



PROVINCIA DI PESARO E URBINO

PIANO DI COMUNICAZIONE 2008_09

REAZIONI GRAFICHE
ORGANIZZAZIONE EVENTI
MOSTRE
UFFICIO RELAZIONI CON IL PUBBLICO
NEWS
INFORMAZIONI
CENTRO DOCUMENTAZIONE
ALLESTIMENTI
RETE INTERNA PER LA COMUNICAZIONE
EDITORIA

Iniziativa di comunicazione
dei singoli Servizi

UFFICIO COMUNICAZIONE PROVINCIA



II. Iniziative di comunicazione dei singoli Servizi

A cura di:
Ufficio Comunicazione
Servizio Affari Istituzionali, Gene
Giuridici e Legislativi
Direzione Generale

Area 0 – Segreteria e Direzione Generale

Segreteria e Direzione Generale	pag. 1
Ufficio 0.0.0.1 Supporto Segretario Generale –Supporto Amministrativo della Giunta.....	pag. 2
Ufficio 0.0.0.2 Supporto Direzione generale e del Nucleo di valutazione.....	pag. 6
Ufficio 0.0.0.3 Beni Storici, Artistici, Archeologici.....	pag. 8
P.O. 0.0.2 Informazione, Immagine e Stampa – Marketing Territoriale.....	pag. 11
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. 13
P.O. 0.1.1 Appalti e Contratti.....	pag. 19

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. 21
P.O. 1.1.1 Programmazione, Promozione e Gestione delle Attività turistiche.....	pag. 31
P.O. 1.1.2 Programmazione, promozione e gestione delle attività culturali ed editoria.....	pag. 33
Servizio 1.2 Formazione Professionale, Politiche per l’Occupazione.....	pag. 57
Servizio 1.3 Servizi sociali	pag. 60
P.O. 1.3.1 Istruzione scolastica, Sport e tempo libero.....	pag. 65

Area 2 – Gestione 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. 72
--	---------

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

Servizio 3.2 Viabilità.....	pag. 77
Ufficio 3.3.0.1 Manut. scuole trasferite - Gestione impianti e patrimonio.....	pag. 80
Ufficio 3.3.0.2 Programmazione e direzione lavori.....	pag. 82
Ufficio 3.3.0.3 Programmazione e Pianificazione.....	pag. 84

Area 4 – Urbanistica – Territorio – Ambiente – Agricoltura

P.O. 4.0.1.	Energia – Sviluppo fonti rinnovabili.....	pag. 88
Servizio 4.1	Urbanistica – Pianificazione Territoriale.....	pag. 91
Servizio 4.2	Uso e tutela del suolo Attività estrattive – Bonifica.....	pag. 103
P.O. 4.3.2	Centro Ricerche Botaniche Vegetazionali.....	pag. 113
P.O. 4.3.3	Tutela e Risanamento acque – Gestione e prevenzione rifiuti.....	pag. 121
P.O. 4.3.4	Prevenzione dall’Inquinamento atmosferico e acustico – Sicurezza sui luoghi di lavoro D.Lgs 626/94.....	pag. 123
P.O. 4.3.5	Conservazione, Tutela e valorizzazione della Flora – Educazione Ambientale.....	pag. 127

Area: 0 - Segreteria e Direzione Generale
Servizio: Ufficio 0.0.0.1 e Ufficio 0.0.0.2

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 continua a sviluppare il sistema del controllo strategico, partendo dalla definizione degli indicatori strutturali di verifica e dei soggetti deputati alla raccolta.

Sistema valutazione dei risultati e delle prestazioni

Nel 2007, la provincia di Pesaro e Urbino ha attivato il nuovo sistema di valutazione dei dirigenti e i risultati statistici potranno essere pubblicati per un'attività di benchmarking.

Nel 2008 verrà applicato il nuovo sistema di valutazione delle alte professionalità.

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!

Ufficio 0.0.0.1 - Supporto Segretario Generale - Supporto amministrativo della Giunta

Referente/Compilatore: Ligi Enrica/Cambrini Cristina

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Elenchi aggiornati delle nomine e designazioni dei rappresentanti della Provincia in Enti, Aziende ed Istituzioni.
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Notizie relative ai nominativi rappresentanti nei vari organismi divisi in Decreti presidenziali e Delibere di Consiglio provinciale.
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	<p>Campagna pubblicitaria Comunicazione occasionale e su singola attività Evento speciale <u>Pubblicazioni X</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) spot radio televisivi trasmissioni radio televisive spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press) <u>produzione pagine HTML X</u> depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali altro (specificare):</p> <p>.....</p>
	Modalità di realizzazione:	<p><u>interna X</u> <u>esterna X</u> mista (interni e agenzie professionisti esterni)</p>

- Tempistica	ANNO 2008	
	Durata iniziativa:	ANNUALE
	Tempi di uscita:	mese (.....) anno A SCADENZA
	ANNO 2009	
	Durata iniziativa:	ANNUALE
	Tempi di uscita:	mese (.....) anno A SCADENZA
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	CITTADINI, ENTI E DIPENDENTI INTERNI
	Referente interno dell'iniziativa:	LIGI/CAMBRINI
- Collaborazioni istituzionali		
- Costi	Budget previsto:	
	Capitolo Peg:	

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Elenchi aggiornati dei Regolamenti dell'Ente.
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Comunicazione dei regolamenti approvati dalla Provincia comprensivi di tutti gli aggiornamenti e /o modifiche.
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	<p>Campagna pubblicitaria Comunicazione occasionale e su singola attività Evento speciale <u>Publicazioni X</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) spot radio televisivi trasmissioni radio televisive spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press) <u>produzione pagine HTML X</u> depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali altro (specificare):</p>
	Modalità di realizzazione:	<p><u>interna X (Invio periodico di elenchi aggiornati ai Direttori e Dirigenti)</u> <u>esterna X</u> mista (interni e agenzie professionisti esterni)</p>
- Tempistica	<p>ANNO 2008 Durata iniziativa:</p>	ANNUALE

	Tempi di uscita:	mese (.....) anno PERIODICA
	ANNO 2009 Durata iniziativa:	ANNUALE
	Tempi di uscita:	mese (.....) anno PERIODICA
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	CITTADINI, ENTI E PERSONBALE INTERNO
	Referente interno dell'iniziativa:	LIGI/CAMBRINI
- Collaborazioni istituzionali		
- Costi	Budget previsto:	
	Capitolo Peg:	

Ufficio 0.0.0.2 – Supporto Direttore Generale e Supporto amministrativo del Nucleo di Valutazione

Referente: Dott. Roberto Rondina

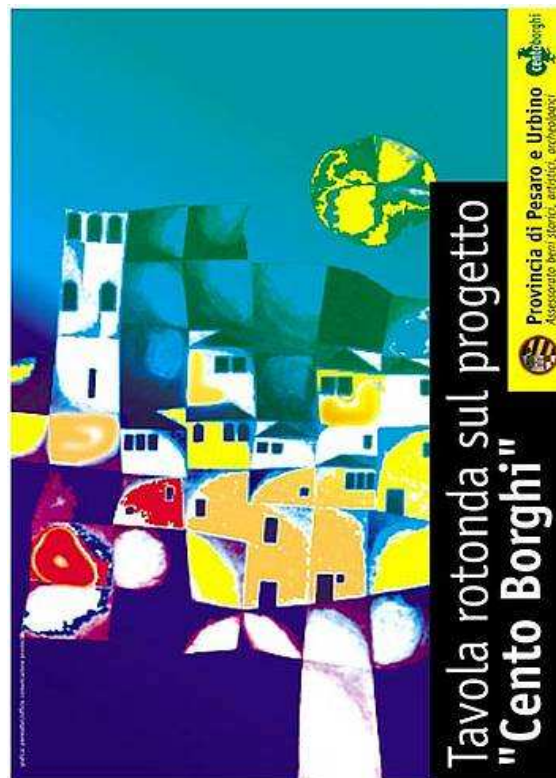
- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Sviluppare il sistema dei controlli interni in particolare: 1) pianificazione, controllo strategico 2) valutazione delle prestazioni e dei risultati dei dirigenti, posizioni organizzative ed alte professionalità
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	L'esperienza del sistema dei controlli interni
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	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:	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	Anno 2008 Durata iniziativa:	Continua
	Tempi di uscita:	mese (.....) anno 2008
	Anno 2009 Durata iniziativa:	Continua
	Tempi di uscita:	mese (.....) anno 2008
- 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: 0 - 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"> - Progetto Centoborghi: presentazione cofanetto di tutta l'opera (9 volumi). - DVD sui mulini idraulici. - Interventi di recupero di beni storici. - Progetto "La geografia del sacro". - Guida alla ceramica antica. - 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):</p> <p>...attività editoriali *</p> <p>.....</p>

	Modalità di realizzazione:	interna esterna mista (interni e agenzie professionisti esterni) *
- 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:	15.000 euro
	Capitolo Peg:	13.350/1

Area: 0 - 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: 0 - 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</p> <p><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)</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 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><input checked="" type="checkbox"/> interna esterna mista (interni e agenzie professionisti esterni)</p>
- Tempistica	ANNO 2008	ANNUALE
	Durata iniziativa:	
	Tempi di uscita:	<p>mese (.....) anno TRIMESTRALE</p>

	ANNO 2009 Durata iniziativa:	ANNUALE
	Tempi di uscita:	mese (.....) anno 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 5 progetti, anche per l'anno 2008, 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 Altro (specificare)</p>
	Mezzi previsti:	<p>X campagna affissioni pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi)</p> <p>X affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi)</p> <p>X spot radio televisivi 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>X 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</p> <p>X mista (interni e agenzie professionisti esterni)</p>
- Tempistica	<p>ANNO 2008</p> <p>Durata iniziativa:</p>	ANNUALE

	Tempi di uscita:	X mese (.....) anno Non preventivabile in quanto subordinata all'approvazione dei progetti di servizio Civile Nazionale
	ANNO 2009 Durata iniziativa:	Anche per il 2009 si prevede la presentazione di progetti secondo le modalità dettate dall'Ufficio Nazionale per il Servizio Civile.
	Tempi di uscita:	mese (.....) anno Non preventivabile in quanto subordinata all'approvazione dei progetti di servizio Civile Nazionale
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Giovani di età compresa fra i 18 ed il 28 anni
	Referente interno dell'iniziativa:	Del Fattore Emanuela
- Collaborazioni istituzionali		Collaborazione degli Enti Locali aderenti all'accordo di partenariato (Comuni, Unione dei Comuni e Comunità Montate)
- Costi	Budget previsto:	Per il 2008 € 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 – cinque e, se finanziati dallo Stato, verranno attivati nel corso dell'anno 2008.

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: 0– 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	ANNO 2008 Durata iniziativa:	annuale

	Tempi di uscita:	x mese (dodici) anno
	ANNO 2009 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:	Non quantificabile in quanto rientrante fra gli stanziamenti di competenza dei singoli uffici proponenti la gara di appalto.
	Capitolo Peg:	===

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

Referente/Compilatore: Giuliano Bertozzini / Giorgio Gambelli

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Osservatorio del sistema territoriale – Diffondere gli studi e le analisi dell'Osservatorio in materia di rifiuti
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Pubblicazione Report sui rifiuti
- 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) 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	ANNO 2008	
	Durata iniziativa:	Annuale (una pubblicazione all'anno)
	Tempi di uscita:	mese (.....) anno
	ANNO 2009	
	Durata iniziativa:	Annuale (una pubblicazione 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 ed Associazioni di categoria • Cittadini ed imprese
	Referente interno dell'iniziativa:	Giuliano Bertozzini
- Collaborazioni istituzionali		Istat/ CCIAA/ Osservatorio rifiuti
- Costi	Budget previsto:	Pubblicazione in economia
	Capitolo Peg:	

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Osservatorio del sistema territoriale – Diffusione delle analisi dell'Osservatorio sul sistema territoriale della Provincia di Pesaro e Urbino
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Pubblicazione Report su “Trasformazioni del sistema territoriale della Provincia di Pesaro e Urbino all'avvio del 21° secolo”
- 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	ANNO 2008 Durata iniziativa:	Annuale (una uscita)
	Tempi di uscita:	mese (.....) anno

	ANNO 2009 Durata iniziativa:	
	Tempi di uscita:	mese (.....) anno
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	<ul style="list-style-type: none"> • Cittadini ed imprese • Sindaci dei Comuni della Provincia • Dirigenti e P.O. della Provincia • Sindacati ed Associazioni di categoria
	Referente interno dell'iniziativa:	Giuliano Bertozzini
- Collaborazioni istituzionali		Istat/CCIAA
- Costi	Budget previsto:	Pubblicazione in economia
	Capitolo Peg:	

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Osservatorio del sistema territoriale - Diffusione delle analisi economiche e sociali -
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Pubblicazione "Pesaro e Urbino in breve"
- 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	ANNO 2008 Durata iniziativa:	Annuale (tre uscite all'anno)
	Tempi di uscita:	mese (.....) anno

	ANNO 2009	
	Durata iniziativa:	Annuale (tre uscite 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 • Altro personale interno all'ente
	Referente interno dell'iniziativa:	Giuliano Bertozzini
- Collaborazioni istituzionali		
- Costi	Budget previsto:	Pubblicazione in economia
	Capitolo Peg:	

- 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:	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	ANNO 2008 Durata iniziativa:	Fine del progetto : giugno 2008

	Tempi di uscita:	mese: maggio anno : 2008
	ANNO 2009 Durata iniziativa:	
	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 €
	Capitolo Peg:	Area 2 pit azioni e strumenti per l'internazionalizzazione – progetto Oasis - 30371/7

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Progetto Gas.Ato – Progetto in materia di energia finanziato con fondi Interreg IIIA
	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 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>
	Modalità di realizzazione:	<p>interna esterna mista (interni e agenzie professionisti esterni)</p>
- Tempistica	ANNO 2008 Durata iniziativa:	Fine del progetto : giugno 2008
	Tempi di uscita:	mese: maggio anno: 2008

	ANNO 2009 Durata iniziativa:	
	Tempi di uscita:	mese (.....) anno
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Operatori del settore energetico, Istituzioni competenti, Università ed Enti di ricerca, sindacati ed associazioni di categoria
	Referente interno dell'iniziativa:	Giuliano Bertozzini
- Collaborazioni istituzionali		P.O. Energia della Provincia
- Costi	Budget previsto:	15.000
	Capitolo Peg:	Area 2 pit – azioni e strumenti per l'internazionalizzazione – progetto Gas.Ato - 30371/8

Area: 1 – Politiche del lavoro, Sociali, Culturali, Pubblica Istruzione, Turismo
Servizio: 1.1. – P.O. 1.1.1 - Programmazione, Promozione e Gestione delle attività turistiche

Referente/Compilatore: dott. Ignazio Pucci

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Marketing territoriale
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Promuovere l'offerta turistica del territorio provinciale
- 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 <input checked="" type="checkbox"/> Partecipazione a fiere <input checked="" type="checkbox"/> 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 <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 <input checked="" type="checkbox"/> 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	ANNO 2008	
	Durata iniziativa:	Tutto l'anno
	Tempi di uscita:	mese (primavera/autunno) anno
	ANNO 2009	
	Durata iniziativa:	Tutto l'anno
	Tempi di uscita:	mese (primavera/autunno) anno
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	potenziali turisti
	Referente interno dell'iniziativa:	dr. Ignazio Pucci
- Collaborazioni istituzionali		
- Costi	Budget previsto:	€ 60.000,00 (2008) € 60.000,00 (2009)
	Capitolo Peg:	14305/2

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

Premessa

La Provincia di Pesaro e Urbino presenta un tessuto culturale articolato, ricco di esperienze che spaziano nei diversi campi tematici sia recuperando e sedimentando le radici storiche del territorio sia aprendosi nel contempo ad innovative espressioni artistiche e nuovi linguaggi

Sulla base del Codice dei Beni culturali e del paesaggio (D.gs. 22 gennaio 2004 n. 42 così come modificato dal Dlgs 156/2006 e Dlgs 157/2006) e del Piano Regionale per i Beni e le Attività Culturali (approvato con Deliberazione di Consiglio n. 160 del 21 dicembre 2004, aggiornato con delibera di Consiglio Regionale n. 11 del 17.1.2006 e confermato con delibera di Giunta regionale n. 342 del 16.4.2007), 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.

Scopo precipuo dell'azione pubblica a favore della cultura, è quello di sostenere e rafforzare la diversificazione e l'eterogeneità dei prodotti culturali disponibili per i consumatori e per la comunità territoriale.

Parallelamente il prodotto – cultura va promosso verso tutte le fasce di potenziali utenti: l'intento è quello di educare alla cultura, stimolare alla conoscenza, attivare azioni di formazione per la fruizione del bene e dell'attività culturale. Particolare attenzione viene rivolta al pubblico giovane: prestare attenzione oggi ai più giovani significa infatti aprire loro le porte per il domani, significa anche proporre il bene e l'attività culturale come alternativa all'intrattenimento "sciatto".

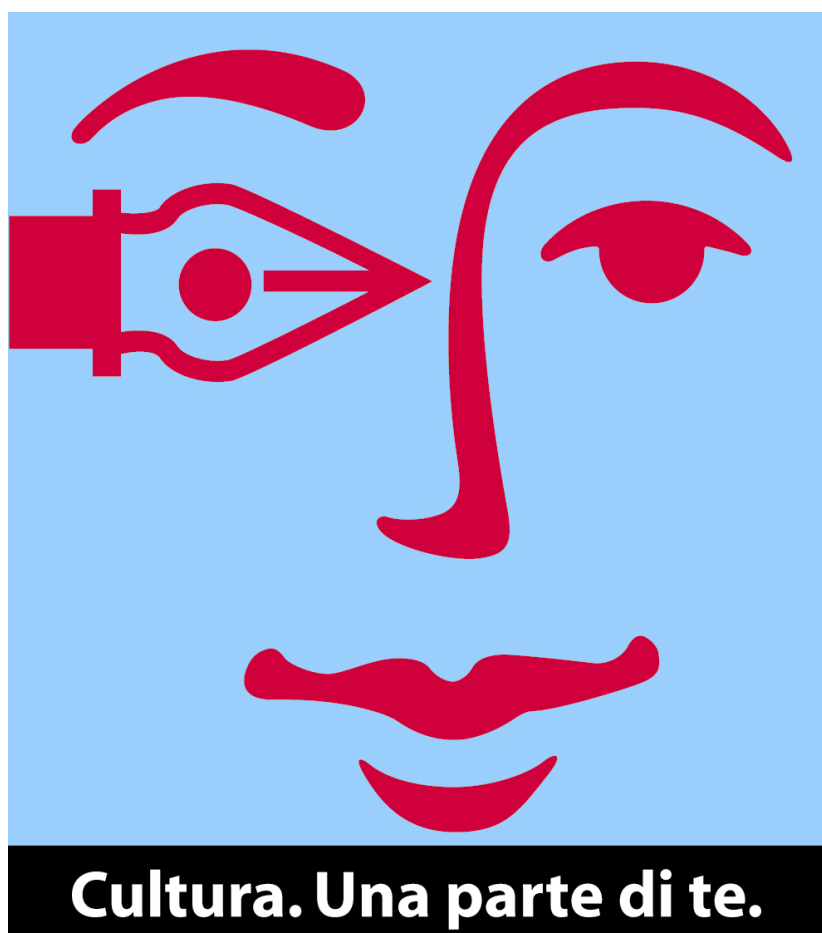
Da un lato verrà quindi privilegiata l'istituzione ed il consolidamento "in rete" delle progettualità scaturenti dagli enti locali e dai privati al fine di raggiungere un coordinamento sostanziale, funzionale non solo all'economia di sistema ma anche alla sinergia tra i soggetti coinvolti, dall'altro si promuoverà la progettualità autonoma dello stesso Assessorato.

Il programma dell'Assessorato si struttura in vari progetti distinti per i seguenti temi: sistemi, eventi e iniziative, leggi regionali, editoria.

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.



Referente/Compilatore: Dott.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:	<ul style="list-style-type: none"> × Campagna pubblicitaria × Comunicazione occasionale e su singola attività <ul style="list-style-type: none"> Evento speciale Pubblicazioni × Partecipazione a fiere <ul style="list-style-type: none"> 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): Progetto "Notte bianca". Apertura straordinaria dei musei
	Modalità di realizzazione:	<ul style="list-style-type: none"> interna esterna × mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	<p>ANNO 2008</p> <p>Durata iniziativa:</p>	Anno 2008

	Tempi di uscita:	mese (.....) × anno 2008
	ANNO 2009 Durata iniziativa:	Anno 2009
	Tempi di uscita:	mese (.....) × anno 2009
- 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 Anno 2008 € 10.000,00 Anno 2009
	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 x Evento speciale (GIORNATA DEL CONTEMPORANEO) 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	ANNO 2008 Durata iniziativa:	ANNO 2008

	Tempi di uscita:	mese (.....) X anno
	ANNO 2009 Durata iniziativa:	ANNO 2009
	Tempi di uscita:	mese (.....) X anno
- 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 Anno 2008 € 15.000,00 Anno 2009
	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 (bibliolist)
	Modalità di realizzazione:	interna esterna x mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	ANNO 2008	
	Durata iniziativa:	annuale
	Tempi di uscita:	mese (.....) x anno 2008

	ANNO 2009 Durata iniziativa:	annuale
	Tempi di uscita:	mese (.....) x anno 2009
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Ragazzi e famiglie del territorio provinciale
	Referente interno dell'iniziativa:	Andrea Bianchini
- Collaborazioni istituzionali		Comuni, Enti locali, Istituzioni e Associazioni culturali del territorio provinciale convenzionati al sistema bibliotecario
- Costi	Budget previsto:	€ 3.000,00 Anno 2008 € 3.000,00 Anno 2009
	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) 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; inserti dedicati su documentazione sanitaria ad uso delle famiglie
	Modalità di realizzazione:	interna esterna x mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	ANNO 2008 Durata iniziativa:	annuale
	Tempi di uscita:	mese (.....) x anno 2008

	ANNO 2009 Durata iniziativa:	annuale
	Tempi di uscita:	mese (.....) x anno 2009
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	bambini di età prescolare, genitori, pediatri, biblioteche, operatori socio-sanitari
	Referente interno dell'iniziativa:	Andrea Bianchini
- Collaborazioni istituzionali		Unione dei Comuni di Pian del Bruscolo, Comunità Montane Alto e Medio Metauro e Alta Valmarecchia, Comuni aderenti al progetto: Carpegna, Colbordolo, Fano, Fermignano, Mercatello sul Metauro, Montecalvo in Foglia, Monteciccardo, Montalabbate, Novafeltria, Pesaro, Petriano, Saltara, S. Angelo in Vado, S. Angelo in Lizzola, Tavullia, Urbania; Asur territoriale n. 1, Fimp, Cosmob
- Costi	Budget previsto:	€ 9.000,00 Anno 2008 € 9.000,00 Anno 2009
	Capitolo Peg:	12301/2 13200/2

- 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 – 2^ anno - Purgatorio 3^ anno - Paradiso
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	x Campagna pubblicitaria Comunicazione occasionale e su singola attività Pubblicazioni Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all'estero Altro (specificare)
	Mezzi previsti:	x campagna affissioni pubblicità dinamica (su mezzi pubblici e taxi) x evento speciale affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi) trasmissioni radio televisive 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	ANNO 2008 Durata iniziativa:	Settembre-Dicembre (iniziativa)

	Tempi di uscita:	x mese (luglio/agosto) anno
	ANNO 2009 Durata iniziativa:	Gennaio - Aprile
	Tempi di uscita:	x mese (gennaio) anno
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Pubblico eterogeneo per classe ed età
	Referente interno dell'iniziativa:	Paola Bugo
- Collaborazioni istituzionali		
- Costi	Budget previsto:	€ 10.000,00 Anno 2008 € 10.000,00 Anno 2009
	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 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:	€ 2.500,00 Anno 2008 € 2.500,00 Anno 2009
	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:	xCampagna 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 altro (specificare):
	Modalità di realizzazione:	interna × esterna mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	ANNO 2008 Durata iniziativa:	annuale

	Tempi di uscita:	mese (.....) × anno 2008
	ANNO 2009 Durata iniziativa:	annuale
	Tempi di uscita:	mese (.....) × anno 2009
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Cittadini del territorio provinciale Altri
	Referente interno dell'iniziativa:	Milena Raho
- Collaborazioni istituzionali		Comuni coinvolti nel coordinamento dei teatri
- Costi	Budget previsto:	€ 20.000,00 Anno 2008 € 20.000,00 Anno 2009
	Capitolo Peg:	13500/01 13500/06

- 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:	<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) affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi) spot radio televisivi 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 allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali</p> <p>altro (specificare): spedizione inviti e programmi tramite posta ordinaria ed e-mail</p>
	Modalità di realizzazione:	<p>interna</p> <p>× esterna mista (interni e agenzie professionisti esterni)</p>
- Tempistica	ANNO 2008 Durata iniziativa:	Giugno - luglio

	Tempi di uscita:	mese (giugno) anno
	ANNO 2009 Durata iniziativa:	Giugno - luglio
	Tempi di uscita:	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 Anno 2008 € 4.000,00 Anno 2009
	Capitolo Peg:	13300/02 13500/01 13500/06

- 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 (INVITI) 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	ANNO 2008	
	Durata iniziativa:	12 mesi
	Tempi di uscita:	mese (1 evento al mese) anno

	ANNO 2009	
	Durata iniziativa:	12 mesi
	Tempi di uscita:	mese (1 evento al mese) anno
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Autori, editori, cittadini interessati, scuole
	Referente interno dell'iniziativa:	Antonella Pompilio
- Collaborazioni istituzionali		
- Costi	Budget previsto:	€ 3.000,00 Anno 2008 € 3.000,00 Anno 2009
	Capitolo Peg:	13300/2

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Promuovere politiche della memoria perché tra i cittadini della provincia ed in particolare tra i giovani aumenti la consapevolezza del passato ed in particolare dei fatti e dei valori sottesi alla Resistenza e alla nascita della Costituzione
	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	ANNO 2008 Durata iniziativa:	annuale

	Tempi di uscita:	mese (.....) x anno 2008
	ANNO 2009 Durata iniziativa:	annuale
	Tempi di uscita:	mese (.....) x anno 2009
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	giovani e adulti della popolazione locale
	Referente interno dell'iniziativa:	Andrea Bianchini
- Collaborazioni istituzionali		Numerosi Comuni, Istituzioni e Associazioni culturali del territorio, IS COP, Biblioteca Archivio "Bobbato", Anpi provinciale
- Costi	Budget previsto:	€ 2.000,00 Anno 2008 € 2.000,00 Anno 2009
	Capitolo Peg:	12301/2 13200/2

- 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	Giorno della Memoria Giorno del ricordo 70° Anniversario delle leggi razziali
- 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	ANNO 2008 Durata iniziativa:	annuale

	Tempi di uscita:	mese (.....) x anno 2008
	ANNO 2009 Durata iniziativa:	annuale
	Tempi di uscita:	mese (.....) x anno 2009
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	giovani e adulti della popolazione locale
	Referente interno dell'iniziativa:	Andrea Bianchini
- Collaborazioni istituzionali		Numerosi Comuni, Istituzioni e Associazioni culturali del territorio, IS COP, Biblioteca Archivio "Bobbato", Anpi provinciale
- Costi	Budget previsto:	€ 2.000,00 Anno 2008 € 2.000,00 Anno 2009
	Capitolo Peg:	12301/2 13200/2

Area: Politiche del Lavoro, Sociali, Culturali, Pubblica Istruzione e 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 2008 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 finalità è quella 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 - Linee attuative P.O.R. 2007-2013 - 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 - Azioni e diffusione di informazioni sulla sicurezza nei luoghi di lavoro - Avviamenti a selezione - Procedure concorsuali - Attività amministrative e di rilevanza esterna
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	<p>X Campagna pubblicitaria X Comunicazione occasionale e su singola attività Evento speciale X Pubblicazioni Partecipazione a fiere X Partecipazione a eventi all'estero X Altro (iniziative pubbliche tematiche)</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) 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 altro: Web www.provincialavoro.it Convegni, gadgets</p>

	Modalità di realizzazione:	interna esterna X mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	ANNO 2008 Durata iniziativa:	Iniziative distribuite durante tutto l'esercizio
	Tempi di uscita:	mese X anno: programmate in relazione alle attività
	ANNO 2009 Durata iniziativa:	Iniziative distribuite durante tutto l'esercizio
	Tempi di uscita:	mese X anno: programmate in relazione alle attività
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Cittadini, enti di formazione, imprese, agenzie private
	Referente interno dell'iniziativa:	Dott.ssa Cinzia Ciabotti
- Collaborazioni istituzionali		Regione Marche, Ministero del Lavoro, Unione Europea, Comunità ed Enti Locali
- Costi	Budget previsto:	Da individuare in base alle attività
	Capitolo Peg:	

**Area:1 - Politiche del Lavoro, Sociali, Culturali, Pubblica Istruzione, Turismo
 Servizio: 1.3 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.

Pesaro, 31 maggio ore 9.30 - 18.00
Sala del Consiglio Provinciale
 W. Pierangeli - Via Gramsci 4

SALUTE MENTALE
 persona e comunità
 tra esperienze territoriali e pianificazioni regionali

10.30 - 11.00 - **Salute**
 Presentazione della Provincia di Pesaro e Urbino
 Anna Maria Spina - Presidente della Consulta provinciale per il volontariato

11.00 - 11.30 - **tema di lavoro**
 L'attività di salute mentale
 Presentazione provinciale della salute mentale e politiche sociali

11.30 - 12.00 - **tema di lavoro**
 Verso una pianificazione regionale della salute mentale: il caso di Pesaro e Urbino
 - Laura Maria Spina - Presidente della Provincia di Pesaro e Urbino
 - Daniela Ruffini - Dirigente Servizio Salute Pubblica Marche
 - Laura Maria Spina - Dirigente Servizio Salute Pubblica Marche
 - Daniela Ruffini - Dirigente Servizio Salute Pubblica Marche
 - Daniela Ruffini - Dirigente Servizio Salute Pubblica Marche

12.00 - 12.30 - **tema di lavoro**
 La salute mentale nella comunità
 - Daniela Ruffini - Dirigente Servizio Salute Pubblica Marche
 - Daniela Ruffini - Dirigente Servizio Salute Pubblica Marche
 - Daniela Ruffini - Dirigente Servizio Salute Pubblica Marche

12.30 - 13.00 - **tema di lavoro**
 La salute mentale nella comunità
 - Daniela Ruffini - Dirigente Servizio Salute Pubblica Marche
 - Daniela Ruffini - Dirigente Servizio Salute Pubblica Marche
 - Daniela Ruffini - Dirigente Servizio Salute Pubblica Marche

13.00 - 13.30 - **tema di lavoro**
 La salute mentale nella comunità
 - Daniela Ruffini - Dirigente Servizio Salute Pubblica Marche
 - Daniela Ruffini - Dirigente Servizio Salute Pubblica Marche
 - Daniela Ruffini - Dirigente Servizio Salute Pubblica Marche

13.30 - 14.00 - **tema di lavoro**
 La salute mentale nella comunità
 - Daniela Ruffini - Dirigente Servizio Salute Pubblica Marche
 - Daniela Ruffini - Dirigente Servizio Salute Pubblica Marche
 - Daniela Ruffini - Dirigente Servizio Salute Pubblica Marche

14.00 - 14.30 - **tema di lavoro**
 La salute mentale nella comunità
 - Daniela Ruffini - Dirigente Servizio Salute Pubblica Marche
 - Daniela Ruffini - Dirigente Servizio Salute Pubblica Marche
 - Daniela Ruffini - Dirigente Servizio Salute Pubblica Marche

14.30 - 15.00 - **tema di lavoro**
 La salute mentale nella comunità
 - Daniela Ruffini - Dirigente Servizio Salute Pubblica Marche
 - Daniela Ruffini - Dirigente Servizio Salute Pubblica Marche
 - Daniela Ruffini - Dirigente Servizio Salute Pubblica Marche

15.00 - 15.30 - **tema di lavoro**
 La salute mentale nella comunità
 - Daniela Ruffini - Dirigente Servizio Salute Pubblica Marche
 - Daniela Ruffini - Dirigente Servizio Salute Pubblica Marche
 - Daniela Ruffini - Dirigente Servizio Salute Pubblica Marche

15.30 - 16.00 - **tema di lavoro**
 La salute mentale nella comunità
 - Daniela Ruffini - Dirigente Servizio Salute Pubblica Marche
 - Daniela Ruffini - Dirigente Servizio Salute Pubblica Marche
 - Daniela Ruffini - Dirigente Servizio Salute Pubblica Marche

16.00 - 16.30 - **tema di lavoro**
 La salute mentale nella comunità
 - Daniela Ruffini - Dirigente Servizio Salute Pubblica Marche
 - Daniela Ruffini - Dirigente Servizio Salute Pubblica Marche
 - Daniela Ruffini - Dirigente Servizio Salute Pubblica Marche

16.30 - 17.00 - **tema di lavoro**
 La salute mentale nella comunità
 - Daniela Ruffini - Dirigente Servizio Salute Pubblica Marche
 - Daniela Ruffini - Dirigente Servizio Salute Pubblica Marche
 - Daniela Ruffini - Dirigente Servizio Salute Pubblica Marche

17.00 - 17.30 - **tema di lavoro**
 La salute mentale nella comunità
 - Daniela Ruffini - Dirigente Servizio Salute Pubblica Marche
 - Daniela Ruffini - Dirigente Servizio Salute Pubblica Marche
 - Daniela Ruffini - Dirigente Servizio Salute Pubblica Marche

17.30 - 18.00 - **tema di lavoro**
 La salute mentale nella comunità
 - Daniela Ruffini - Dirigente Servizio Salute Pubblica Marche
 - Daniela Ruffini - Dirigente Servizio Salute Pubblica Marche
 - Daniela Ruffini - Dirigente Servizio Salute Pubblica Marche

Provincia di Pesaro e Urbino
Consulta provinciale per il volontariato

Referente/Compilatore: Giorgio Giorgini

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Ruolo strategico dell'Ente nell'integrazione socio-sanitaria volta alla promozione del benessere.
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Coordinamento della rete pubblico-privata per inserimento sociale di soggetti dipendenze patologiche con problemi di giustizia.
- 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> <p>x Altro (specificare) COMUNICAZIONI SULL'ITER E SVILUPPO DELLE ATTIVITA'</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</p> <p>X 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 E SITO WEB</p>
	Modalità di realizzazione:	<p>interna esterna</p> <p>X mista (interni e agenzie professionisti esterni)</p>
- Tempistica	ANNO 2008 Durata iniziativa:	12 mesi
	Tempi di uscita:	mese (febbraio 2008) anno

	ANNO 2009 Durata iniziativa	
	Tempi di uscita:	mese (.....) anno
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Giovani e famiglie
	Referente interno dell'iniziativa:	dott. Giorgio Giorgini
- Collaborazioni istituzionali		Ministero Solidarietà Sociale Asur Zona N° 1 Cooperative Sociali
- Costi	Budget previsto:	€ 192.560,00 di cui: € 150.000,00 Finanziam Ministero € 42.560,00 Coofinanz. soggetti
	Capitolo Peg:	28361 28561

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Ruolo strategico dell'Ente nell'integrazione socio-sanitaria volta alla promozione del benessere.
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Informazione, riflessione, prevenzione integrata sulle dipendenze.
- 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 x Altro (specificare) comunicazione sull'iter e sviluppo delle attività
	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) produzione pagine HTML depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali X altro (specificare): Convegno
	Modalità di realizzazione:	interna esterna X mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	ANNO 2008 Durata iniziativa:	12 MESI
	Tempi di uscita:	mese (GENNAIO 2008) anno

	ANNO 2009 Durata iniziativa:	12 MESI
	Tempi di uscita:	mese (GENNAIO 2009) anno
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Scuole, Giovani, Famiglie
	Referente interno dell'iniziativa:	Dott. Giorgini Giorgio
- Collaborazioni istituzionali		€ 6.650,00 Asur Zona 1
- Costi	Budget previsto:	€ 6.840,29 Provincia
	Capitolo Peg:	28305 28300/4

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.

Cerimonia di premiazione
dei diplomati con 100/100 anno scolastico 2006-2007

100/100
la Provincia
premia i giovani

interverrà alla premiazione **Barbara Ensoli**
Direttore del Centro nazionale AIDS, Istituto Superiore di Sanità

Aula Magna
Campus Scientifico Sogesta
Facoltà di Scienze e Tecnologie

 Provincia di Pesaro e Urbino
Assessorato Pubblica Istruzione
in collaborazione con l'Università
degli Studi di Urbino "Carlo Bo"

Urbino 24 ore 10,30
luglio 2007

grafica: ufficio comunicazione provincia

- 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" Giornata mondiale del 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 maggio a settembre 2008; da dicembre 2008 a maggio 2009)
- 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> <input checked="" type="checkbox"/> Evento speciale Pubblicazioni Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all'estero Altro (specificare)
	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> <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 depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali <input checked="" type="checkbox"/> altro (specificare): comunicazione di invito agli studenti destinatari tramite le istituzioni scolastiche
	Modalità di realizzazione:	<input checked="" type="checkbox"/> interna esterna mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	Durata iniziativa:	Mezza giornata

	Tempi di uscita:	 mese (tra fine luglio ed inizio agosto 2008) e (tra fine luglio ed inizio agosto 2009)
- 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:	<p>Campagna pubblicitaria Comunicazione occasionale e su singola attività Evento speciale</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Pubblicazioni Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all'estero</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Altro: incontri periodici con il mondo della scuola di presentazione dei dati sulla scolarità</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</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</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> CD o altri prodotti multimediali altro (specificare):</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
	Modalità di realizzazione:	<p>interna esterna</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> mista (attività coordinata dall'Ufficio Istruzione in collaborazione con Referenti Soc. affidataria servizio Centro Studi e Documentazione))</p>
- 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: Volpi Alida

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Favorire la cittadinanza attiva e la partecipazione consapevole dei giovani
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Meeting sulle politiche giovanili
- 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)</p> <p>X affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni metropolitane, ferroviarie, fermate mezzi)</p> <p>X spot radio televisivi X trasmissioni radio televisive X spazi su quotidiani o altra stampa (pubblicazioni di settore, free press) X produzione pagine HTML Xdepliant informativi allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali altro (specificare): Totem, striscioni 6x1, manifesti 6x3, gadget</p>
	Modalità di realizzazione:	<p>interna esterna</p> <p>X mista (interni e agenzie professionisti esterni)</p>
- Tempistica	<p>ANNO 2008</p> <p>Durata iniziativa:</p>	14-16 maggio '08

	Tempi di uscita:	X mese (aprile e maggio) anno
	ANNO 2009 Durata iniziativa:	
	Tempi di uscita:	mese (.....) anno
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	giovani, amministratori e operatori delle politiche giovanili di tutta Italia
	Referente interno dell'iniziativa:	Alida Volpi Roberta Indo
- Collaborazioni istituzionali	Comune di Pesaro Ambiti Sociali Territoriali Regione Marche	Ersu Università degli studi di Urbino Comune di Urbino
- Costi	Budget previsto:	€ 20.000,00
	Capitolo Peg:	8371/2

Referente/Compilatore: Graziella Bertuccioli

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	<p>Trasmettere alle giovani generazioni il patrimonio storico di valori, di idee e di conquiste femminili, mediante l'incontro con alcune protagoniste della Storia di ieri e di oggi.</p> <p>Approfondire la conoscenza degli atteggiamenti e dei comportamenti degli/delle adolescenti rispetto alla coscienza e alla consapevolezza della propria corporalità, della propria identità di genere e delle proprie reazioni affettive ed emozionali</p>
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	<p>V edizione - Le Modelle. Antiche Donne e Contemporanee. Percorsi di genealogia femminile</p> <p>Progetto pilota</p> <p>IO & ME -</p>
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	<p>X Campagna pubblicitaria 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>X produzione pagine HTML</p> <p>Xdepliant informativi</p> <p>allestimenti vari per stand e fiere</p> <p>CD o altri prodotti multimediali</p> <p>X altro (specificare): Totem, , manifesti , locandine</p>

	Modalità di realizzazione:	interna esterna X mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	ANNO 2008 Durata iniziativa:	29 marzo – 19 aprile 2008
	Tempi di uscita:	Marzo 2008
	ANNO 2009 Durata iniziativa:	
	Tempi di uscita:	mese (.....) anno
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	donne e giovani.
	Referente interno dell'iniziativa:	Graziella Bertuccioli Emanuela Zidda
- Collaborazioni istituzionali	Comune di Pesaro, Comune di Fano, Istituti scolastici del territorio, Regione Marche, Europe Direct	
- Costi	Budget previsto:	€ 10.000
	Capitolo Peg:	8355

Area: 3 - Mobilità, Infrastrutture, Edilizia, Patrimonio, Protezione Civile
Servizio: 3.2 – Viabilità

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.



Referente/Compilatore: dott. ing. Sandro Sorbini

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Regolamento Tipo di Polizia Rurale
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Nuove norme per la lavorazione dei fondi agricoli e il rispetto delle strade e dei fossi pubblici
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	<input checked="" type="checkbox"/> Campagna pubblicitaria Comunicazione occasionale e su singola attività 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) 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)

- Tempistica	ANNO 2008	
	Durata iniziativa:	180 giorni
	Tempi di uscita:	<input checked="" type="checkbox"/> mese (aprile) anno
	ANNO 2009	
	Durata iniziativa:	180 giorni
	Tempi di uscita:	<input checked="" type="checkbox"/> mese (aprile) anno
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	le imprese agricole e di lavorazione per conto terzi gli operatori del territorio le forze di polizia
	Referente interno dell'iniziativa:	ing. Sandro Sorbini dott. Marco Pensalfini
- Collaborazioni istituzionali		Comuni, Comunità Montane, Corpo Forestale dello Stato, Ordini professionali degli agronomi e dei periti agrari, Organizzazioni di categoria del settore agricolo
- Costi	Budget previsto:	15.000 euro
	Capitolo Peg:	17520

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: Marisa Carosi

- 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><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 su riviste di settore</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Partecipazione a fiere</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Partecipazione a eventi all'estero</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Conferenze annuali di Sistemi Informativi Territoriali (Roma 2005)</p>

	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 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	ANNO 2008 Durata iniziativa:	
	Tempi di uscita:	mese (.....) X anno dal 2007 al 2010
	ANNO 2009 Durata iniziativa:	
	Tempi di uscita:	mese (.....) X anno dal 2007 al 2010
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	ISTITUTI SCOLASTICI CITTADINI
	Referente interno dell'iniziativa:	Marisa Carosi – Rossini Emanuele
- Collaborazioni istituzionali		
- Costi	Budget previsto:	
	Capitolo Peg:	

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. Monitoraggio dell'Anagrafe scolastica
- 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>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>X produzione pagine HTML</p> <p>X 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>

	Modalità di realizzazione:	X interna esterna mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	ANNO 2008	
	Durata iniziativa:	continuativa
	Tempi di uscita:	mese (.....) X anno 2008
	ANNO 2009	
	Durata iniziativa:	continuativa
	Tempi di uscita:	mese (.....) X anno 2009
- 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, Vigili del Fuoco, Soprintendenza Beni ambientali e architettonici, Comuni ed altri Enti Locali, Società di servizi locali.
- Costi	Budget previsto:	
	Capitolo Peg:	

Ufficio 3.3.0.3 – Programmazione e Pianificazione

Referente/Compilatore: Marisa Carosi

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	L 23/96, L. 289/02
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	<ul style="list-style-type: none"> - Formazione piani triennali e annuali - Monitoraggio - Riassegnazione economie - Funzioni relative al trasferimento dei fondi ai Comuni e conseguente controllo e verifica
- 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>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>X produzione pagine HTML</p> <p>X depliant informativi</p> <p>allestimenti vari per stand e fiere</p> <p>CD o altri prodotti multimediali</p> <p>X altro: e-mail</p> <p>.....</p>
	Modalità di realizzazione:	<p>X interna</p> <p>esterna</p> <p>mista (interni e agenzie professionisti esterni)</p>

- Tempistica	ANNO 2008	
	Durata iniziativa:	annuale
	Tempi di uscita:	mese (.....) X anno 2008
	ANNO 2009	
- Destinatario	Durata iniziativa:	
	Tempi di uscita:	mese (.....) X anno 2009
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Comuni ed altri Enti locali, Istituti scolastici, collettività
	Referente interno dell'iniziativa:	Marisa Carosi
- Collaborazioni istituzionali		Regione Marche, Ministero Pubblica Istruzione, Ministero delle Infrastrutture, Comuni ed altri Enti locali
- Costi	Budget previsto:	
	Capitolo Peg:	

Ufficio 3.3.1 Logistica- Manutenzione Impianti e Patrimonio

Referente/Compilatore: Marisa Carosi

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Attuazione Piano Provinciale di Edilizia Residenziale – triennio 2006/2008.
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	
- 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 X Altro: Consegna Buoni casa alle giovani coppie</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) produzione pagine HTML depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali altro (specificare):</p>
	Modalità di realizzazione:	<p>X interna esterna mista (interni e agenzie professionisti esterni)</p>
- Tempistica	<p>ANNO 2008 Durata iniziativa:</p>	2 ore

	Tempi di uscita:	X mese (settembre) X anno 2008
	ANNO 2009 Durata iniziativa:	
	Tempi di uscita:	mese (.....) anno
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	I beneficiari dei buoni casa dei 67 Comuni
	Referente interno dell'iniziativa:	Marisa Carosi
- Collaborazioni istituzionali		
- Costi	Budget previsto:	
	Capitolo Peg:	

Area:4 - Urbanistica – Territorio – Ambiente - Agricoltura
Servizio: P.O. 4.0.1 Energia - Sviluppo fonti rinnovabili

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: Renzo Rovinelli

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Nel tema centrale dell'energia far conoscere il Pep
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Risparmio energetico e produzione di energia da fonti rinnovabili
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	<p>X Campagna pubblicitaria Comunicazione occasionale e su singola attività Evento speciale Pubblicazioni Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all'estero</p> <p>X Campagna informativa in alcuni istituti scolastici professionali</p>
	Mezzi previsti:	<p>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</p> <p>X depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali altro (specificare):</p>
	Modalità di realizzazione:	<p>interna esterna</p> <p>X mista (interni e agenzie professionisti esterni)</p>
- Tempistica	<p>ANNO 2008</p> <p>Durata iniziativa:</p>	3 mesi

	Tempi di uscita:	mese settembre anno 2008
	ANNO 2009	
	Durata iniziativa:	
	Tempi di uscita:	mese (.....) anno
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Cittadini e Studenti
	Referente interno dell'iniziativa:	Renzo Rovinelli
- Collaborazioni istituzionali		
- Costi	Budget previsto:	In corso di definizione
	Capitolo Peg:	n. 25310 prestazioni di servizi per interventi nel campo dell'energia e sviluppo di fonti rinnovabili

Area:4 – Urbanistica - Territorio - Ambiente - Agricoltura

Servizio: 4.1 – Urbanistica – Pianificazione Territoriale

Referente/Compilatore: Geom. Forlani Cristina

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Comunicazione alla collettività della attività svolta nell'ambito di un preciso progetto
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Presentazione programma del progetto di copianificazione nei Comuni della Bassa Val Metauro
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	<p>X Campagna pubblicitaria X Comunicazione occasionale e su singola attività 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 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)</p>
	Modalità di realizzazione:	<p>interna esterna X mista (interni e agenzie professionisti esterni)</p>

- Tempistica	ANNO 2008	una giornata
	Durata iniziativa:	
	Tempi di uscita:	mese (...giugno...) anno
	ANNO 2009	
	Durata iniziativa:	
	Tempi di uscita:	mese (.....) anno
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	cittadinanza
	Referente interno dell'iniziativa:	Forlani / Bartoli
- Collaborazioni istituzionali		
- Costi	Budget previsto:	Circa € 1.000,00
	Capitolo Peg:	18303/3

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Comunicazione alla collettività della attività svolta nell'ambito di un preciso progetto
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Presentazione risultati del progetto di copianificazione nei Comuni della Bassa Val Metauro
- 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 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 <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	ANNO 2008 Durata iniziativa:	

	Tempi di uscita:	mese (.....) anno
	ANNO 2009 Durata iniziativa:	una giornata
	Tempi di uscita:	mese (.....Marzo...) anno
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	cittadinanza
	Referente interno dell'iniziativa:	Forlani / Bartoli
- Collaborazioni istituzionali		
- Costi	Budget previsto:	Circa € 1.000,00
	Capitolo Peg:	Da definire

- 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>X Comunicazione occasionale e su singola attività</p> <p>X Evento speciale</p> <p>X 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>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> <p>.....</p> <p>.....</p>
	Modalità di realizzazione:	<p>X interna</p> <p>esterna</p> <p>mista (interni e agenzie professionisti esterni)</p>
- Tempistica	<p>ANNO 2008</p> <p>Durata iniziativa:</p>	Una giornata

	Tempi di uscita:	mese (.....) X anno
	ANNO 2009 Durata iniziativa:	Una giornata
	Tempi di uscita:	X mese (...marzo...) anno
- 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:	18303/3

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Comunicazione verso gli altri Enti e loro coinvolgimento nelle attività istituzionali
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Prosecuzione dei Tavoli Tecnici con gli Uffici Tecnici Urbanistici Comunali e SS.UU.AA.PP.
- 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> <p>X 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)</p> <p>X produzione pagine HTML depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali</p> <p>X altro (specificare): ...Comunicazione diretta agli Uffici Tecnici Urbanistici Comunali</p>
	Modalità di realizzazione:	<p>X interna esterna mista (interni e agenzie professionisti esterni)</p>
- Tempistica	<p>ANNO 2008</p> <p>Durata iniziativa:</p>	Una giornata

	Tempi di uscita:	mese (.....) X anno
	ANNO 2009 Durata iniziativa:	Una giornata
	Tempi di uscita:	mese (.....) X anno
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Uffici Tecnici Urbanistici Comunali e SS.UU.AA.PP.
	Referente interno dell'iniziativa:	Forlani / Primavera / Senigalliesi
- Collaborazioni istituzionali		
- Costi	Budget previsto:	€ 500,00
	Capitolo Peg:	18303/3

- 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 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 <input checked="" type="checkbox"/> Altro (specificare): MOSTRA
	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 <input checked="" type="checkbox"/> 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	ANNO 2008 Durata iniziativa:	Equivalente al periodo della Mostra

	Tempi di uscita:	X mese (.....giugno...) anno
	ANNO 2009	
	Durata iniziativa:	
	Tempi di uscita:	mese (.....) 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	Recupero di un bene storico-architettonico (Ranco Fabbro)
- 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</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>X produzione pagine HTML</p> <p>X 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>X interna</p> <p>esterna</p> <p>mista (interni e agenzie professionisti esterni)</p>
- Tempistica	<p>ANNO 2008</p> <p>Durata iniziativa:</p>	Una giornata

	Tempi di uscita:	X mese (...giugno...) anno
	ANNO 2009	
	Durata iniziativa:	
	Tempi di uscita:	mese (.....) anno
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	cittadinanza
	Referente interno dell'iniziativa:	Forlani / Primavera / Massarini
- Collaborazioni istituzionali		Area 3
- Costi	Budget previsto:	Circa € 500,00
	Capitolo Peg:	Da definire

Area: 4 Urbanistica – Territorio – Ambiente – Agricoltura
Servizio: 4.2 – Uso e tutela del suolo – Attività Estrattive - Bonifica

Referente/Compilatore: Fabio Landini

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Redazione e approvazione in Consiglio Provinciale del 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 Altro (specificare) Giornata di incontro tecnico presso la ns. sede e Conferenza stampa.</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): illustrazione in sala del Consiglio "W. Pierangeli".</p>
	Modalità di realizzazione:	<p>• interna esterna mista (interni e agenzie professionisti esterni)</p>

- Tempistica	ANNO 2008	
	Durata iniziativa:	1 giorno (Conf. Stampa) 1 giorno (illustrazione in sala del Consiglio "W. Pierangeli")
	Tempi di uscita:	• mese (Settembre) anno
	ANNO 2009	
	Durata iniziativa:	/
	Tempi di uscita:	mese 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	“Progetto strategico di riduzione del rischio geomorfologico sulla falesia del colle Ardizio in Comune di Pesaro - I settore”.
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Informazione circa l'attività di progettazione e realizzazione degli interventi da mettere in atto sulla falesia del colle Ardizio in Comune di Pesaro
- 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</p> <p>X 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):
	Modalità di realizzazione:	<p>X interna esterna mista (interni e agenzie professionisti esterni)</p>
- Tempistica	ANNO 2008 Durata iniziativa:	1 giorno (conferenza stampa)
	Tempi di uscita:	<ul style="list-style-type: none"> • mese (Dicembre) anno

	ANNO 2009	
	Durata iniziativa:	/
	Tempi di uscita:	mese anno
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	- organi di stampa e radiotelevisivi - cittadinanza
	Referente interno dell'iniziativa:	Arch. S.Gattoni, Geol. E. Palma
- Collaborazioni istituzionali		Collaborazione con il Comune di Pesaro
- Costi	Budget previsto:	/
	Capitolo Peg:	/

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Emissione di Avviso pubblico per la presentazione di progetti di cave relativi ai poli estrattivi oggetto di Variante al PPAE, e per le pietre da taglio.
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Informazione ai soggetti interessati circa la possibilità di presentazione progetti di cave relativi ai poli estrattivi oggetto di Variante al PPAE, e per le pietre da taglio.
- 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</p> <p>X 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): pubblicazione all'albo pretorio prov.le, di tutti i comuni e trasmissione copie alle Ass.ni di categoria
	Modalità di realizzazione:	<p>X interna esterna mista (interni e agenzie professionisti esterni)</p>
- Tempistica	ANNO 2008 Durata iniziativa:	30 giorni (Durata pubblicazione) 1 giorno (pubblicazione a mezzo stampa)
	Tempi di uscita:	<ul style="list-style-type: none"> • mese (Aprile) anno

	ANNO 2009	
	Durata iniziativa:	/
	Tempi di uscita:	mese anno
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	- organi di stampa - Ass. di categoria, tecnici, Enti pubblici, ecc.
	Referente interno dell'iniziativa:	Arch. S.Gattoni, Geom. F.Landini
- Collaborazioni istituzionali		Collaborazione con tutti i Comuni, per la pubblicazione dell'avviso all'albo pretorio.
- Costi	Budget previsto:	/
	Capitolo Peg:	/

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Predisposizione di una pubblicazione inerente lo "Studio storico sulla provenienza e utilizzo della pietra da taglio nel territorio provinciale".
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Divulgazione dati storici sulla provenienza e utilizzo della pietra da taglio nel territorio provinciale
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	<p>Campagna pubblicitaria Comunicazione occasionale e su singola attività</p> <p>X Evento speciale (Convegno) X Pubblicazioni</p> <p>Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all'estero</p> <p>• Altro (specificare) Conferenza stampa</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)</p> <p>• produzione pagine HTML depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali</p> <p>• altro (specificare): consegna documentazione in sede di conf. Stampa e Convegno</p>
	Modalità di realizzazione:	<p>interna esterna</p> <p>X mista (interni e agenzie professionisti esterni)</p>
- Tempistica	ANNO 2008 Durata iniziativa:	1 giorno (Conf. Stampa) 1 giorno (illustrazione in apposito convegno)
	Tempi di uscita:	• mese (Dicembre) anno

	ANNO 2009	
	Durata iniziativa:	/
	Tempi di uscita:	mese anno
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	- organi di stampa e radiotelevisivi - tecnici, cittadinanza, Enti pubblici, Ass. di categoria, ecc.
	Referente interno dell'iniziativa:	Arch. S.Gattoni, Geol. E. Fucili
- Collaborazioni istituzionali		
- Costi	Budget previsto:	€. 5.000
	Capitolo Peg:	18365-1

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Proposte operative per la ridefinizione del Vincolo Idrogeologico e predisposizione delle Linee Guida per il rilascio del nulla osta ai sensi del R.D. 3267/23.
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Divulgazione dati e proposte in materia di difesa idrogeologica, per la ridefinizione del Vincolo Idrogeologico e illustrazione delle Linee Guida per il rilascio del nulla osta ai sensi del R.D. 3267/23, e per
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	<p>Campagna pubblicitaria Comunicazione occasionale e su singola attività</p> <p>X Evento speciale</p> <p>Publicazioni Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all'estero</p> <p>Altro (specificare) Convegno presso la ns. sede.</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)</p> <p>• produzione pagine HTML depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere</p> <p>• CD o altri prodotti multimediali</p> <p>• altro (specificare): illustrazione in apposito convegno in sala del Consiglio "W. Pierangeli".</p>
	Modalità di realizzazione:	<ul style="list-style-type: none"> • interna esterna mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	<p>ANNO 2008</p> <p>Durata iniziativa:</p>	1 giorno (Convegno in sala del Consiglio "W. Pierangeli")

	Tempi di uscita:	• mese (Dicembre) anno
	ANNO 2009 Durata iniziativa:	/
	Tempi di uscita:	mese anno
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Enti pubblici, tecnici e cittadinanza
	Referente interno dell'iniziativa:	Arch. S.Gattoni, Dott. M. Pensalfini
- Collaborazioni istituzionali		
- Costi	Budget previsto:	/
	Capitolo Peg:	/

Area:4 – Urbanistica – Territorio – Ambiente - Agricoltura

Servizio: 4.3 Ambiente – Agricoltura – Tutela della Fauna - Sicurezza sui luoghi di lavoro D.Lgs 626/94

P.O. 4.3.2 – Centro Ricerche Botanico Vegetazionali

Referente /Compilatore: Dirigente Dott.ssa Elisabetta Cecchini

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell’Ente	<ul style="list-style-type: none"> - far conoscere le attività scientifiche del C.R.F.M. ad altre istituzioni scientifiche; - partecipare alle attività sociali e di ricerca della botanica italiana.
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	<ul style="list-style-type: none"> - preparare relazioni su particolari gruppi sistematici; - guidare escursioni organizzate dalla Società Botanica Italiana nell’Appennino Umbro-Marchigiano
- 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 X Altro (specificare) - partecipazione a convegni, dibattiti ed escursioni organizzati dalla Società Botanica Italiana, dalla Società Italiana di Fitosociologia e da altri organismi scientifici italiani.</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 X altro (specificare): comunicazioni scientifiche, incontri scientifici, ecc ..</p>

	Modalità di realizzazione:	X interna esterna mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	ANNO 2008 Durata iniziativa:	12 mesi
	Tempi di uscita:	mese (gennaio) anno 2008
	ANNO 2009 Durata iniziativa:	12 mesi
	Tempi di uscita:	mese (gennaio) anno 2009
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	- botanici, associazioni scientifiche
	Referente interno dell'iniziativa:	Leonardo Gubellini
- Collaborazioni istituzionali		
- Costi	Budget previsto:	1200,00 €
	Capitolo Peg:	20398/1

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	- divulgazione delle attività del C.R.F.M.; - diffusione conoscenze naturalistiche
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	attività didattica a favore delle scuole della Provincia.
- 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 X Altro (specificare) 1 – interventi presso alcune scuole; 2 – visita di scolaresche al C.R.F.M.
	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 depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali x altro (specificare): ...x comunicato stampa...
	Modalità di realizzazione:	X interna esterna mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	ANNO 2008 Durata iniziativa:	11 mesi
	Tempi di uscita:	mese (febbraio) anno 2008

	ANNO 2009 Durata iniziativa:	11 mesi
	Tempi di uscita:	mese (febbraio) anno 2009
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Scuole della Provincia
	Referente interno dell'iniziativa:	Leonardo Gubellini
- Collaborazioni istituzionali		
- Costi	Budget previsto:	0,00 €
	Capitolo Peg:	

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	<ul style="list-style-type: none"> - divulgazione delle attività del C.R.F.M.; - diffusione conoscenze naturalistiche - far conoscere il patrimonio naturale e paesaggistico della provincia.
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	<ul style="list-style-type: none"> - organizzazione e realizzazione di escursioni guidate in località suggestive e interessanti del territorio provinciale; - illustrazione delle specie vegetali rare e interessanti incontrate lungo il percorso
- 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> <p>X Altro: 1 - escursioni; 2 - divulgazione sul campo.</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) x produzione pagine HTML depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali altro (specificare):...</p>
	Modalità di realizzazione:	<p>X interna esterna mista (interni e agenzie professionisti esterni)</p>
- Tempistica	<p>ANNO 2008</p> <p>Durata iniziativa:</p>	<p>6 mesi</p>

	Tempi di uscita:	mese (aprile) anno 2008
	ANNO 2009 Durata iniziativa:	6 mesi
	Tempi di uscita:	mese (aprile) anno 2009
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	- cittadini di ogni età, famiglie
	Referente interno dell'iniziativa:	Leonardo Gubellini
- Collaborazioni istituzionali		
- Costi	Budget previsto:	0,00 €
	Capitolo Peg:	

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Diffusione conoscenze naturalistiche; - far conoscere il C.R.F.M. e le sue attività.
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	pubblicazione di opere sul patrimonio vegetale della Provincia
- 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 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 X 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 altro (specificare):</p>
	Modalità di realizzazione:	<p>interna esterna x mista: interna e tipografie</p>
- Tempistica	ANNO 2008 Durata iniziativa:	12 mesi
	Tempi di uscita:	mese dicembre anno 2008

	ANNO 2009 Durata iniziativa:	12 mesi
	Tempi di uscita:	mese dicembre anno 2009
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	appassionati, scuole, istituzioni scientifiche
	Referente interno dell'iniziativa:	Leonardo Gubellini
- Collaborazioni istituzionali		
- Costi	Budget previsto:	€ 20.000,00
	Capitolo Peg:	- 20390 - 20310/03 - eventuali sponsor

P.O. 4.3.3 – Tutela e risanamento delle acque – Gestione e prevenzione rifiuti

Referente/Compilatore: Dott.ssa Elisabetta Cecchini

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente/ Obiettivo programmatico	Rendere visibili le attività istituzionali e non, svolte dal Servizio 4.3 e, ove possibile, fruibili i risultati ottenuti.
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	<ul style="list-style-type: none"> - sensibilizzazione ed informazione sulle normative ambientali per una maggiore tutela dell'ambiente ed un risparmio economico per il cittadino, le imprese e gli Enti - finanziamento DOCUP Ob.2 – Sostegno transitorio 2002-2006 – risultati dei progetti realizzati “Compost in fiore” (progetto DOCUP). - prevenzione e corretta gestione dei rifiuti conformi allo spirito delle norme vigenti per la riduzione ed il recupero dei rifiuti - - bollettino dello stato di inquinamento delle acque costiere.
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	<ul style="list-style-type: none"> <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 <ul style="list-style-type: none"> Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all'estero Altro (specificare)
	Mezzi previsti:	<ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> campagna affissioni <ul style="list-style-type: none"> 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 <ul style="list-style-type: none"> allestimenti vari per stand e fiere <input checked="" type="checkbox"/> CD o altri prodotti multimediali <ul style="list-style-type: none"> altro (specificare):

	Modalità di realizzazione:	interna esterna x mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	ANNO 2008 Durata iniziativa:	Annuale
	Tempi di uscita:	x mese (marzo x Compost in fiore) x anno
	ANNO 2009 Durata iniziativa:	annuale
	Tempi di uscita:	x mese (.....) x anno
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	cittadini ,Enti,Imprese
	Referente interno dell'iniziativa:	dott.Giulio Boccioletti
- Collaborazioni istituzionali		Ufficio stampa Provinciale
- Costi	Budget previsto:	10.000,00 € finanziamenti provinciali + eventuali finanziamenti Comunità Europea
	Capitolo Peg:	a) Per progetto DOCUP (Compostaggio) - Cap. 21390/00 – Cap. 21392/01 – Cap. 21292/01 (finanziamenti della Comunità Europea) b) bollettino stato delle acque costiere Cap. 20590/00 ad oggetto “Partecipazione alle spese per iniziative in campo ambientale, protezione della flora e fauna finanz. Con fondi dpcm ambiente (vedi cap. 3435 e)” c) Convegno su aggiornamento normative riguardanti la gestione dei rifiuti

P.O. 4.3.4 – Prevenzione dall’Inquinamento atmosferico ed acustico – Sicurezza sui luoghi di lavoro D.Lgs. 626/94

Referente/Compilatore: Dott.ssa Elisabetta Cecchini

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell’Ente	Implementazione di un sistema informativo destinato alla cittadinanza sulla divulgazioni dei dati relativi all’inquinamento atmosferico e il monitoraggio pollinico
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Comunicazione informazioni e dati in tempo reale (inquinamento atmosferico, monitoraggio pollinico, meteo,...)
- 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> <p>• Altro (specificare) Comunicazione con mezzi informatici e multimediali</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)</p> <p>• produzione pagine HTML depliant informativi allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali</p> <p>• altro (specificare): Informazione dinamica tramite display multimediali</p>
	Modalità di realizzazione:	<p>interna esterna</p> <p>• mista (interni e agenzie professionisti esterni)</p>

- Tempistica	ANNO 2008 Durata iniziativa:	
	Tempi di uscita:	mese (.....) anno
	ANNO 2009 Durata iniziativa:	
	Tempi di uscita:	mese (.....) anno
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Tutta la cittadinanza
	Referente interno dell'iniziativa:	Dott. Salvatore Circolone
- Collaborazioni istituzionali		Associazione Allergici e Asmatici ONLUS (da definire)
- Costi	Budget previsto:	Di massima circa 25.000 Euro per 2 sistemi di visualizzazione (da definire)
	Capitolo Peg:	

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Valutazione della qualità dell'aria sui Comuni selezionati dalla Regione Marche come zone a rischio di superamento dei valori limite e soglie di allarme (DM 60/02) e DACR 52 del 08.05.07
	Attività da comunicare:	obiettivo di comunicazione divulgazione dei valori giornalieri di qualità aria convalidati dal Dip.Arpam di Pesaro e pubblicati su apposita pagina web del sito Provinciale (prosecuzione attività con implementazione della qualità informativa). Adempimenti dell'art.11 del Dlgs 351/99
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	<p>Campagna pubblicitaria (relativa alla ristrutturazione della rete provinciale di rilevamento di qualità dell'aria, azione tuttora in corso di valutazione da parte dei Comuni ai quali è esteso il rilevamento)</p> <p>Comunicazione occasionale e su singola attività Evento speciale Pubblicazioni Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all'estero</p> <p>Altro implementazione e restyling del sito provinciale di divulgazione della qualità dell'aria ambiente su obiettivi di ristrutturazione del sistema aria provinciale</p>
	Mezzi previsti:	<p>campagna affissioni (da valutare) 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) da valutare produzione pagine HTML (da valutare) depliant informativi (da valutare) allestimenti vari per stand e fiere CD o altri prodotti multimediali altro (specificare):</p> <p>.....</p> <p>.....</p>

	Modalità di realizzazione: da valutare	interna esterna mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	ANNO 2008 Durata iniziativa:	non prevedibile
	Tempi di uscita:	mese (... non prevedibile) anno
	ANNO 2009 Durata iniziativa:	non prevedibile
	Tempi di uscita:	mese (non prevedibile...) anno
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	popolazione residente nei comuni considerati compresi nella zona di massima diffusione degli inquinanti dispersi in atmosfera
	Referente interno dell'iniziativa:	Giovanni Cassiani
- Collaborazioni istituzionali	Comuni di Pesaro, Fano e altri definiti di Zona A dalla DACR 52 del 08.05.07	
- Costi	Budget previsto:	5000 Euro (come da bozza di protocollo d'intesa in fase di valutazione da parte dei Comuni coinvolti nell'iniziativa)
	Capitolo Peg:	2008-2010

P.O. 4.3.5 - Conservazione, Tutela e valorizzazione della Flora-Educazione Ambientale

Referente/Compilatore: Dott.ssa Elisabetta Cecchini

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Migliorare e tutelare le aree ambientalmente più sensibili, far conoscere il territorio dal punto di vista naturalistico e ambientale e promuovere le buone pratiche per lo sviluppo sostenibile
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Si tratta di obiettivi relativi ai settori di competenza del Servizio, che vanno da campagne pubblicitarie riguardanti l'attività annuale del Labter provinciale relativamente all'educazione ambientale alla Riserva Naturale Statale Gola del Furlo, ai parchi ed aree verdi di proprietà provinciale. Comunicati stampa sull'attività del Servizio, convegni e campagne informative e pubblicazione di quaderni dell'ambiente
- 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 <input checked="" type="checkbox"/> Partecipazione a fiere Partecipazione a eventi all'estero Altro (specificare)
	Mezzi previsti:	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 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 <input checked="" type="checkbox"/> allestimenti vari per stand e fiere <input checked="" type="checkbox"/> CD o altri prodotti multimediali altro (specificare):

	Modalità di realizzazione:	interna esterna x mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	ANNO 2008 Durata iniziativa:	
	Tempi di uscita:	x mese (...6 MESI.....) x anno
	ANNO 2009 Durata iniziativa:	
	Tempi di uscita:	x mese (.....6.....) x anno
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Enti, Imprese e cittadini
	Referente interno dell'iniziativa:	P.O.4.3.5.
- Collaborazioni istituzionali		Ufficio Stampa provinciale, Regione Marche e per il Furlo anche le aree protette italiane
- Costi	Budget previsto:	€ 20.000,00
	Capitolo Peg:	Cap. 20390

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

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	ANNO 2008 Durata iniziativa:	
	Tempi di uscita:	mese (.....) anno
	ANNO 2009 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	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:	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 X CD o altri prodotti multimediali altro (specificare):
	Modalità di realizzazione:	X interna esterna mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	ANNO 2008 Durata iniziativa:	
	Tempi di uscita:	mese (.....) anno

	ANNO 2009	
	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 – nuove norme tecniche
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	Campagna pubblicitaria <input checked="" type="checkbox"/> 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 <input checked="" type="checkbox"/> altro (specificare): Circolare
	Modalità di realizzazione:	<input checked="" type="checkbox"/> interna esterna mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	ANNO 2008 Durata iniziativa:	
	Tempi di uscita:	mese (.....) anno

	ANNO 2009	
	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 – nuove norme tecniche
- 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): 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	ANNO 2008	
	Durata iniziativa:	3 giorni nei mesi di settembre e ottobre
	Tempi di uscita:	mese (.....) anno

	ANNO 2009 Durata iniziativa:	
	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	Disciplina demanio idrico – R.D.523/1904
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Scarichi di acque meteoriche nel demanio idrico fluviale
- 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): 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	ANNO 2008	
	Durata iniziativa:	1 giorno entro la fine di aprile
	Tempi di uscita:	mese (.....) anno

	ANNO 2009 Durata iniziativa:	
	Tempi di uscita:	mese (.....) anno
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Comuni, Aziende Gestori Servizi di Fognatura
	Referente interno dell'iniziativa:	geom. Nicola Introcaso
- Collaborazioni istituzionali		Comuni, UPI
- Costi	Budget previsto:	
	Capitolo Peg:	

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Concessioni prelievi acque pubbliche – L.R. 5/2006
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Pozzi ad uso domestico
- Strumenti	Tipologia dell'iniziativa di comunicazione:	Campagna pubblicitaria <input checked="" type="checkbox"/> 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 <input checked="" type="checkbox"/> altro (specificare): Tavolo tecnico
	Modalità di realizzazione:	<input checked="" type="checkbox"/> interna esterna mista (interni e agenzie professionisti esterni)
- Tempistica	ANNO 2008 Durata iniziativa:	1 giorno dei mesi di maggio o giugno
	Tempi di uscita:	mese (.....) anno

	ANNO 2009 Durata iniziativa:	
	Tempi di uscita:	mese (.....) anno
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Enti Pubblici, Aziende Gestori, Associazioni di Categoria
	Referente interno dell'iniziativa:	Ing. Luciano Zengarini
- Collaborazioni istituzionali		UPI
- Costi	Budget previsto:	
	Capitolo Peg:	

- Obiettivo	Obiettivo strategico dell'Ente	Parere di compatibilità geomorfologica sugli strumenti urbanistici – T.U. 380/2001
	Attività da comunicare: obiettivo di comunicazione	Pianificazione urbanistica e protezione idraulica del territorio
- 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): 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	ANNO 2008	
	Durata iniziativa:	1 giorno del mese di ottobre
	Tempi di uscita:	mese (.....) anno

	ANNO 2009 Durata iniziativa:	
	Tempi di uscita:	mese (.....) anno
- Destinatario	Destinatari della comunicazione:	Comuni, Categorie Professionali
	Referente interno dell'iniziativa:	geom. Tiziana Diambra
- Collaborazioni istituzionali		Comuni
- Costi	Budget previsto:	
	Capitolo Peg:	