 oltre IVA
<b>AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE</b>	Non Previste
<b>SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI</b>	Non Previsti
<b>NOME STRUTTURA</b>	Comitato Centrale Albo Nazionale Autotrasportatori di cose per conto di terzi
<b>NOME RESPONSABILE</b>	Maria Teresa Di Matteo Mail: <a href="mailto:albo.autotrasporto@mit.gov.it">albo.autotrasporto@mit.gov.it</a> Tel. 06.41584525 Fax 0641584517
<b>NOME REFERENTE</b>	Luigi Tarquini Mail: <a href="mailto:luigi.tarquini@mit.gov.it">luigi.tarquini@mit.gov.it</a> Tel. 06.41584520 Fax 0641584517

	<b>SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>
<b>PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>	Diffusione messaggi di <b>comunicazione</b> istituzionale, di utilità sociale e di pubblico interesse.
<b>TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>	Messaggi sul ruolo e l'importanza dell'Autotrasporto e sulla promozione dell'attività di impresa del settore.
<b>MODALITA' DI COMUNICAZIONE</b>	Diffusione sui canali televisivi, circuiti cinematografici, web, social networks, stampa e affissioni
<b>OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE</b>	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.
<b>PERIODO DI DIFFUSIONE</b>	Gennaio – Dicembre 2017.
<b>BUDGET DEDICATO</b>	€ 500.000,00 oltre IVA
<b>AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE</b>	Verifica della messa in onda e del target raggiunto mediante indicatori disponibili
<b>SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI</b>	Non Previsti
<b>NOME STRUTTURA</b>	Comitato Centrale Albo Nazionale Autotrasportatori di cose per conto di terzi
<b>NOME RESPONSABILE</b>	Maria Teresa Di Matteo Mail: <a href="mailto:albo.autotrasporto@mit.gov.it">albo.autotrasporto@mit.gov.it</a> Tel. 06.41584525 Fax 0641584517
<b>NOME REFERENTE</b>	Luigi Tarquini Mail: <a href="mailto:luigi.tarquini@mit.gov.it">luigi.tarquini@mit.gov.it</a> Tel. 06.41584520 Fax 0641584517

	<b>SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>
<b>PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>	Diffusione informazione tramite <b>canali radiofonici</b>
<b>TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>	Approfondimento e informazione su settore autotrasporto
<b>MODALITA' DI COMUNICAZIONE</b>	Spazi radiofonici di informazione legate al mondo dell'autotrasporto
<b>OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE</b>	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
<b>PERIODO DI DIFFUSIONE</b>	Gennaio – Dicembre 2017.
<b>BUDGET DEDICATO</b>	€ 312.500,00 oltre IVA
<b>AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE</b>	Non Previste
<b>SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI</b>	Non Previsti
<b>NOME STRUTTURA</b>	Comitato Centrale Albo Nazionale Autotrasportatori di cose per conto di terzi
<b>NOME RESPONSABILE</b>	Maria Teresa Di Matteo Mail: <a href="mailto:albo.autotrasporto@mit.gov.it">albo.autotrasporto@mit.gov.it</a> Tel. 06.41584525 Fax 0641584517
<b>NOME REFERENTE</b>	Luigi Tarquini Mail: <a href="mailto:luigi.tarquini@mit.gov.it">luigi.tarquini@mit.gov.it</a> Tel. 06.41584520 Fax 0641584517

	<b>SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>
<b>PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>	Pubblicazione <b>rivista mensile</b>
<b>TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>	Periodico del Comitato Centrale per l'Albo nazionale degli autotrasportatori di cose per conto di terzi " <b>TIR</b> "
<b>MODALITA' DI COMUNICAZIONE</b>	Diffusione informazione a mezzo stampa e attraverso canali digitali
<b>OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE</b>	<p>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;</p> <p>b) Contenuti: Analisi, indagini, interviste ad esponenti politici ed amministrativi e a rappresentanti delle associazioni di categoria: Fisco, Normativa, Scadenze, Notizie dall'Europa ecc.</p>
<b>PERIODO DI DIFFUSIONE</b>	Gennaio – Dicembre 2017.
<b>BUDGET DEDICATO</b>	€ 495.000,00 oltre IVA
<b>AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE</b>	Non Previste
<b>SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI</b>	Non Previsti
<b>NOME STRUTTURA</b>	Comitato Centrale Albo Nazionale Autotrasportatori di cose per conto di terzi
<b>NOME RESPONSABILE</b>	<p>Maria Teresa Di Matteo  Mail: <a href="mailto:albo.autotrasporto@mit.gov.it">albo.autotrasporto@mit.gov.it</a>  Tel. 06.41584525  Fax 0641584517</p>
<b>NOME REFERENTE</b>	<p>Luigi Tarquini  Mail: <a href="mailto:luigi.tarquini@mit.gov.it">luigi.tarquini@mit.gov.it</a>  Tel. 06.41584520  Fax 0641584517</p>

	<b>1. SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>
<b>PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>	Nell'ambito della comunicazione del Provveditorato Interregionale alle Opere Pubbliche per la Campania, Molise, Puglia e Basilicata si intende realizzare un convegno intitolato "Il coraggio delle scelte nella Pubblica Amministrazione: Rating, Ribassi d'asta e Subappalti". Un momento di incontro, confronto e riflessione tra mondo istituzionale, territoriale e cittadinanza, al fine di promuovere una maggiore conoscenza nell'ambito degli appalti pubblici per agire con consapevolezza e fare le scelte più opportune. 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".
<b>TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>	Tale iniziativa di comunicazione è denominata: "Il coraggio delle scelte nella Pubblica Amministrazione: Rating, Ribassi d'asta e Subappalti".
<b>MODALITA' DI COMUNICAZIONE</b>	L'iniziativa prevede, in ottemperanza alla legge 150/00 all'art.1 comma 4-a "l'informazione ai mezzi di comunicazione di massa, attraverso stampa, audiovisivi e strumenti telematici", la realizzazione di comunicati e articoli per la stampa, la creazione di una pagina dedicata all'evento da diffondere tramite i social network e l'inserimento della locandina sul sito istituzionale del Provveditorato per la promozione del convegno. Si prevede inoltre ulteriore diffusione tramite newsletter, rassegne stampa e distribuzione di locandine.  Il lavoro di redazione e organizzazione sarà svolto dall'Ufficio Stampa e Comunicazione del Provveditorato, e dai tirocinanti che prestano e/o che hanno prestato servizio presso suddetto Ufficio.
<b>OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE</b>	Le finalità della presente iniziativa è quello di promuovere una riflessione in un settore delicato quale quello degli appalti pubblici favorendo il confronto su temi di grande interesse, come gare, appalti e rating, mettendone in luce le problematiche, le scelte e le riflessioni sulle metodologie adoperate. Inoltre, attraverso il convegno, si vuole promuovere l'immagine del Provveditorato conferendone conoscenza e visibilità in un settore strategicamente importante quale quello delle opere pubbliche.  L'evento è rivolto principalmente al mondo istituzionale, imprenditoriale e all'intera cittadinanza affinché si possa instaurare un dialogo basato sulla trasparenza delle informazioni.
<b>PERIODO DI DIFFUSIONE</b>	Evento singolo previsto per marzo 2017.
<b>BUDGET DEDICATO</b>	Il budget previsto per la suddetta iniziativa (15.000 €) servirà per coprire i costi relativi all'organizzazione del convegno: spese logistiche dei relatori, campagna pubblicitaria ed eventuali rimborsi spese per la collaborazione attiva alla realizzazione dell'iniziativa.

<b>AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE</b>	Al fine di valutare l'efficacia dell'iniziativa verranno esaminate, le pubblicazioni relative al convegno su quotidiani, telegiornali e siti online. Inoltre si sottoporranno ai partecipanti test e interviste, per analizzare il grado di soddisfazione dell'evento.
<b>SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI</b>	La realizzazione del convegno sarà possibile grazie alle collaborazioni in sinergia con Amministrazioni, Enti, Ordini professionali di ingegneri e architetti, Associazioni di settore e Università tramite l'ausilio dei tirocinanti che collaborano con il Provveditorato.
<b>NOME STRUTTURA</b>	Ufficio Stampa e Comunicazione del Provveditorato Interregionale alle Opere Pubbliche Campania, Molise, Puglia e Basilicata.
<b>NOME RESPONSABILE</b>	Provveditore Dott. Ing. Vittorio Rapisarda Federico 0815692200
<b>NOME REFERENTE</b>	Dott.ssa Clarissa Campodonico <a href="mailto:ufficiostampa.ooppna@mit.gov.it">ufficiostampa.ooppna@mit.gov.it</a> 0815692264/65

	<b>2. SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>
<b>PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>	Nell'ambito della comunicazione del Provveditorato Interregionale alle Opere Pubbliche per la Campania, Molise, Puglia e Basilicata si intende realizzare la tavola rotonda: "Giovani & Pubblica Amministrazione: formarsi insieme per un futuro migliore" dedicata alla formazione giovanile. L'iniziativa è nata dalla convinzione che per un futuro migliore c'è bisogno di una sinergia, un incontro di esperienze pratiche e formative. Già da qualche anno il Provveditorato ha avviato un percorso di formazione di laureandi in collaborazione con le università di Napoli – Federico II, Suor Orsola Benincasa e Parthenope - con l'obiettivo di formare i giovani e dare loro l'opportunità di avere una visione d'insieme in un apparato strategicamente importante quale quello delle Opere Pubbliche. (Legge 150/00 art.1 comma 5. b/d).
<b>TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>	Tale iniziativa di comunicazione è denominata: "Giovani & Pubblica Amministrazione: formarsi insieme per un futuro migliore".
<b>MODALITA' DI COMUNICAZIONE</b>	I mezzi di comunicazione che si intendono utilizzare sono i seguenti: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Newsletter da inviare ai contatti dell'Ufficio Stampa per promuovere la suddetta iniziativa;</li> <li>- Bachecca virtuale sul sito internet del Provveditorato alle OO.PP;</li> <li>- Realizzazione di locandine/manifesti;</li> <li>- Comunicati stampa e relative rassegne;</li> </ul>

	<p>- Utilizzo di Social Network per la promozione dell'intera iniziativa.</p> <p>. 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.</p>
<b>OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE</b>	<p>La finalità della presente iniziativa è quella di avvicinare i giovani alla Pubblica Amministrazione, in un settore specifico quale quello del Provveditorato Interregionale alle OO.PP. Si intende formare gli studenti a coniugare le nozioni apprese nell'ambito universitario con quelle lavorative, dando loro l'opportunità di tirocini ad hoc, al fine di promuovere comportamenti virtuosi e acquisire nuove conoscenze (punto 2.4 contenuti e aree tematiche). 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). Destinatario dell' iniziativa è il mondo universitario.</p>
<b>PERIODO DI DIFFUSIONE</b>	<p>Evento singolo previsto per aprile 2017.</p>
<b>BUDGET DEDICATO</b>	<p>Il budget previsto per la suddetta iniziativa (7.000 €) 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 della tavola rotonda.</p>
<b>AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE</b>	<p>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.</p>
<b>SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI</b>	<p>Collaborazioni in sinergia con Amministrazioni, Enti, Ordini professionali, Associazioni di settore e Università che hanno promosso l'incontro.</p>
<b>NOME STRUTTURA</b>	<p>Ufficio Stampa e Comunicazione del Provveditorato Interregionale alle Opere Pubbliche Campania, Molise, Puglia e Basilicata.</p>

<b>NOME RESPONSABILE</b>	Provveditore Dott. Ing. Vittorio Rapisarda Federico 0815692200
<b>NOME REFERENTE</b>	Dott.ssa Clarissa Campodonico <a href="mailto:ufficiostampa.ooppna@mit.gov.it">ufficiostampa.ooppna@mit.gov.it</a> 0815692264



	<p align="center"><b>1. SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b></p>
<p><b>PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b></p>	<p>Nell'ambito della comunicazione del Provveditorato Interregionale per le Opere Pubbliche di Napoli si intende realizzare un blog dedicato a notizie e programmi sulla Pubblica Amministrazione, con particolare riguardo alle attività del Provveditorato. Tale iniziativa prevede la collaborazione tra diverse figure professionali, interne ed esterne all'Ente, attuando quanto previsto dalla legge 150/2000, art.1: -comma 4-a) "l'informazione ai mezzi di comunicazione di massa, attraverso stampa, audiovisivi e strumenti telematici", e dal comma 5-d/f che promuove le conoscenze su temi di interesse pubblico e sociale, l'immagine delle amministrazioni in Italia e in Europa, "... conferendo conoscenza e visibilità ad eventi d'importanza locale, regionale, nazionale ed internazionale."</p>
<p><b>TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b></p>	<p>Tale iniziativa di comunicazione è denominata: "InCantiere Blog: eventi, programmi sulla P.A".</p>
<p><b>MODALITA' DI COMUNICAZIONE</b></p>	<p>L'iniziativa prevede, in ottemperanza alla legge 150/2000 art.1 comma 4-a, la realizzazione del blog e la sua diffusione tramite comunicati, articoli per la stampa, TV locali, social network, newsletter e rassegne stampa.</p> <p>"InCantiere Blog: eventi, programmi sulla P.A" avrà un apposito spazio sul sito Istituzionale del Provveditorato per le OO.PP.</p> <p>Una conferenza stampa ne promuoverà l'iniziativa.</p> <p>Il lavoro di redazione e organizzazione sarà svolto dall'Ufficio Stampa e Comunicazione del Provveditorato e dai tirocinanti che prestano e/o che hanno prestato servizio presso suddetto ufficio.</p>
<p><b>OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE</b></p>	<p>La finalità della presente attività, è quella di valorizzare e comunicare all'esterno l'intero operato dell'Ente, tramite la promozione di iniziative che stimolino atteggiamenti virtuosi, ai fini della collaborazione, della trasparenza e comportamenti corretti in osservanza delle leggi, mediante una maggiore diffusione delle informazioni sul territorio locale e nazionale. Tale obiettivo sarà perseguito mediante interviste, rubriche, articoli, ed approfondimenti, di cui si occuperanno principalmente i funzionari interni.</p>

	Il blog sarà rivolto a tutta la cittadinanza, al mondo imprenditoriale e alle figure professionali interessate.
<b>PERIODO DI DIFFUSIONE</b>	L'iniziativa avrà come periodo di diffusione, l'intero 2017, da gennaio a dicembre, con la possibilità di estenderla anche agli anni successivi.
<b>BUDGET DEDICATO</b>	Il budget previsto per l'iniziativa è di 13.000 euro + iva, al fine di coprire i costi relativi alle spese logistiche, all'organizzazione del lavoro, ad eventuali collaborazioni interne ed esterne all'Ufficio Stampa, e ad un eventuale rimborso spese per i tirocinanti che collaboreranno attivamente alla realizzazione dell'iniziativa. Per il corretto svolgimento del lavoro, sarà inoltre necessario fruire di attrezzature informatiche indispensabili (computer, stampante, fax e scanner, etc...).
<b>AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE</b>	Nell'intento di valutare correttamente la percentuale di gradimento del blog, nonché la sua efficacia comunicativa, saranno presi in esame i commenti e gradimenti tramite modalità tecniche.
<b>SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI</b>	Il blog sarà rivolto a tutti: Cittadini, Amministrazioni, Ordini Professionali, Istituzioni. Per questo motivo, si intenderà coniugare l'informazione giornalistica con l'aspetto tecnico dei vari temi di interesse, di cui l'Ente si occuperà di volta in volta.
<b>NOME STRUTTURA</b>	Ufficio Stampa e Comunicazione del Provveditorato Interregionale alle Opere Pubbliche Campania, Molise, Puglia e Basilicata.
<b>NOME RESPONSABILE</b>	Provveditore Dott. Ing. Vittorio Rapisarda Federico 0815692200
<b>NOME REFERENTE</b>	Dott.ssa Clarissa Campodonico <a href="mailto:ufficiostampa.ooppna@mit.gov.it">ufficiostampa.ooppna@mit.gov.it</a> 0815692264

<b>1. SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>	
<b>PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>	<p>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 alla legalità. Anche per l'anno 2017, questo Comando Generale intende partecipare con un proprio spazio espositivo, ad eventi di rilevanza internazionale in tema nautico, quali il 57° Salone Nautico di Genova, la 49° Barcolana ed il 25° EUDI Show.</p> <p>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.</p>
<b>TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>	Le iniziative di comunicazione faranno rimando all'evento principale nell'ambito del quale si svolgeranno, rispettivamente "57° Salone Nautico", "49° Barcolana", "25° EUDI Show".
<b>MODALITA' DI COMUNICAZIONE</b>	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, nonché attraverso il coinvolgimento dei media nazionali e con la presenza di personale del Corpo nelle scuole, ove ogni anno lo stesso incontra gli studenti per sensibilizzarli sulla sicurezza in mare e sul rispetto dell'ambiente. Tali attività proseguiranno anche in concomitanza allo svolgimento degli eventi in questione, attraverso il contatto diretto con appassionati e visitatori.
<b>OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE</b>	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.
<b>PERIODO DI DIFFUSIONE</b>	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).
<b>BUDGET DEDICATO</b>	<p>La previsione del budget per la realizzazione degli stand</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Allestimento stand € 30.000</li> <li>-Gadget € 5.000</li> <li>-Materiale pubblicitario € 1.000</li> <li>-Trasporti € 1.000</li> <li>-Mezzi e personale € 10.000</li> </ul> <p style="text-align: right;">-----</p> <p>Budget per ciascuna manifestazione € 47.000</p>

<b>AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE</b>	<p>Si prevede l'utilizzo di indicatori di controllo e di strumenti di <i>customer satisfaction</i> 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: <i>Youtube, Facebook, Twitter, Google</i>). A ciò si aggiungerebbe la somministrazione di questionari nel corso di specifici incontri con la stampa di settore.</p>
<b>SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI</b>	<p>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.</p>
<b>NOME STRUTTURA</b>	<p>Corpo delle Capitanerie di Porto - Guardia Costiera.</p>
<b>NOME RESPONSABILE</b>	<p>Filippo Marini (Capitano di Vascello) Tel: 06/5908.4877 E-mail: <a href="mailto:filippo.marini@mit.gov.it">filippo.marini@mit.gov.it</a></p>
<b>NOME REFERENTE</b>	<p>Filippo Marini (Capitano di Vascello) Tel: 06/5908.4877 E-mail: <a href="mailto:filippo.marini@mit.gov.it">filippo.marini@mit.gov.it</a></p>

<b>2. SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>	
<b>PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>	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 alla legalità. Per l'anno 2017, 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.
<b>TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>	“Guardia Costiera: navighiamo verso il futuro”
<b>MODALITA' DI COMUNICAZIONE</b>	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 dello stesso video ai più importanti media nazionali e locali, e lo stesso verrebbe proiettato in occasione conferenze dedicate ed eventi o progetti che il Corpo promuove durante le manifestazioni di settore, ed anche attraverso la presenza nelle scuole, ove il Corpo ogni anno incontra gli studenti per sensibilizzarli sulla sicurezza in mare e sul rispetto dell'ambiente.
<b>OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE</b>	Un prodotto che in pochi minuti illustri in modo semplice, efficace e accattivante, 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.
<b>PERIODO DI DIFFUSIONE</b>	Il filmato istituzionale potrebbe essere utilizzato nel corso dell'intero anno e di quelli successivi.

	<p>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.</p> <p>Si prevede:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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) € 20.000</li> <li>- post-produzione (montaggio del filmato) € 15.000</li> <li>- suoni € 4.000</li> <li>- grafica € 6.000</li> <li>- mezzi e personale € 5.000</li> <li>- n. 1000 copie su DVD serigrafato con custodia rigida € 6.000</li> </ul> <p style="text-align: right;">-----</p> <p>Budget totale € 56.000</p>
<p><b>AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE</b></p>	<p>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 (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 utilizzati dal Corpo: Youtube, Facebook, Twitter), verificando successivamente le relative visualizzazioni e i commenti, nonché attraverso questionari di gradimento; tramite verifica della messa in onda e divulgazione da parte dei media.</p>
<p><b>SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI</b></p>	<p>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.</p>
<p><b>NOME STRUTTURA</b></p>	<p>Corpo delle Capitanerie di Porto - Guardia Costiera.</p>
<p><b>NOME RESPONSABILE</b></p>	<p>Filippo Marini (Capitano di Vascello)  Tel: 06/5908.4877  E-mail: <a href="mailto:filippo.marini@mit.gov.it">filippo.marini@mit.gov.it</a></p>

<b>NOME REFERENTE</b>	Filippo Marini (Capitano di Vascello) Tel: 06/5908.4877 E-mail: <a href="mailto:filippo.marini@mit.gov.it">filippo.marini@mit.gov.it</a>
-----------------------	--

**3. SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA  
INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE**

<p><b>PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b></p>	<p>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 2017, 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.</p>
<p><b>TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b></p>	<p>"Mare sicuro 2017" 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.</p>
<p><b>MODALITA' DI COMUNICAZIONE</b></p>	<p>La campagna di comunicazione sarà promossa attraverso i consueti canali social impiegati dal Corpo (<i>Youtube, Facebook, Twitter</i>), 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 di studenti che saranno raggiunti presso le scuole, ove il Corpo ogni anno tiene una serie di incontri per sensibilizzare i giovani sulla sicurezza in mare e sul rispetto dell'ambiente.</p>
<p><b>OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE</b></p>	<p>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.</p>
<p><b>PERIODO DI DIFFUSIONE</b></p>	<p>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 valorizzazione delle singole attività svolte dai Comandi territoriali, con un'analisi conclusiva dei risultati e la loro successiva presentazione in conferenza stampa presso il Salone Nautico.</p>



<b>BUDGET DEDICATO</b>	<p>La previsione del budget per la realizzazione della campagna di comunicazione</p> <p>-Conferenza stampa nazionale di apertura      € 5.000</p> <p>-Materiale pubblicitario                              € 15.000</p> <p style="text-align: right;">-----</p> <p>Budget complessivo                              € 20.000</p>
<b>AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE</b>	<p>Si prevede l'utilizzo di indicatori di controllo e di strumenti di <i>customer satisfaction</i> 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 (<i>Youtube, Facebook, Twitter, Google+</i>); confronto diretto con gli utenti e raccolta di questionari di gradimento diffusi in occasione di iniziative di settore quali il Salone Nautico; analisi della stampa nazionale e locale.</p>
<b>SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI</b>	<p>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.</p>
<b>NOME STRUTTURA</b>	<p>Corpo delle Capitanerie di Porto - Guardia Costiera.</p>
<b>NOME RESPONSABILE</b>	<p>Filippo Marini (Capitano di Vascello)  Tel: 06/5908.4877  E-mail: <a href="mailto:filippo.marini@mit.gov.it">filippo.marini@mit.gov.it</a></p>
<b>NOME REFERENTE</b>	<p>Filippo Marini (Capitano di Vascello)  Tel: 06/5908.4877  E-mail: <a href="mailto:filippo.marini@mit.gov.it">filippo.marini@mit.gov.it</a></p>

<b>4. SCHEDA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>	
<b>PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>	<p>Come in passato, anche per l'anno 2017, 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.</p>
<b>TITOLO DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</b>	<p><i>“Calendario Guardia Costiera 2018”</i></p>
<b>MODALITA' DI COMUNICAZIONE</b>	<p>La campagna di comunicazione connessa alla pubblicazione del Calendario istituzionale prevederebbe 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.</p>
<b>OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE</b>	<p>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.</p>
<b>PERIODO DI DIFFUSIONE</b>	<p>Il calendario della Guardia Costiera si riferirà e sarà diffuso durante l'intero anno 2018.</p>
<b>BUDGET DEDICATO</b>	<p>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 con una tiratura di circa 10.000 unità.</p>
<b>AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE</b>	<p>Si prevede l'utilizzo di indicatori di controllo e di strumenti di <i>customer satisfaction</i> 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+).</p>

<b>SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI</b>	<p>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.</p>
<b>NOME STRUTTURA</b>	<p>Corpo delle Capitanerie di Porto - Guardia Costiera.</p>
<b>NOME RESPONSABILE</b>	<p>Filippo Marini (Capitano di Vascello) Tel: 06/5908.4877 E-mail: <a href="mailto:filippo.marini@mit.gov.it">filippo.marini@mit.gov.it</a></p>
<b>NOME REFERENTE</b>	<p>Filippo Marini (Capitano di Vascello) Tel: 06/5908.4877 E-mail: <a href="mailto:filippo.marini@mit.gov.it">filippo.marini@mit.gov.it</a></p>