

II. Iniziative di comunicazione dei singoli Servizi



Provincia
di Pesaro e Urbino

Piano
di Comunicazione

2007

Com
uni
cARe



A cura di:
Ufficio Comunicazione
Servizio Affari Istituzionali, Generali,
Giuridici e Legislativi

Direzione Generale

com
uni
cARe

Parte II - Iniziative di comunicazione dei singoli Servizi

Area di Staff – Segreteria e Direzione Generale

- *Direzione Generale*pag. 1
- *Ufficio 0.0.0.3 Beni Storici, Artistici, Archeologici* pag. 4
- *P.O. 0.0.2 Informazione, Immagine e Stampa – Marketing Territoriale*..... pag. 7
- *Servizio 0.1 Affari ed Organi Istituzionali – Affari Generali, Giuridici e Legislativi – Consulenza agli Organi Istituzionali, alla Struttura organizzativa ed agli Enti Locali – Appalti, Contratti e Concessioni – Servizio Civile e Urp – Sede distaccata di Urbino – Corpo di Polizia Locale Provinciale* pag. 9
- *Servizio 0.1 – P.O. 0.0.1 Appalti e Contratti*..... pag. 15

Area 1 – Politiche del Lavoro – Sociali – Culturali – Pubblica Istruzione – Turismo

- *P.O. 1.0.1 Centro studi e Osservatorio per lo sviluppo economico e sociale del territorio* pag. 17
- *Servizio 1.1 – P.O. 1.1.2 Programmazione, promozione e gestione delle attività culturali ed editoria*..... pag. 29
- *Servizio 1.2 – Formazione Professionale, Politiche per l’Occupazione*..... pag. 53
- *Servizio 1.3 – Ufficio 1.3.0.1 Servizi sociali* pag. 58
- *Servizio 1.3 – P.O. 1.3.1 Istruzione Scolastica–Sport–Tempo Libero*.....pag. 61

Area 2 – Gestione delle Risorse Umane e Finanziarie – Sistema Informativo Sviluppo delle Attività Produttive

- *Servizio 2.4 – Politiche Comunitarie – Politiche per i Giovani Pari Opportunità – Finanziamenti dell’Unione Europea, Statali e Regionali – Sviluppo delle Attività Produttive* pag. 68

Area 3 – Mobilità – Infrastrutture – Trasporti – Edilizia – Patrimonio – Prot. Civile

- *Servizio 3.1 – Protezione Civile – Sicurezza sul Lavoro* pag. 73
- *Servizio 3.3 – Edilizia Pubblica – Manutenzione – Patrimonio:*
Ufficio 3.3.0.1 Manut. scuole trasferite - Gestione impianti e patrimoniopag. 84
Ufficio 3.3.0.2 Programmazione e Direzione Lavori
Ufficio 3.3.0.3 Programmazione e Pianificazione..... pag. 86

Area 4 – Urbanistica – Territorio – Ambiente – Agricoltura

- *Servizio 4.1 – Urbanistica – Pianificazione Territoriale*pag. 88
- *Servizio 4.2 – Servizio Uso e tutela del suolo*
Attività estrattive – Bonifica pag. 103
- *Servizio 4.3 Beni Ambientali – Agricoltura – Tutela della fauna* pag. 109
- *Servizio 4.4 - Acque Pubbliche - Rischio idraulico e Sismico*.....pag. 111

Area: di Staff - Segreteria e Direzione Generale
Servizio: Direzione Generale

Trasparenza azione amministrativa : programmi, progetti e rendiconti in internet

Al fine di consentire a tutti i cittadini di conoscere i programmi e i rendiconti con un accesso facile e a bassi costi è stata pubblicata nel web una raccolta completa di tutti i documenti di pianificazione strategica, programmazione, gestione, rendicontazione economico-finanziaria, controllo strategico e contabile dal 2001, oltre alla diffusione dell'esperienza della provincia nell'ambito del sistema dei controlli interni previsto dal D.lg.s 286/99.

Sistema Pianificazione e Controllo Strategico

La Provincia di Pesaro e Urbino ha iniziato ad impostare il sistema del controllo strategico (D.lgs.286/99) alla fine del 2002, elaborando il piano strategico PTSE.

L'ente si pone l'obiettivo di sviluppare il sistema, partendo dalla definizione degli indicatori strutturali di verifica e dei soggetti deputati alla raccolta.

Sistema valutazione dei risultati e delle prestazioni

La Provincia di Pesaro e Urbino ha attivato il sistema di valutazione dei dirigenti nel 1999. Nel 2007 verrà applicato un nuovo sistema di valutazione che verrà esteso anche alle posizioni organizzative mentre per le alte professionalità verrà attivato ex novo, non appena verrà avviato l'istituto contrattuale.

g. d'ici pesaro/ufficio comunicazione provincia

Provincia di Pesaro e Urbino

QUI
si vive
bene,
lo dicono
i fatti!

Qualità della vita
Sicurezza e legalità
Occupazione
Incremento della popolazione
Tutela sociale
Servizi di qualità
Benessere
Tutela ambientale

QUI... nella Provincia Bella di Pesaro e Urbino, terra di Raffaello e Rossini.
Una Provincia europea di qualità!

Referente: Dott. Roberto Rondina

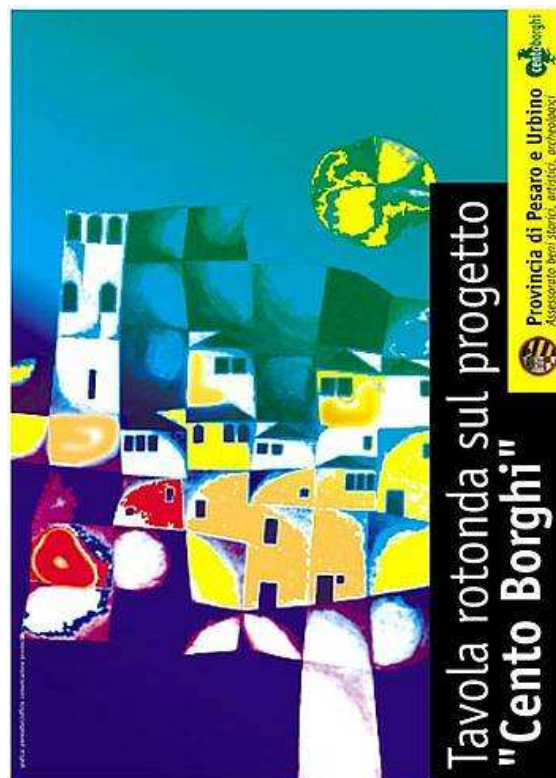
- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Sviluppare il sistema dei controlli interni in particolare: 1) pianificazione, controllo strategico 2) valutazione delle prestazioni e dei risultati dei dirigenti, posizioni organizzative ed alte professionalità
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	L'esperienza del sistema dei controlli interni
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	<ul style="list-style-type: none"> Campagna pubblicitaria Comunicazione occasionale e su singola attività Evento speciale Pubblicazioni Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all'estero X Altro (specificare) Pubblicazione in internet
	Mezzi previsti:	<ul style="list-style-type: none"> campagna affissioni pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi) affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi) spot radio televisivi trasmissioni radio televisive spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press) X produzione pagine HTML depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali altro (specificare):

	Modalità di realizzazione:	X interna esterna mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	Durata iniziativa:	Continua
	Tempi di uscita:	mese (.....) anno 2007
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Cittadini, amministratori, dipendenti
	Referente interno dell'iniziativa:	Dott.ssa Bibiana Smerilli
- Collaborazioni istituzionali		
- Costi	Budget previsto:	Gestione interna
	Capitolo Peg:	

Area: di Staff - Segreteria e Direzione Generale
Servizio: Ufficio 0.0.0.3 Beni Storici, Artistici, Archeologici

Recupero, promozione e valorizzazione del patrimonio storico, artistico, archeologico e monumentale. "La Provincia dei Cento Borghi"

La prima, la più importante e necessaria opera di tutela del patrimonio storico, delle bellezze artistiche e naturali del nostro territorio, è senza dubbio la conoscenza e la giusta percezione del valore dei beni e del loro significato culturale, storico e sociale. In un periodo in cui le risorse per interventi diretti di restauro e riuso del patrimonio storico sono assai scarse le azioni dell'assessorato mirano anzitutto a mettere i beni culturali sotto i fari dell'attenzione e della sensibilità del maggior numero possibile di cittadini e istituzioni. Se si conosce si ama, e se si ama si protegge meglio. Ecco il perché di una serie di progetti di mappatura, di censimento, di ricerca, tutti finalizzati ad essere pubblicati e comunicati in varie forme ai cittadini.



Referente/Compilatore: Zacchilli Odino

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Valorizzare il patrimonio storico (artistico, archeologico, architettonico, naturale) esistente attraverso progetti che ne incentivino la conoscenza, la tutela, il recupero, la fruizione, il riuso
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	<ul style="list-style-type: none"> - Mappatura dei borghi storici - Censimento dei mulini idraulici - Guida alla ceramica antica - Interventi di recupero di beni storici - Progetto "Arte nascosta" - Progetto Archeologia del Montefeltro - Progetto Memoria
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	<p>Campagna pubblicitaria Comunicazione occasionale e su singola attività * Evento speciale * Pubblicazioni * Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all'estero Altro (specificare)</p> <p>Le suindicate tipologie saranno utilizzate a seconda della specifica attività da realizzare</p>
	Mezzi previsti:	<p>campagna affissioni pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi) affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi) spot radio televisivi trasmissioni radio televisive spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press) produzione pagine HTML * depliant informativi * allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali * altro (specificare):attività editoriali * </p>
	Modalità di realizzazione:	<p>interna esterna mista (interni e agenzie professionisti esterni) *</p>

- Tempistica	Durata iniziativa:	Attività annuale
	Tempi di uscita:	mese (.....) anno *
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Tutti i cittadini
	Referente interno dell'iniziativa:	Zacchilli Odino
- Collaborazioni istituzionali		Comuni Fondazioni Bancarie Sponsor privati
- Costi	Budget previsto:	20.000 euro
	Capitolo Peg:	13.350/1

Area: di Staff Segreteria e Direzione Generale

Servizio: P.O. 0.0.2 Informazione, Immagine e Stampa – Marketing Territoriale

Referente/Compilatore: Marcello Ciamaglia

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Informare i cittadini della provincia sulle attività della Amministrazione Provinciale
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Pubblicazione delle informazioni sui media
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	Produzione di comunicati, articoli, fotografie, filmati e loro diffusione. Pubblicazione della rivista "La Provincia di Pesaro e Urbino"
	Mezzi previsti:	spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press). trasmissioni radio televisive. produzione pagine HTML
	Modalità di realizzazione:	interna

- Tempistica	Durata iniziativa:	12 mesi
	Tempi di uscita:	quotidiani
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	cittadini della provincia di Pesaro e Urbino
	Referente interno dell'iniziativa:	Presidente
- Collaborazioni istituzionali		
- Costi	Budget previsto:	95.000 euro
	Capitolo Peg:	300/7

Area: di Staff - Segreteria e Direzione Generale

Servizio: 0.1 Affari ed Organi Istituzionali – Affari Generali, Giuridici e Legislativi – Consulenza agli Organi Istituzionali, alla Struttura organizzativa ed agli Enti Locali- Appalti, Contratti e Concessioni – Servizio Civile e Urp – Sede distaccata di Urbino – Corpo di Polizia Locale Provinciale

Riforme, decentramento e semplificazione

E' questo l'obiettivo che si fonda sulla valorizzazione dell'autonomia organizzativa e normativa che la legge ha riconosciuto alle province quali autonomi e necessari livelli istituzionali di governo, finalizzati alla razionalizzazione della struttura organizzativa e alla semplificazione dell'attività amministrativa, secondo i noti criteri di economicità, efficacia e pubblicità indicati nella Legge 241/90 e successive modifiche intervenute.



Referente/Compilatore: Del Fattore Emanuela

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Supporto di informazione e Consulenza Giuridico-Legislativa agli Enti Locali ed alla struttura organizzativa dell'Ente
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Notiziario Giuridico e Legislativo con particolare riferimento alle norme ed alla giurisprudenza marchigiana.
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	<p>Campagna pubblicitaria Comunicazione occasionale e su singola attività Evento speciale Pubblicazioni Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all'estero <input checked="" type="checkbox"/> Altro (specificare) INVIO TELEMATICO DEL NOTIZIARIO</p>
	Mezzi previsti:	<p>campagna affissioni pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi) affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi) spot radio televisivi trasmissioni radio televisive spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press) <input checked="" type="checkbox"/> produzione pagine HTML depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali altro (specificare):</p>
	Modalità di realizzazione:	<p><input checked="" type="checkbox"/> interna esterna mista (interni e agenzie professionisti esterni)</p>
- Tempistica	Durata iniziativa:	<input checked="" type="checkbox"/> ANNUALE

	Tempi di uscita:	X TRIMESTRALE
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Regione, Autonomie Funzionali, Enti Locali – Dirigenti ed Organi Interni,
	Referente interno dell’iniziativa:	Del Fattore Emanuela
- Collaborazioni istituzionali		Nessuna Utilizzo di risorse interne
- Costi	Budget previsto:	Costo zero
	Capitolo Peg:	

Con il notiziario a scadenza trimestrale si vuole fornire alla struttura organizzativa interna ed agli Enti Locali della Provincia una fonte di notizie aggiornate riguardanti le norme nazionali e regionali e la giurisprudenza marchigiana sulle materie di competenza di Comuni, Province e Regioni.

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Quale Ente di I° Classe accreditato presso il Servizio Civile Nazionale sono stati presentati 18 progetti, anche per l'anno 2007, per l'utilizzo di volontari coinvolgendo tutti i Comuni, le Comunità Montane e le Unioni dei Comuni del territorio.
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Divulgazione notizie e sensibilizzazione dei giovani alle opportunità offerte dal Servizio Civile Nazionale, nell'ambito dei progetti presentati dalla Provincia.
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	<p>X Predisposizione materiale informativo – Pubblicazioni e avvisi su internet e a mezzo stampa – comunicati e spot su radio e TV locali</p> <p>Campagna pubblicitaria Comunicazione occasionale e su singola attività Evento speciale Pubblicazioni Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all'estero</p>
	Mezzi previsti:	<p>X campagna affissioni pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi) X affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi)</p> <p>X spot radio televisivi trasmissioni radio televisive X spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press)</p> <p>X produzione pagine HTML X depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali altro (specificare):</p>
	Modalità di realizzazione:	<p>esterna X mista (interni e agenzie professionisti esterni)</p>
- Tempistica	Durata iniziativa:	Annuale

	Tempi di uscita:	X mese (.....) anno Non preventivabile in quanto subordinata dall'approvazione dei progetti di Servizio Civile Nazionale
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Giovani di età compresa tra i 18 e i 28 anni .
	Referente interno dell'iniziativa:	Del Fattore Emanuela
- Collaborazioni istituzionali		Collaborazioni degli Enti Locali aderenti all'accordo di partenariato (Comuni, Unioni dei Comuni e Comunità Montane).
- Costi	Budget previsto:	Euro 20.000,00
	Capitolo Peg:	CAP. 8305/0

Il Servizio Civile si presenta come un' ottima opportunità ed una risorsa, sia per i giovani che per gli Enti aderenti ai progetti, consentendo di coniugare l'esigenza di crescita personale e formativa dei primi, ai quali viene, peraltro, garantito sia un riconoscimento in termini di crediti formativi riconosciuti dall'Università degli Studi di Urbino "Carlo Bo" e di tirocini formativi riconosciuti dalla stessa Università e dal Centro per l'Impiego e la Formazione di Pesaro, che un ristoro economico, con la necessità dei secondi di un impiego costante di persone motivate e preparate nei settori fondamentali dell'assistenza, della cultura ed educazione, della protezione civile e dell'ambiente.

Compatibilmente con le risorse che la Presidenza del Consiglio dei Ministri vorrà destinare al finanziamento del Servizio Civile Nazionale, la Provincia di Pesaro e Urbino intende impegnarsi fortemente nei prossimi anni in questo settore sia a livello gestionale, attraverso la struttura all'uopo già costituita, sia a livello progettuale, integrando nella propria azione, anche formativa, pure altri soggetti pubblici come le autonomie funzionali (Università, Scuole ecc.) o i soggetti dell'agire sociale e del volontariato secondo un' ottica di valorizzazione in senso orizzontale del principio di sussidiarietà.

L'Amministrazione Provinciale di Pesaro e Urbino, accreditata presso il Servizio Civile Nazionale quale Ente di Prima Classe, ha in tale veste presentato progetti per l'utilizzo di volontari del Servizio civile destinati ad operare, sotto il coordinamento provinciale, nei 67 Comuni della Provincia, nelle Unioni dei Comuni e nelle Comunità montane.

I progetti di Servizio Civile Nazionale -presentati dalla Provincia di Pesaro e Urbino, coinvolgendo i Comuni, le Unioni dei Comuni e le Comunità Montane - sono diciotto e, se finanziati dallo Stato, verranno attivati nel corso dell'anno 2007.

Ottenuta l'approvazione da parte del Servizio Civile nazionale sarà necessario, come previsto nei medesimi progetti, avviare una campagna di informazione per le opportunità che si prospettano per i giovani, che aderiranno alla realizzazione dei suddetti progetti.

Area: di Staff - Segreteria e Direzione Generale
Servizio: 0.1 - P.O. 0.1.1 Appalti e Contratti

Referente/Compilatore: Dott. Stefano Braccioni

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente/ Obiettivo programmatico	Publicità di appalti di opere e lavori pubblici e di appalti di forniture e servizi
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Bandi e avvisi di gara e relativi esiti di gara
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	<p>Campagna pubblicitaria Comunicazione occasionale e su singola attività Evento speciale x Pubblicazioni Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all'estero x Invio telematico della documentazione (su richiesta)</p>
	Mezzi previsti:	<p>campagna affissioni pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi) affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi) spot radio televisivi trasmissioni radio televisive x spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press) x produzione pagine HTML depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali x affissioni Albo Pretorio Amm.ne Prov.le e Comuni interessati</p>
	Modalità di realizzazione:	<p>interna esterna x mista (interni e agenzie professionisti esterni)</p>
- Tempistica	Durata iniziativa:	annuale

	Tempi di uscita:	x mese (dodici) anno
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Imprese, Professionisti, Cittadini
	Referente interno dell'iniziativa:	Braccioni Stefano
- Collaborazioni istituzionali		Nessuna Utilizzo di risorse interne
- Costi	Budget previsto:	€. 10.000,00
	Capitolo Peg:	1311

Area: 1 – Politiche del lavoro, Sociali, Culturali, Pubblica Istruzione, Turismo
Servizio: P.O. 1.0.1 Centro studi e Osservatorio per lo sviluppo economico e sociale del territorio

Referente/Compilatore: Giuliano Bertozzini / Giorgio Gambelli

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Osservatorio del sistema territoriale – Diffondere gli studi e le analisi economiche derivanti dall'Osservatorio -
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Publicazione “Pesaro e Urbino Report
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	Campagna pubblicitaria Comunicazione occasionale e su singola attività Evento speciale Publicazioni Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all'estero Altro (specificare)
	Mezzi previsti:	campagna affissioni pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi) affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi) spot radio televisivi trasmissioni radio televisive spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press) produzione pagine HTML depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali altro (specificare):
	Modalità di realizzazione:	interna esterna mista (interni e agenzie professionisti esterni)

- Tempistica	Durata iniziativa:	Annuale (prevedendo circa 3 pubblicazioni all'anno)
	Tempi di uscita:	mese (.....) anno
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	<ul style="list-style-type: none"> - Sindaci dei Comuni della Provincia - Dirigenti e P.O. della Provincia - Sindacati e associazioni di categoria
	Referente interno dell'iniziativa:	Giuliano Bertozzini
- Collaborazioni istituzionali		
- Costi	Budget previsto:	Pubblicazioni in economia
	Capitolo Peg:	/

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Osservatorio del sistema territoriale
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Convegno sull'Economia provinciale
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	Campagna pubblicitaria Comunicazione occasionale e su singola attività Evento speciale Pubblicazioni Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all'estero Altro (specificare)
	Mezzi previsti:	campagna affissioni pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi) affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi) spot radio televisivi trasmissioni radio televisive spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press) produzione pagine HTML depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali altro (specificare):
	Modalità di realizzazione:	interna esterna mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	Durata iniziativa:	
	Tempi di uscita:	mese (.....) anno

- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Soggetti economici e istituzionali del territorio
	Referente interno dell'iniziativa:	Giuliano Bertozzini
- Collaborazioni istituzionali		
- Costi	Budget previsto:	In corso di definizione (stima € 3.000)

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Progetto Padma.lab – Progetto finanziato con fondi Interreg IIIA concernente il management turistico -
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Diffondere gli obiettivi raggiunti dall'esecuzione del Progetto Padma.lab tramite eventi pubblici e pubblicazione di materiale informativo
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	Campagna pubblicitaria Comunicazione occasionale e su singola attività Evento speciale Pubblicazioni Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all'estero Altro (specificare)
	Mezzi previsti:	campagna affissioni pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi) affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi) spot radio televisivi trasmissioni radio televisive spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press) produzione pagine HTML depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali altro (specificare):
	Modalità di realizzazione:	interna esterna mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	Durata iniziativa:	Termine del progetto: giugno 2008
	Tempi di uscita:	mese (.....) anno

- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Soggetti istituzionali e operatori del settore turistico
	Referente interno dell'iniziativa:	Giuliano Bertozzini
- Collaborazioni istituzionali	Politecnico delle Marche (Capofila di progetto) a altri partners di progetto	
- Costi	Budget previsto:	€ 4.250 (fondi europei)

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Progetto Oasis – Progetto finanziato con fondi Interreg IIIA concernente la pesca e l'acquacoltura -
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Disseminazione dei risultati ottenuti tramite le attività previste dal progetto: Eventi pubblici e pubblicazioni
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	<p>Campagna pubblicitaria Comunicazione occasionale e su singola attività</p> <p>Evento speciale Pubblicazioni Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all'estero Altro (specificare)</p>
	Mezzi previsti:	<p>campagna affissioni pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi) affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi) spot radio televisivi trasmissioni radio televisive spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press) produzione pagine HTML depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali altro (specificare):</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
	Modalità di realizzazione:	<p>interna esterna mista (interni e agenzie professionisti esterni)</p>

- Tempistica	Durata iniziativa:	Fine del progetto: giugno 2008
	Tempi di uscita:	mese (.....) anno
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Operatori del settore ittico, Istituzioni competenti, Università ed Enti di ricerca
	Referente interno dell'iniziativa:	Giuliano Bertozzini
- Collaborazioni istituzionali	Provincia di Teramo (Capofila di progetto) e altri partners attuatori	
- Costi	Budget previsto:	€ 10.000 (fondi europei)

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Progetto Gas.Ato Progetto finanziato con fondi Interreg IIIA concernente attività di studio riguardanti la creazione di una multiutility transregionale e transnazionale
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Disseminazione dei risultati ottenuti tramite le attività previste dal progetto: Eventi pubblici e pubblicazioni
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	Campagna pubblicitaria Comunicazione occasionale e su singola attività Evento speciale Pubblicazioni Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all'estero Altro (specificare)
	Mezzi previsti:	campagna affissioni pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi) affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi) spot radio televisivi trasmissioni radio televisive spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press) produzione pagine HTML depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali altro (specificare):
	Modalità di realizzazione:	interna esterna mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	Durata iniziativa:	Fine progetto: Giugno 2008

	Tempi di uscita:	mese (.....) anno
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Cittadini, Enti locali e aziende del settore energetico
	Referente interno dell'iniziativa:	Giuliano Bertozzini
- Collaborazioni istituzionali	Provincia di Bari (Capofila di progetto) a altri partners attuatori	
- Costi	Budget previsto:	€ 8.925 (fondi europei)

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Portale Euroadriatico e Sito internet dell'Osservatorio del sistema territoriale
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Diffondere tramite lo strumento informatico le attività svolte con i Progetti di cooperazione internazionale e dal nostro Osservatorio
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	<p>Campagna pubblicitaria Comunicazione occasionale e su singola attività Evento speciale Pubblicazioni Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all'estero Altro (specificare)</p>
	Mezzi previsti:	<p>campagna affissioni pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi)</p> <p>affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi) spot radio televisivi trasmissioni radio televisive spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press) produzione pagine HTML depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali altro (specificare):</p> <p>..... </p>
	Modalità di realizzazione:	<p>interna esterna mista (interni e agenzie professionisti esterni)</p>
- Tempistica	Durata iniziativa:	Attività continuativa

	Tempi di uscita:	mese (.....) anno
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Cittadini, studenti, Autonomie locali, soggetti economici locali
	Referente interno dell'iniziativa:	Giuliano Bertozzini
- Collaborazioni istituzionali		
- Costi	Budget previsto:	Lavoro in economia

Area: 1 – Politiche del Lavoro, Sociali, Culturali, Pubblica Istruzione, Turismo

Servizio: 1.1 – P.O. 1.1.2 Programmazione, promozione e gestione delle attività culturali ed editoria

Azioni nel campo delle attività culturali

La Provincia di Pesaro e Urbino presenta un tessuto culturale diffuso connotato da esperienze molteplici che spaziano nei diversi campi tematici recuperando e sedimentando le radici storiche, il senso di appartenenza, la memoria, i valori immateriali del proprio territorio e aprendosi nel contempo a nuove espressioni artistiche e creative nonché a nuovi linguaggi.

Sulla base del Codice dei Beni culturali e del paesaggio (D.gs. 22 gennaio 2004 n. 42) così come modificato dal D.Lgs. 156/06 e D.Lgs. 157/06 e del Piano Regionale per i Beni e le Attività Culturali (Delib. G.R. del 21 dicembre 2004 n. 160) aggiornato con Delibera del Consiglio Regionale n. 11 del 17/01/2006, l'Assessorato si propone un ruolo operativo ed articolato nei confronti delle attività culturali da sostenere, promuovere e valorizzare sul territorio provinciale nelle diverse forme in cui esse si declinano: musei, biblioteche, teatri, eventi.

La politica adottata è dunque quella del rafforzamento dell'identità e del fondamento culturale della provincia nonché di ricollocazione strategica del settore culturale all'interno dell'economia, della crescita del territorio e della vita della comunità.

La capacità della cultura di generare valore è prevalentemente riconducibile a dimensioni non strettamente economiche (sentimentali, affettive, simboliche, metaforiche, ecc.) pur producendo effetti tipicamente economici: il desiderio di consumare il prodotto culturale, la scelta di acquistare l'opportunità di consumo, la determinazione di contribuire al mantenimento in vita dell'offerta culturale, la consapevolezza di benefici estesi a una collettività più ampia dei consumatori diretti. In un quadro caratterizzato dal prevalere di valori immateriali, il prodotto culturale rivela una capacità multidimensionale di generare un valore specifico, il cui fulcro è l'attivazione simultanea di una reazione emotiva e cognitiva, che copra uno spettro ampio di effetti, e si mostri capace di accrescimento progressivo. L'offerta culturale manifesta il proprio valore potenziale quanto più è capace di esplicitare e di rendere fruibili le svariate caratteristiche che attivano queste reazioni in capo al consumatore. Il benessere culturale aumenta con l'aumento del pluralismo dell'offerta: quanto più variegata ed estese le opzioni a disposizione del consumatore, tanto più elevata la probabilità che egli trovi una propria via per il soddisfacimento dei bisogni culturali. Il pluralismo diventa in questo modo una corretta e pertinente cinghia di trasmissione tra il valore individuale e quello collettivo del prodotto culturale, ed indica con chiarezza lo scopo precipuo dell'azione pubblica a sostegno della cultura, sostenere e rafforzare la diversificazione e l'eterogeneità dei prodotti culturali disponibili per i consumatori e per la comunità territoriale.

Le strategie di comunicazione coordinata e sinergica rivestono un'importanza fondamentale per il rafforzamento delle reti e dei sistemi integrati del territorio quali biblioteche, arte contemporanea, teatri, musei, e dunque per l'accrescimento della conoscenza e della attiva consapevolezza del patrimonio nonché per la promozione dello stesso.

Sarà promossa e potenziata la proposta culturale, curato il coordinamento e l'integrazione delle informazioni al fine di offrire agli utenti, cittadini del territorio e non, la maggiore diversificazione, ricchezza e qualità.

Verrà altresì curata la comunicazione, tempestiva e aggiornata, ai diversi soggetti e categorie interessati, delle opportunità di accesso ai co-finanziamenti di progetti e attività attivabili mediante le specifiche normative di settore di cui alla competenza dell'Ente.

The poster features a black and white illustration of a man in a white shirt and dark trousers standing atop a tall stack of books. The background is a solid red color. In the bottom left corner, there is a logo for 'Palinsesto CULTURA' with a red 'C' and 'ULTURA' in red. In the top right corner, there is a circular logo of the Province of Pesaro and Urbino and the text 'Provincia di Pesaro e Urbino Assessorato Attività Culturali, Editoria, Pari Opportunità'. The central text, on a white tilted background, reads: 'Pesaro, 22 febbraio 2007, ore 17,00 Sala del Consiglio Provinciale "W. Pierangeli"'. Below this, it says 'Presentazione del libro **Il lavoro nelle Marche** Aspetti e testimonianze nel Novecento a cura di **Luca Gorgolini** BUP, Bologna 2006'. In the bottom right corner, the word 'Invito' is written in white. On the right edge, there is vertical text: 'grafica: piamonte / ufficio comunicazione provincia'.

Provincia di Pesaro e Urbino
Assessorato Attività Culturali,
Editoria, Pari Opportunità

Pesaro, 22 febbraio 2007, ore 17,00
Sala del Consiglio Provinciale
"W. Pierangeli"

Presentazione del libro
Il lavoro nelle Marche
Aspetti e testimonianze nel Novecento
a cura di **Luca Gorgolini**
BUP, Bologna 2006

Palinsesto
CULTURA

Invito

grafica: piamonte / ufficio comunicazione provincia

Referente/Compilatore: Dr.ssa Silvia Melini

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Valorizzazione dei musei del territorio attraverso progetti condivisi e forme di promozione comuni nell'ottica di sistema.
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Laboratori e attività di didattica museale
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	x campagna pubblicitaria x comunicazione occasionale e su singola attività Evento speciale Pubblicazioni Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all'estero Altro (specificare)
	Mezzi previsti:	x campagna affissioni pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi) affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi) spot radio televisivi trasmissioni radio televisive x spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press) x produzione pagine HTML x depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali altro (specificare):
	Modalità di realizzazione:	interna esterna x mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	Durata iniziativa:	annuale

	Tempi di uscita:	mese (.....) x anno 2007
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Ragazzi e famiglie del territorio, turisti, scuole
	Referente interno dell'iniziativa:	Milena Raho
- Collaborazioni istituzionali		Comuni del territorio provinciale, Comunità Montana Alto e Medio Metauro di Urbania Ministero Beni e Attività Culturali
- Costi	Budget previsto:	€ 10.000,00
	Capitolo Peg:	13300/2 13500/4 13500/5

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Piano integrato di comunicazione concordato con i Comuni della rete SPAC su eventi espositivi (collezioni permanenti e mostre temporanee) e conferenze sui principali temi legati all'arte contemporanea.
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Sistema Provinciale d'Arte Contemporanea (SPAC)
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	x Campagna pubblicitaria x Comunicazione occasionale e su singola attività Evento speciale x Pubblicazioni Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all'estero Altro (specificare)
	Mezzi previsti:	x campagna affissioni pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi) affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi) spot radio televisivi trasmissioni radio televisive x spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press) x produzione pagine HTML x depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali x altro (specificare): spedizione inviti e programmi tramite posta ordinaria ed e-mail.....
	Modalità di realizzazione:	interna esterna x mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	Durata iniziativa:	annuale

	Tempi di uscita:	mese (.....) x anno 2007
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Cittadini del territorio, esperti del settore, artisti, turisti e studenti
	Referente interno dell'iniziativa:	Antonella Pompilio
- Collaborazioni istituzionali		Comuni del territorio provinciale aderenti alla rete SPAC
- Costi	Budget previsto:	€ 15.000,00
	Capitolo Peg:	13320/0 13500/4

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Valorizzazione delle biblioteche del territorio attraverso progetti condivisi e forme di promozione comuni nell'ottica di sistema.
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Sistema bibliotecario provinciale
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	campagna pubblicitaria x comunicazione occasionale e su singola attività Evento speciale Pubblicazioni Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all'estero x Altro (specificare) creazione di un logo identificativo del Sistema
	Mezzi previsti:	campagna affissioni pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi) affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi) spot radio televisivi trasmissioni radio televisive x spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press) x produzione pagine HTML x depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali x altro (specificare): spedizione inviti e programmi tramite posta ordinaria ed e-mail (biblicolist)
	Modalità di realizzazione:	interna esterna x mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	Durata iniziativa:	annuale

	Tempi di uscita:	mese (.....) x anno 2007
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Ragazzi e famiglie del territorio provinciale
	Referente interno dell'iniziativa:	Andrea Bianchini
- Collaborazioni istituzionali		Comuni del territorio provinciale convenzionati al sistema bibliotecario
- Costi	Budget previsto:	€ 3.000,00
	Capitolo Peg:	12301/2 13200/2

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Promuovere la lettura ad alta voce ai bambini di età compresa tra i 6 mesi e i 6 anni
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Nati per leggere
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	x campagna pubblicitaria x comunicazione occasionale e su singola attività Evento speciale Pubblicazioni Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all'estero Altro (specificare)
	Mezzi previsti:	x campagna affissioni pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi) x affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi) spot radio televisivi trasmissioni radio televisive x spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press) x produzione pagine HTML x depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali x altro (specificare): spedizione inviti e programmi tramite posta ordinaria ed e-mail
	Modalità di realizzazione:	interna esterna x mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	Durata iniziativa:	annuale
	Tempi di uscita:	mese (.....) x anno 2007

- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	bambini di età prescolare, genitori, pediatri, biblioteche
	Referente interno dell'iniziativa:	Andrea Bianchini
- Collaborazioni istituzionali		Comune di Colbordolo, Comune di Pesaro
- Costi	Budget previsto:	€ 5.000,00
	Capitolo Peg:	12301/2 12200/0 13300/2

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Divulgazione e approfondimento letterario - conoscenza della Divina Commedia; Delocalizzazione dell'offerta culturale - itinerari nel territorio
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Lettura integrale della Divina Commedia – 1^ anno - Inferno
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	x Campagna pubblicitaria Comunicazione occasionale e su singola attività x Evento speciale Pubblicazioni Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all'estero Altro (specificare)
	Mezzi previsti:	x campagna affissioni pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi) affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi) x spot radio televisivi trasmissioni radio televisive x spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press) x produzione pagine HTML x depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali x altro (specificare): spedizione inviti e programmi tramite posta ordinaria ed e-mail
	Modalità di realizzazione:	interna x esterna mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	Durata iniziativa:	Giugno (presentazione) Ottobre-Dicembre (iniziativa)

	Tempi di uscita:	x mese (maggio) anno
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Pubblico eterogeneo per classe ed età
	Referente interno dell'iniziativa:	Paola Bugo
- Collaborazioni istituzionali		Università degli Studi di Urbino, Accademia di Belle Arti di Urbino, Comuni che ospiteranno gli appuntamenti itineranti
- Costi	Budget previsto:	18.000,00
	Capitolo Peg:	13300/2 13300/4

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Approfondimenti di natura politica, culturale, filosofica su questioni di interesse generale mediante pubbliche discussioni.
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Rassegna "Fare il Punto" 2 appuntamenti
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	x campagna pubblicitaria x comunicazione occasionale e su singola attività Evento speciale Pubblicazioni Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all'estero Altro (specificare)
	Mezzi previsti:	x campagna affissioni pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi) affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi) spot radio televisivi trasmissioni radio televisive x spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press) x produzione pagine HTML x depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali x altro (specificare): spedizione inviti e programmi tramite posta ordinaria ed e-mail.....
	Modalità di realizzazione:	interna esterna x mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	Durata iniziativa:	annuale
	Tempi di uscita:	mese (.....) x anno 2007

- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Cittadini del territorio provinciale
	Referente interno dell'iniziativa:	Rosita Polverari
- Collaborazioni istituzionali		
- Costi	Budget previsto:	€ 4.500,00
	Capitolo Peg:	13300/2

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Diffusione e conoscenza dei linguaggi teatrali classici e contemporanei. Contestuale valorizzazione del territorio tramite proposte di spettacoli e manifestazioni culturali di qualità in rete.
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Sistema Teatrale – Palcoscenico unico provinciale
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	x campagna pubblicitaria x comunicazione occasionale e su singola attività Evento speciale Pubblicazioni Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all'estero Altro (specificare)
	Mezzi previsti:	x campagna affissioni x pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi) affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi) spot radio televisivi x trasmissioni radio televisive x spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press) x produzione pagine HTML x depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali altro (specificare):
	Modalità di realizzazione:	interna x esterna x mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	Durata iniziativa:	annuale

	Tempi di uscita:	mese (.....) x anno 2007
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Cittadini del territorio provinciale Altri
	Referente interno dell'iniziativa:	Silvia Melini
- Collaborazioni istituzionali		Comuni coinvolti nel coordinamento dei teatri
- Costi	Budget previsto:	€ 31.586,21
	Capitolo Peg:	13500/1 13500/6

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Sensibilizzare i bambini e gli adulti allo spettacolo dal vivo, attraverso la rappresentazione di favole ; favorire la coscienza ecologica e la conoscenza di luoghi di interesse naturalistico; incentivare il piacere della lettura ; stimolare la capacità creativa tramite laboratori didattici
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Rassegna "Andar per Fiabe"
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	x campagna pubblicitaria comunicazione occasionale e su singola attività Evento speciale Pubblicazioni Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all'estero Altro (specificare)
	Mezzi previsti:	x campagna affissioni pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi) affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi) spot radio televisivi trasmissioni radio televisive x spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press) x produzione pagine HTML x depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali x altro (specificare): spedizione inviti e programmi tramite posta ordinaria ed e-mail.....
	Modalità di realizzazione:	interna x esterna mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	Durata iniziativa:	giugno-luglio

	Tempi di uscita:	x mese (giugno) anno
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Bambini e Famiglie del territorio, turisti
	Referente interno dell'iniziativa:	Milena Raho
- Collaborazioni istituzionali		Comuni coinvolti nel progetto
- Costi	Budget previsto:	€ 4.000,00
	Capitolo Peg:	13300/2 13500/1 13500/6

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Promozione della produzione editoriale e degli autori locali mediante pubbliche presentazioni di libri
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Palinsesto Cultura
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	x campagna pubblicitaria x comunicazione occasionale e su singola attività Evento speciale Pubblicazioni Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all'estero Altro (specificare)
	Mezzi previsti:	campagna affissioni pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi) affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi) spot radio televisivi trasmissioni radio televisive spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press) x produzione pagine HTML x depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali x altro (specificare): spedizione inviti e programmi tramite posta ordinaria ed e-mail.....
	Modalità di realizzazione:	interna esterna x mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	Durata iniziativa:	annuale
	Tempi di uscita:	mese x anno 2007

- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Autori, editori, cittadini interessati
	Referente interno dell'iniziativa:	Antonella Pompilio
- Collaborazioni istituzionali		
- Costi	Budget previsto:	€ 2.000,00
	Capitolo Peg:	13300/2

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Approfondire tra i cittadini della provincia ed in particolare tra i giovani la conoscenza dei fatti e dei valori sottesi alla Resistenza e alla nascita della Repubblica
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	60° Anniversario della Liberazione, della Repubblica e della Costituzione
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	x campagna pubblicitaria x comunicazione occasionale e su singola attività Evento speciale x pubblicazioni Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all'estero Altro (specificare)
	Mezzi previsti:	x campagna affissioni pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi) affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi) spot radio televisivi x trasmissioni radio televisive x spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press) x produzione pagine HTML x depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali x altro (specificare): spedizione inviti e programmi tramite posta ordinaria ed e-mail.....
	Modalità di realizzazione:	interna esterna x mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	Durata iniziativa:	annuale

	Tempi di uscita:	mese x anno 2007
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	giovani e adulti della popolazione locale
	Referente interno dell'iniziativa:	Andrea Bianchini
- Collaborazioni istituzionali		Biblioteca Archivio "V. Bobbato", ISCOP, Comune di Casteldelci
- Costi	Budget previsto:	€ 1.000,00
	Capitolo Peg:	13300/1 13300/2

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Sensibilizzare le giovani generazioni affinché il valore della memoria si imprima nelle loro coscienze si rafforzi quale patrimonio collettivo.
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Giornata della Memoria
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	x campagna pubblicitaria x comunicazione occasionale e su singola attività x Evento speciale pubblicazioni Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all'estero Altro (specificare)
	Mezzi previsti:	x campagna affissioni pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi) affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi) spot radio televisivi trasmissioni radio televisive x spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press) x produzione pagine HTML x depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali x altro (specificare): spedizione inviti e programmi tramite posta ordinaria ed e-mail.....
	Modalità di realizzazione:	interna esterna x mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	Durata iniziativa:	annuale

	Tempi di uscita:	mese x anno 2007
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	giovani e adulti della popolazione locale
	Referente interno dell'iniziativa:	Andrea Bianchini
- Collaborazioni istituzionali		Comune di Pesaro, IS COP, Biblioteca Archivio "Bobbato", Comuni che aderiscono all'iniziativa
- Costi	Budget previsto:	€ 3.000,00
	Capitolo Peg:	13300/1 13300/2

Area: 1 – Politiche del Lavoro, Sociali, Culturali, Pubblica Istruzione, Turismo
Servizio: 1.2 – Formazione Professionale, Politiche per l’Occupazione

Formazione professionale e politiche per l’occupazione

In questi anni il Servizio ha realizzato interessanti e qualificanti esperienze sul territorio relativamente all’offerta di servizi di formazione, interagendo positivamente con i settori produttivi nel campo dell’innovazione e della ricerca, contribuendo allo sviluppo del mercato del lavoro ed alla sua qualità. Nell’anno 2007 il Servizio punterà sulle medesime linee operative cercando di consolidare e potenziare la qualità dei servizi erogati, indirizzandosi con particolare attenzione ai giovani, alle donne e ai gruppi di cittadini svantaggiati.

La necessità di rendere maggiormente accessibili i servizi ai loro fruitori – persone, imprese o organizzazioni – richiede uno sforzo comunicativo per far conoscere a tutti i soggetti interessati le diverse attività di politiche formative, del lavoro e di orientamento.

La presente azione ha quindi la finalità di definire un piano di comunicazione integrata e di immagine coordinata, che permetta l’identificazione dei servizi offerti, la loro “associazione”

all’Amministrazione Provinciale quale ente erogatore, la qualificazione della domanda, dell’offerta e delle aspettative dei potenziali utenti/clienti: cittadini, istituzioni, imprese

Provincia di Pesaro e Urbino ...lo dicono i fatti!

La Provincia ha una percentuale di disoccupati del **3,1** contro il **7,7** nazionale

IN...FORMAZIONE
giovani, formazione, lavoro

Referente/Compilatore: Dirigente Augusta Compagnucci

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Formazione Professionale, Sostegno all'Occupazione, Politiche del Lavoro, Orientamento
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	<ul style="list-style-type: none"> - Bandi - Attività formative - Attività di accompagnamento - Tirocini - Borse lavoro - Assegni per progetti di ricerca - Attività formative dei Centri per l'Impiego l'Orientamento e la Formazione DI Pesaro, Fano, Urbino - Avviamenti a selezione - Procedure concorsuali - Attività amministrative di rilevanza esterna
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	<ul style="list-style-type: none"> x Campagna pubblicitaria x Comunicazione occasionale e su singola attività Evento speciale x Pubblicazioni Partecipazione a fiere x Partecipazione a eventi all'estero x Iniziative pubbliche tematiche
	Mezzi previsti:	<ul style="list-style-type: none"> x campagna affissioni pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi) x affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi) x spot radio televisivi x trasmissioni radio televisive x spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press) x produzione pagine HTML x depliant informativi x allestimenti vari per stand e fiere x CD o altri prodotti multimediali x Web: www.provincialavoro.it, convegni, gadgets

	Modalità di realizzazione:	interna esterna x mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	Durata iniziativa:	Iniziative distribuite durante tutto l'esercizio
	Tempi di uscita:	mese (.....) anno
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Cittadini, enti di formazione, imprese, agenzie private
	Referente interno dell'iniziativa:	Dott.ssa Ciabotti Cinzia
- Collaborazioni istituzionali		Regione Marche, Ministero del Lavoro, Unione Europea, Comunità ed Enti locali
- Costi	Budget previsto:	Da individuare in base all'attività
	Capitolo Peg:	

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Formazione Professionale, Sostegno all'Occupazione, Politiche del Lavoro, Orientamento
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Progetti FSE e non, Azioni di sistema in partnership nazionale, regionale e provinciale
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	<ul style="list-style-type: none"> x Campagna pubblicitaria x Comunicazione occasionale e su singola attività x Evento speciale x Pubblicazioni Partecipazione a fiere x Partecipazione a eventi all'estero Altro (specificare)
	Mezzi previsti:	<ul style="list-style-type: none"> x campagna affissioni pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi) affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi) x spot radio televisivi x trasmissioni radio televisive x spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press) x produzione pagine HTML x depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere x CD o altri prodotti multimediali x Studi, analisi, reports, pubblicazioni
	Modalità di realizzazione:	<ul style="list-style-type: none"> interna esterna x mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	Durata iniziativa:	Specifica e contestuale per ogni azione/progetto attivato

	Tempi di uscita:	mese (.....) anno
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Clienti esterni (aziende e cittadini) Utenti interni (personale dell'Amministrazione provinciale)
	Referente interno dell'iniziativa:	Dott.ssa Ciabotti Cinzia
- Collaborazioni istituzionali		
- Costi	Budget previsto:	Da individuare in base all'attività
	Capitolo Peg:	

Area: 1 – Politiche del Lavoro, Sociali, Culturali, Pubblica Istruzione, Turismo
Servizio: 1.3 – Ufficio 1.3.0.1 Servizi sociali

Azioni nel campo sociale

Obiettivo di questo servizio, oltre alle progettualità su cui è già impegnato orientate tutte all'integrazione fra sociale e sanitario e tra pubblico e terzo settore, è la realizzazione della più ampia partecipazione della collettività amministrata in cui ogni cittadino diventa protagonista della crescita della propria comunità. In questo senso l'impegno nell'ottica di una forte integrazione socio-sanitaria volta a favorire azioni concrete per migliorare le condizioni di salute e gli stili di vita dei nostri cittadini, orientandola nella direzione dell'inclusione sociale e della prevenzione del generarsi di situazioni di dipendenza e di necessità di assistenza.



Referente/Compilatore: Roberto Drago

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	sensibilizzare sulla salute mentale
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Buone pratiche di integrazione socio sanitaria nel campo della salute mentale
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	<p>Campagna pubblicitaria Comunicazione occasionale e su singola attività</p> <p>X Evento speciale Pubblicazioni Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all'estero Altro (specificare)</p>
	Mezzi previsti:	<p>campagna affissioni pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi) affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi) spot radio televisivi trasmissioni radio televisive spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press) produzione pagine HTML depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali</p> <p>X altro (specificare) convegno co-progettato con tutti i soggetti, pubblici e privati, sanitari e sociali, coinvolti nella salute mentale</p>
	Modalità di realizzazione:	<p>X interna esterna mista (interni e agenzie professionisti esterni)</p>
- Tempistica	Durata iniziativa:	giornata


	Tempi di uscita:	X mese (.maggio) X anno 2007
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Operatori, famiglie coinvolte, cittadinanza
	Referente interno dell'iniziativa:	Roberto Drago
- Collaborazioni istituzionali		Provincia Servizi Sociali e Consulta provinciale del volontariato, 3 Zone territoriali ASUR, 7 Ambiti territoriali Sociali per i 67 Comuni. 3° settore
- Costi	Budget previsto:	€ 1.500
	Capitolo Peg:	Cap.28385/1 Cap 28385/2


Area: 1 – Politiche del Lavoro, Sociali, Culturali, Pubblica Istruzione e Turismo
Servizio: 1.3 – P.O. 1.3.1 Istruzione Scolastica–Sport–Tempo Libero

Azioni nel campo dell’Istruzione Pubblica

L’Assessorato Istruzione, attraverso le attività del Centro Giochi itinerante, promosse nell’ambito del progetto “Ludobus... per amico” intende favorire la nascita di una rete di iniziative culturali a favore degli Enti locali ad integrazione dei servizi esistenti, rivolgendosi a chiunque non abbia perso la voglia di giocare. Si segnala la peculiarità che un Ente Provincia promuova tali attività, tenuto conto che le stesse solitamente fanno capo ai Servizi Sociali dei Comuni. Infatti siamo l’unica Provincia in Italia ad avere un “Centro Giochi itinerante”. Il conferimento di un riconoscimento agli studenti che hanno conseguito la votazione di 100/100 all’esame di maturità rappresenta, nell’ambito delle attività promosse dall’assessorato in collaborazione con le scuole, l’affermazione del valore dell’impegno nello studio e dei suoi risultati.



 Provincia di Pesaro e Urbino

 Università degli Studi di Urbino
"Carlo Bo"

Urbino, lunedì 31 luglio 2006
Aula Magna di Magistero ore 10,30

**Cerimonia dei
diplomati con**

100/100

**anno scolastico
2005/2006**

Referente/Compilatore: Dott.ssa Maria Giovanna Frontini

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	La Provincia promuove dal 1995 un "Progetto Gioco" prov.le con la finalità di favorire conoscenze sempre più adeguate in materia di diritti dell'infanzia e dell'adolescenza visibilizzando il diritto al gioco in ambito urbano e non, attraverso la riqualificazione dello spazi con un uso ludico alternativo. Promuove inoltre una rete di iniziative ludico-culturali a favore degli Enti Locali.
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Progetto "Ludobus...per Amico" Progetto "La scuola...in gioco"
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	<input checked="" type="checkbox"/> Campagna pubblicitaria Comunicazione occasionale e su singola attività Evento speciale Pubblicazioni Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all'estero <input checked="" type="checkbox"/> Altro (specificare) Partecipazione a eventi organizzati da Pro Loco , Amministrazioni Comunali, Associazioni ecc.
	Mezzi previsti:	<input checked="" type="checkbox"/> campagna affissioni (a carico Comuni) pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi) affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi) spot radio televisivi trasmissioni radio televisive <input checked="" type="checkbox"/> spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press) <input checked="" type="checkbox"/> produzione pagine HTML <input checked="" type="checkbox"/> depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali altro (specificare):

	Modalità di realizzazione:	interna esterna <input checked="" type="checkbox"/> mista (interni e agenzie professionisti esterni) una parte di organizzazione è svolta direttamente dall'ufficio, una parte è svolta in collaborazione con il coordinatore pedagogico del progetto.
- Tempistica	Durata iniziativa:	circa 9 mesi in un anno
	Tempi di uscita:	<input checked="" type="checkbox"/> mese (da giugno a settembre 2007; da dicembre a maggio 2008)
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	bambini/e, ragazzi/e e genitori, famiglie, Dirigenti Scolastici, Amministrazioni Comunali
	Referente interno dell'iniziativa:	Dr.ssa Patrizia Paoloni
- Collaborazioni istituzionali		Comuni aderenti all'iniziativa
- Costi	Budget previsto:	€ 1.500,00
	Capitolo Peg:	11380/2

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Conferire un riconoscimento agli studenti che si sono distinti nel curriculum scolastico
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Cerimonia di premiazione degli studenti che hanno conseguito all'esame di maturità la votazione di 100/100 alla presenza di un personaggio significativo del mondo della cultura, della scienza ecc.
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	<p>Campagna pubblicitaria Comunicazione occasionale e su singola attività</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Evento speciale</p> <p>Publicazioni Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all'estero Altro (specificare)</p>
	Mezzi previsti:	<p>campagna affissioni pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi) affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi) spot radio televisivi</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> trasmissioni radio televisive</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press)</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> produzione pagine HTML depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> altro (specificare): comunicazione di invito agli studenti destinatari tramite le istituzioni scolastiche</p>
	Modalità di realizzazione:	<p><input checked="" type="checkbox"/> interna esterna mista (interni e agenzie professionisti esterni)</p>
- Tempistica	Durata iniziativa:	Mezza giornata
	Tempi di uscita:	mese (tra fine luglio ed inizio agosto 2007)

- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	studenti, familiari, Istituzioni Scolastiche, autorità
	Referente interno dell'iniziativa:	Frontini Maria Giovanna Paoloni Patrizia
- Collaborazioni istituzionali		Istituzioni Scolastiche
- Costi	Budget previsto:	(in corso di definizione)
	Capitolo Peg:	11400 e 11370

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Sviluppo attività Centro Studi e Documentazione a supporto del sistema dell'Istruzione e della Formazione Professionale con finalità di raccolta ed elaborazione dati relativi ai sistemi dell'education e di gestione dell'anagrafe scolastica provinciale degli studenti (d.lgvo 76/05)
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Report dati statistici relativi alla scolarità e all'obbligo formativo nella ns. provincia
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	Campagna pubblicitaria Comunicazione occasionale e su singola attività Evento speciale <input checked="" type="checkbox"/> Pubblicazioni Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all'estero <input checked="" type="checkbox"/> Altro: incontri periodici con il mondo della scuola di presentazione dei dati sulla scolarità
	Mezzi previsti:	campagna affissioni pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi) affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi) spot radio televisivi trasmissioni radio televisive <input checked="" type="checkbox"/> spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press) <input checked="" type="checkbox"/> produzione pagine HTML depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere <input checked="" type="checkbox"/> CD o altri prodotti multimediali altro (specificare):
	Modalità di realizzazione:	interna esterna <input checked="" type="checkbox"/> mista (attività coordinata dall'Ufficio Istruzione in collaborazione con Referenti Soc. affidataria servizio Centro Studi e Documentazione)
- Tempistica	Durata iniziativa:	Pluriennale

	Tempi di uscita:	mese (.....) anno
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Enti locali (Regione, Comuni. Altre Province) e Istituzioni Scolastiche statali e paritarie, studenti, famiglie, associazioni di categoria, organizzazioni sindacali ecc.
	Referente interno dell'iniziativa:	Frontini M. Giovanna Paoloni Patrizia
- Collaborazioni istituzionali		
- Costi	Budget previsto:	€ 8.000,00
	Capitolo Peg:	11372

**Area: 2 - Gestione delle Risorse Umane e Finanziarie – Sistema Informativo -
Sviluppo delle Attività Produttive**

**Servizio: 2.4 – Politiche Comunitarie – Politiche per i Giovani – Pari Opportunità
Finanziamenti dell'Unione Europea, Statali e Regionali – Sviluppo delle Attività
Produttive**

Pari opportunità e sostegno ai giovani e al mondo femminile

L'Amministrazione Provinciale di Pesaro e Urbino promuove la partecipazione femminile contrastando i fenomeni di discriminazione ed esclusione attraverso interventi che favoriscono la partecipazione al mercato del lavoro e l'inserimento lavorativo, la creazione di lavoro autonomo e d'impresa, lo sviluppo organizzativo e di carriera.

**III Meeting Internazionale sulle Politiche Giovanili
Urbino 9/10/11/12 maggio 2007**



Referente/Compilatore: Elisabetta Donini

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Progetto Meeting internazionale sulle politiche giovanili
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	<input checked="" type="checkbox"/> Campagna pubblicitaria Comunicazione occasionale e su singola attività <input checked="" type="checkbox"/> Evento speciale <input checked="" type="checkbox"/> Pubblicazioni Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all'estero Altro (specificare)
	Mezzi previsti:	<input checked="" type="checkbox"/> campagna affissioni pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi) <input checked="" type="checkbox"/> affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi) <input checked="" type="checkbox"/> spot radio televisivi <input checked="" type="checkbox"/> trasmissioni radio televisive <input checked="" type="checkbox"/> spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press) <input checked="" type="checkbox"/> produzione pagine HTML <input checked="" type="checkbox"/> depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali altro (specificare):
	Modalità di realizzazione:	interna esterna <input checked="" type="checkbox"/> mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	Durata iniziativa:	DAL 9 AL 12 MAGGIO 2007

	Tempi di uscita:	mese (.....) anno
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	tutti gli amministratori, tutti i cittadini in particolare i giovani
	Referente interno dell'iniziativa:	Lucilla D'orazio Alida Volpi Roberta Indo
- Collaborazioni istituzionali		Provincia di Pesaro e Urbino assessorato alle Politiche Giovanili e Politiche Comunitarie Assessorato alla Formazione Lavoro SERVIZIO DI MOBILITA' GIOVANILE EUROPEA EUROPEDIRECT Regione Marche Comune di URBINO Con l'Alto patronato del Presidente della Repubblica con il Patrocinio di Ministero delle Politiche Giovanili
- Costi	Budget previsto:	Ancora non definito. Abbiamo fatto solo una piccola pre promozione
	Capitolo Peg:	

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Progetto PERLE Per le donne che cambiano Il divenire della differenza
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	il progetto prevede la realizzazione di una Manifestazione che abbia come filo conduttore lo sguardo femminile sul mondo, sulla società, sulle persone.
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	X Campagna pubblicitaria Comunicazione occasionale e su singola attività X Evento speciale X Pubblicazioni Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all'estero Altro (specificare)
	Mezzi previsti:	X campagna affissioni pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi) X affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi) X spot radio televisivi X trasmissioni radio televisive X spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press) X produzione pagine HTML X depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali altro (specificare):
	Modalità di realizzazione:	interna esterna X mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	Durata iniziativa:	DAL 13 AL 16 SETTEMBRE 2007

	Tempi di uscita:	mese (.....) anno
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Tutti gli amministratori, i cittadini in particolare le donne
	Referente interno dell'iniziativa:	Lucilla D'Orazio Bertuccioli Graziella
- Collaborazioni istituzionali		Provincia di Pesaro e Urbino Assessorato alla Cultura, Editoria e Pari Opportunità Assessorato alle Politiche Giovanili e Politiche Comunitarie Assessorato ai Lavori Pubblici Assessorato alla Formazione e Lavoro Assessorato all'Ambiente Associazioni di categoria Ministeri Commissione Pari Opportunità della Provincia di Pesaro e Urbino Consigliera di Parità Provinciale Consiglio Provinciale delle Donne Elette Regione Marche Assessorato alle Pari Opportunità Assessorato alla Sanità Assessorato alla Formazione e Lavoro Comune di Pesaro Assessorato alle Pari Opportunità e all'Ambiente ed Energia Assessorato alle Politiche Educative e Giovanili Assessorato al Bilancio e alla Cooperazione Internazionale con il Patrocinio di Ministero della Difesa Ministero per i Diritti e le Pari Opportunità Ministero per gli Affari Regionali e le Autonomie Locali Ministero del Commercio Internazionale Ministero della Salute Ministero per i Beni e le Attività Culturali
- Costi	Budget previsto:	Ancora non definito abbiamo fatto solo una piccola pre promozione
	Capitolo Peg:	cap. 8355/0 2006

Area:3 – Mobilità, Infrastrutture, Edilizia, Patrimonio, Protezione Civile
Servizio : 3.1 – Protezione Civile – Sicurezza sul Lavoro

Servizi pubblici e politiche di infrastrutturazione

Le infrastrutture e più in particolare la questione della viabilità stradale sono importanti per l'ormai irrinunciabile mobilità della nostra economia e della nostra società oltre ad essere un buon biglietto da visita per una provincia con un forte richiamo turistico. Infatti elevare la qualità della vita delle comunità locali significa anche aumentare l'efficienza dei servizi pubblici, dell'infrastrutturazione, dei livelli di mobilità ed accessibilità delle nostre città e delle aree interne, elevando la fluidità del sistema viario e dei suoi livelli di sicurezza.



La forma e il verde
l'arte in viaggio

Referente/Compilatore: arch. Maurizio Gili

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Arredo di aree verdi tramite concessione gratuita a ditte sponsor
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	<p><u>Campagna pubblicitaria</u> Comunicazione occasionale e su singola attività</p> <p><u>Evento speciale</u></p> <p><u>Pubblicazioni</u> Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all'estero Altro (specificare)</p>
	Mezzi previsti:	<p>campagna affissioni pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi) affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi)</p> <p><u>spot radio televisivi</u> <u>trasmissioni radio televisive</u> <u>spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press)</u> produzione pagine HTML <u>depliant informativi</u> allestimenti vari per stand e fiere</p> <p><u>CD o altri prodotti multimediali</u> altro (specificare):</p>
	Modalità di realizzazione:	<p><u>interna</u> esterna mista (interni e agenzie professionisti esterni)</p>
- Tempistica	Durata iniziativa:	

	Tempi di uscita:	mese (.....) anno
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Imprese, istituti di credito, cittadini, associazioni,
	Referente interno dell'iniziativa:	arch. Maurizio Gili
- Collaborazioni istituzionali		
- Costi	Budget previsto:	€. 2.000
	Capitolo Peg:	

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Realizzazione di un “Disciplinare tecnico per gli interventi lungo la rete stradale e l’occupazione di suolo pubblico”
- Strumenti	Tipologia dell’iniziativa di comunicazione:	<p><u>Campagna pubblicitaria</u> Comunicazione occasionale e su singola attività Evento speciale</p> <p><u>Pubblicazioni</u> Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all’estero</p> <p><u>Altro : informazione a tecnici e operatori, e cittadini e imprese, uffici tecnici di enti per una corretta realizzazione di lavori e occupazione di suolo pubblico lungo le strade provinciali</u></p>
	Mezzi previsti:	<p>campagna affissioni pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi) affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi)</p> <p><u>spot radio televisivi</u> <u>trasmissioni radio televisive</u> <u>spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press)</u></p> <p>produzione pagine HTML depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere</p> <p><u>CD o altri prodotti multimediali</u></p> <p>altro (specificare): ...Conferenza delle autonomie locali, di tecnici, ordini professionali, imprese, soggetti erogatori di servizi (Enel, telecom, Aspes,ecc.) cittadini.....</p>

	Modalità di realizzazione:	<u>interna</u> esterna mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	Durata iniziativa:	
	Tempi di uscita:	mese (luglio/agosto) anno 2006
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Soggetti erogatori di Servizi (ENEL, Telecom, Megas, Aspes, SGR, Sadori, ecc.) Comuni, Enti, Uffici Tecnici, Ordini professionali, tecnici e professionisti, imprese, cittadini
	Referente interno dell'iniziativa:	arch. Maurizio Gili
- Collaborazioni istituzionali		
- Costi	Budget previsto:	€. 6.000
	Capitolo Peg:	

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Progetto di reperimento fondi integrativi tramite la concessione di spazi espositivi presso strutture di proprietà provinciale e lungo alcuni assi viari provinciali
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	<u>Campagna pubblicitaria</u> <u>Comunicazione occasionale e su singola attività</u> <u>Evento speciale</u> Pubblicazioni Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all'estero Altro (specificare)
	Mezzi previsti:	campagna affissioni pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi) affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi) <u>spot radio televisivi</u> <u>trasmissioni radio televisive</u> <u>spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press)</u> produzione pagine HTML depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali altro (specificare): pubblicazione bando su albo pretorio.....
	Modalità di realizzazione:	<u>interna (progetto e bando)</u> <u>esterna (realizzazione del progetto a ditta specializzata tramite gara pubblica</u> mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	Durata iniziativa:	Tre anni

	Tempi di uscita:	mese entro maggio /giugno 2006 il l'aggiudicazione gara.....) entro settembre 2006 la posa dei primi impianti
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Tutti i cittadini
	Referente interno dell'iniziativa:	arch. Maurizio Gili; dott.Baccheschi Fabio
- Collaborazioni istituzionali		
- Costi	Budget previsto:	€. 5.000
	Capitolo Peg:	

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Individuazione di sponsor per il completamento del progetto "L'arte in viaggio"- realizzazione e posa in sito delle opere selezionate del bando internazionale.
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	<p>Campagna pubblicitaria Comunicazione occasionale e su singola attività</p> <p><u>Evento speciale</u> <u>Pubblicazioni</u> Partecipazione a fiere <u>Partecipazione a eventi all'estero</u></p> <p>Altro (specificare) Partecipazione a progetti europei per le politiche giovanili</p>
	Mezzi previsti:	<p>campagna affissioni pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi) affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi)</p> <p><u>spot radio televisivi</u> <u>trasmissioni radio televisive</u> <u>spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press)</u> produzione pagine HTML <u>depliant informativi</u> allestimenti vari per stand e fiere <u>CD o altri prodotti multimediali</u> altro (specificare):</p>
	Modalità di realizzazione:	<p><u>interna</u> esterna mista (interni e agenzie professionisti esterni)</p>
- Tempistica	Durata iniziativa:	Sei mesi
	Tempi di uscita:	mese (maggio/giugno) anno 2006

- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Associazioni, Istituti di credito, cittadini, imprese
	Referente interno dell'iniziativa:	arch. Maurizio Gili
- Collaborazioni istituzionali		
- Costi	Budget previsto:	€. 6.000
	Capitolo Peg:	

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Realizzazione di una rete di informazione istituzionale tramite cartelli a messaggio fisso e/o variabile lungo la rete stradale provinciale
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	<u>Campagna pubblicitaria</u> <u>Comunicazione occasionale e su singola attività</u> <u>Evento speciale</u> Pubblicazioni Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all'estero <u>Altro (specificare): comunicazione attività della Provincia, dei Comuni di altri enti, informazione istituzionale ai cittadini</u>
	Mezzi previsti:	<u>campagna affissioni</u> pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi) affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi) <u>spot radio televisivi</u> trasmissioni radio televisive <u>spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press)</u> produzione pagine HTML depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali altro (specificare):
	Modalità di realizzazione:	interna esterna <u>mista: progetto e bando per la concessione di spazi (interna)</u> <u>realizzazione e posa in opera a ditta specializzata tramite gara pubblica (esterna)</u>
- Tempistica	Durata iniziativa:	Tre anni

	Tempi di uscita:	<p> mese (entro maggio/giugno 2006 il bando) entro ottobre 2006 la posa di una parte dei cartelli </p>
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Tutti gli utenti della strada
	Referente interno dell'iniziativa:	arch. Maurizio Gili
- Collaborazioni istituzionali		
- Costi	Budget previsto:	€. 5.000
	Capitolo Peg:	

Area: 3 – Mobilità – Infrastrutture – Edilizia – Patrimonio – Protezione Civile
Servizio: 3.3 Edilizia Pubblica – Manutenzione – Patrimonio
Ufficio 3.3.0.1 Manutenzione scuole trasferite – Gestione impianti e patrimonio

Referente/Compilatore: Rossini Emanuele – Carosi Marisa

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	GLOBAL SERVICE
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	<ol style="list-style-type: none"> 1. Opere pubbliche per la trasformazione e riqualificazione centrali termiche degli edifici scolastici; 2. Realizzazione impianto per trasformazione luce diretta solare in energia elettrica, attraverso conversione fotovoltaica, sulla copertura sede della Provincia; 3. Progetto di riqualificazione e adeguamento alle norme igienico-sanitarie del patrimonio edilizio provinciale; 4. Sistema informativo integrato su piattaforma web per gestione manutenzione Servizio Edilizia – Scuole.
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	<p>Campagna pubblicitaria</p> <p>X Comunicazione occasionale e su singola attività</p> <p>X Evento speciale</p> <p>X Pubblicazioni su riviste di settore</p> <p>X Partecipazione a fiere</p> <p>X Partecipazione a eventi all'estero</p> <p>X Conferenze annuali di Sistemi Informativi Territoriali (Roma 2005)</p>
	Mezzi previsti:	<p>campagna affissioni</p> <p>pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi)</p> <p>affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi)</p> <p>spot radio televisivi</p> <p>trasmissioni radio televisive</p> <p>X spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press)</p> <p>X produzione pagine HTML</p> <p>depliant informativi</p> <p>allestimenti vari per stand e fiere</p> <p>CD o altri prodotti multimediali</p> <p>altro (specificare):</p>

	Modalità di realizzazione:	interna esterna X mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	Durata iniziativa:	
	Tempi di uscita:	mese anno dal 2002 al 2007
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	ISTITUTI SCOLASTICI CITTADINI
	Referente interno dell'iniziativa:	Rossini Emanuele, Carosi Marisa
- Collaborazioni istituzionali		
- Costi	Budget previsto:	
	Capitolo Peg:	

Area: 3 Mobilità – Infrastrutture – Edilizia – Patrimonio – Protezione Civile

Servizio: 3.3 Edilizia Pubblica – Manutenzione – Patrimonio

Ufficio 3.3.0.2 Programmazione e Direzione Lavori

Ufficio 3.3.0.3 Programmazione e Pianificazione

Referente/Compilatore: Marisa Carosi

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Adeguamento alle normative di sicurezza degli Istituti scolastici di proprietà e in uso dell'Ente.
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	<ol style="list-style-type: none"> 1. Programmazione delle attività inerenti l'adeguamento degli Istituti scolastici. 2. Progettazione e Direzione Lavori. 3. Istituzione e monitoraggio dell'Anagrafe scolastica
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	<p>Campagna pubblicitaria</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Comunicazione occasionale e su singola attività</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Evento speciale</p> <p>Publicazioni</p> <p>Partecipazione a fiere</p> <p>Partecipazione a eventi all'estero</p> <p>Altro (specificare)</p>
	Mezzi previsti:	<p>campagna affissioni</p> <p>pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi)</p> <p>affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi)</p> <p>spot radio televisivi</p> <p>trasmissioni radio televisive</p> <p>spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press)</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> produzione pagine HTML</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> depliant informativi</p> <p>allestimenti vari per stand e fiere</p> <p>CD o altri prodotti multimediali</p> <p>altro (specificare):</p> <p>.....</p>

	Modalità di realizzazione:	X interna esterna mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	Durata iniziativa:	periodica
	Tempi di uscita:	mese anno 2007
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Istituti Scolastici, Enti Locali, Collettività
	Referente interno dell'iniziativa:	Marisa Carosi
- Collaborazioni istituzionali		Cassa DDPP, Regione Marche, Ministero Pubblica Istruzione, Ministero delle Infrastrutture, Soprintendenza Beni ambientali e architettonici, Enti Locali e Società di servizi locali.
- Costi	Budget previsto:	
	Capitolo Peg:	

Area: 4 – Urbanistica - Territorio - Ambiente - Agricoltura
Servizio: 4.1 – Urbanistica – Pianificazione Territoriale

Tutela e valorizzazione del territorio

Nell'ambito delle competenze istituzionali della Provincia il settore dell'Urbanistica e del territorio hanno un'importanza ed un ruolo fondamentale e strategico. Importanti traguardi sono stati conseguiti con il Piano Territoriale di Coordinamento e con il Piano di Sviluppo Ecosostenibile che hanno gettato solide basi per lo sviluppo di una politica del territorio affrontata in maniera integrata ed organica, nel principio ineludibile della sostenibilità e della compatibilità per la qualità dei futuri assetti del nostro territorio



Referente/Compilatore: Geom. Forlani Cristina

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Comunicazione agli Enti Pubblici, Associazioni di categoria, ecc. e loro coinvolgimento
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Predisposizione variante al Piano Territoriale di Coordinamento
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	<p>Campagna pubblicitaria</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Comunicazione occasionale e su singola attività</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Evento speciale</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Pubblicazioni</p> <p>Partecipazione a fiere</p> <p>Partecipazione a eventi all'estero</p> <p>Altro (specificare)</p>
	Mezzi previsti:	<p>campagna affissioni</p> <p>pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi)</p> <p>affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi)</p> <p>spot radio televisivi</p> <p>trasmissioni radio televisive</p> <p>spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press)</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> produzione pagine HTML</p> <p>depliant informativi</p> <p>allestimenti vari per stand e fiere</p> <p>CD o altri prodotti multimediali</p> <p>altro (specificare):</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
	Modalità di realizzazione:	<p><input checked="" type="checkbox"/> interna</p> <p>esterna</p> <p>mista (interni e agenzie professionisti esterni)</p>
- Tempistica	Durata iniziativa:	Due giornate

	Tempi di uscita:	mese (.....) X anno 2007
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Enti Pubblici, ordini professioni, associazioni di categoria, ecc.
	Referente interno dell'iniziativa:	Forlani / Senigalliesi / Conti
- Collaborazioni istituzionali		
- Costi	Budget previsto:	Circa € 3.000,00
	Capitolo Peg:	18302/2

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Comunicazione alla collettività della attività svolta nell'ambito di un preciso progetto
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Presentazione progetti del "Laboratorio Città Futura"
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	<input checked="" type="checkbox"/> Campagna pubblicitaria <input checked="" type="checkbox"/> Comunicazione occasionale e su singola attività <input checked="" type="checkbox"/> Evento speciale <input checked="" type="checkbox"/> Pubblicazioni Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all'estero <input checked="" type="checkbox"/> Altro (specificare) MOSTRA
	Mezzi previsti:	campagna affissioni pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi) affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi) spot radio televisivi trasmissioni radio televisive <input checked="" type="checkbox"/> spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press) <input checked="" type="checkbox"/> produzione pagine HTML <input checked="" type="checkbox"/> depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere <input checked="" type="checkbox"/> CD o altri prodotti multimediali altro (specificare)
	Modalità di realizzazione:	interna esterna <input checked="" type="checkbox"/> mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	Durata iniziativa:	una giornata
	Tempi di uscita:	mese (.....) <input checked="" type="checkbox"/> anno 2007

- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	cittadinanza
	Referente interno dell'iniziativa:	Forlani / Bartoli
- Collaborazioni istituzionali		Unione Pian del Bruscolo
- Costi	Budget previsto:	Circa € 3.000,00
	Capitolo Peg:	50610/0

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Comunicazione alla cittadinanza
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Concorso di progettazione per l'area "Ex carcere minorile"
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa comunicazione:	<input checked="" type="checkbox"/> Campagna pubblicitaria Comunicazione occasionale e su singola attività <input checked="" type="checkbox"/> Evento speciale <input checked="" type="checkbox"/> Pubblicazioni Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all'estero <input checked="" type="checkbox"/> Altro (specificare): MOSTRA e Incontro con la cittadinanza
	Mezzi previsti:	<input checked="" type="checkbox"/> campagna affissioni <input checked="" type="checkbox"/> pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi) affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi) spot radio televisivi trasmissioni radio televisive <input checked="" type="checkbox"/> spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press) <input checked="" type="checkbox"/> produzione pagine HTML <input checked="" type="checkbox"/> depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere <input checked="" type="checkbox"/> CD o altri prodotti multimediali <input checked="" type="checkbox"/> altro (specificare): Pubblicità presso le Sedi Universitarie
	Modalità di realizzazione:	interna esterna <input checked="" type="checkbox"/> mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	Durata iniziativa:	Due giornate
	Tempi di uscita:	X mese (.....giugno...) anno

- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Liberi professionisti e cittadinanza
	Referente interno dell'iniziativa:	Forlani / Bartoli
- Collaborazioni istituzionali		Comune di Pesaro
- Costi	Budget previsto:	Circa € 5.000,00
	Capitolo Peg:	Da definire

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Comunicazione alla cittadinanza
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Attivazione di iniziative in merito a politiche energetiche
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	<p>Campagna pubblicitaria</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Comunicazione occasionale e su singola attività</p> <p>Evento speciale</p> <p>Pubblicazioni</p> <p>Partecipazione a fiere</p> <p>Partecipazione a eventi all'estero</p> <p>Altro (specificare)</p>
	Mezzi previsti:	<p>campagna affissioni</p> <p>pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi)</p> <p>affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi)</p> <p>spot radio televisivi</p> <p>trasmissioni radio televisive</p> <p>spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press)</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> produzione pagine HTML</p> <p>depliant informativi</p> <p>allestimenti vari per stand e fiere</p> <p>CD o altri prodotti multimediali</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> altro (specificare): Comunicazione diretta rivolta ad Enti Pubblici e Associazioni di Categoria</p>
	Modalità di realizzazione:	<p><input checked="" type="checkbox"/> interna</p> <p>esterna</p> <p>mista (interni e agenzie professionisti esterni)</p>
- Tempistica	Durata iniziativa:	Una giornata
	Tempi di uscita:	<p>mese (.....)</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> anno 2007</p>

- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Cittadinanza
	Referente interno dell'iniziativa:	Forlani / Bartoli
- Collaborazioni istituzionali		
- Costi	Budget previsto:	Circa € 3.000,00
	Capitolo Peg:	Da definire

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Comunicazione alla cittadinanza
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Recupero di un bene storico-architettonico (Ranco Fabbro)
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	Campagna pubblicitaria <input checked="" type="checkbox"/> Comunicazione occasionale e su singola attività <input checked="" type="checkbox"/> Evento speciale <input checked="" type="checkbox"/> Pubblicazioni Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all'estero Altro (specificare)
	Mezzi previsti:	campagna affissioni pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi) affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi) spot radio televisivi trasmissioni radio televisive spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press) <input checked="" type="checkbox"/> produzione pagine HTML <input checked="" type="checkbox"/> depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali altro (specificare):
	Modalità di realizzazione:	<input checked="" type="checkbox"/> interna esterna mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	Durata iniziativa:	Una giornata
	Tempi di uscita:	mese (.....) <input checked="" type="checkbox"/> anno 2007

- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	cittadinanza
	Referente interno dell'iniziativa:	Forlani / Primavera / Massarini
- Collaborazioni istituzionali		Area 3
- Costi	Budget previsto:	Circa € 3.000,00
	Capitolo Peg:	Da definire

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Comunicazione verso gli altri Enti e loro coinvolgimento nelle attività istituzionali
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Predisposizione e avvio di un Tavolo Tecnico con gli Uffici Tecnici Urbanistici Comunali
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	<p>Campagna pubblicitaria Comunicazione occasionale e su singola attività Evento speciale Pubblicazioni Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all'estero <input checked="" type="checkbox"/> Altro (specificare) : Comunicazione periodica</p>
	Mezzi previsti:	<p>campagna affissioni pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi) affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi) spot radio televisivi trasmissioni radio televisive spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press) <input checked="" type="checkbox"/> produzione pagine HTML depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali <input checked="" type="checkbox"/> altro (specificare): ...Comunicazione diretta agli Uffici Tecnici Urbanistici Comunali</p>
	Modalità di realizzazione:	<input checked="" type="checkbox"/> interna esterna mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	Durata iniziativa:	Una giornata
	Tempi di uscita:	<input checked="" type="checkbox"/> mese (. Maggio - ottobre...) anno

- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Uffici Tecnici Urbanistici Comunali
	Referente interno dell'iniziativa:	Forlani / Primavera / Senigalliesi
- Collaborazioni istituzionali		
- Costi	Budget previsto:	Da definire
	Capitolo Peg:	18303/3

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Comunicazione verso gli altri Enti e loro coinvolgimento nelle attività istituzionali
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Predisposizione e avvio di un Tavolo Tecnico con gli Uffici degli Sportelli Unici delle Attività Produttive
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	<p>Campagna pubblicitaria Comunicazione occasionale e su singola attività Evento speciale Pubblicazioni Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all'estero <input checked="" type="checkbox"/> Altro (specificare) Comunicazione periodica</p>
	Mezzi previsti:	<p>campagna affissioni pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi) affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi) spot radio televisivi trasmissioni radio televisive spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press) <input checked="" type="checkbox"/> produzione pagine HTML depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali <input checked="" type="checkbox"/> altro (specificare): ...Comunicazione diretta agli Uffici SUAP e agli Uffici Urbanistici Comunali della Provincia di Pesaro e Urbino</p>
	Modalità di realizzazione:	<input checked="" type="checkbox"/> interna esterna mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	Durata iniziativa:	Una giornata
	Tempi di uscita:	<input checked="" type="checkbox"/> mese (...marzo e ottobre...) anno

- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Uffici SUAP e Uffici Urbanistici Comunali della Provincia di Pesaro e Urbino
	Referente interno dell'iniziativa:	Forlani/Massarini
- Collaborazioni istituzionali		
- Costi	Budget previsto:	Da definire
	Capitolo Peg:	Da definire

Area:4 – Urbanistica – Territorio - Ambiente - agricoltura

Servizio : 4.2 – Servizio Uso e tutela del suolo – Attività estrattive - Bonifica

Referente/Compilatore: Fabio Landini

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Redazione e approvazione 1° Stralcio del PERCD (Programma Esecutivo per il Ripristino delle Cave Dismesse)
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Divulgazione dati inerenti le cave dismesse in ambito provinciale, illustrazione obiettivi e contenuti del 1° Stralcio del PERCD.
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	<p>Campagna pubblicitaria Comunicazione occasionale e su singola attività Evento speciale Pubblicazioni Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all'estero</p> <ul style="list-style-type: none"> • Altro (specificare) Giornata di incontro tecnico presso la ns. sede e Conferenza stampa.
	Mezzi previsti:	<p>campagna affissioni pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi) affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi) spot radio televisivi trasmissioni radio televisive spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press)</p> <ul style="list-style-type: none"> • produzione pagine HTML depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere • CD o altri prodotti multimediali • altro (specificare): illustrazione in sala del Consiglio "W. Pierangeli".
	Modalità di realizzazione:	<ul style="list-style-type: none"> • interna esterna mista (interni e agenzie professionisti esterni)

- Tempistica	Durata iniziativa:	1 giorno (Incontro tecnico, Conf. Stampa)
	Tempi di uscita:	• mese (Dicembre) anno
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	- Enti pubblici, Ass. di categoria, tecnici e cittadinanza - organi di stampa e radiotelevisivi
	Referente interno dell'iniziativa:	Arch. S.Gattoni, Geom. F.Landini
- Collaborazioni istituzionali		
- Costi	Budget previsto:	/
	Capitolo Peg:	/

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Redazione e approvazione Variante al PPAE (Programma Provinciale delle Attività estrattive)
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Divulgazione dati sullo stato di attuazione del PPAE e illustrazione motivazioni e obiettivi della Variante
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	<p>Campagna pubblicitaria Comunicazione occasionale e su singola attività Evento speciale Pubblicazioni Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all'estero</p> <ul style="list-style-type: none"> • Altro (specificare) Conferenza stampa
	Mezzi previsti:	<p>campagna affissioni pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi) affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi) spot radio televisivi trasmissioni radio televisive spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press)</p> <ul style="list-style-type: none"> • produzione pagine HTML depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere • CD o altri prodotti multimediali • altro (specificare): consegna documentazione in sede di conf. Stampa.
	Modalità di realizzazione:	<ul style="list-style-type: none"> • interna esterna mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	Durata iniziativa:	1 giorno (Conf. Stampa)
	Tempi di uscita:	<ul style="list-style-type: none"> • mese (Maggio) anno

- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	- organi di stampa e radiotelevisivi - Enti pubblici, Ass. di categoria, tecnici, cittadinanza.
	Referente interno dell'iniziativa:	Arch. S.Gattoni, Geom. F.Landini
- Collaborazioni istituzionali		/
- Costi	Budget previsto:	/
	Capitolo Peg:	/

Referente/Compilatore: Vincenzo Tiberi

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Esecuzione del progetto di riduzione del rischio del Colle Ardizio in comune di Pesaro
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Ruolo della Provincia ,insieme agli altri enti pubblici , per la difesa del territorio e la protezione della popolazione
- Strumenti	Mezzi previsti:	<ul style="list-style-type: none"> ◆ campagna affissioni pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi) affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi) spot radio televisivi trasmissioni radio televisive spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press) produzione pagine HTML depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere ◆ CD o altri prodotti multimediali ◆ altro (Pubblicazione di dati e immagini sul portale della Provincia)
	Modalità di realizzazione:	<ul style="list-style-type: none"> ◆ interna esterna mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	Durata iniziativa:	Una sessione di 2 ore anche insieme ad altri argomenti in cui si illustrano i progetti e si proiettano immagini
	Tempi di uscita:	<ul style="list-style-type: none"> ◆ mese (settembre) ◆ anno 2007
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Enti pubblici, cittadinanza , associazioni produttive e del turismo
	Referente interno dell'iniziativa:	Dr. Ennio Palma
- Collaborazioni istituzionali		
- Costi	Budget previsto:	/
	Capitolo Peg:	/

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Attuazione dell'accordo di programma quadro " Tutela delle acque e gestione integrata delle risorse idriche"
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Sensibilizzare tramite la diffusione dei risultati del progetto "Incentivi per l'impiego di mezzi e sistemi per il risparmio idrico negli edifici pubblici"
- Strumenti	Mezzi previsti:	X campagna affissioni pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi) affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi) spot radio televisivi trasmissioni radio televisive spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press) X produzione pagine HTML depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali altro (specificare):
	Modalità di realizzazione:	X interna esterna mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	Durata iniziativa:	Svolgimento dell'attività di comunicazione nell'arco di una mattinata
	Tempi di uscita:	◆ mese (Settembre - Ottobre) ◆ anno 2007
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Enti pubblici, cittadinanza, associazioni produttive e del turismo
	Referente interno dell'iniziativa:	Dr. Roberto Gattoni
- Collaborazioni istituzionali		ATO 1 Marche Nord PU Soggetti gestori ciclo idrico Comuni
- Costi	Budget <u>prevedibile</u>:	€ 3000 - 5000
	Capitolo Peg:	/

Area: 4 – Urbanistica- Territorio –Ambiente- Agricoltura
Servizio: 4.3 Beni Ambientali – Agricoltura – Tutela della fauna

Tutela e valorizzazione dell’ambiente

La Provincia ha scelto di affrontare in modo integrato ed organico le problematiche connesse alla tutela e valorizzazione delle risorse ambientali nella logica della sostenibilità e compatibilità.

Referente/Compilatore: Traetto Alessandra

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell’Ente	Informare e formare sui temi riguardanti: le problematiche ambiente globali quali: cambiamento climatico, energia, uso irrazionale e qualità dell’acqua, pianificazione territoriale insostenibile
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Organizzazione di un evento di 3 giornate “La Terra ha bisogno di te, incontriamo per sostenerla”
- Strumenti	Tipologia dell’iniziativa di comunicazione:	<ul style="list-style-type: none"> × Campagna pubblicitaria Comunicazione occasionale e su singola attività × Evento speciale × Pubblicazioni Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all’estero Altro (specificare)
	Mezzi previsti:	<ul style="list-style-type: none"> × campagna affissioni pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi) × affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi) spot radio televisivi trasmissioni radio televisive × spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press) × produzione pagine HTML × depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali altro (specificare):

	Modalità di realizzazione:	interna esterna × mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	Durata iniziativa:	3 giorni
	Tempi di uscita:	mese (giugno) anno 2007
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Tecnici del settore, docenti universitari, Enti pubblici, Associazioni ambientali e di categoria, associazioni culturali. scuole, giovani ec..
	Referente interno dell'iniziativa:	Dott.sa Elisabetta Cecchini e Arch. Bartoli
- Collaborazioni istituzionali		Da definire
- Costi	Budget previsto:	115.000,00
	Capitolo Peg:	Da individuare

Area: 4 – Urbanistica – Territorio – Ambiente - Agricoltura
Servizio: 4.4 - Acque Pubbliche - Rischio idraulico e Sismico

Acque pubbliche e rischio idraulico e sismico

La Provincia di Pesaro e Urbino è interessata da numerosi fenomeni di dissesto. Essi sono dovuti in parte alle caratteristiche geomorfologiche del territorio, avente già una certa predisposizione alla manifestazione di fenomeni di instabilità, in altra parte sono anche legati, come noto, al progressivo spopolamento delle zone marginali di collina e di montagna e all'abbandono delle pratiche di corretta gestione del territorio. Il rischio sismico è invece un fenomeno non prevedibile ed oltremodo assai insidioso. In tal senso è opportuno praticare una politica volta in forma preventiva a garantire alle costruzioni, al patrimonio edilizio storico, agli edifici primari (scuole e ospedali), sempre più elevati standard di antisismicità, sicurezza e di efficienza anche in ipotesi di emergenza.



Referente/Compilatore: Cleri Barbara

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Applicazione normativa per attività sul Demanio Idrico
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Rimozione materiale legnoso depositato nelle aree demaniali a seguito degli eventi di piena.
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	<p>Campagna pubblicitaria</p> <p>X Comunicazione occasionale e su singola attività</p> <p>Evento speciale</p> <p>Pubblicazioni</p> <p>Partecipazione a fiere</p> <p>Partecipazione a eventi all'estero</p> <p>Altro (specificare)</p>
	Mezzi previsti:	<p>campagna affissioni</p> <p>pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi)</p> <p>affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi)</p> <p>spot radio televisivi</p> <p>trasmissioni radio televisive</p> <p>spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press)</p> <p>produzione pagine HTML</p> <p>depliant informativi</p> <p>allestimenti vari per stand e fiere</p> <p>CD o altri prodotti multimediali</p> <p>X altro (specificare): Circolare</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
	Modalità di realizzazione:	<p>X interna</p> <p>esterna</p> <p>mista (interni e agenzie professionisti esterni)</p>
- Tempistica	Durata iniziativa:	

	Tempi di uscita:	mese (.....) anno
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Comuni della Provincia, Comunità Montane, Unione dei Comuni, Corpo Forestale Stato
	Referente interno dell'iniziativa:	dott.ssa Paola Lombardi
- Collaborazioni istituzionali		/
- Costi	Budget previsto:	/
	Capitolo Peg:	/

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Concessioni prelievi acque pubbliche L.R. 5/2006
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Richiesta autorizzazione alla escavazione di pozzi e utilizzazione acque sotterranee e superficiali
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa comunicazione: di	<p>Campagna pubblicitaria</p> <p>X Comunicazione occasionale e su singola attività</p> <p>Evento speciale</p> <p>Pubblicazioni</p> <p>Partecipazione a fiere</p> <p>Partecipazione a eventi all'estero</p> <p>Altro (specificare)</p>
	Mezzi previsti:	<p>campagna affissioni</p> <p>pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi)</p> <p>affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi)</p> <p>spot radio televisivi</p> <p>trasmissioni radio televisive</p> <p>spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press)</p> <p>produzione pagine HTML</p> <p>depliant informativi</p> <p>allestimenti vari per stand e fiere</p> <p>CD o altri prodotti multimediali</p> <p>X altro (specificare): Tavolo tecnico</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
	Modalità di realizzazione:	<p>X interna</p> <p>esterna</p> <p>mista (interni e agenzie professionisti esterni)</p>
- Tempistica	Durata iniziativa:	1 giorno del mese di giugno

	Tempi di uscita:	mese (.....) anno
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Enti pubblici, Aziende di gestione, Ordini professionali, Associazioni di categoria degli agricoltori, artigiani, industriali.
	Referente interno dell'iniziativa:	dott. ing. Luciano Zengarini
- Collaborazioni istituzionali		Regione Marche UPI
- Costi	Budget previsto:	/
	Capitolo Peg:	/

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Gestione normativa costruzioni in zona sismica
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Statistica inerente all'attività edilizia sul territorio della Provincia di Pesaro e Urbino
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	<p>Campagna pubblicitaria</p> <p>X Comunicazione occasionale e su singola attività</p> <p>Evento speciale</p> <p>Pubblicazioni</p> <p>Partecipazione a fiere</p> <p>Partecipazione a eventi all'estero</p> <p>Altro (specificare)</p>
	Mezzi previsti:	<p>campagna affissioni</p> <p>pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi)</p> <p>affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi)</p> <p>spot radio televisivi</p> <p>trasmissioni radio televisive</p> <p>spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press)</p> <p>produzione pagine HTML</p> <p>depliant informativi</p> <p>allestimenti vari per stand e fiere</p> <p>X CD o altri prodotti multimediali</p> <p>altro (specificare):</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
	Modalità di realizzazione:	<p>X interna</p> <p>esterna</p> <p>mista (interni e agenzie professionisti esterni)</p>
- Tempistica	Durata iniziativa:	/

	Tempi di uscita:	mese (.....) anno
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Organi istituzionali della Provincia, Comuni della Provincia, Ordini Professionali, Organizzazioni di categoria.
	Referente interno dell'iniziativa:	geom. Fabrizio Tinti
- Collaborazioni istituzionali		/
- Costi	Budget previsto:	/
	Capitolo Peg:	/

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Applicazione normativa per costruzioni in zona sismica – T.U. approvato con D.P.R. n. 380/2001
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Adempimenti per le costruzioni in zone sismiche
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	<p>Campagna pubblicitaria</p> <p>X Comunicazione occasionale e su singola attività</p> <p>Evento speciale</p> <p>Pubblicazioni</p> <p>Partecipazione a fiere</p> <p>Partecipazione a eventi all'estero</p> <p>Altro (specificare)</p>
	Mezzi previsti:	<p>campagna affissioni</p> <p>pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi)</p> <p>affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi)</p> <p>spot radio televisivi</p> <p>trasmissioni radio televisive</p> <p>spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press)</p> <p>produzione pagine HTML</p> <p>depliant informativi</p> <p>allestimenti vari per stand e fiere</p> <p>CD o altri prodotti multimediali</p> <p>X altro (specificare): Circolare</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
	Modalità di realizzazione:	<p>X interna</p> <p>esterna</p> <p>mista (interni e agenzie professionisti esterni)</p>
- Tempistica	Durata iniziativa:	/

	Tempi di uscita:	mese (.....) anno
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Ordini Professionali, Collegio Geometri, Sportelli Unici dei Comuni
	Referente interno dell'iniziativa:	geom. Fabrizio Tinti
- Collaborazioni istituzionali		/
- Costi	Budget previsto:	/
	Capitolo Peg:	/

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Sicurezza delle costruzioni
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Modalità degli interventi edilizi in zona sismica
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	Campagna pubblicitaria X Comunicazione occasionale e su singola attività Evento speciale Pubblicazioni Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all'estero Altro (specificare)
	Mezzi previsti:	campagna affissioni pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi) affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi) spot radio televisivi trasmissioni radio televisive spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press) produzione pagine HTML depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali X altro (specificare): Tavolo tecnico
	Modalità di realizzazione:	X interna esterna mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	Durata iniziativa:	3 giorni nei mesi di settembre e ottobre
	Tempi di uscita:	mese (.....) anno

- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Categorie Professionali ed Operatori Edilizia
	Referente interno dell'iniziativa:	geom. Fabrizio Tinti
- Collaborazioni istituzionali		Ordini e Collegi Professionali
- Costi	Budget previsto:	/
	Capitolo Peg:	/

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Sensibilizzazione al rispetto dei corsi d'acqua
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Campagna di sensibilizzazione
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	X Campagna pubblicitaria <input type="checkbox"/> Comunicazione occasionale e su singola attività Evento speciale Pubblicazioni Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all'estero Altro (specificare)
	Mezzi previsti:	X campagna affissioni pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi) affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi) spot radio televisivi trasmissioni radio televisive spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press) produzione pagine HTML X depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali <input type="checkbox"/> altro (specificare):
	Modalità di realizzazione:	X interna esterna mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	Durata iniziativa:	mese di settembre
	Tempi di uscita:	mese (.....) anno

- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Cittadinanza
	Referente interno dell'iniziativa:	dott. ing. Luciano Zengarini
- Collaborazioni istituzionali		Regione Marche Corpo Forestale dello Stato
- Costi	Budget previsto:	in via di definizione
	Capitolo Peg:	/