



PROVINCIA DI CROTONE

***PIANO DI COMUNICAZIONE
PER L'ANNO 2004***

A cura del Settore Affari Generali

Dirigente: [Dott. Angelo Marescalco](#)

Approvato con delibera di Giunta n. 56 del 24 / 02 / 2004





SOMMARIO

Premessa.....	3
1. Analisi della situazione attuale	6
2. Linee programmatiche generali	18
3. Obiettivi di comunicazione	20
3.1 <i>Obiettivi del piano di comunicazione esterno per il 2004</i>	20
3.2 <i>Obiettivi del piano di comunicazione interno per il 2004-2006</i>	21
4. Individuazione dei pubblici di riferimento.....	24
4.1 <i>Individuazione del target per il piano della comunicazione esterno</i>	24
4.2 <i>Individuazione del target per il piano della comunicazione interno</i>	25
5. Scelta della strategia.....	26
6. Scelta dei contenuti	27
7. Le azioni dei servizi di informazione e comunicazione per il 2004	29
7.1 <i>Eventi ricorrenti</i>	30
7.2 <i>Eventi nuovi</i>	38
7.3 <i>Progetti</i>	46
7.4 <i>Servizi</i>	57
7.5 <i>Campagne di informazione e sensibilizzazione</i>	63
8. Ascolto del target	66
9. Riepilogo dei costi per azione e cronoprogramma del piano.....	67
10. Monitoraggio e valutazione	77



Premessa

Nell'ambito del più ampio processo di riforma del sistema amministrativo, che trova il suo obiettivo strategico più elevato nella costruzione del consenso e della partecipazione dei cittadini clienti, la comunicazione pubblica assume la funzione di leva strategica dell'orientamento alla soddisfazione dei bisogni e le aspettative dei cittadini clienti.

Negli ultimi decenni, infatti, la comunicazione pubblica è stata protagonista di un percorso evolutivo ricco di cambiamenti significativi con un passaggio da comunicazione intesa come uno strumento per istruire e guidare i cittadini a strumento di trasparenza, pubblicità e semplificazione atto a garantire la massima conoscenza e partecipazione all'azione amministrativa.

L'obiettivo principale della nuova normativa in materia di comunicazione pubblica, quindi, è quello di diffondere l'importanza della comunicazione come strumento strategico per la gestione di qualunque amministrazione pubblica.

Il presente piano della comunicazione rappresenta lo strumento che l'amministrazione provinciale di Crotona utilizzerà per programmare e ottimizzare le scelte di comunicazione, rendendole funzionali alla soddisfazione dei bisogni del target, sia esso esterno o interno all'amministrazione. La pianificazione della comunicazione si sviluppa su più livelli, da quello relativo alla singola azione di comunicazione a quello complessivo dell'intera amministrazione, che raccorda e armonizza tutte le iniziative. In particolare il piano della comunicazione è il documento strategico che:

- ❖ definisce gli obiettivi della comunicazione;
- ❖ articola gli strumenti comunicativi;
- ❖ stabilisce le risorse necessarie;
- ❖ indica le responsabilità comunicative;
- ❖ individua e potenzia le sinergie.

Le componenti essenziali del piano sono due:

- gli obiettivi;
- la predisposizione delle azioni.

Il piano di comunicazione, è la sequenza di azioni e comportamenti finalizzati al raggiungimento di un obiettivo comunicativo.

Da un punto di vista metodologico, la sequenza di azioni che hanno condotto alla realizzazione del piano di comunicazione si sono distinte in 8 fasi:

1. Analisi dello scenario
2. Individuazione degli obiettivi
3. Definizione del target
4. Scelta della strategia
5. Scelta dei contenuti
6. Scelta delle attività e degli strumenti di comunicazione
7. Ascolto del target
8. Misurazione dei risultati



Piano della comunicazione della Provincia di Crotona anno 2004

Da un punto di vista strategico, invece, occorre ribadire che la comunicazione non svolge soltanto la funzione di trasmettere e diffondere messaggi (strumento di comunicazione), ma anche la funzione di semplificare le procedure di lavoro e ottimizzare le modalità organizzative (strumento organizzativo, trasversale).

Una comunicazione efficace, può contribuire:

- in modo sostanziale all'abbattimento dei costi di transazione a carico di un'amministrazione, ovvero dei costi economici, organizzativi, contrattuali che, nell'erogazione di un servizio, si vanno a sommare ai costi di produzione veri e propri;
- al perfezionamento delle funzionalità generali dell'Ente, minimizzandone l'incertezza, quindi l'inefficienza degli scambi.

Gli strumenti che concorrono alla realizzazione di un piano di comunicazione, pertanto, non necessariamente sono strumenti di comunicazione.

La scelta delle tecniche di comunicazione, infatti, è spesso imprescindibilmente correlata alle variabili che caratterizzano l'assetto organizzativo dell'ente, nonché a decisioni di natura più strategica, quali l'interpretazione del piano di comunicazione:

- come strategia complessiva dell'intero ente;
- come momento operativo nel quale un singolo ufficio organizza la propria agenda degli eventi;
- come promozione di un singolo evento.

L'Amministrazione Provinciale di Crotona, su indicazione del Presidente, ha realizzato questo anno per la prima volta il Piano di Comunicazione della Provincia di Crotona, che definisce i principi, gli obiettivi, le strategie e le azioni di comunicazione che l'Ente prevede di realizzare nell'anno 2004. Questo piano vuol rappresentare un primo passo verso la razionalizzazione della comunicazione e della informazione pubblica, nella consapevolezza che solo attraverso una specifica, capillare organizzazione delle strutture e delle attività è possibile rendere trasparente l'azione amministrativa, più efficace l'informazione, più qualificata e rispondente alle aspettative dell'utenza la comunicazione. Tale strategia, si ritiene possa essere perseguita con progetti ed azioni mirate che per l'anno 2004, si concretizzeranno attraverso le iniziative in ottemperanza della direttiva ministeriale della funzione pubblica 7 febbraio 2002.

Il Piano di Comunicazione della Provincia di Crotona per il 2004, inserito come progetto nel programma "I Successi di Cantieri" su iniziativa del Dipartimento della Funzione Pubblica e gestito a cura del Foromez, non nasce solo dalla necessità di recepire le nuove norme, ma dalla consapevolezza dell'enorme valore della comunicazione nella moderna Pubblica Amministrazione.

La comunicazione, infatti, costituisce uno strumento di fondamentale importanza per realizzare a pieno i principi di trasparenza, pubblicità, semplificazione, efficacia, partecipazione e autonomia che reggono l'azione amministrativa.

In questa prospettiva, la comunicazione si connota come un'attività di interesse pubblico, una vera e propria funzione volta a garantire il perseguimento degli scopi dell'amministrazione e la tutela dei diritti dei cittadini.

In particolare, la Provincia di Crotona riconosce che la comunicazione:



Piano della comunicazione della Provincia di Crotona anno 2004

- contribuisce a realizzare un modello di amministrazione 'relazionale', assicurando la conoscibilità dell'attività amministrativa e favorendo la partecipazione della collettività alla gestione della cosa pubblica;
- costituisce un valore aggiunto dei servizi offerti, facilitandone la fruizione e contribuendo ad orientare le prestazioni ai reali bisogni ed esigenze della collettività;
- accresce l'efficienza dell'azione amministrativa e fornisce ausilio per la realizzazione dei piani e degli obiettivi di governo e della 'mission' istituzionale dell'Ente;
- consente di promuovere il territorio e le peculiarità locali e rappresenta un elemento trainante per lo sviluppo e la crescita – culturale, economica e civile - della comunità;
- costituisce elemento imprescindibile del sistema democratico, consentendo agli amministratori di rendere note le proprie azioni ed ai cittadini di conoscere, e quindi di valutare con maggiore consapevolezza, le scelte di governo.

Affinché la comunicazione possa realmente adempiere al suo ruolo, è necessario però garantire due condizioni fondamentali.

In primo luogo, bisogna essere consapevoli del fatto che la comunicazione non è un settore dell'amministrazione, ma è parte integrante e sostanziale dell'attività amministrativa.

Tutte le funzioni realizzate dall'amministrazione pubblica presuppongono una qualche forma di interazione con l'esterno o all'interno stesso dell'Ente, per cui non è sufficiente limitarsi a creare dei servizi specializzati come l'U.R.P., ma è necessario che le attività di comunicazione siano trasversali a tutte le funzioni e vengano percepite come fattore che dell'intera azione amministrativa.

Il secondo elemento da considerare è che per l'amministrazione, come per qualunque individuo o organizzazione, è impossibile non comunicare, poiché ogni comportamento, anche se inconsapevole, "comunica" necessariamente qualcosa.

Quindi, se ogni comportamento, anche omissivo, ha una valenza comunicativa, allora è necessario pianificare la comunicazione, in modo da renderla funzionale ai propri obiettivi ed evitare che azioni comunicative inconsapevoli possano addirittura danneggiare l'Ente.

Non va dimenticata, infine, l'importanza della comunicazione interna, che costituisce uno strumento fondamentale non solo per tutte le attività di informazione e comunicazione rivolte all'esterno dell'Ente, ma per l'efficacia e l'efficienza della complessiva azione amministrativa.

Lo scambio di informazioni e notizie all'interno dell'Amministrazione, infatti, facilita l'attività dei Servizi di informazione e comunicazione e, al tempo stesso, garantisce una maggiore motivazione e partecipazione dei dipendenti oltre che, per i settori dell'Ente, la reciproca conoscenza e la possibilità di collaborazioni e sinergie.



1. Analisi della situazione attuale

La definizione degli obiettivi di comunicazione della Provincia di Crotona non possono prescindere da un'analisi della situazione attuale, sia intesa come analisi del territorio dove opera l'Ente e sia del contesto organizzativo interno, al fine di individuare i punti di debolezza, di forza, le opportunità e le minacce e che tenga conto dello stato delle attività e dei servizi di comunicazione.

Per quanto riguarda l'analisi della situazione attuale del territorio, si osserva che la Provincia di Crotona opera in un piccolo spazio di 173.030 kmq che comprende 27 comuni.

Dall'analisi dei dati derivanti dalle indagini dell'Istat, in occasione del 14° Censimento della popolazione e delle abitazioni, si evidenzia che nell'ultimo decennio, è avvenuto un sensibile calo del 4% pari a 7.287 abitanti, con un passaggio da 180.409 persone alle 173.122 attuali e una densità di 100,7 abitanti per kmq.

Un ulteriore fenomeno demografico, di notevole interesse, è la crescita della città capoluogo che, grazie ad un incremento del 1,7% ha 60.010 abitanti vantando circa un terzo della popolazione residente (il 34,7%).

La struttura insediativa è costituita quasi esclusivamente da piccoli centri, infatti nei comuni con popolazione con meno di 5.000 concittadini rappresentano il 23,2% della popolazione complessiva; il 42,2% vive invece in un comune con 5.001 a 20.000 abitanti, mentre il restante 34,7% risiede a Crotona.

La popolazione residente nella provincia di Crotona, si rileva con una leggera prevalenza di donne (51,1%).

Il numero di famiglie rilevato dal censimento risulta pari ad oltre 54mila, con un numero medio di componenti che nella provincia risulta pari a 3, ma che presenta un valore minimo nel comune di Savelli (2,34 componenti) e un valore massimo registrato nel comune di Isola di Capo Rizzuto (3,20 componenti).

In ragione della conformazione geografica del territorio: 14 comuni sono situati in collina con 44.926 persone, pari al 26% della popolazione; 6 comuni sono situati nelle zone di pianura con 99.970 abitanti, ossia il 57,7% dei residenti e 7 comuni sono situati in montagna con 28.226 cioè il 16,3% dei censiti. L'elevata variabilità della densità demografica provinciale è dovuta al fatto che a livello comunale esistono importanti differenze territoriali che influiscono in modo determinante l'insufficiente grado di sviluppo economico ed occupazionale produce fenomeni di impoverimento sulla popolazione, che si traducono in fenomeni di migrazione, sia interne alla Provincia, causando un aumento degli squilibri demografici con la fascia costiera e l'area urbana del capoluogo, sia esterne, che tramite i flussi migratori in uscita depauperano il capitale umano locale caratterizzato da una popolazione con un elevata percentuale di giovani e con un elevato livello di scolarizzazione. Infatti si registra un incidenza del 18,6% per i minori di 15 anni, del 66,9% per la popolazione attiva e del 14,6% per gli anziani.

Gli iscritti nelle scuole medie superiori per l'anno scolastico 2002-2003 sono stati 10.056 con un preponderanza negli Istituti professionali, tecnici e scientifici.

Gli iscritti nelle Università presenti a Crotona sono indicati nella seguente tabella:



Piano della comunicazione della Provincia di Crotona anno 2004

Corso di Laurea	Iscritti I° Anno	Iscritti II° Anno	Iscritti III° Anno	TOTALE
Fisioterapia	8	10		18
Tecnica dell'educazione e della riabilitazione psichiatrica	5	6		11
Tecnico della prevenzione ambientale e nei luoghi di lavoro	10	5		15
Scienze infermieristica	50	67		117
Totale Università Magna Grecia di Catanzaro - Polo didattico di Crotona	73	88		161
Scienze Giuridiche	150			150
Totale Università di Camerino - Polo didattico di Crotona	150			150
Ingegneria Gestionale	43	41	69	153
Scienze del Servizio Sociale	31	80	61	172
Totale Università della Calabria di Cosenza - Polo didattico di Crotona	74	121	130	325
TOTALE ISCRITTI	297	209	130	636

Le convivenze risultano, ancora oggi, un fenomeno molto ridotto coinvolgendo meno dello 0,5% della popolazione provinciale.

La presenza di stranieri residenti sul nostro territorio è ridotta con una netta prevalenza maschile (754) sulla componente femminile (557).

Gli indici della qualità della vita, rilevati per il 2003, in relazione alla popolazione, sono i seguenti:

Descrizione indicatori	Italia Oggi			Il Sole 24 Ore		
	Valore	2003	2002	Valore	2003	Media
POPOLAZIONE	831,05	12	4	590,7	7	
Densità demografica	100,71	25	24	100,63	24	242,96
Emigrati ogni 1000 residenti	9,96	50	65			
Morti ogni 1000 residenti	22,76	63	1			
Immigrati ogni 1000 residenti	18,33	86	86			
Nati vivi ogni 1000 residenti	10,99	17	10			
Numero medio componenti famiglia	2,97	7	3			
Numero di nati vivi ogni 1000 abitanti nel 2002 in rapporto allo stesso indice del 1998				0,89	101	1,02
Numero di morti ogni 1000 abitanti				7,38	1	10,35
Nuove iscrizioni anagrafiche per trasferimenti in altre province ogni 100 cancellazioni				80,55	100	132,64
Numero di divorzi e separazioni ogni 10000 famiglie				17,17	4	49,31
Numero di suicidi e tentativi di suicidi ogni 10000 abitanti				8,1	15	14,9

Nel 2001, il Pil totale prodotto dalla provincia di Crotona è stato di 1.817 milioni di euro, pari allo 0,16% del Pil nazionale. Analizzando il dato del trend storico si evidenzia che la variazione del pil complessivo della provincia di Crotona è stata del 35,5% rispetto al 1995, ben al di sopra del 30,72% della variazione nazionale o del 31,29% di quella calabrese. Il comparto produttivo che ha sostenuto in modo rilevante il Pil della provincia di Crotona, è stato quello dei



Piano della comunicazione della Provincia di Crotona anno 2004

Servizi con il 75,4% del Pil provinciale, seguito dall'Industria che ha contribuito per il 18,5% e, infine, dall'Agricoltura foreste e pesca per il 6,1%.

Nella tabella seguente è indicato il Valore aggiunto (al costo dei fattori) del totale delle attività economiche in provincia di Crotona (1995- 2001)- (Valori in milioni euro)

SETTORI	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Agricoltura foreste e pesca	82,8	75,5	104,1	126,4	114,1	104,1	111,5
Industria	272,7	294,4	292,6	288,0	318,2	306,6	335,7
Servizi	985,7	1.070,5	1.126,7	1.190,5	1.218,7	1.297,0	1.370,2
TOTALE	1.341,2	1.440,4	1.523,4	1.604,9	1.651,0	1.707,8	1.817,4

Il territorio negli ultimi sette anni, ha mostrato un trend di continua crescita del Pil pro capite, assistendo ad un continuo innalzamento del tenore di vita della propria popolazione: le variazioni percentuali si sono, infatti, mantenute sempre su valori positivi e considerevolmente superiori alla media nazionale e meridionale. Nonostante le performance positive, la provincia di Crotona, anche nel 2003 si è posizionata al 103-esimo posto della graduatoria provinciale del PIL pro capite con € 11.195,70, anche se il rapporto tra la prima in classifica (Milano) e l'ultima (Crotona) si è ridotto da 3,1 volte del 1995 a 2,7 volte di quest'anno.

La provincia di Crotona fa registrare il minor consumo di energia elettrica con un totale di 374,2 milioni di Kwh utilizzati nell'anno 2000. La maggiore quantità di energia elettrica viene erogata per uso domestico (43%), mentre il 2,1% è destinata al settore dell'agricoltura, il 26% al settore terziario ed il 28,9% (al di sopra della percentuale calabrese 23,7% ma molto al di sotto di quella nazionale: in Italia solo il 22,2% dell'energia elettrica è destinata alle famiglie, il 22,1% ai servizi e l'1,8% all'agricoltura, a fronte di un 53,9% di consumo effettuato dal settore industriale.

Nel territorio circola la minore percentuale di veicoli calabresi (8,2%), con il minor dispendio di carburante (pari al 6,6% del totale regionale) rispetto alle altre provincie. Dei 91.814 veicoli circolanti sul territorio crotonese, la maggior parte è costituita da autovetture (84,7%), mentre il restante 15,3% è costituito da autobus, autocarri e motrici, motocarri e furgoni, rimorchi e semirimorchi.

La provincia di Crotona con 16.268 imprese registrate nel 2002 (1.390 imprese iscritte a fronte di 1.131 cessazioni, con un saldo complessivo pari a 259), mostra un tessuto imprenditoriale attivo e dinamico che dal 1997 ha sempre registrato saldi, tra imprese iscritte e cessate, positivi e consistenti. Il totale delle imprese registrate nasconde un tasso di crescita (1,6%) superiore a quello nazionale (1,2%), anche se notevolmente inferiore rispetto a quello regionale (3,5%), dovuto al cospicuo numero di iscrizioni, ma mitigato dall'elevato tasso di mortalità (7,1%).

A determinare la portata della decelerazione dello sviluppo di nuove imprese non è stato, il tasso di natalità (che si è mantenuto intorno al 9%) bensì l'impennata del tasso di mortalità che, in un solo anno, è salito di 2,4 punti percentuale, soprattutto a seguito dei decessi nei settori dei trasporti, delle attività manifatturiere e delle costruzioni.

A livello settoriale, il turismo ha registrato valori fortemente positivi, con un tasso di sviluppo pari a 4,9%. Tassi di sviluppo più contenuti sono stati, invece, registrati dall'istruzione (+4,7%), dal settore delle attività immobiliari, noleggio, informatica e ricerca (+2,7%), dell'intermediazione monetaria e finanziaria (+2,3%) e del commercio (+1,9%).



Piano della comunicazione della Provincia di Crotona anno 2004

Il 59,4% delle nuove imprese sorte in provincia di Crotona sono avviate da soggetti con meno di 35 anni, con esiti potenzialmente positivi per il sistema visto che flessibilità e creatività sono caratteri che connotano la mentalità degli under 35.

Ancora troppo bassa è la percentuale di donne che decidono di accedere al mercato con una nuova attività imprenditoriale: sul totale dei nuovi imprenditori nella provincia di Crotona, solo il 30,1% sono donne; la percentuale aumenta al 40% in relazione ai soli comuni di Castelsilano e Rocca di Neto, preponderanza da attribuire al peso di attività storicamente "rosa" come la tessitura ed il ricamo sul sistema produttivo locale.

Il turismo è uno dei pochi settori produttivi che, secondo tutte le previsioni effettuate su scala mondiale, mostra sicuri trend di crescita di medio-lungo periodo. L'"ospitalità" potrebbe rappresentare, quindi, una delle maggiori opportunità di sviluppo economico per un territorio, come quello della provincia di Crotona, ricca di potenzialità attrattive turistiche, alcune delle quali valorizzate solo in parte.

Anche il settore agroalimentare mostra uno scenario piuttosto articolato che caratterizza la provincia, registrando complessivamente una realtà a media densità imprenditoriale.

Per il settore mobilio la provincia si presenta complessivamente a densità imprenditoriale medio-alta.

La struttura imprenditoriale locale risulta caratterizzata da imprese di micro dimensione: 9.991 imprese con meno di 10 addetti che occupano complessivamente 14.814 addetti (le micro imprese rappresentano l'87,6% del totale). Le imprese con 50-249 lavoratori sono 19, e solo un'impresa risulta avere oltre 250 occupati.

A livello comunale, le aree a maggiore numerosità imprenditoriale sono, oltre al comune capoluogo che da solo accoglie il 28,3% delle imprese con addetti, Cirò Marina (8%), Crucoli e Cutro (7,9%), Isola di Capo Rizzuto (8,2%), Petilia Policastro e Strongoli (5,1%).

Per quanto riguarda la formazione e la riqualificazione del personale, si è assistito ad un incremento robusto: la percentuale dei dipendenti formati è raddoppiata passando, in un solo anno, dal 7,9% al 14%. Tale risultato positivo induce a pensare ad una trasformazione del tessuto imprenditoriale verso logiche di formazione e riqualificazione del personale tipiche delle aziende più evolute, se però analizziamo il numero di dipendenti formati secondo la classe dimensionale dell'impresa emerge che dei 1.677 dipendenti formati, 1.173 (pari al 40%) lavorano in imprese con oltre 250 addetti e che l'incremento percentuale precedentemente evidenziato è esclusivamente imputabile a questo tipo di azienda. Le aziende di micro, piccole e media dimensione, al contrario, hanno visto ridurre la percentuale di dipendenti formati rispetto al 2000 (le aziende con 50-249 dipendenti hanno visto ridurre il valore dall'8,6% del 2000 al 4,2% del 2001).

I dati sul commercio estero provinciale mostrano una crescita delle esportazioni nel corso dell'ultimo anno (tra il 2001 ed il 2002 il valore delle esportazioni è, infatti, passato da 22,2 milioni di euro a 26,5 milioni di euro con una variazione percentuale pari al + 19,1%) in controtendenza rispetto all'andamento regionale (-3,7%), del Sud (-3,7%) così come dell'intero Paese (-2,8%). Tuttavia, nonostante la performance positiva registrata dalle esportazioni provinciali, il volume delle esportazioni registrate nel 2002 risulta ancora esiguo in rapporto al valore complessivo calabrese ed a quello del Sud del Paese (le esportazioni di Crotona rappresentano il 9,3% di quelle calabresi e lo 0,1% di quelle del Mezzogiorno).

Dall'analisi a livello settoriale emerge una forte concentrazione delle esportazioni nel settore chimica gomma plastica, settore che da solo rappresenta il 38% delle esportazioni crotonesi, seguono i settori del metalmeccanico e dell'alimentare (rispettivamente 21,8% e 20,1%),



Piano della comunicazione della Provincia di Crotona anno 2004

altre produzioni industriali (12,9%) ed infine Agricoltura e pesca (3,8), Sistema moda (2,6%), Legno/carta 0,8%.

I dati sulle importazioni provinciale mostrano una notevole crescita nel corso dell'ultimo anno (tra il 2001 ed il 2002 il valore delle importazioni ha, infatti, registrato una variazione percentuale pari al + 28,3%, passando da 56 milioni di euro a 72 milioni di euro) in controtendenza rispetto all'andamento regionale (-7,2%), del Sud (-5,7%) così come dell'intero Paese (-2,6%). Il volume delle importazioni registrate nel 2002, pur se consistente, risulta ancora esiguo in rapporto al valore complessivo calabrese ed a quello del Sud del Paese: le importazioni di Crotona rappresentano il 15,1% di quelle calabresi e lo 0,2% di quelle del Mezzogiorno. Dall'analisi a livello settoriale emerge una forte concentrazione delle importazioni nel settore *alimentare*, settore che da solo rappresenta oltre il 50% delle importazioni crotonesi, seguito dai settori agricoltura e pesca (17,9%) e metalmeccanico (15,3%).

L'analisi del sistema creditizio per ripartizioni provinciali, mostra che all'interno della Calabria esistono forti differenziazioni tra le diverse province. Focalizzando l'attenzione sulla sola provincia di Crotona, dall'analisi della Tav.98 si evince che essa ricopre un ruolo marginale nella regione, registrando dei dati migliori solo a quelli della provincia di Vibo Valentia: secondo il dato del Giugno 2002, i depositi ammontano a 739 milioni di euro, mentre gli impieghi a 1.032.

Con riferimento alle sofferenze, con un ammontare di 116 milioni di euro, rappresentano il 6,69% del totale regionale, ed anche in questo caso la quota è superiore solo a quella di Vibo Valentia, mentre migliore è il dato relativo al numero degli affidati (1.813), pari al 7,34% del totale regionale, ossia la quota più bassa in tutta la Calabria.

Un segnale molto positivo, poi, emerge dal confronto tra il peso dei depositi e quello degli impieghi: quest'ultimo è superiore al primo di circa 2 punti percentuali (10,35% contro 8,67%), e ciò si riflette su un buon rapporto impieghi/depositi: infatti, per la provincia di Crotona questo rapporto è il più alto tra le province calabresi (139,65%), e supera di molto quello medio regionale (116,99%); anche i dati relativi agli altri indicatori bancari sono tutti abbastanza positivi, primo tra tutti il rapporto tra i crediti in sofferenza e il totale degli impieghi (11,24%), che è il più basso della Calabria (la cui media è del 17,4%), anche se in valore assoluto è quasi il triplo di quello medio nazionale (4,5%).

Un altro segnale incoraggiante emerge dal rapporto impieghi/sportelli (25.800 migliaia di euro), il più elevato all'interno della regione che presenta una media di 20.018 migliaia di euro: tutti questi dati sono sintomatici di un discreto stato di salute del sistema creditizio provinciale, ovviamente se si guarda alla media della Calabria.

Un esame completo ed esaustivo del sistema creditizio di un dato territorio, tuttavia, non può prescindere dall'analisi delle strutture bancarie operanti al suo interno. Con riferimento alla provincia di Crotona, questa è stata effettuata mediante un'analisi sulla dotazione di sportelli bancari: a tale proposito, la quota provinciale sul totale regionale è molto modesta (8,03), la più bassa della regione.

Questa criticità si rispecchia altresì a livello nazionale: nelle due graduatorie provinciali di sportelli in rapporto alla popolazione residente (sportelli per 10.000 abitanti) e in rapporto alle imprese (sportelli per 1.000 imprese), le quote relative a Crotona si discostano abbastanza dalle medie nazionali, essendo pari a 2,31 contro 4,87 per il primo rapporto (100° posto) e a 2,50 contro 4,81 per il secondo (102° posto). Nel confronto con le altre province calabresi, inoltre, possiamo notare che nella prima, essa ricopre una posizione intermedia, trovandosi dietro a Catanzaro e Reggio Calabria, mentre nella seconda occupa l'ultimo posto.



Piano della comunicazione della Provincia di Crotona anno 2004

Il sistema creditizio della provincia, ha subito delle profonde trasformazioni, probabilmente in seguito ai processi di fusione/aggregazione che hanno caratterizzato tutto il territorio nazionale negli ultimi anni: se da un lato questi processi hanno favorito la crescita delle banche di più grandi dimensioni e operanti su una più ampia scala territoriale, bisogna dire anche che, dall'altro lato, nella provincia di Crotona è diventata preponderante la presenza di banche piccole. Questo dato può essere rilevante, visto che le banche locali sono quelle maggiormente attente alle esigenze delle imprese operanti sul territorio.

Con riferimento ai depositi della provincia, possiamo notare che l'andamento è stato piuttosto altalenante, con fasi di incremento delle consistenze (tra il 2000 e il 2001 l'aumento è stato di circa il 6%, superiore sia a quello regionale - 4,2% - che nazionale - 5,5%) e di brusca diminuzione, esattamente come si è registrato per la Calabria; questa dinamica non ha caratterizzato, invece, il Paese, in cui si sono sempre registrate delle variazioni positive, anche se, a ben vedere, negli anni in cui nella provincia e nella regione si sono manifestate delle variazioni negative, in Italia gli aumenti sono stati più contenuti, per cui si può dire che si sia verificato un certo allineamento.

Per quanto riguarda gli impieghi, invece, l'andamento è stato sempre in ascesa durante tutto l'arco temporale considerato, per tutte e tre le ripartizioni geografiche; per Crotona, in particolare, le variazioni intervenute sono state spesso anche maggiori di quelle registrate per la Calabria e per l'Italia: soprattutto negli ultimi due anni, gli aumenti fatti registrare dalla provincia sono stati molto consistenti (17,12% tra il 2000 e il 2001, e 15,4% tra il 2001 e il Giugno 2002), e specialmente quello dell'ultimo semestre è ancora più rilevante se confrontato con la modesta crescita verificatasi a livello nazionale (appena l'1,9%) (Tavola 103).

Questi incrementi possono aiutare a spiegare, almeno in parte, il notevole miglioramento che ha caratterizzato il rapporto impieghi/depositi negli ultimi anni, visto che al Dicembre 1998 questo era pari all'84,18%.

Il livello del tasso d'interesse si mantiene piuttosto elevato (8,79%) rispetto a quello di altre province calabresi (ad esempio per Cosenza il rapporto sofferenze/impieghi è il più alto della regione - 19,92% -, mentre il tasso d'interesse il più basso - 8,28%), ed è tra i più alti d'Italia

Le infrastrutture influenzano in modo decisivo la competitività del territorio e delle imprese, tali strutture non sono sostituibili da altre forme di capitale, quindi la loro localizzazione e la loro qualità determinano sensibilmente il potenziale di sviluppo di un'area. Nelle nuove teorie della crescita, il capitale pubblico viene spesso considerato fonte di esternalità positive sullo sviluppo endogeno e, quindi, fattore di crescita dei sistemi locali.

L'indice di dotazione infrastrutturale della provincia di Crotona (55,03), risulta basso se confrontato al valore medio regionale (78). Tale indice risulta fortemente influenzato dagli indici osservati per la rete ferroviaria (33,7), le strutture e le reti per la telefonia e la telematica (29,6), le reti bancarie e servizi vari (33,7) e le strutture culturali e ricreative (21,8). Il limitato sviluppo di queste infrastrutture non viene però controbilanciato dai valori relativi alle altre infrastrutture: i valori superiori (sempre inferiori al valore nazionale) si registrano per le infrastrutture pesanti come la rete stradale (84,3), porti (94,9) e gli aeroporti (92,9).

Tale scenario risulta migliore rispetto a quello del 1991; la provincia di Crotona ha, infatti, visto aumentare la propria dotazione infrastrutturale soprattutto per quanto riguarda la rete stradale e ferroviaria.

Indici di dotazione infrastrutturale nella provincia di Crotona, in Calabria, nel Mezzogiorno ed in Italia (1991 - 1999)



Piano della comunicazione della Provincia di Crotona anno 2004

Province e Regioni	Crotona		Calabria	Mezzogiorno	ITALIA
	1991	1999			
Rete stradale	63,6	84,3	106,9	91,8	100,0
Rete ferroviaria	25,3	33,7	104,9	84,7	100,0
Porti (e bacini di ut.)	87,1	94,9	126,7	109,2	100,0
Aeroporti (e bacini di ut.)	121,6	92,9	70,7	60,5	100,0
Impianti e reti energetico-ambientali	48,1	45,2	52,8	63,8	100,0
Strutture e reti per la telefonia e la telematica	39,9	29,6	61,5	65,0	100,0
Reti bancarie e di servizi vari	28,9	33,7	55,1	61,0	100,0
Strutture culturali e ricreative	13,3	21,8	36,7	57,0	100,0
Strutture per l'istruzione	47,2	51,4	84,8	93,0	100,0
Strutture Sanitarie	48,5	54,7	68,7	81,9	100,0
TOTALE	53,2	55,0	78,0	78,1	100,0
TOTALE SENZA PORTI	49,4	50,6	72,6	74,6	100,0

Gli indici della qualità della vita, rilevati per il 2003, in relazione ad affari e lavoro, sono i seguenti:

Descrizione indicatori	Italia Oggi			Il Sole 24 Ore		
	Valore	2003	2002	Valore	2003	Media
AFFARI & LAVORO	142,73	89	100	385,1	89	
Fallimenti ogni 10000 imprese registrate	2,5	12	72			
Importo medio dei protesti per abitante	76,85	89	86			
Tasso di disoccupazione	20,3	90	87	20,35	90	8,84
Tasso di occupazione	30,3	103	101			
N.ro di clienti corporate banking su totale imprese	51,94	85	98			
N.ro imprese registrate per 100 abitanti	9,41	78	75	10,12	64	10,63
Nuove iscrizioni di imprese alla CCIAA in rapporto alle cessazioni				1,07	72	1,18
Percentuale di valore aggiunto derivante dalle esportazioni				1,39	100	20,68
Domande di regolarizzazione ogni 1000 unità di forza lavoro				24,33	43	22,27
Stima tassi di interesse per finanziamenti per cassa a breve				8,75	101	6,88

Gli indici della qualità della vita, rilevati per il 2003, in relazione ad ambiente, sono i seguenti:



Piano della comunicazione della Provincia di Crotona anno 2004

Descrizione indicatori	Italia Oggi			Il Sole 24 Ore		
	Valore	2003	2002	Valore	2003	Media
AMBIENTE	561,84	42	94	557,2	33	
Concentrazione PM10	89	74	64			
Concentrazione di nitrati nelle acque	1	3	68			
Consumi idrici pro capite sull'erogato	207,18	23	54			
Produzione di rifiuti urbani	526,9	31	34			
Autovetture circolanti per 100 abitanti	50	3	16			
Consumo annuo procapite di carburanti	371	2	3			
Consumo annuo procapite di energia elettrica	959	19	20			
Isole pedonali	0,05	71	69			
Piste ciclabili	0	77	73			
Zone a traffico limitato	0	92	92			
Verde pubblico	0,87	98	93			
Ettari di aree verdi per 10 mila ettari di superficie totale	15	94	--			
Capacità di depauperazione delle acque reflue	93,85	34	34			
Aziende certificate ISO 14000	4,74	9	28			
Indice di ecomanagement	11	89	83			
Uso del trasporto pubblico	6	96	86			
Raccolta differenziata dei rifiuti solidi urbani	5,77	82	102			
Indice Tagliacarne della dotazione di infrastrutture				55,03	94	99,84
Indice sintetico Legambiente sull'ecosistema urbano				52,7	46	50,51
Differenza tra le percentuali medie mensili del mese più caldo e del mese più freddo				19,5	4	23,17
I morti per tumore sul totale dei decessi				23,8	19	27,7
Percentuale di dimissioni di pazienti avvenute in regioni diverse da quelle di residenza				14,49	90	8,41
Sinistri stradali ogni 10000 abitanti				181,8	12	393,05

Gli indici della qualità della vita, rilevati per il 2003, in relazione a criminalità, sono i seguenti:

Descrizione indicatori	Italia Oggi			Il Sole 24 Ore		
	Valore	2003	2002	Valore	2003	Media
CRIMINALITA'	561,99	45	27	531,3	10	
Omicidi dolosi per 100000 abitanti	3,47	99	102			
Tentati omicidi per 100000 abitanti	8,1	102	93			
Lesioni dolose per 100000 abitanti	75,2	95	50			
abitanti	3,47	98	77			
Violenze sessuali su maggiori di 14 anni per 100000 abitanti	1,16	4	21			
Sequestri di persona per 100000 abitanti	1,74	54	9			
Reati connessi allo spaccio di stupefacenti per 100000 abitanti	82,71	80	57			
Reati di prostituzione per 100000 abitanti	1,16	15	12			
Scippi e borseggi per 100000 abitanti	26,03	9	9	26,05	8	188,92
Furti d'auto per 100000 abitanti	82,14	20	37	82,21	20	225,13
Furti in appartamento per 100000 abitanti	120,89	5	2	120,99	5	283,49
Altri furti per 100000 abitanti	698,16	13	8			
Estorsioni per 100000 abitanti	3,47	24	27			
Rapine in banca ogni 100000 sportelli bancari	0	1	1			
Rapine per 100000 abitanti	6,94	1	6	6,95	1	38,52
Truffe per 100000 abitanti	230,79	101	53			
Altri delitti per 100000 abitanti	3138,54	102	103			
I minori denunciati ogni 1000 minori punibili				21,13	100	8,8
Indice di variazione dato dal rapporto tra i delitti 2002 e il valore atteso in base al trend 1998-2002				144,03	99	102,21



Piano della comunicazione della Provincia di Crotone anno 2004

Gli indici della qualità della vita, rilevati per il 2003, in relazione a disagio sociale e personale, sono i seguenti:

Descrizione indicatori	Italia Oggi			Il Sole 24 Ore		
	Valore	2003	2002	Valore	2003	Media
DISAGIO SOCIALE E PERSONALE	755,02	27	1			
Infortuni sul lavoro per 1000 occupati	33,41	9	7			
Morti per tumore per 100 morti	180,22	1	13	23,8	19	27,7
Tentativi di suicidio ogni 100000 abitanti	2,31	9	2			
Suicidi ogni 100000 abitanti	8,1	65	2			
Tasso di disoccupazione giovanile 14-29 anni	41,6	92	86			
Divorzi e separazioni ogni 10000 famiglie	16,12	4	4			
Minori denunciati per 100000 abitanti	126,68	103	--			
Lavoratori parasubordinati per 100 occupati	12,25	29	--			

Gli indici della qualità della vita, rilevati per il 2003, in relazione ai servizi, sono i seguenti:

Descrizione indicatori	Italia Oggi		
	Valore	2003	2002
SERVIZI	230,16	84	91
Posti letto ospedalieri per 1000 abitanti	4,38	48	48
Medici ospedalieri per 100 posti letto	21,45	103	103
Sistemi di monitoraggio dell'aria per 100000 abitanti	0,58	64	--
Numero POS e ATM ogni 100000 abitanti	425,72	103	103
Numero operazioni di phone banking ogni 100000 abitanti	1520,69	103	102
Numero sportelli bancari ogni 100000 abitanti	22,7	102	101
Numero medio studenti per classe nella scuola media superiore	21,08	23	30
Numero professori per 100 studenti nella scuola media superiore	9,18	62	48
Numero studenti scuola media superiore ogni 1000 abitanti	59,01	9	11

Gli indici della qualità della vita, rilevati per il 2003, in relazione al tempo libero, sono i seguenti:

Descrizione indicatori	Italia Oggi			Il Sole 24 Ore		
	Valore	2003	2002	Valore	2003	Media
TEMPO LIBERO	73,55	96	--	285,9	78	
Spesa media procapite per spettacoli sportivi	5,41	22	--			
Spesa media procapite per spettacoli teatrali e	1	98	--			
Spesa media procapite per spettacoli cinematografici	1,95	99	--			
Spesa media procapite per trattenimenti vari	1,56	103	--			
Sale cinematografiche ogni 100000 abitanti	1,16	96	--			
Palestre ogni 100000 abitanti	2,31	96	--	6,95	45	6,69
Associazioni ricreative, artistiche, culturali ogni 100000 abitanti	16,2	97	--	17,37	97	40,31
Librerie ogni 100000 abitanti	0,58	102	--			
Indice di assorbimento libri in percentuale sulla popolazione				0	103	0,73
I biglietti per spettacoli cinematografici acquistati in rapporto agli abitanti				0,54	98	1,63
Indice dell'offerta enogastronomica di qualità nel 2003				65,8	86	90,4
Numero di ristoranti ogni 100000 abitanti				122,15	70	148,57

Gli indici della qualità della vita, rilevati per il 2003, in relazione al tenore di vita, sono i seguenti:



Piano della comunicazione della Provincia di Crotona anno 2004

Descrizione indicatori	Italia Oggi			Il Sole 24 Ore		
	Valore	2003	2002	Valore	2003	Media
TENORE DI VITA	63,44	98	102	384,6	100	
Prezzo al MQ appartamento medio in zona	903	14	--	1170	7	1897
Variazione del costo della vita	2,6	41	38			
Spesa media mensile pro capite per consumi	547	102	103			
Importo medio mensile pensione	487,62	78	83	6306,1	98	7776,06
PIL procapite	11195,7	103	103	11195,7	103	18906,1
Depositi bancari procapite	4208,45	100	99	4390,9	101	8794,13
Immatricolazioni di auto nuove in rapporto alla popolazione magiorennne				23,67	95	43,62
I premi del ramo vita per abitante nel 2002				235,89	103	806,42

Nelle due tabelle seguenti è riepilogata l'analisi SWOT del territorio della Provincia di Crotona:

Punti di forza e debolezza/opportunità e rischi	
Punti di forza	Punti di debolezza
Risorse umane giovani, di cultura e scolarizzazione elevate	Fragilità delle PMI per difficoltà nell'accesso alle risorse finanziarie (tasso medio passivo a breve 8,75%) e alle innovazioni
Spirito imprenditoriale diffuso, in particolare tra i giovani, legato ad una buona professionalità degli imprenditori e dei lavoratori	Scarsa propensione all'attività di ricerca e sviluppo e servizi alle imprese insufficienti;
Emergere di nuove filiere produttive nei settori agroalimentare, metalmeccanico, tessile abbigliamento, concia, legno e produzione di energia	Settore artigianale concentrato in attività a basso valore aggiunto e fortemente esposto alla concorrenza internazionale
Produzione agroalimentare di antica tradizione e alta qualità	Settore agricolo prevalente, ma povero e con dimensioni aziendali ridotte;
Patrimonio naturale, storico, artistico e culturale non sufficientemente valorizzato e legato anche a una struttura insediativa di antica origine	Tessuto produttivo fragile, caratterizzato in alcune aree anche da problemi di ricambio generazionale, di occupazione e con una scarsa presenza femminile;
Servizi turistici differenziati, sia per la varietà degli ambiti naturali di pregio esistenti sia per una nuova domanda proveniente dalla gestione delle risorse naturali;	Carenza di infrastrutture materiali e immateriali
Altissime agevolazioni: i più elevati massimali di aiuto pubblico previsti dai fondi strutturali comunitari per il 2000-2006, arrivando fino al 70-90% dell'investimento intrapreso	Settore turistico da potenziare e riqualificare anche in funzione di una diversificazione dell'offerta;
Posizione strategica all'interno di una regione che è ponte naturale tra Medio Oriente, Africa del Nord e Mediterraneo occidentale	Estrema fragilità e vulnerabilità dell'area, con fenomeni di degrado in atto che danno luogo ad un'elevata pressione ambientale;
Programma di potenziamento infrastrutturale che prevede l'ampliamento del porto di Crotona e dell'aeroporto di S. Anna, e, a ridosso della provincia, l'ammodernamento dell'autostrada Salerno-Reggio Calabria (A3).	Carenze infrastrutturali nella gestione dei rifiuti e delle acque.

Punti di forza e debolezza/opportunità e rischi	
Opportunità	Rischi
Possibilità di rafforzare il tessuto imprenditoriale, così da aumentare la capacità competitiva e produrre effetti benefici sullo spopolamento	Invecchiamento della popolazione con tendenza allo spopolamento di alcune aree; rischio di un ulteriore calo demografico in assenza di interventi;
Propensione dei soggetti pubblici e privati per la programmazione e attuazione degli interventi di sviluppo finalizzati alla riduzione del divario con le aree provinciali e regionali	Rischio di depauperamento del capitale umano: i giovani a più alto grado di scolarizzazione tendono ad emigrare
Possibilità di implementare le infrastrutture telematiche	Struttura industriale ancora troppo esposta sui settori di base che non possono reggere la concorrenza di Paesi di nuova industrializzazione
Processi di valorizzazione e riqualificazione dei collegamenti infrastrutturali e delle strutture connesse	Moneta forte che genera un spiazzamento competitivo delle produzioni locali
Presenza di figure sociali (donne, giovani) in grado di svolgere una funzione determinante per il recupero delle aree	Il pericolo criminalità può ridurre l'attrattività degli investimenti sul territorio
Possibilità di sviluppo del turismo grazie alla diversificazione dell'offerta e alla valorizzazione del patrimonio ambientale, culturale e artistico presente	Turismo massificato che depauperava il patrimonio naturale
Disponibilità degli operatori economici locali verso la possibilità di creare servizi di gestione delle risorse ambientali - naturali	Riduzione delle agevolazioni finanziarie provenienti dalla Comunità Europea
Possibilità di ridurre i processi di degrado in atto anche grazie ad una diffusa sensibilizzazione dell'opinione pubblica nei confronti dell'ambiente, dello sviluppo sostenibile e della funzione diretta delle risorse ambientali	Utilizzo della Provincia di Crotona come deposito unico nazionale delle scorie radioattive



Piano della comunicazione della Provincia di Crotona anno 2004

Per quanto riguarda il **contesto organizzativo interno**, va osservato che l'Ente Provincia di Crotona è impegnata in un'importante processo di rinnovamento della propria struttura organizzativa attraverso l'adesione a programmi di innovazione organizzativi e gestionali proposti dal Dipartimento della Funzione Pubblica e di ridefinizione delle competenze, sia per la necessità di assicurare la piena attuazione dei principi che reggono l'azione amministrativa, sia per consentire lo svolgimento delle nuove funzioni attribuite all'Ente dalla normativa statale e regionale.

La Provincia di Crotona, nonostante sia un Ente abbastanza giovane, in quanto ha da poco raggiunto i 10 anni dal decreto di istituzione, è una realtà ben strutturata ed inserita nel territorio locale, conta 233 dipendenti con un'età media di 42 anni, il 27% di dipendenti ha una laurea e il 42% un diploma e un buon livello di alfabetizzazione informatica.

L'Ente è caratterizzato, in base alle funzioni attribuite dal Testo Unico degli Enti Locali, da quattro livelli di attività:

- Ente di pianificazione, programmazione e coordinamento territoriale;
- Ente di organizzazione ed erogazione di servizi di area vasta, quali viabilità, istruzione, ambiente, trasporti, lavoro, formazione;
- Agente di sostegno allo sviluppo locale, anche attraverso gli strumenti della programmazione negoziata;
- Ente di supporto all'attività dei Comuni.

Con l'emanazione della legge regionale n° 34 del 12 agosto 2002, si sono finalmente gettate nella Regione Calabria le premesse necessarie per dare concreta attuazione al principio di "sussidiarietà".

Le nuove attività amministrative (che verranno assegnate alla Provincia), direttamente desumibili dalla lettura della legge regionale 34/2002, sono riassumibili in quattro grandi aree, ovvero:

- a) sviluppo economico ed attività produttive;
- b) territorio, ambiente e infrastrutture;
- c) servizi alla persona e alla comunità;
- d) polizia amministrativa regionale e locale.

Soprattutto il cosiddetto federalismo amministrativo, risulta di fondamentale importanza ai fini del presente piano della comunicazione, in quanto ha ridefinito notevolmente le competenze degli Enti locali, assegnando alla Provincia nuove e fondamentali funzioni in settori, come quelli del lavoro e dei trasporti, che hanno un impatto diretto sulla vita della collettività. Infatti, l'Ente Provincia è un'istituzione che, nell'attuale ordinamento Italiano, rappresenta la propria comunità, ne cura gli interessi, ne promuove e ne coordina lo sviluppo, ma il cui ruolo risulta di non immediata visibilità per la cittadinanza. La Provincia di Crotona, in particolare, che è un Ente di recente istituzione, presenta un'immagine da rafforzare nell'opinione pubblica. Infatti, in genere l'immagine dell'Ente è misurabile attraverso la verifica dei seguenti indicatori:

1. Qualità e sicurezza delle strade e delle scuole;
2. Qualità dell'assistenza ai Comuni nella realizzazione degli indirizzi generali di assetto del territorio;



Piano della comunicazione della Provincia di Crotona anno 2004

3. Qualità nella realizzazione delle opere di rilevante interesse provinciale sia nel settore economico, produttivo, commerciale e turistico, sia in quello sociale, culturale e sportivo;
4. Qualità dei servizi erogati e facilità di usufruibilità.

Da ciò nasce l'esigenza di informare cittadini, enti ed imprese, per orientarli nei rapporti con l'amministrazione nel nuovo assetto di competenze e, al tempo stesso, per riaffermare il ruolo di un soggetto istituzionale ancora poco 'percepito' all'esterno. Costituisce, infatti, un grave fattore di criticità la scarsa conoscenza del ruolo e delle funzioni della Provincia, che viene spesso immaginato come ente lontano, rispetto ai comuni, dalle problematiche e dalle esigenze reali dei cittadini.

Per quanto riguarda gli aspetti più strettamente legati alla comunicazione, va notato che negli ultimi anni la Provincia di Crotona ha realizzato notevoli progressi nell'attuazione della normativa di settore e nell'ampliamento dell'offerta di attività di informazione e comunicazione.

Oggi l'Ente dispone di un Ufficio Relazioni con Pubblico, di sportelli informativi di settore e di un sito internet istituzionale tra i più visitati in Calabria, e realizza ogni anno numerosi eventi, manifestazioni, partecipazioni a pubblicazioni e campagne informative o promozionali.

Il fattore di criticità, in questo caso, è rappresentato dalla mancanza di coordinamento e programmazione delle attività svolte e dall'assenza di una strategia unitaria. Le iniziative di informazione e comunicazione sono state spesso estemporanee e frammentate e sono state realizzate da Servizi che non interagivano reciprocamente, ma operavano piuttosto come compartimenti stagni nel perseguimento di obiettivi non sempre coerenti tra loro.

Questa situazione ha talvolta rischiato di minare l'efficacia stessa delle azioni comunicative e, comunque, non ha consentito la creazione di un'immagine coordinata e di un'identità chiara e riconoscibile dell'Ente.



2. Linee programmatiche generali

Le linee programmatiche generali utilizzate per garantire la piena attuazione della disciplina delle attività di informazione e comunicazione posta dalla legge 150/2000 sono le seguenti:

➤ **Integrazione**

Tutte le attività di informazione e comunicazione devono essere coordinate tra loro ed integrate in una strategia di comunicazione unitaria per tutti i settori e coerente con gli obiettivi generali dell'Ente. L'insieme dei messaggi e delle informazioni realizzati dalla Provincia deve offrire un'immagine unitaria sia all'interno che all'esterno dell'Ente e costituire un'identità condivisa e facilmente riconoscibile.

➤ **Programmazione**

Le iniziative realizzate dai vari dai settori dell'Ente, con finalità comunicative e/o informative devono essere precedute da una fase di programmazione nella quale siano individuati forme, mezzi e contenuti più adeguati in relazione agli obiettivi prefissati e alle diverse tipologie di pubblico.

➤ **Obiettività**

Dare forti contenuti non di "parte" al messaggio per far sì che il destinatario non possa scambiare per un'attività di propaganda..

➤ **Riconoscibilità**

Assicurare che la provenienza da parte dell'Ente di ogni messaggio deve essere immediatamente compresa dal ricevente con la caratterizzazione del messaggio attraverso il formato, il colore e il logo.

➤ **Persuasività**

Il messaggio deve contenere elementi tali da renderlo il più possibile accettabile al cittadino, in quanto suggerisce comportamenti, fornisce elementi di confronto e convincere per differenza e non per imposizione.

➤ **Credibilità**

Se il messaggio pubblico non può trasformarsi in pubblicità, ancor meno deve diventare propaganda. Di conseguenza, mai scrivere o dire quello che non può essere verificato, mai promettere quanto non si potrà mantenere, mai negare o minimizzare ritardi e liti all'azione amministrativa. La credibilità nasce anche dalla capacità di raccontare le cose come realmente sono.

➤ **Interattività**

Le iniziative di comunicazione della Provincia di Crotona privilegiano l'interattività e la pluridirezionalità dei messaggi. Obiettivo è la creazione di un 'reticolo' di flussi di comunicazione tra la Provincia ed i suoi interlocutori, cioè cittadini, imprese, associazioni ed altri oggetti istituzionali.

➤ **Visibilità**



Piano della comunicazione della Provincia di Crotone anno 2004

Tutte le attività di informazione e comunicazione devono contribuire ad accrescere la visibilità dell'Amministrazione provinciale sul territorio e farne conoscere le attività ed i compiti. L'Ente dovrà essere percepito come interlocutore diretto per il soddisfacimento di bisogni concreti.

➤ **Accessibilità**

La comunicazione costituisce la 'porta d'accesso' per l'attività e la vita istituzionale della Provincia. I messaggi e le informazioni prodotti e, in generale, qualsiasi forma di interazione con l'utenza devono essere improntati alla semplicità ed alla chiarezza e devono utilizzare i canali ed i contenuti che consentano la massima trasparenza su tutto ciò che riguarda l'Ente.

➤ **Qualità**

La comunicazione, sia interna che esterna, è strumento fondamentale per accrescere la qualità dei servizi e per garantire l'efficienza della macchina amministrativa. Ogni iniziativa dovrà quindi essere funzionale al miglioramento delle prestazioni, in termini di organizzazione e di risultato, e dovrà privilegiare il *feed-back* per orientare le attività dell'Ente ai bisogni ed alle esigenze della collettività.

➤ **Informazione**

La comunicazione non è solo un'attività strumentale agli scopi istituzionali dell'Ente, ma si connota anche come una funzione autonoma dell'Amministrazione. La Provincia di Crotone mira ad essere un soggetto erogatore di informazioni a favore di cittadini, imprese, enti ed altre istituzioni, al fine di favorire lo sviluppo della comunità locale e promuovere all'esterno la realtà provinciale.



3. Obiettivi di comunicazione

3.1 Obiettivi del piano di comunicazione esterno per il 2004

Con la redazione del presente Piano, la Provincia di Crotone, coerentemente con le considerazioni fin qui fatte, intende:

- a. **Migliorare e semplificare il contatto con il cittadino/utente e con gli Enti ricompresi nel territorio, in quanto si propone di facilitare l'accesso degli stessi alle informazioni utili per la migliore fruizione dei servizi**, attraverso:
 - L'accrescimento della qualità e della quantità delle informazioni relative ai compiti, alle funzioni, alla normativa di riferimento, ai programmi ed alle iniziative della Provincia di Crotone;
 - La promozione di una maggiore conoscenza delle tematiche di carattere sociale, culturale, ambientale ed economico per le quali è particolarmente evidente il contributo dell'Amministrazione provinciale;
 - L'individuazione di nuove forme e mezzi di comunicazione che consentano di avvicinarsi ad un pubblico più vasto di quello attuale;
 - L'individuazione di forme e procedure volte ad incrementare il coinvolgimento e la partecipazione di cittadini, imprese ed associazioni alla vita istituzionale ed alle iniziative della Provincia.
- b. **Far emergere i punti di forza culturali e turistici che la provincia di Crotone è in grado di offrire**, attraverso:
 - La promozione in Italia ed all'estero delle attrattive artistiche e paesaggistiche del territorio provinciale, nonché i suoi prodotti tipici e le sue tradizioni;
 - La promozione dell'attività e delle iniziative dell'Amministrazione provinciale, in termini di risultati, innovazione organizzativa e gestione e sviluppo locale;
 - Il sostegno dei progetti e degli sforzi dell'Amministrazione, in particolare per l'occupazione, l'ambiente, il sostegno alle categorie disagiate e la cultura;
 - La sensibilizzazione della comunità locale su tematiche di particolare rilievo, come la legalità, l'istruzione scolastica, il rispetto dell'ambiente e del territorio.
- c. **Dare visibilità e maggior consapevolezza alle opportunità di rilancio economico presenti sul territorio**, attraverso:
 - La realizzazione di partenariati con altre realtà territoriali nazionali ed internazionali;
 - Campagne pubblicitarie su importanti quotidiani sull'opportunità e gli incentivi per gli investimenti produttivi nell'area crotonese in collaborazione con altri enti come la CCIAA e le associazioni datoriali;
 - Convegni economici, in collaborazione con associazioni datoriali, che affronti le esigenze strutturali e normative per lo sviluppo dell'imprenditoria.



Piano della comunicazione della Provincia di Crotona anno 2004

- d. **Riposizionare l'immagine dell'Ente attraverso il rafforzamento e la promozione della stessa nell'opinione pubblica**, con la seguente connotazione:
- Vicinanza ai cittadini e capacità di costituire un interlocutore diretto per il soddisfacimento di concreti bisogni ed esigenze, soprattutto in seguito all'attribuzione di nuove funzioni e per settori di particolare impatto sul pubblico, quali il lavoro, l'istruzione, i trasporti, la cultura e le politiche sociali;
 - Modernità ed innovazione, sia per l'aspetto organizzativo che per la capacità di adeguarsi alle esigenze espresse dalla collettività;
 - Coordinamento, essendo la Provincia non solo e non tanto ente erogatore di servizi di base, ma soggetto istituzionale di raccordo e programmazione;
 - Sussidiarietà, intesa come capacità di intervenire ogni volta che gli enti territoriali minori non siano in grado di raggiungere i loro obiettivi;
- e. **Far emergere il ruolo di promotore attivo dell'Istituzione per lo sviluppo delle politiche e delle strategie di rilancio economico e sociale del territorio**, attraverso:
- La presentazione del piano territoriale di coordinamento;
 - La presentazione dei risultati degli strumenti di programmazione negoziata adottati nel territorio.
- f. **Favorire la più ampia e condivisa conoscenza e consapevolezza dei risultati, degli obiettivi e delle strategie dell'Amministrazione Provinciale**, attraverso:
- La presentazione del programma strategico di sviluppo dell'Ente al momento dell'insediamento della nuova amministrazione;
 - La pubblicazione dello stato di attuazione dei programmi e dei progetti;
 - La conferenza di fine anno sull'attività svolta.
- g. **Proporre un sistema integrato di comunicazione e definire una strategia unitaria, in base alla quale pianificare ed armonizzare tutte le azioni comunicative, interne ed esterne, e renderle coerenti con gli obiettivi generali e la missione dell'Ente**, attraverso:
- L'istituzione di un comitato tecnico di coordinamento con il compito di armonizzare, coordinare ed integrare tra loro tutte le attività di informazione e comunicazione realizzate dall'Amministrazione provinciale, attraverso un'azione di raccordo e programmazione nonché di collaborazione diretta con i Servizi e con gli organi istituzionali interessati;
 - Assicurare unitarietà d'immagine e d'identità;
 - Costituire una rete interna e territoriale di comunicazione.

3.2 Obiettivi del piano di comunicazione interno per il 2004-2006

Gli obiettivi individuati per il periodo di riferimento 2004-2006, sono i seguenti:

- a. **Sviluppo della comunicazione interna**, attraverso:



Piano della comunicazione della Provincia di Crotona anno 2004

- la creazione di flussi di informazione tra gli organi burocratici e politici dell'Ente e tra questi ed i Servizi che informano e comunicano;
- la realizzazione di prodotti informativi, anche a diffusione telematica, sui compiti ed i progetti dell'Ente, destinati esclusivamente ai dipendenti, per accrescerne la motivazione ed il senso di appartenenza;
- il favorire gli scambi di culture ed esperienze tra i diversi settori dell'Amministrazione.

b. **Miglioramento della qualità dell'iterazione**, attraverso:

- la semplificazione dei procedimenti amministrativi e l'individuazione di nuove modalità di interazione con i clienti interni;
- l'incremento dell'efficienza delle procedure volte a garantire la partecipazione ai procedimenti amministrativi e il diritto di accesso agli atti;
- l'individuazione di criteri qualitativi e quantitativi nell'erogazione dei servizi e delle prestazioni e garantirne l'attuazione.

c. **Ricerca sociale**, attraverso:

- la rilevazione dei bisogni e delle esigenze della collettività, in modo da adattarvi, nell'ambito dei compiti istituzionali dell'Ente, l'offerta di servizi e prestazioni. Nel 2004 sarà realizzata un'indagine volta a:
 - verificare l'immagine che i cittadini hanno dell'Amministrazione provinciale;
 - verificare la percezione dell'utenza sull'operato dell'Ente;
 - verificare il clima organizzativo all'interno dell'Ente;
 - verificare il grado di soddisfazione sui servizi erogati;
 - verificare il livello di conoscenza sui progetti e le iniziative dell'Ente;
 - acquisire proposte e suggerimenti.

I risultati dell'indagine saranno poi utilizzati per meglio rispondere alle esigenze dei cittadini e favorire un costante dialogo e una sempre più vasta dimensione di 'relazionalità' tra l'Amministrazione, i dipendenti e la collettività locale.

d. **Rimodulazione del sito internet della Provincia**, attraverso:

- **Utilizzo di super sever**, in modo da rendere veloce e usabile la connessione per gli utenti;
- **Rifacimento della veste grafica**, in modo da massimizzare l'accessibilità e la fruibilità dei contenuti, la rapidità di caricamento e la facilità di navigazione;
- **Incremento della qualità e della quantità delle informazioni sulla Provincia di Crotona**, da realizzarsi mediante la pubblicazione dei Regolamenti dell'Ente, degli atti amministrativi fondamentali (Bilancio, deliberazioni, bandi di gara e di concorso, ecc.) e di news sull'attività politica e istituzionale, nonché mediante un costante aggiornamento e rielaborazione dei contenuti dei singoli settori;
- **Intranet per favorire la crescita del grado di partecipazione e di motivazione del personale**. L'Intranet conterrà notizie sulle iniziative e l'attività dell'Ente e



Piano della comunicazione della Provincia di Crotone anno 2004

finalizzata a rendere più efficienti le dinamiche di comunicazione interna ed a favorire la crescita del grado di partecipazione e di motivazione del personale. L'area riservata garantirà il costante aggiornamento delle informazioni ed offrirà approfondimenti tecnici, avvalendosi della collaborazione della rete dei referenti, ciascuno dei quali curerà la parte relativa al Settore o Assessorato di appartenenza.

- **Attivazione della rete informativa dei comuni**, che consentirà, analogamente a quanto fatto per il front-office dell'U.R.P., di fornire informazioni relative a tutto ciò che accade nei comuni della provincia.



4. Individuazione dei pubblici di riferimento

4.1 Individuazione del target per il piano della comunicazione esterno

Il pubblico (target) di riferimento rappresentano i destinatari delle azioni di comunicazione.

Spesso l'ente pubblico che comunica si rivolge alla generalità dei cittadini, ma risulta indispensabile anche definire con maggiore precisione quale categoria di pubblico sia più sensibile o interessata a ricevere le informazioni che vogliamo comunicare.

Il pubblico di riferimento del presente piano della comunicazione esterno si divide in quattro macro-categorie:

- a) beneficiari finali delle azioni dell'Ente;
- b) istituzioni;
- c) media;
- d) influenti.

A loro volta, ciascuna di queste quattro macro-categorie è articolata in singoli segmenti di pubblico da raggiungere.

a) Beneficiari finali delle azioni dell'Ente

A seconda delle finalità del progetto si otterrà una classificazione differente delle seguenti voci:

- disoccupati a lunga durata o esposti al rischio di disoccupazione di lunga durata;
- studenti;
- giovani laureati e diplomati in cerca di primo impiego;
- cittadini appartenenti a fasce deboli (ragazze madri, poveri, anziani, tossicodipendenti, ecc.);
- cittadini interessati agli strumenti esistenti per la creazione d'impresa;
- operatori della formazione professionale e del mondo del lavoro interessati ad avere un aggiornamento continuo.

b) Istituzioni

I principali organi di riferimento, il cui coinvolgimento potrà variare in relazione alla portata del progetto o dei servizi previsti:

- Comuni
- Province
- Regione
- Ministeri
- Comunità Europea

c) Media

Generalmente, è opportuno contattare il maggior numero di mezzi di comunicazione possibile, anche se soltanto la specialità stessa di quanto realizzato in modo visibile condiziona automaticamente l'interesse dei media.



Piano della comunicazione della Provincia di Crotona anno 2004

- Agenzie di stampa: redattori economia, attualità italiana, costume e cultura
- Quotidiani d'informazione e di economia, nazionali e locali: Direttori di testata, redattori economia, attualità italiana, costume, cultura, opinionisti
- Periodici d'informazione e di economia: Direttori di testata, redattori economia, attualità italiana, costume, cultura, opinionisti
- Periodici familiari, femminili, costume: Direttori di testata, redattori economia, attualità italiana, costume, cultura, opinionisti
- Periodici specializzati settore lavoro, formazione, impresa: Direttori di testata, redattori, opinionisti
- Tv nazionali e locali, radio nazionali e locali, media on-line: Direttori di testata, redattori economia, attualità italiana, costume, cultura, opinionisti.

d) Influenti

- Università;
- Istituti di formazione;
- Organizzazioni di orientamento professionale;
- Associazioni enti locali (UPI, ANCI, UNCEM)
- Associazioni imprenditoriali di categoria;
- Enti no-profit e del terzo settore;
- Sindacati dei lavoratori;
- Servizi e strutture per le imprese;
- Centri studi e società di ricerca sui settori lavoro/formazione;
- Opinion leader aree cultura, economia, mondo giovane.

4.2 Individuazione del target per il piano della comunicazione interno

I destinatari, delle azioni del piano della comunicazione interna, sono:

- **i dipendenti**, sono intesi come la risorsa più importante a disposizione dell'Ente, in quanto sono, al tempo stesso, i destinatari e gli artefici della presente fase di innovazione e di cambiamento organizzativo e gestionale e si deve contribuire a creare nei stessi un senso di appartenenza alla funzione svolta e condivisione delle rinnovate missioni istituzionali delle amministrazioni;
- **i neo assunti e i collaboratori**, rendere attrattivo l'ente per i talenti migliori in quanto la qualità del personale rappresenta la variabile fondamentale per determinare gli effetti delle politiche pubbliche, allora le amministrazioni devono recuperare una capacità competitiva sul mercato del lavoro per attrarre i giovani migliori.



5. Scelta della strategia

Il raggiungimento dei target di riferimento avviene nel seguente modo:

Per i beneficiari finali delle azioni dell'Ente:

- la modalità di raggiungimento avviene sia con interazione diretta che indiretta;
- l'azione è su vasta scala;
- la strategia comunicativa è di persuasione;
- lo stile comunicativo è una composizione fra tipo informativo e di intrattenimento/divertimento.

Per le istituzioni:

- la modalità di raggiungimento avviene con interazione diretta;
- l'azione è su piccola scala;
- la strategia comunicativa è di propaganda;
- lo stile comunicativo è di tipo informativo.

Per i media:

- la modalità di raggiungimento avviene con interazione diretta;
- l'azione è su piccola scala;
- la strategia comunicativa è sia di propaganda che di persuasione;
- lo stile comunicativo è una composizione fra tipo educativo, informativo e di intrattenimento/divertimento.

Per gli influenti:

- la modalità di raggiungimento avviene sia con interazione diretta che indiretta;
- l'azione è sia su vasta che piccola scala;
- la strategia comunicativa è di propaganda che di persuasione;
- lo stile comunicativo è una composizione fra tipo informativo e di intrattenimento/divertimento.

Per i dipendenti:

- la modalità di raggiungimento avviene con interazione diretta;
- l'azione è su vasta scala;
- la strategia comunicativa è sia di persuasione e di agevolazione;
- lo stile comunicativo è una composizione fra tipo educativo, informativo e di intrattenimento/divertimento.



6. Scelta dei contenuti

Gli strumenti di comunicazione si possono distinguere sinteticamente, in base al principio di diffusione, in mezzi:

- di distribuzione con attitudine ad essere materialmente conservati, e quindi facilmente consultabili più volte (depliant, volantini, guide, manuali, ecc). Strumenti destinati alla diffusione di messaggi ed informazioni di difficile memorizzazione o concernenti argomenti di contenuto complesso o particolarmente articolato;
- di trasmissione audiovisiva con attitudine ad essere memorizzati, assimilati ma non materialmente conservati (manifesti, spot radio e televisivi, stampa, ecc). Tali strumenti vengono preferiti per la loro diffusione e per la loro incentivazione dell'utenza al messaggio proposto a contenuti ovviamente generici e puramente divulgativi;
- di propaganda propositiva destinata alla tempestiva conoscenza di nuove iniziative (manifestazioni, fiere, forum, ecc.).

Ogni tipologia di strumento di comunicazione ha, pertanto, un proprio effetto sui propri destinatari; ogni effetto può essere differente in base alla tipologia di utenza beneficiaria del messaggio comunicato.

Gli effetti degli strumenti impiegati che possono essere di diffusione delle informazioni, di incentivazione all'uso dei servizi o propositivi di nuove iniziative, possono differenziarsi in base all'impulso che i vari criteri del messaggio hanno sull'utenza interessata.

Per un pubblico anziano è da preferirsi un canale di comunicazione tradizionale e cartaceo, mentre per i giovani è consigliabile la via telematica; la nuova campagna per l'istruzione infantile deve essere promossa nelle scuole, non nei mercati; l'applicazione di una nuova normativa o l'entrata in vigore di una nuova legge deve essere diffusa tramite la televisione, non pubblicata su un mensile a tirature locale e limitata.

La scelta degli strumenti è, quindi condizionata da una serie di elementi, quali:

- l'accessibilità e la facilità d'uso dei mezzi di comunicazione;
- l'attrattiva del messaggio diffuso;
- la velocità di diffusione del messaggio;
- gli ambienti in cui deve essere diffuso il messaggio e la rapidità con cui deve essere recepito.



Piano della comunicazione della Provincia di Crotone anno 2004

Per ciascuna attività sono illustrati i mezzi e gli strumenti cui è possibile tecnicamente fare ricorso.

ATTIVITA'	MEZZO	STRUMENTO
Pubblicità	Stampa quotidiana e stampa periodica	Annuncio (bianco/nero e colore di vario formato), distribuzione come allegati di depliant e opuscoli
	Televisione e radio	Spot, promozioni, coproduzioni, sponsorizzazioni.
	Cinema	Spot
	Affissioni	Manifesti, poster, dinamica
	Internet	Banner, key-words, sponsorizzazione
Ufficio Stampa	Agenzie, quotidiani, periodici, tv, radio, media on-line	Comunicato stampa, media list, cartella stampa, video-comunicato, conferenza stampa, interviste, educational, rassegna stampa.
Eventi	Comunicazione verbale	Congresso, convegno, seminario, tavola rotonda, presentazione, inaugurazione, riunione.
Fiere	Fiere e manifestazioni	Stand, camper itineranti, mostra-esposizione.
Comunicazione diretta	Direct mail	Indirizzi (data base), lettera, coupon.
	URP	Help-desk
Prodotti editoriali	Prodotti cartacei	House-organ e riviste periodiche, annuario, cartello illustratore, depliant, manifesto, newsletter, opuscolo monografico, volantino
Audiovisivi	Prodotti audiovisivi	Video istituzionali e Video didattici
	Internet	Sito dedicato e Portale
	New media	Firma digitale, carta d'identità elettronica, smart card, SMS del cellulare, CD-rom.



7. Le azioni dei servizi di informazione e comunicazione per il 2004

Le azioni dei servizi di informazione e comunicazione sono distinti nel seguente modo:

1) Eventi ricorrenti

Sono tutte le manifestazioni che ogni anno vengono riproposte dai diversi Settori, che hanno già una loro immagine definita ed un pubblico fidelizzato. La pianificazione della comunicazione in questo caso sfrutta il potere della memoria, il passaparola tra il pubblico delle passate edizioni, gli inviti personalizzati. La strategia ripercorre itinerari di diffusione delle informazioni, impiegando la gamma di azioni e di mezzi più adatti a mantenere le informazioni stesse in circolazione. Si utilizzeranno strumenti di memorizzazione, che permettono di conservare le informazioni e di renderle contemporaneamente disponibili al pubblico e agli organizzatori.

2) Eventi nuovi

Sono le iniziative nuove, che rappresentino eventi unici o la prima edizione di una serie di nuovi appuntamenti, richiedono un progetto di comunicazione da hoc, che in base agli obiettivi e al *target* propone un'immagine da veicolare su differenti mezzi. Strategicamente, si tratta di stimolare la percezione dei destinatari mettendo in luce le peculiarità dell'evento. In fase promozionale, manifestazioni nuove e/o temporanee privilegiano strumenti di trasmissione, che collegano un determinato gruppo di destinatari con la fonte dei messaggi, puntando inizialmente su strumenti di informazione unidirezionale quali la stampa, lo spot radio, la TV, i manifesti ecc.

3) Progetti

Nei casi di progetti in via di esecuzione, già decisi ma che necessitano del sostegno e del consenso di almeno una fetta di pubblico potrebbe essere importante organizzare incontri con il target interessato ed i tecnici; per le questioni più rilevanti, sia per l'impegno assunto dall'Amministrazione che per le polemiche potenziali connesse alla realizzazione, è possibile preparare presentazioni particolareggiate. Se l'avvio dell'attività connessa ai progetti, può causare disagi agli abitanti o cittadini in genere è opportuno sviluppare anticipatamente un'azione informativa mirata, sulla durata dei lavori, il tipo di problema, il motivo dell'intervento.

4) Servizi

Per comunicare scadenze e nuovi servizi significa rispondere ai bisogni dei cittadini, in un'ottica di soddisfazione del cliente che include necessariamente la valutazione di quanto realizzato e comunicato. Le categorie dei cittadini interessati devono essere messi in condizioni di avere a disposizione le informazioni, di sapere dove reperirle, di ottenere eventuali consulenze dagli addetti. Particolarmente efficace, in questi casi, il rapporto diretto con gli operatori degli sportelli per i cittadini, inclusi i decentrati delle circoscrizioni, e l'impiego della rete civica come strumento privilegiato per l'erogazione dei servizi a forte valenza pubblica.

5) Campagne di informazione e sensibilizzazione

In periodi o situazioni particolari potrebbe essere necessario attuare campagne di sensibilizzazione per informare i cittadini rispetto ad una novità pratica (es. nuove norme per la manutenzione degli impianti termici) o ad una questione più legata alla sfera della coscienza sociale. Si tratta di disegnare un quadro preciso dei bisogni e delle esigenze del pubblico rispetto alla questione da comunicare, mirando a suscitare suggestioni che accompagnano e danno forza alle informazioni veicolate.

Di seguito sono riportati le 222 azioni previste dal presente piano distinte nelle cinque classificazioni sopraindicate.



Piano della comunicazione della Provincia di Crotone anno 2004

7.1 Eventi ricorrenti

Presidenza della Giunta

Evento	La befana dei bambini
Obiettivo	Migliorare e semplificare il contatto con il cittadino/utente e con gli Enti
Descrizione	Celebrare la festa della befana nelle case di accoglienza con i bambini che versano in condizioni disagiate
Destinatari	Cittadini
Mezzi di comunicazione	Comunicato stampa ed Internet.
Tempi di realizzazione	Gennaio
Costi previsti	Nessuno

Evento	8 marzo Festa della Donna
Obiettivo	Migliorare e semplificare il contatto con il cittadino/utente e con gli Enti
Descrizione	Celebrare la festa per ricordare la Donna ed il suo fondamentale ruolo nella società. Alla festa è legato un concorso sulle pari opportunità per i bambini al fine di sensibilizzarli alle tematiche più importanti legate alle pari opportunità
Destinatari	Cittadini
Mezzi di comunicazione	Spot televisivi, stampa, affissioni, brochure, conferenza stampa ed Internet.
Tempi di realizzazione	Marzo
Costi previsti	€ 1.500

Evento	Maggio Crotonese
Obiettivo	Far emergere i punti di forza culturali e turistici
Descrizione	Valorizzare la passione per la musica classica per il pubblico della Provincia di Crotone
Destinatari	Cittadini
Mezzi di comunicazione	Spot televisivi, stampa, affissioni, brochure, conferenza stampa ed Internet.
Tempi di realizzazione	Maggio
Costi previsti	€ 10.000

Evento	Convegno annuale di Assindustria
Obiettivo	Dare visibilità e maggior consapevolezza alle opportunità di rilancio economico presenti sul territorio
Descrizione	Partecipare all'annuale appuntamento della sede di Assindustria di Crotone per discutere delle criticità allo sviluppo del mezzogiorno con Ministri, sottosegretari ed imprenditori
Destinatari	Mass media, Imprese e cittadini
Mezzi di comunicazione	Internet.
Tempi di realizzazione	Settembre
Costi previsti	€ 10.000



Piano della comunicazione della Provincia di Crotona anno 2004

Evento	Conferenza stampa di fine anno
Obiettivo	Favorire la più ampia e condivisa conoscenza e consapevolezza dei risultati, degli obiettivi e delle strategie dell'Amministrazione Provinciale
Descrizione	Presentare l'intera attività svolta nell'anno dall'Amministrazione Provinciale, i programmi realizzati e gli obiettivi raggiunti.
Destinatari	Mass media e cittadini
Mezzi di comunicazione	Spot televisivi, stampa e conferenza stampa
Tempi di realizzazione	Dicembre
Costi previsti	€ 5.000

Assessore Attività produttive, Politiche agricole e forestazione, Caccia e pesca e Agriturismo

Evento	III Conferenza provinciale dell'agricoltura
Obiettivo	Far emergere i punti di forza culturali e turistici
Descrizione	Partecipare all'annuale appuntamento della sede di Crotona per rappresentare il quadro del settore, far emergere i punti di forza e di criticità, fare le proposte ed individuare le eventuali soluzioni
Destinatari	Mass media, Imprese e cittadini
Mezzi di comunicazione	Televisione, Stampa, Internet
Tempi di realizzazione	Dicembre
Costi previsti	€ 10.000

Evento	III Fiera dell'artigianato della provincia di Crotona
Obiettivo	Far emergere i punti di forza culturali e turistici
Descrizione	Partecipare all'annuale appuntamento della sede della CNA di Crotona per fornire una vetrina dei prodotti tradizionali ed artigianali della Provincia, momento di discussione e di confronto sul settore
Destinatari	Mass media, Imprese e cittadini
Mezzi di comunicazione	Internet.
Tempi di realizzazione	Dicembre
Costi previsti	€ 12.000

Evento	Fiera zootecnica della provincia di Crotona
Obiettivo	Far emergere i punti di forza culturali e turistici
Descrizione	Partecipare all'annuale appuntamento per fornire un momento di riflessione sul comparto zootecnico, confronto su aspetti tecnici e sanitari degli allevamenti
Destinatari	Mass media, Imprese e cittadini
Mezzi di comunicazione	Internet
Tempi di realizzazione	Aprile
Costi previsti	€ 7.000



Piano della comunicazione della Provincia di Crotona anno 2004

Assessore Ambiente, Risorse idriche, Aree protette, Energia,
Urbanistica e Assetto e pianificazione territoriale

Evento	Progetto editoriale “Calypso” – rivista ufficiale dell’AMP
Obiettivo	Riposizionare l’immagine dell’Ente
Descrizione	Diffondere le attività dell’AMP, valorizzare il patrimonio naturalistico, storico – archeologico del territorio. La rivista “Calypso” è un valido strumento di comunicazione che vuole spaziare dalla divulgazione delle attività dell’amp a percorsi e riscoperte del territorio .
Destinatari	Enti locali e cittadini
Mezzi di comunicazione	Rivista, e-mail ed Internet
Tempi di realizzazione	Febbraio-Dicembre
Costi previsti	€ 3.000

Evento	Manifestazione “Pesca e pescatori. Tradizioni e gastronomia”
obiettivo	Far emergere i punti di forza culturali e turistici
Descrizione	Si tratta di quattro serate itineranti nelle piazze più importanti del territorio dell’amp, durante le quali si avrà la possibilità di gustare pietanze a base di pesce, cucinate in loco dai pescatori della zona
destinatari	Cittadini e turisti
Mezzi di comunicazione	Sito web, comunicato stampa, locandine, manifesti e volantini
Tempi di realizzazione	Agosto
Costi previsti	€ 7.000

Evento	II^ rassegna di filmati del mare
obiettivo	Far emergere i punti di forza culturali e turistici
Descrizione	Una serata estiva, all’interno del Castello Aragonese di Le Castella all’insegna delle più belle immagini e filmati sul mare.
destinatari	Cittadini e turisti
Mezzi di comunicazione	Sito web, comunicato stampa, locandine e manifesti
Tempi di realizzazione	Agosto
Costi previsti	€ 1.500

Assessore Sport, Turismo e Spettacolo

Evento	Partecipazione alla Fiera BIT di Milano
Obiettivo	Far emergere i punti di forza culturali e turistici
Descrizione	Partecipazione e potenziamento di fiere e mercati legati allo sviluppo ed alla valorizzazione dei prodotti e del territorio
Destinatari	Imprese
Mezzi di comunicazione	Brochure
Tempi di realizzazione	Febbraio
Costi previsti	€ 5.000



Piano della comunicazione della Provincia di Crotone anno 2004

Evento	Iscrizione squadre calcio ai vari campionati di categoria
Obiettivo	Far emergere il ruolo di promotore attivo dell'Istituzione per lo sviluppo delle politiche e delle strategie di rilancio economico e sociale del territorio
Descrizione	Contribuire alla diffusione dello Sport attraverso un contributo alle Società di Calcio della Provincia pari alla quota di iscrizione ai vari Campionati Dilettantistici 2003-2004.
Destinatari	Associazioni Sportive e Società di calcio.
Mezzi di comunicazione	Stampa, Tv
Tempi di realizzazione	Febbraio-Marzo
Costi previsti	€ 1.000

Evento	VIII edizione del "Festival Primavera"
Obiettivo	Far emergere i punti di forza culturali e turistici
Descrizione	Riscoprire e valorizzare il patrimonio storico-culturale del proprio territorio al fine di apportare uno sviluppo socio-culturale capace di stimolare e rafforzare la convivenza e la coesistenza tra gli uomini, siano essi appartenenti ad una stessa comunità oppure provenienti da etnie e culture diverse
Destinatari	Studenti e cittadini
Mezzi di comunicazione	Stampa, affissioni, brochure, conferenza stampa ed Internet.
Tempi di realizzazione	Maggio
Costi previsti	€ 2.000

Evento	XIX Edizione del campionato italiano "Supermarecross"
Obiettivo	Far emergere i punti di forza culturali e turistici
Descrizione	Campionato italiano di trial sulla spiaggia
Destinatari	Cittadini
Mezzi di comunicazione	Manifesti, Internet
Tempi di realizzazione	Maggio
Costi previsti	€ 2.000

Evento	Partecipazione alla Fiera BITEG di Riva del Garda
Obiettivo	Far emergere i punti di forza culturali e turistici
Descrizione	Partecipazione e potenziamento di fiere e mercati legati allo sviluppo ed alla valorizzazione dei prodotti e del territorio
Destinatari	Imprese
Mezzi di comunicazione	Brochure
Tempi di realizzazione	Maggio
Costi previsti	€ 5.000



Piano della comunicazione della Provincia di Crotona anno 2004

Evento	Presentazione del programma di sostegno alle attività sportive della Provincia
Obiettivo	Far emergere il ruolo di promotore attivo dell'Istituzione per lo sviluppo delle politiche e delle strategie di rilancio economico e sociale del territorio
Descrizione	Politica di sostegno alle varie attività sportive che si praticano nel territorio provinciale
Destinatari	Associazioni e cittadini
Mezzi di comunicazione	Conferenza stampa, manifesti ed Internet
Tempi di realizzazione	Aprile
Costi previsti	€ 1.000

Evento	Presentazione dell'iniziativa "Provincia Inverno - 2004/2005".
Obiettivo	Far emergere il ruolo di promotore attivo dell'Istituzione per lo sviluppo delle politiche e delle strategie di rilancio economico e sociale del territorio
Descrizione	Partecipazione e potenziamento di fiere e mercati legati allo sviluppo ed alla valorizzazione dei prodotti e del territorio
Destinatari	Associazioni e cittadini
Mezzi di comunicazione	Conferenza stampa, manifesti ed Internet
Tempi di realizzazione	Aprile
Costi previsti	€ 1.000

Evento	Un Anno pieno di sport
Obiettivo	Far emergere il ruolo di promotore attivo dell'Istituzione per lo sviluppo delle politiche e delle strategie di rilancio economico e sociale del territorio
Descrizione	Premiare le Società Sportive e gli Atleti della Provincia di Crotona che si sono distinti nel mondo dello sport nel corso del 2004
Destinatari	Associazione Sportive e Atleti della Provincia
Mezzi di comunicazione	Stampa, Tv, Manifesti
Tempi di realizzazione	Dicembre
Costi previsti	€ 6.000



Piano della comunicazione della Provincia di Crotone anno 2004

**Assessore Bilancio, Programmazione, Patrimonio,
Assistenza amministrativa enti locali e Decentramento**

Evento	II° edizione della Rassegna musicale e III° edizione del Festival di Canzoni d'autore per Rino Gaetano "Una casa per Rino"
Obiettivo	Far emergere i punti di forza culturali e turistici
Descrizione	Costruire un'officina musicale per i giovani del territorio, far emergere i punti di forza culturali e turistici del territorio, celebrare un grande artista crotonese fra i più grandi interpreti della canzone d'autore italiana. Tre grandi appuntamenti invernali al Teatro Apollo e 5 estivi all'aperto con protagonisti grandi interpreti della canzone d'autore italiana, i rappresentanti delle rassegne più prestigiose, giornalisti e amministratori.
Destinatari	Cittadini
Mezzi di comunicazione	Spot televisivi, stampa, affissioni, brochure, conferenza stampa ed Internet.
Tempi di realizzazione	Febbraio-Marzo; Agosto-Settembre
Costi previsti	€15.000

Assessorato Politiche sociali, Emigrazione/Immigrazione, Protezione civile e Trasporti

Evento	Non solo anziani
Obiettivo	Far emergere il ruolo di promotore attivo dell'Istituzione per lo sviluppo delle politiche e delle strategie di rilancio economico e sociale del territorio
Descrizione	Favorire eventi che rappresentano uno svago e un riconoscimento alla fascia sociale degli anziani, con la presentazione di esposizioni artigianali e il coinvolgimento degli anziani dei comuni del comprensorio.
Destinatari	Anziani
Mezzi di comunicazione	Spot televisivi, stampa, affissioni, brochure, conferenza stampa ed Internet.
Tempi di realizzazione	Maggio
Costi previsti	€ 2.000

Evento	VI° Rapporto annuale sulla Qualità e le Politiche Sociali attivato dall'Amministrazione Provinciale di Crotone
Obiettivo	Far emergere il ruolo di promotore attivo dell'Istituzione per lo sviluppo delle politiche e delle strategie di rilancio economico e sociale del territorio
Descrizione	Presentazione dell'annuale rapporto, predisposto in collaborazione con il Forum degli Assessorati, sulla qualità delle politiche sociali adottate dalla Provincia di Crotone
Destinatari	Enti locali e cittadini
Mezzi di comunicazione	Mass Media, Conferenza stampa, Volume, CD Rom e Internet
Tempi di realizzazione	Novembre
Costi previsti	€ 2.000



Piano della comunicazione della Provincia di Crotone anno 2004

Assessorato Cultura, Pubblica istruzione, Ricerca, Università ed Edilizia scolastica

Evento	Stagione Teatrale 2003/2004
Obiettivo	Far emergere i punti di forza culturali e turistici
Descrizione	Riproporre, come ormai avviene dal 1996, un valido programma di attività teatrale nel territorio della Provincia attraverso una variegata e ricca attività che prevede la realizzazione di spettacoli di qualità con importanti e qualificate compagnie teatrali. La Provincia intende, così, diffondere sul territorio la cultura teatrale per ampliare l'offerta formativa culturale e teatrale.
Destinatari	Cittadini
Mezzi di comunicazione	Spot televisivi, stampa, affissioni, brochure, conferenza stampa ed Internet.
Tempi di realizzazione	Gennaio-Aprile; Ottobre-Dicembre
Costi previsti	€20.000

Evento	
Obiettivo	Far emergere i punti di forza culturali e turistici
Descrizione	
Destinatari	Cittadini
Mezzi di comunicazione	Affissioni, brochure, stampa ed Internet.
Tempi di realizzazione	Gennaio
Costi previsti	Nessuno

Evento	Premio itinerante Pino Laricio
Obiettivo	Far emergere i punti di forza culturali e turistici
Descrizione	Valorizzare la montagna in tutti i suoi aspetti socio-economici e culturali attraverso la realizzazione di un premio forma itinerante, interessando i territori montani della Provincia
Destinatari	Cittadini, altre istituzioni
Mezzi di comunicazione	Stampa, affissioni, conferenza stampa ed Internet.
Tempi di realizzazione	Marzo
Costi previsti	€ 2.000

Evento	Sezione speciale del Premio Crotone
Obiettivo	Far emergere i punti di forza culturali e turistici
Descrizione	Realizzare la sezione speciale del Premio Crotone sul filone della cultura e della memoria. Nell'occasione, ci sarà un concorso promosso nelle scuole della Provincia sul tema della importante ricorrenza: "Il 25 aprile del 1945 nel marchesato di Crotone – Libertà democrazia lotte per la terra tra città fabbrica e comuni contadini". Questo periodo storico potrà essere illustrato tramite fotografie storiche, documentari video o ricerche storiche.
Destinatari	Cittadini, altre istituzioni
Mezzi di comunicazione	Stampa, affissioni, brochure, conferenza stampa ed Internet.
Tempi di realizzazione	Aprile
Costi previsti	€ 2.000



Piano della comunicazione della Provincia di Crotona anno 2004

Evento	Stagione estiva 2004 – VI° edizione di “Provincia d’autore”
Obiettivo	Far emergere i punti di forza culturali e turistici
Descrizione	Rendere più gradevoli le serate estive nelle località turistiche valorizzando le rassegne teatrali all’aperto, in siti di interesse storico, archeologico e paesaggistico nei comuni della provincia.
Destinatari	Cittadini, enti locali e turisti
Mezzi di comunicazione	Spot televisivi, stampa, affissioni, brochure, conferenza stampa ed Internet.
Tempi di realizzazione	Giugno - Agosto
Costi previsti	€10.000

Evento	Stagione estiva 2004 – Rassegna Musicale “Articanto 2004”
Obiettivo	Far emergere i punti di forza culturali e turistici
Descrizione	Tale manifestazione prevede la realizzazione di attività nei comuni sede di parco culturale e nei paesi di origine albanese. L’obiettivo è di valorizzare, attraverso eventi culturalmente rilevanti, i parchi culturali presenti nella Provincia.
Destinatari	Cittadini, enti locali e turisti
Mezzi di comunicazione	Spot televisivi, stampa, affissioni, brochure, conferenza stampa ed Internet.
Tempi di realizzazione	Agosto
Costi previsti	€5.000

Evento	Stagione estiva 2004 – Certi notti cabaret 2004
Obiettivo	Far emergere i punti di forza culturali e turistici
Descrizione	Tale manifestazione prevede la realizzazione di attività nei comuni a più forte vocazione di turismo balneare valorizzando le rassegne teatrali all’aperto.
Destinatari	Cittadini, enti locali e turisti
Mezzi di comunicazione	Spot televisivi, stampa, affissioni, brochure, conferenza stampa ed Internet.
Tempi di realizzazione	Agosto
Costi previsti	€5.000

Evento	V° edizione del “Premio Crotona”
Obiettivo	Far emergere i punti di forza culturali e turistici
Descrizione	Recuperare il patrimonio culturale ereditato dal più famoso “Premio Crotona” che nel 1956 ha rappresentato un momento importante per la rinascita culturale del mezzogiorno.
Destinatari	Cittadini, altre istituzioni
Mezzi di comunicazione	Spot televisivi, stampa, affissioni, brochure, conferenza stampa ed Internet.
Tempi di realizzazione	Dicembre
Costi previsti	€ 5.000



Piano della comunicazione della Provincia di Crotona anno 2004

7.2 Eventi nuovi

Presidenza della Giunta

Evento	Presentazione del Piano di comunicazione 2004 della Provincia di Crotona
Obiettivo	Riposizionare l'immagine dell'Ente attraverso il rafforzamento e la promozione della stessa nell'opinione pubblica
Descrizione	Presentare l'intero programma di iniziative di comunicazione e di informazione della Provincia di Crotona per l'anno 2004
Destinatari	Mass media e cittadini
Mezzi di comunicazione	Stampa, brochure, pubblicazione, conferenza stampa ed Internet.
Tempi di realizzazione	Febbraio
Costi previsti	€ 5.000

Evento	Presentazione I° Rapporto sulla Ricerca Scientifica e Tecnologica della Provincia di Crotona
Obiettivo	Far emergere il ruolo di promotore attivo dell'Istituzione per lo sviluppo delle politiche e delle strategie di rilancio economico e sociale del territorio
Descrizione	Presentare il report sullo studio del ruolo della ricerca scientifica e l'utilizzo delle tecnologie nella Provincia di Crotona
Destinatari	Mass media e cittadini
Mezzi di comunicazione	Stampa, comunicato stampa ed Internet
Tempi di realizzazione	Febbraio
Costi previsti	€ 500

Evento	Presentazione del bilancio dell'attività svolta nei due mandati
Obiettivo	Favorire la più ampia e condivisa conoscenza e consapevolezza dei risultati, degli obiettivi e delle strategie dell'Amministrazione Provinciale
Descrizione	Presentare il cd bilancio di mandato sull'attività svolta nella presente legislatura
Destinatari	Mass media e cittadini
Mezzi di comunicazione	Stampa, comunicato stampa ed Internet
Tempi di realizzazione	Marzo
Costi previsti	€ 5.000

Evento	Conferenza di presentazione del Piano di sviluppo strategico dell'Ente
Obiettivo	Favorire la più ampia e condivisa conoscenza e consapevolezza dei risultati, degli obiettivi e delle strategie dell'Amministrazione Provinciale
Descrizione	Presentare l'intera programma di legislatura dell'Amministrazione Provinciale.
Destinatari	Mass media e cittadini
Mezzi di comunicazione	Stampa, brochure, conferenza stampa ed Internet.
Tempi di realizzazione	Settembre
Costi previsti	€ 2.000



Piano della comunicazione della Provincia di Crotona anno 2004

Assessore Attività produttive, Politiche agricole e forestazione, Caccia e pesca e Agriturismo

Evento	Seminari divulgativi sull'agricoltura
Obiettivo	Dare visibilità e maggior consapevolezza alle opportunità di rilancio economico presenti sul territorio
Descrizione	Seminari divulgativi ed informativi sulle tematiche tecniche, gestionali e produttive sui comparti agricoli più importanti e rappresentativi
Destinatari	Cittadini
Mezzi di comunicazione	Seminari, stampa ed Internet
Tempi di realizzazione	Febbraio - Dicembre
Costi previsti	€ 5.000

Evento	Raduno cacciatori, parco faunistico, gare
Obiettivo	Dare visibilità e maggior consapevolezza alle opportunità di rilancio economico presenti sul territorio
Descrizione	Incontro sulle tematiche relative al settore caccia e pesca, momento di incontro con gli iscritti alle associazioni faunistiche e venatorie
Destinatari	Cittadini
Mezzi di comunicazione	Seminari, stampa ed Internet
Tempi di realizzazione	Febbraio - Dicembre
Costi previsti	€ 5.000

Evento	Partecipazione all'Associazione città del vino
Obiettivo	Dare visibilità e maggior consapevolezza alle opportunità di rilancio economico presenti sul territorio
Descrizione	Fornire dati, notizie sul settore vitivinicolo. Descrivere le caratteristiche del settore, far emergere i punti di forza e di criticità, promuovere l'immagine del settore. Operare azioni di marketing e di valorizzazione del binomio vino-territorio
Destinatari	Cittadini, Imprese
Mezzi di comunicazione	Seminari, stampa ed Internet
Tempi di realizzazione	Ottobre
Costi previsti	€ 5.000

Evento	Mostra – Mercato dell'olio d'oliva
Obiettivo	Dare visibilità e maggior consapevolezza alle opportunità di rilancio economico presenti sul territorio
Descrizione	Allestimento di stands, predisposizione di incontri, dibattiti. Premiazione del migliore olio d'oliva crotonese al fine di promuovere e valorizzare l'olio d'oliva del crotonese
Destinatari	Cittadini, Imprese
Mezzi di comunicazione	Seminari, Fiere, stampa ed Internet
Tempi di realizzazione	Dicembre
Costi previsti	€ 1.000



Piano della comunicazione della Provincia di Crotona anno 2004

Evento	Presentazione osservatorio sulla pesca
Obiettivo	Dare visibilità e maggior consapevolezza alle opportunità di rilancio economico presenti sul territorio
Descrizione	Monitoraggio, raccolta dati ed elementi per costituire una banca dati al fine di analizzare nel dettaglio il settore e per la predisposizione della carta ittica
Destinatari	Cittadini, Imprese
Mezzi di comunicazione	Seminari, Fiere, stampa ed Internet
Tempi di realizzazione	Dicembre
Costi previsti	€ 1.000

Assessore Lavoro, Formazione professionale, Personale e Affari legali

Evento	Presentazione del piano strategico per l'occupazione nella provincia di Crotona
Obiettivo	Far emergere il ruolo di promotore attivo dell'Istituzione per lo sviluppo delle politiche e delle strategie di rilancio economico e sociale del territorio
Descrizione	Realizzare un quadro chiaro e dettagliato della situazione occupazionale e delle realtà produttive esistenti, analizzando le esigenze delle aziende, degli operatori economici e la composizione dell'offerta di lavoro esistente sul territorio
Destinatari	Disoccupati, Imprese ed Enti locali
Mezzi di comunicazione	Conferenza stampa, Brochure, Internet
Tempi di realizzazione	Aprile
Costi previsti	€ 5.000

Assessore Ambiente, Risorse idriche, Aree protette, Energia, Urbanistica e Assetto e pianificazione territoriale

Evento	Presentazione degli Studi commissionati dall'Area Protetta Capo Rizzuto
Obiettivo	Dare visibilità e maggior consapevolezza alle opportunità di rilancio economico presenti sul territorio
Descrizione	Presentazione degli studi commissionati dall'AMP: "Studio sulle condizioni ambientali di tipo geomorfologico ed ecologico in relazione all'attività estrattiva metanifera nell'Area Protetta Capo Rizzuto"; "Studio sulle condizioni ambientali di tipo geomorfologico ed ecologico in relazione all'attività estrattiva metanifera nell'Area Protetta Capo Rizzuto"; "Quali opportunità di sviluppo per le popolazioni locali?"; "La conservazione delle praterie di Posidonia Oceanica: metodi di controllo"
Destinatari	Enti locali e cittadini
Mezzi di comunicazione	Comunicato stampa, pubblicazione, tavole rotonde ed Internet
Tempi di realizzazione	Febbraio
Costi previsti	€ 3.000



Piano della comunicazione della Provincia di Crotona anno 2004

Evento	Relazione sullo stato dell'ambiente della Provincia di Crotona
Obiettivo	Dare visibilità e maggior consapevolezza alle opportunità di rilancio economico presenti sul territorio
Descrizione	Presentazione dei dati di monitoraggio sullo stato dell'acqua, dell'aria e del suolo e del piano provinciale dei rifiuti
Destinatari	Enti locali e cittadini
Mezzi di comunicazione	Comunicato stampa, pubblicazione ed Internet
Tempi di realizzazione	Aprile
Costi previsti	€ 2.000

Evento	Presentazione volume "La gestione dell'AMP di Capo Rizzuto"
Obiettivo	Migliorare e semplificare il contatto con il cittadino/utente e con gli Enti
Descrizione	Rendere trasparente il sistema di gestione dell'Area Protetta Capo Rizzuto
Destinatari	Enti locali e cittadini
Mezzi di comunicazione	Comunicato stampa, pubblicazione, tavole rotonde ed Internet
Tempi di realizzazione	Aprile
Costi previsti	€ 1.500

Evento	Presentazione report finale sull'indagine della domanda/offerta turistica nell' AMP di Capo Rizzuto
Obiettivo	Far emergere i punti di forza culturali e turistici
Descrizione	Presentazione dello studio dell'analisi della domanda e dell'offerta turistica dell'area protetta
Destinatari	Enti locali e cittadini
Mezzi di comunicazione	Comunicato stampa, pubblicazione, tavole rotonde ed Internet
Tempi di realizzazione	Maggio
Costi previsti	€ 1.500

Assessore Sport, Turismo e Spettacolo

Evento	Partecipazione alla cerimonia di Cernobbio (CO) di inaugurazione dell'Anno Europeo dell'Educazione attraverso lo Sport
Obiettivo	Far emergere il ruolo di promotore attivo dell'Istituzione per lo sviluppo delle politiche e delle strategie di rilancio economico e sociale del territorio
Descrizione	Inserimento della Provincia di Crotona nei circuiti delle manifestazioni di promozione dell'educazione attraverso lo Sport che si terranno nel corso del 2004 e promozione delle nostre radici culturali e sportive attraverso l'esposizione dei pannelli relativi alla Mostra iconografica dei Giochi Olimpici della Grecia e della Magna Grecia
Destinatari	Vari Enti Nazionali, cittadini, scuole
Mezzi di comunicazione	Stampa, Conferenza stampa ed Internet
Tempi di realizzazione	Gennaio
Costi previsti	€ 1.000



Piano della comunicazione della Provincia di Crotone anno 2004

Evento	Partecipazione Salone Expo di Bruxelles
Obiettivo	Far emergere i punti di forza culturali e turistici
Descrizione	Partecipazione con uno stand della Provincia
Mezzi di comunicazione	Materiale di promozione turistica cartaceo e video
Destinatari	Tour operators e domanda turistica privata
Tempi di realizzazione	Febbraio
Costi previsti	€4.000

Evento	Spettacolo e Solidarietà
Obiettivo	Far emergere i punti di forza culturali e turistici
Descrizione	Contribuire a rendere più gradevole il soggiorno dei residenti, a valorizzare iniziative culturali, musicali, teatrali locali e devolvere i ricavi dei biglietti d'ingresso in beneficenza
Mezzi di comunicazione	Stampa, TV, manifesti, Internet
Destinatari	Cittadini
Tempi di realizzazione	Febbraio-Marzo
Costi previsti	€1.000

Evento	Quartiere protagonista
Obiettivo	Far emergere i punti di forza culturali e turistici
Descrizione	Valorizzare gli artisti locali con l'organizzazione nei vari quartieri di spettacoli che coinvolgono i comuni cittadini
Mezzi di comunicazione	Stampa, TV, manifesti, Internet
Destinatari	Cittadini
Tempi di realizzazione	Febbraio-Marzo
Costi previsti	€1.000

Evento	Partecipazione alla II Edizione Mostra Equestre del Capo
Obiettivo	Far emergere i punti di forza culturali e turistici
Descrizione	Valorizzazione di attività e potenziamento di fiere legate allo sviluppo ed alla valorizzazione dei prodotti e del territorio
Destinatari	Turisti e residenti
Mezzi di comunicazione	Stampa, TV, manifesti
Tempi di realizzazione	Aprile
Costi previsti	€20.000

Evento	Concorso provinciale e nazionale del Presepe
Obiettivo	Far emergere i punti di forza culturali e turistici
Descrizione	Animazione del periodo natalizio con serate di spettacolo ed esposizioni di presepi nei siti culturali della Provincia e creare, attraverso il concorso, un flusso turistico che coinvolgerà i partecipanti provenienti da fuori Regione
Destinatari	Cittadini
Mezzi di comunicazione	Stampa, TV, manifesti, Internet
Tempi di realizzazione	Dicembre
Costi previsti	€1.000



Piano della comunicazione della Provincia di Crotona anno 2004

Evento	Presepe subacqueo
Obiettivo	Far emergere i punti di forza culturali e turistici
Descrizione	Arricchire e valorizzare il presepe subacqueo immerso a Natale 2003 nella Riserva Marina
Destinatari	Cittadini
Mezzi di comunicazione	Stampa, TV, manifesti, Internet
Tempi di realizzazione	Dicembre
Costi previsti	€1.000

Assessorato Cultura, Pubblica istruzione, Ricerca, Università ed Edilizia scolastica

Evento	Convegno sulla diffusione della cultura della ricerca scientifica e dell'innovazione tecnologica nelle scuole
Obiettivo	Far emergere il ruolo di promotore attivo dell'Istituzione per lo sviluppo delle politiche e delle strategie di rilancio economico e sociale del territorio
Descrizione	Inaugurazione del nuovo Istituto Tecnico per Geometri con sede a Crotona.
Destinatari	Cittadini, studenti ed imprese
Mezzi di comunicazione	Seminari, convegno, comunicato stampa, cd rom, e Internet
Tempi di realizzazione	Gennaio
Costi previsti	€ 2.500

Evento	Mostra di Domenico Purificato
Obiettivo	Far emergere il ruolo di promotore attivo dell'Istituzione per lo sviluppo delle politiche e delle strategie di rilancio economico e sociale del territorio
Descrizione	Far conoscere al grande pubblico Domenico Purificato attraverso una mostra al Museo Provinciale d'Arte Contemporanea (MAC) di Crotona. Il pittore è un grande protagonista del panorama culturale del Novecento, uno dei massimi esponenti dell'arte italiana in quanto è stato un artista poliedrico, che diede validissimi contributi anche nel campo del cinema e della letteratura anche se è per la sua pittura che viene ancor oggi visto come un esempio da molti artisti del nostro tempo.
Destinatari	Cittadini e studenti
Mezzi di comunicazione	Mostra, comunicato stampa, cd rom, e Internet
Tempi di realizzazione	Febbraio
Costi previsti	€ 10.000



Piano della comunicazione della Provincia di Crotona anno 2004

Evento	Concorso fotografico “Obiettivo sul Mediterraneo”
Obiettivo	Far emergere i punti di forza culturali e turistici
Descrizione	Realizzare tre sezioni di concorso, di cui una dedicata ai professionisti (sezione unica), un'altra dedicata ai fotoamatori (sezione bianco e nero e sezione stampe a colori) ed, infine, un'altra dedicata specificamente agli studenti (sezione unica). La mostra del Concorso fotografico sarà esposta insieme alla mostra “La Provincia di Crotona verso il Mediterraneo” del fotografo Tano D'Amico presso il Museo provinciale d'Arte Contemporanea (MAC).
Destinatari	Cittadini e studenti
Mezzi di comunicazione	Mostra, bando di concorso, conferenza stampa e Internet
Tempi di realizzazione	Febbraio
Costi previsti	€ 10.000

Evento	Presentazione anno accademico 2003-2004 corso di Laurea in Scienze Giuridiche
Obiettivo	Far emergere il ruolo di promotore attivo dell'Istituzione per lo sviluppo delle politiche e delle strategie di rilancio economico e sociale del territorio
Descrizione	Presentazione del corso di Laurea in Scienze Giuridiche realizzato con convenzione con L'Università di Camerino
Destinatari	Cittadini, mass media e studenti
Mezzi di comunicazione	Conferenza stampa, manifesti, opuscoli e Internet
Tempi di realizzazione	Febbraio
Costi previsti	€ 10.000

Evento	Convegno sul Polo del legno di Petilia Policastro
Obiettivo	Dare visibilità e maggior consapevolezza alle opportunità di rilancio economico presenti sul territorio
Descrizione	Illustrare il progetto che vede la Provincia di Crotona impegnata nella realizzazione del Polo scolastico del legno e nell'annesso centro di ricerca, che può garantire uno sviluppo economico e sociale dell'intera area e realizzare relazioni con le realtà istituzionali, industriali e scolastiche delle province del centro e del nord Italia in cui c'è una forte realtà industriale legata alla lavorazione del legno.
Destinatari	Cittadini, studenti e imprese
Mezzi di comunicazione	Convegno, stampa, conferenza stampa e Internet
Tempi di realizzazione	Aprile
Costi previsti	€ 5.000



Piano della comunicazione della Provincia di Crotona anno 2004

Evento	Inaugurazione dell'Istituto Tecnico per Geometri di Crotona
Obiettivo	Far emergere il ruolo di promotore attivo dell'Istituzione per lo sviluppo delle politiche e delle strategie di rilancio economico e sociale del territorio
Descrizione	Inaugurazione del nuovo Istituto Tecnico per Geometri con sede a Crotona.
Destinatari	Cittadini
Mezzi di comunicazione	Stampa, conferenza stampa e Internet
Tempi di realizzazione	Aprile
Costi previsti	€ 500

Evento	Giornata di studi su P. P. Pasolini
Obiettivo	Far emergere il ruolo di promotore attivo dell'Istituzione per lo sviluppo delle politiche e delle strategie di rilancio economico e sociale del territorio
Descrizione	Giornata di studio in ricordo di Pier Paolo Pasolini dal titolo "Il Corsaro, Pier Paolo Pasolini visto dal Sud" e riguarderà approfondimenti dei vari aspetti della figura di questo grandissimo personaggio del panorama culturale italiano, che è stato spesso in Calabria e che ha ricevuto anche il Premio Crotona.
Destinatari	Cittadini
Mezzi di comunicazione	Seminario, conferenza stampa e Internet
Tempi di realizzazione	Aprile
Costi previsti	€ 10.000

Evento	Convegno su Guido Calogero
Obiettivo	Far emergere il ruolo di promotore attivo dell'Istituzione per lo sviluppo delle politiche e delle strategie di rilancio economico e sociale del territorio
Descrizione	Giornata di studio in ricordo di Guido Calogero, che insieme a Benedetto Croce, fu uno dei massimi protagonisti del mondo culturale italiano dell'epoca in cui imperversava il fascismo. Recentemente il filosofo è stato riscoperto, come testimonia la recentissima ripubblicazione di quella che è stata la sua opera principale "La scuola dell'uomo", uscito nel 1939 ed ampliato nel 1956. l'opera in questione è stata definita dal Presidente della Repubblica Carlo Azeglio Ciampi "un vero e proprio manifesto della libertà".
Destinatari	Cittadini e studenti
Mezzi di comunicazione	Seminario, comunicato stampa e Internet
Tempi di realizzazione	Maggio
Costi previsti	€ 5.000



Piano della comunicazione della Provincia di Crotone anno 2004

7.3 Progetti

Presidenza della Giunta

Evento	Redazione e stampa della rivista della Provincia di Crotone
Obiettivo	Riposizionare l'immagine dell'Ente
Descrizione	Distribuzione ai cittadini, ai dipendenti e ai comuni di rivista informativa mensile sulle scelte, l'attività e gli altri atti compiuti dall'Amministrazione nei suoi vari comparti politici, amministrativi e tecnici al fine di aumentare la trasparenza degli atti e dell'azione amministrativa.
Destinatari	Cittadini ed Enti locali
Mezzi di comunicazione	Comunicato stampa, Rivista ed Internet
Tempi di realizzazione	Marzo – Aprile; Settembre - Dicembre
Costi previsti	€ 10.000

Evento	Potenziamento del sito www.provincia.crotone.it
Obiettivo	Rimodulazione del sito internet della Provincia
Descrizione	Presentazione delle implementazioni del sito, in termini di aumento della velocità, rifacimento della veste grafica, incremento della qualità e della quantità delle informazioni sulla Provincia di Crotone, attivazione dell'Intranet per favorire la crescita del grado di partecipazione e di motivazione del personale, la realizzazione della comunità virtuale dei controlli interni, delle politiche comunitarie e degli URP dei comuni della Provincia
Destinatari	Cittadini, Enti locali, Dipendenti e Mass media
Mezzi di comunicazione	Internet, conferenza stampa, stampa
Tempi di realizzazione	Aprile - Luglio
Costi previsti	€ 1.000

Evento	Sviluppo e promozione di servizi on line per i cittadini
Obiettivo	Miglioramento della qualità dell'iterazione
Descrizione	Distribuzione ai cittadini di codice utente e password per l'accesso a servizi personalizzati
Destinatari	Cittadini ed Enti locali
Mezzi di comunicazione	Internet, comunicato stampa e lettera
Tempi di realizzazione	Aprile - Dicembre
Costi previsti	€ 10.000



Piano della comunicazione della Provincia di Crotona anno 2004

Evento	Analisi di customer satisfaction sull'aspettative dell'utenza per il servizio URP
Obiettivo	Ricerca sociale
Descrizione	Realizzare dei questionari da far compilare ad un campione di potenziale utenza per stabilire il livello di qualità attesa per il servizio URP provinciale
Destinatari	Cittadini
Mezzi di comunicazione	Internet e posta
Tempi di realizzazione	Settembre
Costi previsti	€ 2.000

Assessore Lavori Pubblici, Viabilità, Infrastrutture e Politiche Comunitarie

Evento	Corsi di educazione stradale nelle scuole della provincia anno scolastico 2003/2004
Obiettivo	Far emergere il ruolo di promotore attivo dell'Istituzione per lo sviluppo delle politiche e delle strategie di rilancio economico e sociale del territorio
Descrizione	Abituare i prossimi autisti della strada al rispetto delle regole della strada al fine di ridurre gli incidenti per eccesso di velocità o comportamenti scorretti
Destinatari	Studenti
Mezzi di comunicazione	Comunicato stampa ed Internet
Tempi di realizzazione	Gennaio - Marzo
Costi previsti	€ 5.000

Evento	Presentazione dello studio di prefattibilità del Parco archeologico dell'Antica Kroton
Obiettivo	Far emergere i punti di forza culturali e turistici
Descrizione	Il progetto ha l'obiettivo di riportare alla luce la città vecchia di Kroton, prima forma di connurbazione urbana della storia, legando all'attrazione per i resti archeologici tutto un circuito di nuovo sviluppo turistico
Destinatari	Enti locali, Imprese e cittadini
Mezzi di comunicazione	Mass media, Conferenza stampa ed Internet
Tempi di realizzazione	Aprile
Costi previsti	€ 1.000

Evento	Analisi di customer satisfaction sul servizio mensile di Euroletters delle Politiche comunitarie
Obiettivo	Ricerca sociale
Descrizione	Realizzare dei questionari da far compilare all'intero target di utenza per stabilire il livello di soddisfazione per la pubblicazione mensile denominata Euroletters
Destinatari	Enti locali, professionisti ed Imprese
Mezzi di comunicazione	Internet e posta
Tempi di realizzazione	Settembre
Costi previsti	€ 1.000



Piano della comunicazione della Provincia di Crotona anno 2004

Evento	Servizio di assistenza tecnica ai Comuni per la presentazione di progetti comunitari
Obiettivo	Far emergere il ruolo di promotore attivo dell'Istituzione per lo sviluppo delle politiche e delle strategie di rilancio economico e sociale del territorio
Descrizione	Fornire la metodologia, l'assistenza e l'affiancamento consulenziale per la predisposizione di progetti comunitari
Destinatari	Enti locali
Mezzi di comunicazione	Manifesti, stampa, lettere ed Internet
Tempi di realizzazione	Settembre – Dicembre
Costi previsti	€ 10.000

Assessore Attività produttive, Politiche agricole e forestazione, Caccia e pesca e Agriturismo

Evento	Partecipazione al Parco Tecnologico
Obiettivo	Far emergere i punti di forza culturali e turistici
Descrizione	Stimolare la ricerca e gli studi su produzioni attraverso la realizzazione di strutture e strumenti altamente tecnologici.
Destinatari	Imprese
Mezzi di comunicazione	Comunicato Stampa, Internet
Tempi di realizzazione	Gennaio
Costi previsti	€ 1.000

Evento	Partecipazione attività di promozione e progettazione al progetto guida fitosanitaria in vitivinicoltura
Obiettivo	Migliorare e semplificare il contatto con il cittadino/utente e con gli Enti
Descrizione	Azione di informazione e di assistenza per fornire strumenti tecnici e divulgativi ai vitivinicoltori del crotonese in collaborazione con la CCIAA.
Destinatari	Imprese
Mezzi di comunicazione	Seminari, Stampa, pubblicazione, Internet
Tempi di realizzazione	Giugno-Settembre
Costi previsti	€ 5.000



Piano della comunicazione della Provincia di Crotone anno 2004

Assessore Lavoro, Formazione professionale, Personale e Affari legali

Evento	Presentazione del Progetto Provinciale di Orientamento
Obiettivo	Dare visibilità e maggior consapevolezza alle opportunità di rilancio economico presenti sul territorio
Descrizione	Attivare una strategia sulle attività di orientamento, nella prospettiva della realizzazione di un processo di integrazione dei sistemi formativi e dell'impiego, attraverso l'attivazione di una rete di servizi di informazione, di orientamento, di bilancio delle competenze e di consulenza, coinvolgendo una gamma estesa di soggetti pubblici e privati
Destinatari	Disoccupati, fasce deboli e svantaggiate
Mezzi di comunicazione	Conferenza stampa, brochure, internet
Tempi di realizzazione	Aprile
Costi previsti	€2.000

Evento	Analisi di customer satisfaction sui servizi erogati dal mercato del lavoro
Obiettivo	Ricerca sociale
Descrizione	Realizzare dei questionari da far compilare ad un campione di potenziale utenza per stabilire il livello di qualità percepito per i servizi erogati dai centri per l'impiego
Destinatari	Enti locali e cittadini
Mezzi di comunicazione	Internet e posta
Tempi di realizzazione	Aprile
Costi previsti	€ 2.000

Evento	Indagine sulla percezione del lavoro dei dipendenti provinciali
Obiettivo	Ricerca sociale
Descrizione	Realizzare dei questionari da far compilare a tutti i dipendenti per stabilire il livello di soddisfazione e di spirito di appartenenza all'amministrazione provinciale
Destinatari	Dipendenti
Mezzi di comunicazione	Lettera
Tempi di realizzazione	Aprile
Costi previsti	€ 2.000



Piano della comunicazione della Provincia di Crotona anno 2004

Assessore Ambiente, Risorse idriche, Aree protette, Energia,
Urbanistica e Assetto e pianificazione territoriale

Evento	Presentazione del Progetto di telesorveglianza lungo la costa dell'amp
Obiettivo	Far emergere il ruolo di promotore attivo dell'Istituzione per lo sviluppo delle politiche e delle strategie di rilancio economico e sociale del territorio
Descrizione	Rendere noto il sistema di telesorveglianza, attraverso nove postazioni dislocate lungo la costa dell'amp, da Capo Colonna a Praialonga, costituisce un importante strumento operativo per la tutela dell'area contro gli abusi. Attraverso queste telecamere si potrà monitorare costantemente il mare e la costa della riserva e segnalare abusi edilizi, pesca di frodo e tutti gli illeciti
Destinatari	Cittadini ed Enti locali
Mezzi di comunicazione	Conferenza stampa, comunicato stampa ed Internet
Tempi di realizzazione	Febbraio
Costi previsti	Nessuno

Evento	Presentazione dei risultati del Progetto Agenda 21KR
Obiettivo	Dare visibilità e maggior consapevolezza alle opportunità di rilancio economico presenti sul territorio
Descrizione	Presentazione dei risultati ottenuti con il progetto approvato dal Ministero dell'Ambiente denominato Agenda 21KR
Destinatari	Cittadini ed Enti locali
Mezzi di comunicazione	Convegno, comunicato stampa, brochure ed Internet
Tempi di realizzazione	Aprile
Costi previsti	€ 5.000

Evento	Presentazione dei risultati del Progetto APE
Obiettivo	Dare visibilità e maggior consapevolezza alle opportunità di rilancio economico presenti sul territorio
Descrizione	Presentazione dei risultati ottenuti con il progetto approvato dalla Regione Calabria denominato Appennino Parco d'Europa (APE)
Destinatari	Cittadini ed Enti locali
Mezzi di comunicazione	Convegno, comunicato stampa, brochure ed Internet
Tempi di realizzazione	Aprile
Costi previsti	€ 5.000



Piano della comunicazione della Provincia di Crotone anno 2004

Evento	Interventi prioritari per uno sviluppo eco – sostenibile
Obiettivo	Dare visibilità e maggior consapevolezza alle opportunità di rilancio economico presenti sul territorio
Descrizione	L'intervento prevede il contributo finanziario per coloro i quali intendono sostituire il loro vecchio motore nautico, con uno di recente manifattura e quindi meno inquinante
Destinatari	Cittadini
Mezzi di comunicazione	Opuscoli, brochure ed Internet
Tempi di realizzazione	Aprile
Costi previsti	€ 1.000

Evento	Progetto di educazione ambientale per le scuole di ogni ordine e grado
Obiettivo	Migliorare e semplificare il contatto con il cittadino/utente e con gli Enti
Descrizione	Formare coscienza ambientalista attraverso l'attività di educazione ambientale con il rafforzamento delle capacità di osservazione di alcuni componenti dell'ambiente marino, potenziando nel contempo la partecipazione relazionale all'interno di un gruppo
Destinatari	Studenti
Mezzi di comunicazione	Opuscoli, brochure ed Internet
Tempi di realizzazione	Febbraio-Marzo; Novembre-Dicembre
Costi previsti	€ 2.000

Evento	Potenziamento del sito www.riservamarinacaporizzuto.it
Obiettivo	Rimodulazione del sito internet della Provincia
Descrizione	Presentazioni delle implementazioni del sito, in termini di quantità delle informazioni, interazione, veste grafica
Destinatari	Cittadini, Enti locali, Dipendenti e Mass media
Mezzi di comunicazione	Internet, conferenza stampa, stampa
Tempi di realizzazione	Aprile - Luglio
Costi previsti	€ 1.000

Assessore Sport, Turismo e Spettacolo

Evento	Presentazione della Guida turistica della Provincia di Crotone
Obiettivo	Far emergere i punti di forza culturali e turistici
Descrizione	Contribuire alla distribuzione della nuova guida turistica della Provincia di Crotone realizzata in collaborazione con l'Azienda di Promozione Turistica
Destinatari	Cittadini ed Imprese
Mezzi di comunicazione	Comunicato stampa ed Internet
Tempi di realizzazione	Marzo
Costi previsti	€ 1.000



Piano della comunicazione della Provincia di Crotona anno 2004

Evento	Rete Uffici I.A.T
Obiettivo	Far emergere i punti di forza culturali e turistici
Descrizione	Potenziare e migliorare la rete degli Uffici di Informazione e Assistenza Turistica che sono stati attivati nell'estate 2003, che in disponibilità da parte dei Comuni, collegati in rete, sono in grado di soddisfare qualsiasi informazione che possa interessare i turisti e i residenti
Destinatari	Cittadini e Imprese
Mezzi di comunicazione	Web, CD, materiale turistico cartaceo e video
Tempi di realizzazione	Marzo - Maggio
Costi previsti	€2.000

Evento	Presentazione del progetto di costituzione dei Sistemi Turistici Locali
Obiettivo	Far emergere i punti di forza culturali e turistici
Descrizione	Si tratta di realizzare, cooperando con Consorzi, Associazioni, altre Istituzioni, uno o più Sistemi Turistici Locali, in attuazione della legge 135/2001 per favorire lo sviluppo turistico del territorio
Destinatari	Imprese, Enti locali, Cittadini
Mezzi di comunicazione	Stampa, TV, Internet
Tempi di realizzazione	Maggio- Giugno
Costi previsti	€2.000

Evento	Presentazione progetto di "Valorizzazione dei Castelli"
Obiettivo	Far emergere i punti di forza culturali e turistici
Descrizione	Contribuire a valorizzare i castelli e risorse turistiche rilevanti attraverso la promozione di eventi di spettacolo in collaborazione con i Comuni, realizzare sfilate, gare, pali, in costumi storici per ricostruire le atmosfere del passato
Destinatari	Turisti e residenti
Mezzi di comunicazione	Stampa, TV, manifesti e Internet
Tempi di realizzazione	Settembre
Costi previsti	€5.000



Piano della comunicazione della Provincia di Crotone anno 2004

Assessore Bilancio, Programmazione, Patrimonio,
Assistenza amministrativa enti locali e Decentramento

Evento	Presentazione del progetto Marketplace
Obiettivo	Migliorare e semplificare il contatto con il cittadino/utente e con gli Enti
Descrizione	Il progetto realizza un sistema di intermediazione digitale a livello provinciale con l'introduzione dell'e-procurement in forma aggregata tra i vari enti pubblici del territorio nonché fornisce un'opportunità per gli imprenditori locali nell'utilizzo della rete internet per lo sviluppo del proprio business (tramite e-commerce, e-Crm) per costituire un volano a sostegno delle attività produttive territoriali.
Destinatari	Pubbliche amministrazioni, imprenditori, associazioni industriali e di categoria.
Mezzi di comunicazione	Seminari, comunicati stampa, Televisione, manifesti ed Internet
Tempi di realizzazione	Febbraio
Costi previsti	€ 5.000

Evento	Acquisizione di opere artistiche per incremento del patrimonio dell'Ente
Obiettivo	Far emergere i punti di forza culturali e turistici
Descrizione	Valorizzare e promuovere il patrimonio artistico di proprietà dell'Ente attraverso l'acquisizione di una collezione di reperti archeologici ceduti dal Prof. Attianese, realizzazione di una vetrata del Maestro Strati, realizzazione della statua di Rino Gaetano realizzata dal Maestro Malena, acquisizione di una collezione di quadri del Maestro Linor raffigurante i ventisette comuni della Provincia.
Destinatari	Cittadini
Mezzi di comunicazione	Comunicato stampa ed Internet
Tempi di realizzazione	Febbraio – Marzo
Costi previsti	€ 2.500

Evento	Servizio di assistenza tecnica ai Comuni per l'implementazione di sistemi di controllo di gestione
Obiettivo	Far emergere il ruolo di promotore attivo dell'Istituzione per lo sviluppo delle politiche e delle strategie di rilancio economico e sociale del territorio
Descrizione	Fornire ai Comuni metodologia e Know how adottate dalla Provincia per la costruzione di un sistema integrato di programmazione, pianificazione e controllo
Destinatari	Enti locali
Mezzi di comunicazione	Manifesti, stampa, lettere ed Internet
Tempi di realizzazione	Settembre – Dicembre
Costi previsti	€ 10.000



Piano della comunicazione della Provincia di Crotone anno 2004

Assessorato Politiche sociali, Emigrazione/Immigrazione, Protezione civile e Trasporti

Evento	Presentazione della scuola di pittura e scultura per disabili
Obiettivo	Migliorare e semplificare il contatto con il cittadino/utente e con gli Enti
Descrizione	Realizzare l'inserimento di quaranta giovani disabili appartenenti alle varie categorie per l'insegnamento delle tecniche di pittura e di scultura
Destinatari	Cittadini
Mezzi di comunicazione	Comunicato stampa, manifesti ed Internet
Tempi di realizzazione	Febbraio
Costi previsti	€ 1.000

Evento	Presentazione del corso LIS per sordomuti
Obiettivo	Migliorare e semplificare il contatto con il cittadino/utente e con gli Enti
Descrizione	Realizzare la prima scuola della Provincia capace di insegnare il linguaggio dei segni a persone non udenti con figure specializzate
Destinatari	Cittadini
Mezzi di comunicazione	Conferenza stampa, manifesti ed Internet
Tempi di realizzazione	Febbraio
Costi previsti	€ 1.000

Evento	Presentazione del corso di alfabetizzazione presso sedi delle Associazioni Provinciali
Obiettivo	Migliorare e semplificare il contatto con il cittadino/utente e con gli Enti
Descrizione	Realizzare in collaborazione con le associazioni dei vari comuni l'apertura dei centri di rinforzo di alfabetizzazione dei disabili con insegnanti in pensione che cureranno il gruppo all'apprendimento dello scrivere, del leggere e degli elementi culturali minimi.
Destinatari	Cittadini
Mezzi di comunicazione	Conferenza stampa, manifesti ed Internet
Tempi di realizzazione	Febbraio
Costi previsti	€ 1.000

Evento	Presentazione del corso di telesscorso
Obiettivo	Migliorare e semplificare il contatto con il cittadino/utente e con gli Enti
Descrizione	Realizzare un corso rivolto a 154 soggetti deboli e poveri che abitano nei vari comuni della provincia di Crotone al fine di rispondere ad esigenze di soccorso nei confronti delle persone che vivono sole o non aiutate da familiari.
Destinatari	Cittadini
Mezzi di comunicazione	Conferenza stampa, manifesti ed Internet
Tempi di realizzazione	Febbraio
Costi previsti	€ 1.000



Piano della comunicazione della Provincia di Crotona anno 2004

Evento	Presentazione del progetto di istruzione e di informazione “Quartiere Fondo Gesù” di Crotona
Obiettivo	Far emergere il ruolo di promotore attivo dell’Istituzione per lo sviluppo delle politiche e delle strategie di rilancio economico e sociale del territorio
Descrizione	Realizzare interventi nel Quartiere Fondo Gesù in quanto particolarmente degradato che necessita di interventi per tutelare i minori attraverso pratica scolastica di supporto e attività ludiche e di un corso di informatica e per tutelare gli anziani con azioni di coinvolgimento e di aggregazione.
Destinatari	Cittadini
Mezzi di comunicazione	Comunicato stampa, manifesti ed Internet
Tempi di realizzazione	Marzo
Costi previsti	€ 1.000

Evento	Presentazione del piano provinciale dei trasporti della Provincia di Crotona
Obiettivo	Far emergere il ruolo di promotore attivo dell’Istituzione per lo sviluppo delle politiche e delle strategie di rilancio economico e sociale del territorio
Descrizione	Realizzare il piano provinciale dei trasporti per definire il coordinamento e le politiche del trasporto pubblico provinciale
Destinatari	Cittadini, Imprese
Mezzi di comunicazione	Conferenza stampa, manifesti, pubblicazione ed Internet
Tempi di realizzazione	Aprile
Costi previsti	€ 5.000

Evento	Analisi di customer satisfaction sul servizio di assistenza diretta alle fasce deboli
Obiettivo	Ricerca sociale
Descrizione	Realizzare dei questionari da far compilare all’intero target di utenza per stabilire il livello di soddisfazione per l’erogazione di contributi e di assistenza diretta al persone bisognose
Destinatari	Enti locali e cittadini
Mezzi di comunicazione	Internet e posta
Tempi di realizzazione	Settembre
Costi previsti	€ 1.000



Piano della comunicazione della Provincia di Crotone anno 2004

Assessorato Cultura, Pubblica istruzione, Ricerca, Università ed Edilizia scolastica

Evento	Acquisizione di testi e di opere artistiche di autori della provincia di Crotone
Obiettivo	Far emergere i punti di forza culturali e turistici
Descrizione	Valorizzare e promuovere il patrimonio artistico degli artisti viventi al fine di aumentare la qualità e la quantità dei beni artistici presenti nel Museo Arte Contemporanea mediante allestimenti di mostre ed esposizioni, concorsi per giovani artisti, seminari semiologici, esibizioni musicali da camera e messa in spazio, realizzazione del Museo virtuale”
Destinatari	Cittadini
Mezzi di comunicazione	Comunicato stampa ed Internet
Tempi di realizzazione	Gennaio – Marzo
Costi previsti	Nessuno

Evento	Valorizzazione culturale del Santuario della Santa Spina
Obiettivo	Far emergere i punti di forza culturali e turistici
Descrizione	Valorizzare attraverso una serie di iniziative culturali una delle principali risorse artistico e storiche della Provincia: il plurisecolare Santuario della Santa Spina. Tali eventi si faranno coincidere in occasione della settimana delle celebrazioni del Secondo Venerdì di marzo, che portano nell’omonima località migliaia di fedeli, provenienti da tutte le parti d’Italia
Destinatari	Cittadini
Mezzi di comunicazione	Seminari, borse di studio, comunicato stampa ed Internet
Tempi di realizzazione	Marzo
Costi previsti	€ 5.000



7.4 Servizi

Presidenza della Giunta

Evento	Costituzione del comitato interno di coordinamento della comunicazione istituzionale
Obiettivo	Proporre un sistema integrato di comunicazione e definire una strategia unitaria
Descrizione	Costituire, in fase di prima applicazione del piano della comunicazione, un comitato interno di coordinamento della comunicazione istituzionale con il compito di predisporre il piano, di coordinare i vari interventi e di monitorare i risultati raggiunti
Destinatari	Dipendenti
Mezzi di comunicazione	Lettere, e-mail ed Internet
Tempi di realizzazione	Gennaio
Costi previsti	Nessuno

Evento	Formazione ed entrata a regime della rete dei referenti alle relazioni esterne
Obiettivo	Proporre un sistema integrato di comunicazione e definire una strategia unitaria
Descrizione	Continuare con l'attività di formazione sulla comunicazione pubblica per la realizzazione della rete dei referenti alle relazioni esterne con la collaborazione di Enti di formazione autorizzati
Destinatari	Dipendenti
Mezzi di comunicazione	Seminari, riunioni di gruppo, e-mail ed Internet
Tempi di realizzazione	Febbraio – Marzo; Settembre – Dicembre
Costi previsti	€ 10.000

Evento	Polizia Provinciale: Presentazione del servizio
Obiettivo	Migliorare e semplificare il contatto con il cittadino/utente e con gli Enti
Descrizione	Far conoscere i compiti della polizia provinciale, l'utilità sociale e le sinergie possibili con gli altri organismi di controllo presenti sul territorio.
Destinatari	Cittadini ed Enti locali
Mezzi di comunicazione	Comunicato stampa e Internet
Tempi di realizzazione	Marzo
Costi previsti	Nessuno



Piano della comunicazione della Provincia di Crotona anno 2004

Evento	Newsletter mensile
Obiettivo	Sviluppo della comunicazione interna
Descrizione	Coinvolgere nella vita dell'Ente quelli che sono la principale risorsa a disposizione cioè i dipendenti. E' prevista l'attivazione di una newsletter mensile indirizzata a tutti i dipendenti contenente informazioni sull'attività e le iniziative dell'Ente al fine di aumentare lo spirito di appartenenza
Destinatari	Dipendenti
Mezzi di comunicazione	Internet, Intranet, e-mail
Tempi di realizzazione	Marzo – Dicembre
Costi previsti	€ 2.000

Assessore Lavori Pubblici, Viabilità, Infrastrutture e Politiche Comunitarie

Evento	Politiche comunitarie: Acquisizione e diffusione delle informazioni e della documentazione sui bandi e sulle iniziative europee.
Obiettivo	Far emergere il ruolo di promotore attivo dell'Istituzione per lo sviluppo delle politiche e delle strategie di rilancio economico e sociale del territorio
Descrizione	Il Servizio Politiche Comunitarie, attraverso varie fonti (G.U.U.E., G.U.R.I., B.U.R.C., banche dati) individua le opportunità presenti in ambito Comunitario, nazionale e regionale e ne promuove la conoscenza e la partecipazione presso i settori e gli Assessorati dell'Ente e presso soggetti esterni (Enti locali, scuole, associazioni, imprese) e contribuire alla diffusione dell'identità e della cultura europea.
Destinatari	Settori, Enti locali, scuole, associazioni, imprese.
Mezzi di comunicazione	Sito web, contatti telefonici, e-mail, euroletters, organizzazione di eventi (seminari, convegni)
Tempi di realizzazione	Anno 2004
Costi previsti	€ 3.000

Assessore Attività produttive, Politiche agricole e forestazione, Caccia e pesca e Agriturismo

Evento	Sportello informativo per le aziende agrituristiche della provincia di Crotona
Obiettivo	Dare visibilità e maggior consapevolezza alle opportunità di rilancio economico presenti sul territorio
Descrizione	Presentazione del servizio a favore dell'azienda agrituristiche della Provincia di Crotona riguardo gli adempimenti, le opportunità finanziarie e l'introduzione in circuiti turistici nazionali ed internazionali
Destinatari	Imprese
Mezzi di comunicazione	Conferenza stampa, stampa, manifesti ed Internet
Tempi di realizzazione	Marzo
Costi previsti	€ 2.000



Piano della comunicazione della Provincia di Crotona anno 2004

Evento	Sportello informativo per le attività produttive della provincia di Crotona
Obiettivo	Dare visibilità e maggior consapevolezza alle opportunità di rilancio economico presenti sul territorio
Descrizione	Presentazione del servizio a favore dell'impresa già esistenti o di nuova creazione della Provincia di Crotona riguardo gli adempimenti, le opportunità finanziarie e i finanziamenti agevolati
Destinatari	Imprese
Mezzi di comunicazione	Conferenza stampa, stampa, manifesti ed Internet
Tempi di realizzazione	Marzo
Costi previsti	€ 2.000

Assessore Lavoro, Formazione professionale, Personale e Affari legali

Evento	Promozione dei servizi erogati dai Centri per l'impiego
Obiettivo	Far emergere il ruolo di promotore attivo dell'Istituzione per lo sviluppo delle politiche e delle strategie di rilancio economico e sociale del territorio
Descrizione	Azioni di sensibilizzazione e informazione presso la collettività e i destinatari dei servizi circa l'esistenza dei nuovi servizi pubblici per l'impiego e la tipologia dei servizi offerti
Destinatari	Disoccupati, giovani e imprese
Mezzi di comunicazione	Spot pubblicitari, spazi televisivi, interviste, servizi radiofonici, inserzioni pubblicitarie
Tempi di realizzazione	Gennaio
Costi previsti	€ 70.000

Assessore Ambiente, Risorse idriche, Aree protette, Energia, Urbanistica e Assetto e pianificazione territoriale

Evento	Promozione delle visite guidate sul battello a fondo trasparente
Obiettivo	Far emergere i punti di forza culturali e turistici
Descrizione	Rendere fruibili il patrimonio sommerso dell'amp attraverso corse su battello con fondale trasparente sui siti di maggiore interesse naturalistico e storico - archeologico
Destinatari	Scuole, turisti
Mezzi di comunicazione	Locandine, volantini, manifesti, sito web
Tempi di realizzazione	Marzo - Ottobre
Costi previsti	€ 2.500

Evento	Promozione delle attività di pescaturismo
Obiettivo	Far emergere i punti di forza culturali e turistici
Descrizione	Promuovere la tradizione locale della pesca e dare ai turisti la possibilità di trascorre un giorno in barca con i pescatori del luogo
Destinatari	Cittadini
Mezzi di comunicazione	Locandine, volantini, manifesti, sito web
Tempi di realizzazione	Marzo - Ottobre
Costi previsti	€ 2.500



Piano della comunicazione della Provincia di Crotona anno 2004

Evento	Promozione dell' Aquarium – CEAM (Centro di Educazione all'Ambiente Marino)
Obiettivo	Far emergere i punti di forza culturali e turistici
Descrizione	L' Aquarium – CEAM ospita 20 vasche dove è possibile ammirare gli esemplari di flora e fauna che popolano il nostro mare. La struttura è inoltre dotata di un laboratorio, una sala multimediale dove è possibile seguire percorsi di educazione ambientale
Destinatari	Cittadini
Mezzi di comunicazione	Locandine, volantini, manifesti, sito web
Tempi di realizzazione	Marzo – Ottobre
Costi previsti	€ 2.500

Evento	Promozione delle immersioni subacquee con i diving
Obiettivo	Far emergere i punti di forza culturali e turistici
Descrizione	Far conoscere i fondali dell' amp
Destinatari	Cittadini
Mezzi di comunicazione	Locandine, volantini, manifesti, sito web
Tempi di realizzazione	Giugno – Settembre
Costi previsti	Nessuno

**Assessore Bilancio, Programmazione, Patrimonio,
Assistenza amministrativa enti locali e Decentramento**

Evento	Campagna tematica sui riflessi della Finanziaria 2004 negli Enti Locali
Obiettivo	Far emergere il ruolo di promotore attivo dell' Istituzione per lo sviluppo delle politiche e delle strategie di rilancio economico e sociale del territorio
Descrizione	Promuovere la costituzione di una rete di informazione e consulenza in materia finanziaria gestita dall' Amministrazione Provinciale e far emergere i limiti in termini di risorse e progettualità che gli Enti locali incontrano nell' erogare i servizi alla collettività
Destinatari	Amministratori e dirigenti degli enti locali e cittadini
Mezzi di comunicazione	Seminario, Comunicato stampa e Internet
Tempi di realizzazione	Febbraio
Costi previsti	€ 5.000



Piano della comunicazione della Provincia di Crotona anno 2004

Assessorato Politiche sociali, Emigrazione/Immigrazione, Protezione civile e Trasporti

Evento	Scuola per ciechi e scuola di alfabetizzazione di informatica
Obiettivo	Migliorare e semplificare il contatto con il cittadino/utente e con gli Enti
Descrizione	Mantenere il servizio fornito a bambini ipovedenti per l'apprendimento del sistema Braille e la conoscenza del computer ed altri ausili tecnologici
Destinatari	Cittadini
Mezzi di comunicazione	Comunicato stampa ed Internet
Tempi di realizzazione	Febbraio
Costi previsti	Nessuno

Evento	TG per non udenti
Obiettivo	Migliorare e semplificare il contatto con il cittadino/utente e con gli Enti
Descrizione	Mantenere il servizio fornito su tv locali di un telegiornale anche per non udenti
Destinatari	Cittadini
Mezzi di comunicazione	Comunicato stampa ed Internet
Tempi di realizzazione	Febbraio
Costi previsti	Nessuno

Evento	Ippoterapia e piscina terapeutica
Obiettivo	Migliorare e semplificare il contatto con il cittadino/utente e con gli Enti
Descrizione	Mantenere il servizio fornito a molti cittadini disabili per facilitare le attività motorie e riabilitative
Destinatari	Cittadini
Mezzi di comunicazione	Comunicato stampa ed Internet
Tempi di realizzazione	Marzo
Costi previsti	Nessuno

Assessorato Cultura, Pubblica istruzione, Ricerca, Università ed Edilizia scolastica

Evento	Promozione della musica
Obiettivo	Far emergere il ruolo di promotore attivo dell'Istituzione per lo sviluppo delle politiche e delle strategie di rilancio economico e sociale del territorio
Descrizione	Favorire la diffusione della cultura della musica per studenti meritevoli non abbienti, attraverso la stipula di convenzione con Licei Musicali
Destinatari	Cittadini
Mezzi di comunicazione	Comunicato stampa e Internet
Tempi di realizzazione	Marzo
Costi previsti	Nessuno



Piano della comunicazione della Provincia di Crotona anno 2004

Evento	Servizio di trasporto alunni
Obiettivo	Migliorare e semplificare il contatto con il cittadino/utente e con gli Enti
Descrizione	Garantire il diritto allo studio a studenti di scuole in comuni della Provincia dove non esistono adeguati servizi, sono stati previste spese per far fronte al trasporto degli alunni dell'Istituto Alberghiero di Le Castella di Isola Capo Rizzuto e per la Scuola del Legno di Petilia Policastro
Destinatari	Cittadini
Mezzi di comunicazione	Comunicato stampa e Internet
Tempi di realizzazione	Febbraio
Costi previsti	Nessuno



7.5 Campagne di informazione e sensibilizzazione

Presidenza della Giunta

Evento	Contributo al Circolo Ricreativo Aziendale Lavoratori Pubblici (CRALP)
Obiettivo	Sviluppo della comunicazione interna
Descrizione	Partecipazione finanziaria alle attività di ricreazione e di aggregazione organizzate dal CRALP al fine di migliorare il clima lavorativo
Destinatari	Dipendenti
Mezzi di comunicazione	Riunioni e lettere
Tempi di realizzazione	Marzo
Costi previsti	€ 10.000

Evento	Regolamento sul funzionamento dell'URP
Obiettivo	Miglioramento della qualità dell'iterazione
Descrizione	Presentazione del Regolamento di funzionamento dell'URP
Destinatari	Dipendenti e Cittadini
Mezzi di comunicazione	Comunicato stampa, manifesti ed Internet
Tempi di realizzazione	Marzo
Costi previsti	€ 500

Evento	Regolamento sull'accesso agli atti amministrativi
Obiettivo	Miglioramento della qualità dell'iterazione
Descrizione	Presentazione del nuovo Regolamento sull'accesso degli atti amministrativi
Destinatari	Dipendenti e Cittadini
Mezzi di comunicazione	Comunicato stampa, manifesti ed Internet
Tempi di realizzazione	Marzo
Costi previsti	€ 500

Evento	Saluti e scambio degli auguri natalizi con i dipendenti
Obiettivo	Sviluppo della comunicazione interna
Descrizione	Istituzionalizzare lo scambio di auguri e di doni tra i dipendenti per le feste natalizie
Destinatari	Dipendenti
Mezzi di comunicazione	Riunione e lettere
Tempi di realizzazione	Dicembre
Costi previsti	€ 1.000



Piano della comunicazione della Provincia di Crotona anno 2004

Assessore Lavori Pubblici, Viabilità, Infrastrutture e Politiche Comunitarie

Evento	Campagne di comunicazione sulla sicurezza stradale
Obiettivo	Migliorare e semplificare il contatto con il cittadino/utente e con gli Enti
Descrizione	Promuovere comportamenti corretti e responsabili in materia di sicurezza stradale
Destinatari	Studenti di scuola media superiore e cittadini
Mezzi di comunicazione	Mass media, seminari, manifesti, opuscoli ed Internet
Tempi di realizzazione	Settembre-Dicembre
Costi previsti	€ 15.000

Assessore Attività produttive, Politiche agricole e forestazione, Caccia e pesca e Agriturismo

Evento	La campagna incontra la scuola
Obiettivo	Migliorare e semplificare il contatto con il cittadino/utente e con gli Enti
Descrizione	Informare e sensibilizzare i ragazzi sulle produzioni alimentari di qualità, sulle tecniche di produzione, sul lavoro degli agricoltori
Destinatari	Studenti di scuola media superiore e cittadini
Mezzi di comunicazione	Mass media, seminari, manifesti, opuscoli ed Internet
Tempi di realizzazione	Ottobre
Costi previsti	€ 5.000

Assessore Ambiente, Risorse idriche, Aree protette, Energia, Urbanistica e Assetto e pianificazione territoriale

Evento	SFOP: azione innovativa e promozione dei prodotti ittici dell'AMP
Obiettivo	Dare visibilità e maggior consapevolezza alle opportunità di rilancio economico presenti sul territorio
Descrizione	Azioni di sensibilizzazione e informazione presso i pescatori delle opportunità disponibili con il Fondo Strutturale destinato al mondo della pesca
Destinatari	Imprese
Mezzi di comunicazione	Comunicato stampa, brochure ed Internet
Tempi di realizzazione	Aprile
Costi previsti	€ 5.000



Piano della comunicazione della Provincia di Crotone anno 2004

Assessore Bilancio, Programmazione, Patrimonio,
Assistenza amministrativa enti locali e Decentramento

Evento	Sponsorizzazione delle iniziative dell'Amministrazione Provinciale
Obiettivo	Far emergere il ruolo di promotore attivo dell'Istituzione per lo sviluppo delle politiche e delle strategie di rilancio economico e sociale del territorio
Descrizione	Proposta di collaborazione con Enti e Privati nella realizzazione delle iniziative pubbliche dell'Ente per implementare le risorse per la realizzazione delle iniziative dell'Ente
Destinatari	Enti, associazioni di industriali e di categoria, privati
Mezzi di comunicazione	Stampa tv, internet, brochure, affissioni, Internet
Tempi di realizzazione	Marzo-Aprile; Ottobre-Dicembre
Costi previsti	€10.000

Assessorato Cultura, Pubblica istruzione, Ricerca, Università ed Edilizia scolastica

Evento	Campagna di promozione "Scuole Sicure"
Obiettivo	Migliorare e semplificare il contatto con il cittadino/utente e con gli Enti
Descrizione	Presentazione degli interventi previsti nel programma annuale dei lavori pubblici per l'adeguamento alla Legge 626/94 delle scuole di competenza dell'Ente
Destinatari	Studenti e cittadini
Mezzi di comunicazione	Comunicato stampa,
Tempi di realizzazione	Febbraio, Settembre
Costi previsti	€ 2.000



8. Ascolto del target

L'attenzione all'ascolto del cittadino e alla valutazione del suo grado di soddisfazione costituiscono delle potenziali leve di cambiamento organizzativo, gestionale e culturale di grande rilevanza.

L'ascolto del target, infatti, così come la misurazione dei risultati, non va collocata al termine del processo di comunicazione, bensì all'inizio, durante e al termine, in un'ottica di circolarità metodologica. Quanto più la segmentazione dei pubblici di riferimento è precisa e mirata, tanto più è in grado di contribuire alla minimizzazione del rischio di discrasia tra la percezione di chi progetta il piano e di chi ne rappresenta il destinatario, che non sempre, infatti, necessariamente collimano.

Al fine di ridurre ai minimi termini la possibilità che il destinatario individuato in fase di progettazione, in realtà, non si riconosca come target effettivo del piano di comunicazione, è opportuno effettuare una segmentazione basata sull'integrazione di diverse modalità.

La mancata raccolta o la non perfetta conoscenza dei dati prodotti dalle azioni di comunicazione rendono difficile una corretta valutazione del livello di adeguatezza delle strategie e dei mezzi utilizzati.

Infatti l'ascolto attento è una fonte inesauribile di proposte, suggerimenti, stimoli alla definizione di interventi sempre più efficaci. Un strumento adeguato, per gestire l'ascolto del target, è la "customer satisfaction" che può coniugare il flusso di informazioni che proviene dall'esterno con quello che proviene dall'interno, in quanto è un sistema di ascolto che prevede diverse modalità di interazione con il cittadino e richiede l'uso metodologicamente corretto di diversi strumenti (quali ad esempio interviste, focus group), e soprattutto la gestione attenta e rigorosa di tutte le fasi che precedono e seguono la raccolta dei dati. Il vantaggio di usare metodologie strutturate di customer satisfaction è dato dal loro rigore scientifico, che offre la possibilità di definire, a partire dai dati rilevati, degli indicatori che diventano particolarmente significativi per la creazione di strategie di miglioramento dei servizi.

Per conoscere la percezione dei cittadini sulla prestazione ricevuta è indispensabile dunque progettare un sistema di ascolto, che rilevi continuamente nel tempo sia le esigenze, sia le valutazioni degli utenti.

Dall'esperienza che si otterrà con l'attuazione del primo piano della comunicazione, si passerà dagli obiettivi molto generali individuati, a focalizzarsi maggiormente su alcuni aspetti dei servizi e dei progetti e, in generale, gli obiettivi tenderanno ad essere sempre più specifici.



Piano della comunicazione della Provincia di Crotona anno 2004

9. Riepilogo dei costi per azione e cronoprogramma del piano

Nella tabella seguente, sono indicati i costi, i responsabili e i tempi di realizzazione per il raggiungimento dei singoli obiettivi:

Titolo iniziativa	Importo	Responsabile	Tempi di svolgimento												
			gen	feb	mar	apr	mag	giu	lug	ago	set	ott	nov	dic	
Migliorare e semplificare il contatto con il cittadino/utente e con gli Enti															
La befana dei bambini		Cerrelli	■												
Campagna di promozione "Scuole Sicure"	2.000	Tricoli		■								■			
Presentazione del progetto Marketplace	5.000	Balzano		■											
Presentazione del corso di telessoccorso		Cerrelli		■											
Trasporto di alunni		Corrado		■											
Presentazione del corso LIS per sordomuti	1.000	Cerrelli		■											
Presentazione della scuola di pittura e scultura per disabili	1.000	Cerrelli		■											
Presentazione del corso di alfabetizzazione presso sedi delle Associazioni Provinciali	1.000	Cerrelli		■											
Scuola per ciechi e scuola di alfabetizzazione di informatica	1.000	Cerrelli		■											
TG per non udenti		Cerrelli		■											
Progetto di educazione ambientale per le scuole di ogni ordine e grado		Gareri		■											
8 marzo Festa della Donna	1.500	Marescalco			■										



Piano della comunicazione della Provincia di Crotona anno 2004

Titolo iniziativa	Importo	Responsabile	Tempi di svolgimento													
			gen	feb	mar	apr	mag	giu	lug	ago	set	ott	nov	dic		
Polizia Provinciale: Presentazione del servizio		Balzano														
Ippoterapia e piscina terapeutica		Cerrelli														
Presentazione volume "La gestione dell'AMP di Capo Rizzuto"	1.500	Gareri														
Partecipazione attività di promozione e progettazione al progetto guida fitosanitaria in vitivinicoltura	5.000	Tricoli														
La campagna incontra la scuola	5.000	Tricoli														
Campagne comunicazione sulla sicurezza stradale	15.000	Voce														
Far emergere i punti di forza culturali e turistici																
Stagione Teatrale 2003/2004	20.000	Corrado														
Acquisizione di testi e di opere artistiche di autori della provincia di Crotona		Corrado														
Partecipazione al Parco tecnologico	1.000	Tricoli														
Partecipazione Salone Expo di Bruxelles	4.000	Tricoli														
Partecipazione alla Fiera BIT di Milano	5.000	Tricoli														
Raduno cacciatori, parco faunistico, gare	1.000	Tricoli														
Valorizzazione culturale del Santuario della Santa Spina	5.000	Corrado														



Piano della comunicazione della Provincia di Crotona anno 2004

Titolo iniziativa	Importo	Responsabile	Tempi di svolgimento															
			gen	feb	mar	apr	mag	giu	lug	ago	set	ott	nov	dic				
II° edizione della Rassegna musicale e III° edizione del Festival di Canzoni d'autore per Rino Gaetano "Una casa per Rino"	15.000	Balzano																
Concorso fotografico "Obiettivo sul Mediterraneo"	10.000	Corrado																
Spettacolo e Solidarietà	1.000	Tricoli																
Quartire protagonista	1.000	Tricoli																
Acquisizione di opere artistiche per incremento del patrimonio dell'Ente	2.500	Corrado																
Presentazione della Guida turistica della Provincia di Crotona	1.000	Tricoli																
Premio itinerante Pino Laricio	2.000	Corrado																
Potenziamento rete IAT	2.000	Tricoli																
Promozione delle visite guidate sul battello a fondo trasparente	2.500	Gareri																
Promozione delle attività di pescaturismo	2.500	Gareri																
Promozione dell'Aquarium - CEAM (Centro di Educazione all'Ambiente Marino)	2.500	Gareri																
Sezione speciale del Premio Crotona	2.000	Corrado																
Fiera zootecnica della provincia di Crotona	7.000	Tricoli																
Partecipazione alla II Ediz. Mostra Equestre del Capo	20.000	Tricoli																



Piano della comunicazione della Provincia di Crotona anno 2004

Titolo iniziativa	Importo	Responsabile	Tempi di svolgimento														
			gen	feb	mar	apr	mag	giu	lug	ago	set	ott	nov	dic			
Presentazione dello studio di prefattibilità del Parco archeologico dell'Antica Kroton	1.000	Di Lascio															
Partecipazione alla Fiera BITEG di Riva del Garda	1.000	Tricoli															
Presentazione report finale sull'indagine della domanda/offerta turistica nell' AMP di Capo Rizzuto	1.500	Gareri															
"Maggio Crotonese"	10.000	Marescalco															
XIX Edizione del campionato italiano "Supermarecross"	2.000	Cerrelli															
VIII edizione del "Festival Primavera"	2.000	Tricoli															
Promozione delle immersioni subacquee con i diving		Gareri															
Stagione estiva 2004 – VI° edizione di "Provincia d'autore"	10.000	Corrado															
VII Edizione del "Meeting del Mare"	3.000	Marescalco															
Stagione estiva 2004 – Rassegna Musicale "Articanto 2004"	5.000	Corrado															
Stagione estiva 2004 – Certi notti cabaret 2004	5.000	Corrado															
Manifestazione "Pesca e pescatori. Tradizioni e gastronomia"	7.000	Gareri															
II^ rassegna di filmati del mare	1.500	Gareri															
Presentazione progetto di "Valorizzazione dei Castelli"	5.000	Tricoli															



Piano della comunicazione della Provincia di Crotona anno 2004

Titolo iniziativa	Importo	Responsabile	Tempi di svolgimento													
			gen	feb	mar	apr	mag	giu	lug	ago	set	ott	nov	dic		
III Conferenza provinciale dell'agricoltura	12.000	Tricoli														
Concorso provinciale e nazionale del Presepe	1.000	Tricoli														
Presepe subacqueo	1.000	Tricoli														
V Edizione del "Premio Crotona"	5.000	Corrado														
Dare visibilità e maggior consapevolezza alle opportunità di rilancio economico presenti sul territorio																
Seminari divulgativi sull'agricoltura	5.000	Tricoli														
Relazione sullo stato dell'ambiente	2.000	Artese														
Sportello informativo per le aziende agrituristiche della provincia di Crotona	2.000	Tricoli														
Sportello informativo per le attività produttive della provincia di Crotona	2.000	Tricoli														
Presentazione dei risultati del Progetto Agenda 21KR	5.000	Artese														
Presentazione dei risultati del Progetto APE	5.000	Artese														
Convegno sul Polo del legno di Petilia Policastro	5.000	Corrado														
Presentazione del Progetto Provinciale di Orientamento	2.000	Galardo														
SFOP: azione innovativa e promozione dei prodotti ittici dell'AMP	5.000	Gareri														



Piano della comunicazione della Provincia di Crotona anno 2004

Titolo iniziativa	Importo	Responsabile	Tempi di svolgimento													
			gen	feb	mar	apr	mag	giu	lug	ago	set	ott	nov	dic		
Interventi prioritari per uno sviluppo eco – sostenibile	1.000	Gareri														
Convegno annuale di Assindustria	10.000	Marescalco														
Partecipazione all'Associazione città del vino	5.000	Tricoli														
Presentazione osservatorio sulla pesca	1.000	Tricoli														
Mostra - Mercato dell'olio d'oliva	1.000	Tricoli														
Riposizionare l'immagine dell'Ente																
Presentazione del Piano di comunicazione 2004 della Provincia di Crotona	5.000	Marescalco														
Redazione e stampa di una rivista informativa "Provincia di Crotona"	15.000	Marescalco														
Progetto editoriale "Calypso" – rivista ufficiale dell'AMP	2.000	Gareri														
Far emergere il ruolo di promotore attivo dell'Istituzione per lo sviluppo delle politiche e delle strategie di rilancio economico e sociale del territorio																
Promozione dei servizi erogati dai Centri per l'impiego	70.000	Galardo														
Convegno sulla diffusione della cultura della ricerca scientifica e dell'innovazione tecnologica nelle scuole	2.500	Corrado														
Partecipazione alla cerimonia di inaugurazione dell'Anno Europeo dell'Educazione attraverso lo Sport	1.000	Cerrelli														
Politiche comunitarie: Acquisizione e diffusione informazioni e documentazione sui bandi e sulle iniziative europee.	3.000	Di Lascio														



Piano della comunicazione della Provincia di Crotona anno 2004

Titolo iniziativa	Importo	Responsabile	Tempi di svolgimento													
			gen	feb	mar	apr	mag	giu	lug	ago	set	ott	nov	dic		
Corsi di educazione stradale nelle scuole della provincia anno scolastico 2003/2004	500	Voce	■	■	■											
Presentazione anno accademico 2003-2004 corso di Laurea in Scienze Giuridiche	10.000	Balzano		■												
Presentazione degli Studi commissionati dall'Area Protetta Capo Rizzuto	1.500	Gareri		■												
Campagna tematica sui riflessi della Finanziaria 2004 negli Enti Locali	5.000	Balzano		■												
Presentazione 1° Rapporto sulla Ricerca Scientifica e Tecnologica della Provincia di Crotona	500	Marescalco		■												
Presentazione del Progetto di telesorveglianza lungo la costa dell'amp		Gareri		■												
Promozione della musica		Corrado		■												
Mostra di Domenico Purificato	10.000	Corrado		■												
Iscrizione squadre calcio ai vari campionati di categoria	1.000	Cerrelli		■	■											
Sponsorizzazione delle iniziative dell'Amministrazione Provinciale	10.000	Marescalco			■	■							■	■	■	
Presentazione del progetto di istruzione e di informazione "Quartiere Fondo Gesù" di Crotona	1.000	Cerrelli				■										
Presentazione del piano provinciale dei trasporti della Provincia di Crotona	5.000	Voce				■										
Inaugurazione dell'Istituto Tecnico per Geometri di Crotona	500	Corrado				■										
Presentazione del piano strategico per l'occupazione nella provincia di Crotona	5.000	Galardo				■										



Piano della comunicazione della Provincia di Crotona anno 2004

Titolo iniziativa	Importo	Responsabile	Tempi di svolgimento														
			gen	feb	mar	apr	mag	giu	lug	ago	set	ott	nov	dic			
Giornata di studi su P. P. Pasolini	10.000	Corrado															
Non solo anziani	2.000	Cerrelli															
Convegno su Guido Calogero	5.000	Corrado															
Servizio di assistenza tecnica ai comuni per la presentazione di progetti comunitari	10.000	Di Lascio															
Servizio di assistenza tecnica ai comuni per l'implementazione di sistemi di controllo di gestione	10.000	Di Lascio															
VI° Rapporto annuale sulla Qualità e le Politiche Sociali attivato dall'Amministrazione Provinciale di Crotona	2.000	Cerrelli															
III Fiera dell'artigianato della provincia di Crotona	12.000	Tricoli															
Un anno pieno di sport	6.000	Cerrelli															
Favorire la più ampia e condivisa conoscenza e consapevolezza dei risultati, degli obiettivi e delle strategie dell'Amministrazione Provinciale																	
Presentazione del bilancio dell'attività svolta nei due mandati	5.000	Marescalco															
Conferenza di presentazione del Piano di sviluppo strategico dell'Ente	2.000	Marescalco															
Conferenza stampa di fine anno	5.000	Marescalco															
Proporre un sistema integrato di comunicazione e definire una strategia unitaria																	
Costituzione del comitato interno di coordinamento della comunicazione istituzionale		Marescalco															



10. Monitoraggio e valutazione

Il Piano di Comunicazione è stato redatto con la collaborazione di tutti gli organi politici e burocratici dell'Ente, oltre che degli enti strumentali, che hanno fornito proposte e suggerimenti sulle attività da realizzare nel 2004.

Ovviamente, per quanto si sia cercato di essere esaustivi, non è stato possibile prevedere tutte le iniziative del prossimo anno, per le seguenti ragioni:

- 1) nel mese di giugno ci saranno le elezioni amministrative e quindi si è dovuto tener conto del divieto di qualsiasi forma di comunicazione di tipo propagandistico nel periodo precedente alle elezioni;
- 2) sugli eventi definiti nuovi, successivi al mese di aprile, sarà necessario acquisire le nuove linee guida da parte della Giunta che si insedierà;
- 3) potrebbero rendersi necessarie iniziative di informazione e comunicazione non previste nel Piano per fronteggiare situazioni contingenti.

Per queste ragioni, la fase di monitoraggio, soprattutto in fase di prima attuazione, rappresenta un momento fondamentale per garantire la realizzazione del Piano, l'adeguamento dell'organizzazione e del funzionamento dell'Ente ai principi della legge 150/2000. Sarà necessario, infatti, nel rispetto dei principi e degli obiettivi del Piano, adattarne i contenuti ai risultati raggiunti ed alle esigenze che si presenteranno nel corso dell'anno, soprattutto in relazione agli interventi organizzativi previsti.

Per rispondere a queste esigenze, è necessario nominare un Comitato di coordinamento, composta da dirigenti e dipendenti dei servizi di informazione e comunicazione, individuati, in fase di prima applicazione, con determina n. 1959 del 11/12/2003, con i seguenti compiti:

- 1) programmazione (piano annuale di comunicazione interna);
- 2) indirizzo e raccordo;
- 3) monitoraggio sulla realizzazione degli obiettivi comunicazionali.

Gli strumenti di valutazione saranno scelti dal Comitato, in modo da garantire la massima integrazione di tutte le iniziative e ottimizzare l'utilizzo delle risorse.

L'attività di verifica, inoltre, dovrà anche accertare la coerenza delle attività di informazione e comunicazione con gli obiettivi ed i fini generali dell'Ente. A tal fine, si prevede che la Giunta, per la predisposizione del piano nei prossimi anni, fornisca entro il 30 settembre le linee generali del Piano, che il Comitato dettaglia in ulteriori indicazioni per il Settore Affari Generali. In fase di verifica, sarà quindi necessario valutare la rispondenza delle singole iniziative non solo alla strategia del Piano, ma anche agli atti di indirizzo della Giunta e del Comitato stesso.

Gli indicatori proposti, in fase di prima applicazione, per la verifica della realizzazione del piano, sono di due tipologie:

➤ **INDICATORI DI MONITORAGGIO**

Questa tipologia di indicatori misurano l'impatto della comunicazione sul pubblico di riferimento, fornendo indicazioni sull'efficacia della trasmissione del messaggio e sul raggiungimento dei destinatari. Le tecniche e gli strumenti di misurazione individuati, sono i seguenti:

❖ **Indicatori di qualità per l'ente**



Piano della comunicazione della Provincia di Crotona anno 2004

- quantità, qualità e reperibilità delle informazioni necessarie all'utenza interna per le attività dei settori;
- circolazione di flussi di comunicazione interna finalizzati all'attività con gli utenti esterni (cittadini);
- aumento dell'efficienza nei processi di lavoro interno;
- gruppo di referenti convalidato dalla direzione politica ed amministrativa dell'ente e riconosciuto dalla struttura;
- riduzione dei tempi di lavoro per la ricerca di informazioni;
- riconoscimento da parte di Amministratori e Direzione dell'ente delle attività finalizzate alla costruzione di un sito interno;
- aumento dei servizi, delle informazioni disponibili e degli aggiornamenti sul sito della Provincia.

❖ **Indicatori per l'URP**

- puntuale aggiornamento e facilità di reperimento delle informazioni per le banche dati dell'URP;
- riconoscimento interno del gruppo di referenti;
- percezione del ruolo dell'URP all'interno dell'ente.

❖ **Indicatori relativi alla competitività interna**

- aumento degli accessi dell'Intranet;
- gestione attiva da parte degli altri settori di parti del sito interno;
- utilizzo della posta interna;
- riduzione della comunicazione cartacea.

❖ **Indicatori relativi alla competitività esterna**

- aumento degli accessi al sito della Provincia e della ricerca nelle pagine e nei servizi proposti.

➤ **INDICATORI DI VALUTAZIONE**

Questa tipologia di indicatori misurano il grado di consapevolezza del contenuto della comunicazione da parte del target; rivelando, cioè, quanto il messaggio sia stato compreso e memorizzato e verificano se la comunicazione abbia determinato un cambiamento nelle opinioni e nei comportamenti del pubblico. La valutazione è l'attività di ricerca sociale che ha il compito di produrre giudizi sui risultati del piano della comunicazione, attraverso comparazioni con criteri di riferimento espliciti; il suo obiettivo è di contribuire al miglioramento delle modalità di azione pubblica. Le tecniche di misurazione sono essenzialmente le ricerche di mercato nelle loro diverse articolazioni per la verifica:

❖ **Indicatori del consenso sociale interno**

- condivisione degli obiettivi di comunicazione;
- "spirito di appartenenza" dei dipendenti all'ente.

❖ **Indicatori del consenso sociale estero**



Piano della comunicazione della Provincia di Crotona anno 2004

- risposte ed informazioni ai cittadini senza scostamenti con reale e puntuale situazione interna;
- ridotti tempi di risposta alle segnalazioni dei cittadini;
- aumento dell'utilizzo delle modalità di accesso da parte dei cittadini;
- aumento dell'utilizzo delle segnalazioni quali suggerimenti e valutazione sulle attività dell'ente.

Gli strumenti di valutazione saranno sia quantitativi, con raccolta di dati ai vari livelli dei processi di comunicazione, che qualitativi.

I dati quantitativi verranno raccolti ed elaborati a scadenze periodiche e presentati agli utenti interni, al gruppo dei referenti ed agli Amministratori con scadenza trimestrale. Indicativamente sono:

➤ Dati quantitativi iniziali:

- contatti all'URP di utenti interni nel 2004
- aggiornamenti delle schede informative della banca dati dell'URP nel 2004
- data aggiornamento delle schede informative al 31.12.2004
- pagine del sito al 31.12.2004

➤ Dati di verifica periodica

- pagine del sito interno (valutato mensile);
- informazioni complessive disponibili (conteggio mensile);
- aggiornamenti delle pagine del sito interno (valutato mensile);
- tempi di lettura (da invio a risposta di lettura) delle news (valutato mensilmente);
- accessi al sito interno (mensile);
- sezioni maggiormente visitate di sito interno (trimestrale);
- aggiornamenti/nuove pagine sul sito della Provincia (mensile);
- accessi al sito dell'ente (mensile);
- sezioni maggiormente visitate del sito dell'ente (trimestrale);

L'analisi qualitativa e di valutazione della soddisfazione degli utenti si svilupperà con l'utilizzo, come all'avvio del progetto, di un questionario rivolto a tutti i dipendenti per l'analisi di clima e di alcune ricerche sulla qualità percepita nell'erogazione di alcuni servizi; per la valutazione intermedia degli scostamenti dagli obiettivi e delle criticità verrà attivato un focus group con i referenti settoriali alle relazioni esterne.

L'analisi dei risultati ottenuti dai dati quantitativi e dagli elementi qualitativi e di percezione raccolti ed il confronto con i dati del questionario iniziale permetterà una valutazione complessiva dei risultati del progetto attuato e dovrebbe fornire ulteriori elementi per sviluppi futuri, aggiustamenti, superamento di ulteriori criticità, ecc.

I risultati andranno presentati, con modalità diverse a seconda dei segmenti di utenza, a tutti gli utenti del sito interno dell'ente.