



PIANO DI COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE
della
PROVINCIA DI LODI

ANNO 2006

Staff del Presidente

U.R.P. - Ufficio Stampa - Comunicazione

dr. Andrea Bruni, dr. Andrea Ferrari

Tel. 0371 – 442.608 / 609 / 613 / 664

Mail: urp@provincia.lodi.it; ufficiostampa@provincia.lodi.it

Piano di comunicazione istituzionale della Provincia di Lodi

Anno 2006

Indice

Introduzione	pag. 3
Obbiettivi e finalità del Piano	pag. 5
Le iniziative degli uffici comunicazione della Presidenza	pag. 9
Le iniziative di comunicazione dei Settori e servizi dell'Ente	pag. 15
Quadro normativo di riferimento	pag. 45

Introduzione

In questi ultimi anni gli Enti locali in Italia sono stati chiamati ad affrontare una sfida impegnativa, in cui ridefinire gli obiettivi di fondo dell'agire della pubblica amministrazione locale: non più solo l'incremento dei servizi erogati, ma anche (e spesso soprattutto) la costruzione di un sistema di governo il più possibile partecipato e condiviso, che garantisca ai cittadini singoli ed associati di intervenire in varie forme alla programmazione delle scelte amministrative e che contestualmente sviluppi e rafforzi l'identità del territorio. Le persone oggi concepiscono il mandato a governare non come una delega totale agli eletti, ma come un vincolo di rappresentanza soggetto a continui confronti e verifiche, a correzioni di rotta, ad approfondimenti e condivisione delle scelte più impegnative: i cittadini e le cittadine cioè vogliono sentirsi soggetti molto più attivi che in passato della vita politica locale.

Questo processo va apprezzato e governato in modo positivo, puntando con decisione sullo sviluppo di strumenti in grado di ascoltare le istanze ed offrire a chi le presenta la possibilità di diventare in qualche modo propulsore dell'azione amministrativa, non solo fruitore finale. Un'Amministrazione che sostenga la creazione di un'identità territoriale forte, in grado cioè di creare quel senso di appartenenza e di cittadinanza che possa consentire alla comunità di aprirsi all'esterno senza paura di venire culturalmente sopraffatta dalle spinte innovatrici e globalizzatrici del mondo moderno - ma che al contrario sia in grado di accogliere in sé le diversità - rappresenta dunque un elemento di arricchimento per l'intero tessuto sociale.

La Provincia di Lodi si è posta in questa prospettiva fin dai suoi esordi nel 1996, considerando l'azione amministrativa (l'"arte del fare") come il punto terminale di un più lungo ed articolato processo che parte non solo dagli amministratori (che per dovere di mandato elettorale compiono le scelte di fondo) ma anche dai cittadini, singoli o riuniti in gruppi, ai quali vanno dunque forniti luoghi e strumenti di espressione e di ascolto. La nascita - allora abbastanza "pionieristica" nel panorama degli Enti locali del nostro Paese - di due efficaci strumenti quali l'Ufficio stampa e l'U.R.P. ne furono le manifestazioni più significative, per supportare con un adeguato sistema di comunicazione, dinamico e flessibile, il rapporto tra l'Ente ed i suoi interlocutori esterni.

Coerentemente con i principi cardine della lunga riforma amministrativa iniziata nel 1990, la comunicazione è diventata progressivamente non più un elemento di secondaria importanza, ma piuttosto il fulcro attorno a cui si sono costruite e sviluppate l'organizzazione e l'effettivo

svolgimento dell'attività amministrativa.

Le azioni avviate nel campo della comunicazione istituzionale e in quella rivolta ai mass media in questo primo decennio di vita della Provincia di Lodi e durante quest'ultimo anno "speciale" dedicato al Decennale che si è da poco chiuso ufficialmente (maggio 2005 – giugno 2006), hanno avuto i compiti fondamentali prima di attivare e poi di approfondire un percorso di conoscenza reciproca tra Ente e soggetti esterni, informando sui progetti e le scelte che la Provincia ha assunto per attuare il vari Programmi di mandato. Un percorso che si è contraddistinto dalla volontà, manifestata chiaramente in molte occasioni, di ascoltare e dialogare, di venire incontro, di rispondere, di rendere partecipe un ampio numero di attori delle scelte che si andavano compiendo. La Provincia per usare una felice espressione in voga, ha intrapreso la strada dell'*ascoltare con attenzione e parlare con chiarezza*, dotandosi degli strumenti necessari ad incidere profondamente sul proprio "approccio culturale" nei confronti del territorio.

In secondo luogo, si è reso necessario un profondo lavoro di stimolo e di attivazione di risorse interne nei confronti dei dipendenti dell'Ente, al fine di dotare ciascuno della sensibilità e degli strumenti necessari ad affrontare con consapevolezza e preparazione i grandi mutamenti culturali che hanno coinvolto il ruolo degli Enti locali ed in specie le materie dell'informazione e della comunicazione del proprio lavoro ai cittadini.

Il Piano di Comunicazione, previsto dalla L. 150/2000 (che costituisce una sorta di spartiacque tra l'epoca del silenzio e l'epoca della comunicazione per gli Enti locali), è in tal senso da qualche anno lo strumento principale per consentire a questo tipo di impostazione di trovare una sintesi ed un "luogo" in cui esprimersi concretamente, dando così applicazione ad uno dei principi che sono stati poi recepiti nella Direttiva Ministeriale sulla Comunicazione pubblica del 7 febbraio 2002: qui si stabilisce definitivamente che la comunicazione pubblica non è più un semplice segmento aggiuntivo, una sorta di orpello residuale dell'attività delle pubbliche amministrazioni, ma ne diventa parte integrante e sostanziale, in quanto risorsa trasversale a tutta l'attività dell'Ente. Dotare la struttura interna di un sistema di relazioni e di modalità operative condivise e consolidate ha aiutato ognuno ad avvalersi di strumenti sempre più consoni ad accogliere il cambiamento, rispondendo con professionalità e correttezza alle esigenze reali dei cittadini oltre che agli obiettivi dell'Amministrazione.

E' infatti scontato che senza una buona comunicazione non vi può essere una sana organizzazione, poiché non vi è possibilità per il gruppo di influenzare il comportamento individuale né viceversa: gli (ormai) avanzati studi in Italia attestano che non solo la

comunicazione è assolutamente essenziale all'organizzazione, ma il poter disporre di particolari tecniche e competenze in questo ambito determina in gran parte il modo in cui il processo di formazione della decisione e le funzioni ad esso relative possono essere meglio distribuite attraverso il sistema organizzativo stesso. Uno strumento strategico, dunque, in vista del miglioramento organizzativo, perché se utilizzato bene aiuta a semplificare le procedure e a costruire un dialogo efficace con gli interlocutori esterni, ed una risorsa determinante in grado di razionalizzare l'attività degli uffici, aiutandoli a lavorare in modo più coordinato ed efficiente.

In questa logica la comunicazione esterna, sia di tipo istituzionale sia di altro genere, riveste un ruolo di primo piano nella costruzione di una efficace immagine ma costituisce solo l'ultimo anello di una serie di attività che devono essere poste in essere all'interno, assicurando soprattutto snellezza e chiarezza nei vari passaggi intermedi. Affinché il sistema funzioni, infatti, è necessario che *la comunicazione divenga patrimonio culturale di tutto l'Ente e che ognuno partecipi alla sua costruzione ed al suo sviluppo, costruendo un linguaggio condiviso, comprensibile e possibilmente univoco nei confronti degli interlocutori esterni.*

Obbiettivi e finalità del Piano

Le persone, i loro bisogni e i loro desideri, devono essere al centro dell'attività di governo delle amministrazioni locali: l'affermazione sembra scontata, ma ciò che una volta era un obiettivo oggi è una realtà che si sta consolidando e che ha però bisogno di strumenti nuovi, in grado di adeguarsi rapidamente e tempestivamente alle nuove necessità: lo sviluppo progressivo, per certi versi sorprendente e comunque rapidissimo dell'informatica, ha sostenuto nell'ultimo quindicennio l'enorme diffusione delle informazioni.

La Provincia di Lodi cerca di utilizzare le novità dell'informatica e del mondo digitale insieme a tutti gli altri strumenti tradizionalmente in uso, per garantire a tutti i Lodigiani la possibilità di essere ascoltati, di trovare luoghi in cui esprimersi, aumentando il livello di condivisione dei progetti e delle scelte. Solo per fare un esempio, alle fasce dell'età giovanile e studentesca, a molti imprenditori, agli operatori del sistema pubblico locale sarà preferibile e gradito indirizzarsi tramite i nuovi media, mentre alle fasce d'età più anziana ed a particolari settori del mondo del lavoro risulterà più consono continuare a seguire la via

tradizionale. In generale, la modalità che abbiamo scelto è quella di un utilizzo coordinato delle nuove forme di comunicazione con quelle consuete, nell'ottica di un'integrazione auspicabile al fine di raggiungere la cittadinanza intera nelle sue diverse componenti.

Gli uffici di Presidenza addetti alla comunicazione hanno il compito di definire le strategie comunicative e gli strumenti di comunicazione verso gli utenti esterni, nonché porre in essere una buona modalità interna di condivisione delle informazioni interne fungendo da elemento coordinatore di tutte le attività comunicative, così da garantire l'omogeneità dei messaggi e non correre invece il rischio di una pluralità di comunicazioni settoriali disomogenee le une dalle altre.

Il Piano di comunicazione, come ricordavamo in precedenza, viene infatti elaborato proprio in quest'ottica, consentendo una serie di azioni ed interventi orientati a raggiungere i destinatari tramite obiettivi e metodologie omogenei, in base alle priorità definite dall'Amministrazione ma con quella sufficiente flessibilità che è richiesta da ogni attività di governo di un territorio in risposta ad eventuali nuove esigenze che possano emergere durante l'anno di riferimento. Essendo la comunicazione un'interazione reciproca tra la fonte ed il destinatario, è necessario saper cogliere le reazioni che conseguono ad una determinata azione e tenerne conto in quelle successive per adattare, modificarle e creare una comunicazione realmente efficace.

La missione dell'U.R.P. è, in generale, quella di facilitare, migliorare ed estendere l'accesso ai servizi pubblici ed alle informazioni riguardante l'Ente da parte dei cittadini e delle cittadine, svolgendo il compito innanzitutto di ascoltare le richieste ed i bisogni, latenti o espressi, e riportandoli agli organi politici ed amministrativi della struttura, promuovendo poi anche le possibili scelte per un miglioramento delle stesse. In buona sostanza, parte delle funzioni dell'U.R.P. riguarda la facilitazione della comprensione delle scelte dell'Ente e l'attivazione di canali di partecipazione alla vita della pubblica amministrazione. La Legge 150/2000 ha modificato e riordinato il ruolo di queste strutture nel quadro delle attività di informazione e comunicazione pubblica, orientandole sempre più a svolgere un ruolo di catalizzatore di una moderna politica di comunicazione pubblica. Fanno parte di questa serie di attività anche gli studi, le analisi e la promozione di indagini conoscitive sugli orientamenti della popolazione (le cosiddette *customer satisfaction*), così da poter realizzare interventi mirati e più in linea con i bisogni.

La missione dell'Ufficio stampa è orientata invece ad una più specifica attività di informazione non diretta in primo luogo ai cittadini ma "mediata" tramite gli organi di

stampa, le TV e le emittenti radiofoniche, locali e nazionali, operanti sul territorio. Risulta pertanto naturale, quasi “obbligata”, l’integrazione e la stretta collaborazione tra le due strutture – U.R.P. e stampa – all’interno del processo di comunicazione istituzionale. Un Ente locale efficace e moderno, quale la Provincia di Lodi si impegna ad essere, si avvale oggi di questi strumenti, dotandosi di risorse umane e finanziarie per attivare un circuito virtuoso con i propri amministrati e facendosi carico di realizzare concretamente nelle sue attività i criteri di trasparenza, chiarezza, completezza e imparzialità nell’erogazione delle informazioni.

Le azioni riportate nei Piani di comunicazione hanno riguardato sino al 2002 solo le attività della Presidenza. Dal 2003-2004 si è invece ampliato il raggio d’azione e sono state riportate in elenco (con una breve descrizione) anche le attività di comunicazione di ogni Assessorato, Settore e servizio che svolge attività di comunicazione di rilievo esterno: un passo in avanti nell’auspicata direzione del coordinamento generale delle informazioni presso la Presidenza, che possiede per sua natura uno sguardo complessivo su tutta l’attività dell’Ente.

Anche gli obiettivi indicati dal Piano di Comunicazione 2006 tengono dunque conto sia delle priorità della Presidenza sia anche di quelle degli Assessorati, per cui le azioni riportate offrono un panorama complessivo dell’Amministrazione. L’elaborazione del documento si fonda su un’analisi delle potenzialità ma anche delle criticità più evidenti riscontrate all’interno dell’Ente, che possono essere superate attraverso:

- Il consolidamento degli strumenti di condivisione delle decisioni tra il livello politico della Giunta e quello operativo dei Settori, tramite l’analisi dei mezzi di informazione e comunicazione utilizzati dai vari servizi
- Il rafforzamento delle azioni di raccordo tra gli uffici interni
- La creazione di sistemi ed azioni di monitoraggio sull’efficacia dell’informazione erogata
- La costante tensione al miglioramento dell’uso dei mezzi di comunicazione informatici
- La promozione e valorizzazione delle nuove istanze presenti nel tessuto sociale lodigiano, recepite dall’Ente, tra cui in particolare le azioni positive per il superamento del *digital divide* (alfabetizzazione informatica) e quelle per una nuova *comunicazione di genere* (il tema della pari opportunità tra uomini e donne e la riconoscibilità delle abilità e specificità femminili, sia all’interno sia all’esterno dell’Ente)

Volendo sintetizzare il quadro, possiamo affermare infine che la comunicazione istituzionale presso la Provincia di Lodi dovrebbe muoversi, in un regime ottimale di funzionamento, tra queste grandi variabili:

1. *Riferimenti normativi* >> definiscono gli strumenti operativi e gli ambiti in cui si esercita la comunicazione
2. *Input politici* >> stabiliscono linee guida ed obiettivi dell'Ente, cui si rapporta la comunicazione
3. *U.R.P., Ufficio Stampa* >> realizzano e/o coordinano la comunicazione
4. *Attori esterni (ditte di grafica, professionisti della comunicazione, giornalisti, tipografie...)*
>> collaborano con le strutture interne alla concretizzazione di progetti, attività e prodotti

Le iniziative degli uffici comunicazione della Presidenza

Gli uffici addetti alla comunicazione della Presidenza si occupano di attività specifiche che riguardano in modo particolare:

1. la comunicazione esterna del Presidente
 2. le iniziative di rappresentanza dell'Ente
 3. la comunicazione istituzionale dell'Ente nei due grandi ambiti, quello rivolto alla cittadinanza e quello rivolto ai media
-
1. La comunicazione per il Presidente attiene ad una serie di attività (scrittura di testi, relazioni quotidiane con i Direttori dei media locali e nazionali, organizzazione di appuntamenti ed incontri, gestione di banche dati ed archivi di immagini...) che fungono da supporto all'attività politica. Sono funzioni e servizi per loro natura molto eterogenei e difficilmente descrivibili quanto ad ideazione ed esecuzione: spesso prevedono tempistiche brevissime, altre volte tempi molto lunghi di elaborazione e preparazione. Presuppongono una grande flessibilità ed adattamento alle contingenze ed all'attualità del momento in cui devono essere eseguite, per cui sono anche poco prevedibili in sede di pianificazione.
 2. e 3. Le altre due tipologie di attività riguardano invece la comunicazione esterna dell'Ente e si attuano secondo canali consueti per la Provincia, in ottemperanza sia al quadro normativo che regola la comunicazione pubblica, sia alle peculiarità del nostro territorio ed ai destinatari che si vuole raggiungere di volta in volta. Le principali attività per il Piano 2006 – ferme restando, anche in questo, caso le variazioni che possono intervenire durante l'anno per motivi più diversi – sono:

Il sito internet

Il sito dell'Ente è ormai diventato un punto fermo all'interno dei mezzi di comunicazione con il pubblico, essendosi qualificato come uno strumento di grande utilità nel reperimento di informazioni di ogni genere riguardanti la Provincia. Sono nati, soprattutto negli ultimi due anni, molti nuovi mini-siti e siti tematici collegati a quello generale, che hanno il compito di presentare le attività di singoli Assessorati, servizi, progetti. A questo punto si pone il problema di riuscire a coordinare in maniera unitaria – sia dal punto di vista della gestione, sia da quello dell'uniformità logica e comunicativa – la mole di contenuti così diversi che

ogni giorno viene erogata al pubblico tramite il sito. Questo è lo sforzo cui tende la Presidenza, che si affianca quest'anno ai due compiti consueti: il primo è l'aggiornamento quotidiano della versione in lingua italiana (www.provincia.lodi.it) ed il secondo la ripresa del progetto di costruzione ed aggiornamento del sito nella versione in lingua inglese (www.english.provincia.lodi.it). Si aggiunge infine al tutto la gestione del "forum on line" con gli utenti, che da qualche anno caratterizza il portale provinciale soprattutto in materia di viabilità e trasporti.

Il costo complessivo annuale per il mantenimento del sito (nelle due versioni linguistiche) e la sua gestione ordinaria ammonta a 25.500 euro.

L'attività editoriale

La Provincia svolge anche, come normale oggi per una P.A. in Italia, il ruolo di vero e proprio editore, gestendo parecchi progetti editoriali: alcuni sono in fase di avvio ed altri in avanzata elaborazione e/o pubblicazione. Ricordiamo:

- **pubblicazione del volume sul Decennale**

Il progetto editoriale del volume è in capo al Dr. Stroppa, Dirigente del Settore Sistemi turistici, che ne cura le varie fasi della stesura dei testi e della raccolta di materiale fotografico. La pubblicazione dovrebbe avvenire entro la fine del 2006. La Presidenza ha curato diverse parti del lavoro: in primis l'introduzione al volume e la raccolta dei saluti riservati alle Autorità nazionali e locali, poi l'Accordo con il fotografo lodigiano Pasqualino Borella incaricato di curare immagini e foto. Anche la revisione finale delle bozze di stampa è affidata al controllo della Presidenza.

Il costo complessivo è di 48.000 euro, di cui la metà vengono recuperati attraverso azioni di sponsorizzazione.

- **primi atti per la realizzazione del volume sul San Domenico:**

I lavori di recupero del complesso del San Domenico di via Fanfulla stanno procedendo regolarmente e, in contemporanea, è stato siglato un Accordo con il fotografo lodigiano Antonio Mazza per la cura e la documentazione delle varie fasi del recupero nelle diverse sezioni tematiche stabilite con l'Ing. Pozzi, Dirigente del Settore Edilizia e responsabile dei lavori in corso.

Il costo della collaborazione professionale con il fotografo è di 3600 euro.

- **newsletter LineaProvincia**

Alla fine del 2005 sono stati rinnovati la grafica e contenuti della newsletter elettronica “*Linea Provincia*”. Tale strumento, che raggiunge con periodicità quindicinale pubblici amministratori e giornalisti locali, è pensato e realizzato per valorizzare il sito internet dell’Ente e in particolare la parte che riguarda i comunicati stampa.

Nel corso del 2006 verranno approntati dei numeri speciali, dedicati a particolari argomenti e destinati a specifici target. Alcuni settori realizzano proprie newsletter che vengono inviate per posta elettronica, sarebbe auspicabile uniformare la grafica di tutti questi strumenti a quella di “*Linea Provincia*”, lasciando ai settori la piena gestione dei contenuti, per veicolare all’esterno un’immagine della provincia univoca e coordinata.

Il costo per la redazione e pubblicazione di LineaProvincia è di 2000 euro.

- **collaborazione alla redazione dei periodici tematici di Settore**

Nel corso dell’anno sono numerosi i progetti editoriali programmati di volta in volta in base ad esigenze estemporanee (ad esempio servizi per riviste turistiche, economiche o pacchetti editoriali per testate locali). L’Ufficio Stampa inoltre collabora sistematicamente alla realizzazione del periodico “*Appunti di caccia & pesca*” in tutte le fasi del lavoro redazionale, dalla stesura dei testi, alla ricerca delle foto, alla definizione dell’impaginato e dei titoli, alla correzione delle bozze. Direttore responsabile della testata è il capo ufficio stampa.

Per la Presidenza i costi sono pari a zero, poiché fanno parte dell’attività ordinaria degli uffici: le spese dei periodici sono conteggiate all’interno delle iniziative dei vari Settori che li curano.

- **Almanacco della Provincia**

Entro la fine del 2006 verrà redatto e stampato “*L’Almanacco delle Provincia di Lodi*”, si tratta di una pubblicazione che riporta in sintesi i fatti e le notizie dell’ente nel corso del 2005 che ha l’obiettivo di far conoscere l’attività quotidiana della Provincia ad un pubblico vario.

Il costo è di 3200 euro.

- **inserzioni promozionali:**

La Provincia è presente con propri spazi pubblicitari e di informazione al pubblico su molte guide, riviste e periodici specializzati italiani (per lo più a titolo gratuito, come presenza istituzionale accanto a quelle degli altri Enti locali). I principali impegni economici in questo ambito sono due: la presenza sull’elenco telefonico SEAT – Pagine bianche di Lodi e

Provincia e del Sud Milano per un importo di 9.000 euro e la presenza su un numero mensile della rivista dell'U.P.I. per un importo di 2.500 euro.

Iniziative di rappresentanza

Come di consueto, viene ideata, realizzata e pubblicata ogni anno l'edizione dell'Agenda della Provincia, in 1500 copie, con una corposa parte di informazione territoriale all'inizio ed un corpo centrale di personalizzazione tematica che conferisce pregio e peculiarità all'edizione annuale: nel 2006 (dunque nell'edizione 2007 dell'Agenda) viene trattato il tema dei fiumi lodigiani e della loro valorizzazione turistico-ambientale.

All'Agenda si uniscono poi:

- un'iniziativa di rappresentanza (attualmente in fase di nuova elaborazione, poiché è giunta al termine lo scorso anno la serie di incisioni dei Graffiti Lodigiani), che riguarderà l'utilizzo e la divulgazione di materiale fotografico di interesse e valore artistico
- l'acquisto di materiale di piccole dimensioni e di grande uso, come testimonia l'alta richiesta che ricevono gli Uffici di Presidenza, quali le sporte personalizzate e le spille riportanti il logo dell'Ente.

Il costo delle operazioni complessivamente è di circa 35.000 euro.

Archivio fotografico

E' conservato e in continua espansione da qualche anno presso la Presidenza un mini archivio fotografico contenente le principali immagini degli eventi, oltre che le foto dei lavori (strade, scuole) di maggior interesse e rilievo effettuati dall'Ente nel territorio. L'archivio contiene sia stampe fotografiche sia immagini su supporti digitali ed è a disposizione degli Amministratori. Viene utilizzato contestualmente ai testi nei rapporti ordinari con i media e per l'arricchimento del sito internet. Ci si avvale di professionalità interne ed anche di collaborazioni esterne, a seconda della natura del servizio fotografico da realizzare e dei costi necessari a sostenerlo.

L'ammontare della spesa è complessivamente di circa 3.000 euro.

Rapporti con la cittadinanza

La stragrande maggioranza dei contatti con la cittadinanza avviene tramite il telefono e la posta elettronica. Gli uffici addetti alla comunicazione gestiscono ogni giorno molte richieste,

di natura eccezionalmente varia ed imprevedibile, offrendo ovunque sia possibile risposte esaurienti ai richiedenti, nel breve periodo di qualche ora, giorno o al massimo settimana. La natura delle richieste è talmente ampia da rendere impossibile definirne con precisione gli ambiti.

Comunicazione con i media

Vengono realizzati e inviati ad una mailing list di giornalisti (soprattutto di testate locali, ma anche nazionali e, a volte, di periodici di settore) comunicati stampa per diffondere e promuovere tutti gli eventi oggetto di notizia che vedono il coinvolgimento dei vari settori dell'Ente.

Inoltre, sempre al fine di comunicare le attività della provincia, vengono convocate delle conferenze, alle quali la stampa viene invitata a partecipare, per presentare attività o iniziative di rilievo. In queste occasioni, generalmente, vengono preparate apposite cartelle stampa, contenenti del materiale (comunicati stampa, pieghevoli, cd rom, ecc.) utile per un approfondimento dell'argomento trattato durante l'incontro.

Rassegna stampa quotidiana

Quotidianamente viene realizzata, sia su supporto cartaceo sia on line per il personale interno all'ente, la rassegna stampa. Vengono consultati ogni giorno 10 quotidiani sia locali che nazionali (Il Cittadino, Il Giorno, Il Corriere della sera, La Repubblica, L'Avvenire, Il Sole 24 Ore, Italia Oggi, Il Riformista, La Provincia di Cremona e La Libertà). La rassegna costituisce anche un momento di verifica dell'attività dell'ufficio stampa.

Il costo della collaborazione professionale di cui ci si avvale per la comunicazione con i media e per la rassegna stampa della Provincia è complessivamente di 12.000 euro.

Televideo RAI

Dal 2005 l'Ufficio Stampa cura e aggiorna costantemente il servizio di televideo della Provincia di Lodi alla pagina 547 del terzo canale RAI. Questo strumento di comunicazione che ha una capillarità di diffusione particolarmente significativa è importante per raggiungere un pubblico difficilmente avvicinabile con altri strumenti di comunicazione. Inoltre esso può svolgere una funzione importante per comunicazioni di emergenza. Per tutti questi motivi si è ritenuto utile anche per il 2006 mantenere il servizio, che ammonta ad una spesa di 4.300 euro.

Comunicazione via SMS

L'Ufficio Stampa avvierà in via sperimentale nel corso del 2006 un progetto innovativo: il servizio di messaggistica rivolto ai giornalisti, agli amministratori e ai consiglieri provinciali.

Il nuovo servizio prevede l'invio di brevi messaggi sulle attività dell'Ente (che non sostituiscono in alcun modo le comunicazioni ufficiali) basato sulla sintesi delle informazioni quotidianamente divulgate attraverso i comunicati stampa. I messaggi verranno inviati alla lista previo assenso al trattamento dei dati secondo quanto previsto dalla legge sulla privacy.

Il costo approssimativo del servizio sperimentale è di circa 3.500 euro.

Campagna di comunicazione istituzionale

La Presidenza collaborerà attivamente, durante il secondo semestre 2006, alla campagna di informazione e comunicazione sulla formazione a domanda individuale curata dal servizio Formazione professionale (per la quale si rimanda allo spazio apposito nella seconda parte del presente Piano).

Il costo dell'iniziativa è di circa 5.000 euro.

E' infine in fase di studio e valutazione l'opportunità di affiancare a questa campagna un'altra iniziativa di carattere sociale, dedicata in specie alle fasce anziane della popolazione, che potrebbe essere definita, realizzata e comunicata appositamente nella seconda metà dell'anno.

Le iniziative di comunicazione dei Settori e servizi dell'Ente

(l'elenco è in ordine alfabetico)

Oltre alle iniziative di comunicazione istituzionale tipiche della Presidenza, la Provincia è impegnata in una multiforme serie di attività, eventi ed appuntamenti la cui divulgazione al pubblico è curata, nelle forme e nei modi ritenuti più opportuni, dai singoli Assessorati e Settori proponenti.

Scopo della seguente seconda parte del Piano è dunque la raccolta e l'ordinamento di queste attività a rilievo esterno, così da offrire un quadro il più possibile esaustivo delle attività della comunicazione, ottemperando altresì ai suggerimenti ed allo spirito del legislatore italiano in materia, che lo chiede espressamente all'interno delle normative sulle attività di informazione delle Pubbliche Amministrazioni¹. I contenuti sotto riportati sono stati redatti dai singoli proponenti, che ne assumono la piena responsabilità.

Agricoltura e ambiente rurale

INIZIATIVA	OBIETTIVI	DESTINATARI	MATERIALE	PERIODO	STIMA DEI COSTI
PAGINA PUBBLICITARIA AGRISOLE	Promozione del territorio in chiave rurale	Lettori in genere	Inserzione pubblicitaria, tiratura di 38.000 copie	Febbraio 2006	Euro 2.040,00
CONVEGNO "MAIS"	Divulgazione prove varietali 2005	mondo agricolo	2.000 pieghevoli	Febbraio 2006	Euro 504,00
CONVEGNO "RIFORMA DELLA PAC"	La nuova Politica Agricola Comunitaria	mondo agricolo	2.000 pieghevoli	Aprile 2006	Euro 504,00
MARCHIO "LODIGIANO TERR BUONA"	Promozione dei prodotti a marchio o in itinere	Pubblico nelle varie fiere e manifestazioni	3.000 pieghevoli	diffuso durante tutto l'anno	Euro 352,80

¹ Non vengono pertanto riportate in sede di Piano le attività dei Servizi aventi un rilievo prevalentemente interno all'Ente, la cui natura non implica la divulgazione al pubblico (es. la gestione del personale, gli stipendi, il controllo di gestione, il servizio CED, gli uffici della ragioneria...).

PAGINA PUBBLICITARIA RIVISTA "ORIGINE"	Promozione del territorio in chiave rurale attraverso i suoi prodotti	Lettori in genere	Inserzione pubblicitaria sulla rivista	varie edizioni durante l'anno	Euro 6.000,00
LA FORESTA DI PIANURA DI LODI	Promozione e valorizzazione del progetto della Foresta	Scuole in particolare e cittadinanza in genere	15.000 libretti	diffuso durante tutto l'anno	Euro 9.716,00
LA FORESTA DI PIANURA DI LODI	Promozione e valorizzazione del progetto della foresta e del Lodigiano rurale	Pubblico televisivo	Documentario televisivo su Telelombardia e su Antenna 3	Giugno 2006	Euro 9.120,00
MANIFESTAZIONE "IL BANCO NEL BOSCO"	Promozione e valorizzazione del progetto della foresta e del Lodigiano rurale	Cittadinanza in genere	1.000 cartine	Maggio 2006	Euro 484,00
MANIFESTAZIONE "IL BANCO NEL BOSCO"	Ciclopasseggiata organizzata da CicLodi	Cittadinanza	1.000 volantini	Maggio 2006	Euro 240,00
MANIFESTAZIONE "IL BANCO NEL BOSCO"	Promozione e valorizzazione del progetto della foresta e del Lodigiano rurale	Scuole in primis e poi cittadinanza generica	32.000 volantini e 200 manifesti	Maggio 2006	In carico agli sponsor
OPUSCOLO "IL LATTE CRUDO"	Informazione ai consumatori circa la conservazione e l'utilizzo del latte crudo	Scuole e pubblico nelle varie fiere	15.000 opuscoli	Diffuso durante tutto l'anno	Euro 1.530,00
CONVEGNO	Premiazione	mondo agricolo	2.000	Giugno 2006	Euro

PREMIO MARCORA	delle aziende agricole distintesi nel 2006		pieghevoli		480,00
CONVEGNO ITAS TOSI E P.S.R.	Informazioni sul nuovo "Piano di sviluppo rurale"	mondo agricolo	2.000 pieghevoli	Giugno 2006	Euro 480,00
SCUOLE IN CAMPO 2006-2007	Presentazione dei progetti per il prossimo a.s.	Scuole dell'obbligo	2.500 opuscoli	Settembre 2006	Euro 5.500,00
SITO INTERNET "LODIGIANO TERRA BUONA"	Promozione del sistema agro-alimentare lodigiano	Pubblico ed utenti	Creazione ed aggiornamento di pagine web	Anno 2006	Euro 27.600
SALONE DEL GUSTO DI TORINO E EVENTI AUTUNNALI	Promozione del sistema agro-alimentare lodigiano	Partecipanti a fiere e convegni	Opuscoli e inserzioni pubblicitarie	Ottobre - Novembre 2006	Euro 3.000 ca.

Ambito Territoriale Ottimale

Oggetto	Conferenza d'Ambito
Obiettivi	Approvazione Piano d'Ambito; approvazione Statuto società per la gestione del servizio idrico integrato; costituzione del fondo di dotazione per il 2006
Destinatari	Enti Locali, operatori del settore e associazioni di categorie
Mezzi	Inviti
Tempi	20 febbraio 2006
Stima costi	150 €

Oggetto	Convegno su "Piano d'Ambito e gestione del ciclo idrico integrato"
Obiettivi	Approfondimento Piano d'Ambito agli Amministratori degli Enti Locali
Destinatari	Enti locali e operatori del settore
Mezzi	Inviti
Tempi	22 marzo 2006
Stima costi	200 €

Oggetto	Stipula di Convenzione con il Comune di Casaletto Lodigiano
Obiettivi	Realizzazione dell'intervento "Completamento rete fognaria nel capoluogo (2° lotto)"
Tempi	5 aprile 2006

Oggetto	Stipula di Convenzione con il Comune di Maccastorna
Obiettivi	Realizzazione dell'intervento "Ampliamento rete fognaria"
Tempi	5 aprile 2006

Oggetto	Stipula di Convenzione con il Comune di Graffignana
Obiettivi	Realizzazione dell'intervento "Costruzione fognatura mista"
Tempi	26 aprile 2006

Oggetto	Stipula di Convenzione con il Comune di San Rocco al Porto
Obiettivi	Realizzazione degli interventi : 1"Realizzazione sezione disinfezione su depuratore capoluogo (Buttirone)" 2"Costruzione impianto di sollevamento acque luride e linea fognatura in pressione via Pontini e 1° maggio"
Tempi	26 aprile 2006

Oggetto	Stipula di Convenzione con il Comune di Guardamiglio
Obiettivi	Realizzazione dell'intervento "Aumento potenzialità depuratore capoluogo a 4.000 A.E. e collettamento"
Tempi	26 aprile 2006

Oggetto	Stipula di Convenzione con il Comune di Lodi
Obiettivi	Realizzazione degli interventi : 1 "Estensione rete fognaria nelle vie S.Bassiano, Milano, Raffaello, Frazione Riolo, Fontana, zona Polledra, Olmo,S.P.23 - 1° lotto". 2 "Realizzazione fognatura e collettamento via del Capanno, via Boito, viale Pavia, via La Malfa, via Barbarossa, zona Laghi". 3 "Trasformazione rete mista in rete bianca zona Revellino e Campo di Marte"
Tempi	16 giugno 2006

Oggetto	Conferenza d'Ambito
Obiettivi	1. Costituzione società per la gestione del servizio idrico integrato e 2. rendicontazione anno 2005
Destinatari	Enti locali
Mezzi	Inviti
Tempi	autunno 2006
Stima costi	150 €

Attività dello spettacolo

Obiettivi:	Realizzazione del Festival musicale internazionale
Oggetto:	Quartetto Prometeo Festival
Destinatari:	cittadinanza indistinta interessata e utenza extra provinciale e regionale
Mezzi:	2000 volantini / 4 cartelloni – affiches / utilizzo siti web e mailing list
Tempi:	6 – 21 giugno 2006
Stima costi:	17.500 euro

Obiettivi:	realizzazione cd e concorso musicale delle band del lodigiano
Oggetto:	Rock Lod
Destinatari:	cittadinanza indistinta interessata e utenza extra provinciale e regionale
Mezzi:	5000 volantini/3 standardi – affiches/utilizzo siti web e mailing list
Tempi:	10 giugno – 15 luglio 2006
Stima costi:	24.000 euro

Cooperazione internazionale / Ufficio Europa

Oggetto:	Newsletter dell'Ufficio Europa
Obiettivi:	Divulgazione informazioni ed opportunità offerte dall'Unione Europea
Destinatari:	Settori della Provincia di Lodi ed Amministrazioni comunali
Mezzi:	Link nella newsletter istituzionale
Tempi:	pubblicazione bisettimanale
Stima costi:	solo costi interni

Oggetto:	Bando “Assunzione e finanziamento di progetti a sostegno di programmi di cooperazione e solidarietà internazionale – anno 2006”
Obiettivi:	Divulgazione dell'opportunità di presentare domanda di contributo per realizzare progetti di cooperazione internazionale
Destinatari:	Associazioni, Fondazioni, comitati, O.N.G. ed altre organizzazioni senza fini di lucro
Mezzi:	Pubblicazione estratto del Bando su quotidiani locali
Tempi:	Data scadenza bando: 31 maggio 2006
Stima costi:	1.341,20 euro

Cultura / beni culturali

Obiettivi:	Promuovere la conoscenza del patrimonio artistico,culturale,architettonico e storico presente nel nostro territorio
-------------------	---

Oggetto:	IL LODIGIANO E I SUOI TESORI: Visite guidate al patrimonio di particolare rilevanza artistico-culturale accompagnate da momenti musicali e/o teatrali, ludici ed enogastronomia attinenti il bene o comunque il luogo oggetto della visita.
Destinatari:	Cittadini del territorio provinciale e delle Province limitrofe(PV,CR,MI,PC)
Mezzi:	Manifesti, locandine, pieghevoli
Tempi:	La rassegna, a cadenza annuale, copre i periodi primaverile (da fine aprile a fine giugno) ed autunnale (da fine settembre a fine novembre). Nel periodo autunnale si connette strettamente alla “Rassegna Gastronomica” organizzata dal Settore Sistemi Turistici
Stima Costi:	Euro 3.000

Obiettivi:	Promuovere la conoscenza al grande pubblico delle fotografie dei beni architettonici presenti nel nostro territorio
Oggetto:	MOSTRA FOTOGRAFICA - Opere scattate da Gabriele Basilico in occasione della realizzazione del progetto S.I.R.Be.C. (sistema informativo regionale beni culturali) per la Provincia di Lodi
Destinatari:	Cittadini del territorio provinciale e delle Province limitrofe(PV,CR,MI,PC)
Mezzi:	manifesti, locandine, inviti, pieghevoli, catalogo
Tempi:	Ottobre/Novembre 2006
Stima Costi:	Euro 30.000,00

Obiettivi:	organizzazione di una nottata con i musei aperti comprendente momenti strettamente culturali quali le visite guidate ai musei / raccolte del territorio e momenti ludici quali concerti, degustazione prodotti tipici locali, spettacoli con artisti di strada
Oggetto:	NOTTE AL MUSEO
Destinatari:	tutta la popolazione del territorio provinciale e delle province limitrofe con particolare attenzione alle generazioni più giovani che, in orari a loro più consoni possono per una volta accostarsi ad un mondo per loro nuovo, spesso ignorato perché ritenuto privo di interesse
Mezzi:	manifesti, locandine, pieghevoli
Tempi:	la notte tra il 22 e il 23 Settembre 2006
Stima Costi:	Euro 2.500,00

Obiettivi:	accompagnare e orientare le scelte post diploma degli studenti del territorio provinciale
Oggetto:	MILLE STRADE UNA STRADA - realizzazione del Forum per l'orientamento scolastico, che consiste nel mettere a disposizione degli studenti degli istituti superiori il panorama delle offerte delle università e nella realizzazione di laboratori atti ad individuare le inclinazioni e attitudini dei partecipanti
Destinatari:	gli studenti iscritti alle quarte e quinte classi degli I.I.S. del territorio provinciale.
Mezzi:	locandine
Tempi:	maggio 2006
Stima Costi:	Euro 300

Obiettivi:	Promuovere la conoscenza dell'arte
Oggetto:	MOSTRA DI OPERE D'ARTE della collezione di Tino Gipponi
Destinatari:	i cittadini del territorio
Mezzi:	manifesti, locandine, pieghevoli e catalogo
Tempi:	autunno 2006
Stima Costi:	Euro 30.000

Difesa del suolo

CORSO BASE DI FORMAZIONE PER VOLONTARI DI PROTEZIONE CIVILE

Obiettivi:	Formazione base per Volontari di Protezione Civile al fine dell'iscrizione all'Albo Regionale del volontariato (Regolamento Regionale n° 3/2001)
Oggetto:	lezioni teoriche e pratiche
Destinatari:	Volontari di Protezione Civile che non hanno ancora frequentato un corso base
Mezzi:	15 incontri
Tempi:	maggio-giugno –ottobre- novembre 2006
Stima costi:	1000 €

CORSO DI FORMAZIONE PER COORDINATORI DI PROTEZIONE CIVILE

Obiettivi:	trasferimento delle conoscenze teoriche riguardanti il “sistema di protezione civile nazionale”, migliorando le capacità operative e quelle relazionali attraverso la modificazione dei
-------------------	---

comportamenti e degli atteggiamenti di fondo
Oggetto: Attività dei Responsabili delle Organizzazioni di Volontariato e Funzionari dei Comuni nella prevenzione e gestione dei rischi idraulici e industriali nel Lodigiano
Destinatari: Responsabili delle organizzazioni di volontariato di protezione civile della Provincia di Lodi e funzionari tecnici dei Comuni.
Mezzi: 4 incontri
Tempi: marzo-aprile 2006
Stima costi: 1.000 €

CAMPO SCUOLA PER VOLONTARI DI PROTEZIONE CIVILE

Obiettivi: formazione tecnica per Volontari di Protezione Civile al fine di testare le capacità di intervento dei gruppi e delle associazioni sia in ambito locale che nazionale
Oggetto: Campo residenziale
Destinatari: volontari di Protezione Civile
Mezzi: lezioni teoriche, pratiche ed esercitazioni
Tempi: novembre 2006
Stima costi: da definirsi

CORSO ED ESERCITAZIONE DI PROTEZIONE CIVILE: ANTINCENDIO BOSCHIVO

Obiettivi: formazione e specializzazione dei volontari negli interventi di antincendio boschivo
Oggetto: corso ed esercitazione di antincendio boschivo
Destinatari: volontari di protezione civile con specializzazione in antincendio boschivo
Mezzi: lezioni teoriche, pratiche ed esercitazione
Tempi: maggio-giugno 2006
Stima costi: nessuno

PIANO DI EMERGENZA PER IL RISCHIO IDRAULICO

Obiettivi: pianificazione della gestione degli interventi durante le emergenze idrogeologiche
Oggetto: redazione e divulgazione del Piano di emergenza di rischio idraulico
Destinatari: Prefettura, Comuni, Forze dell'Ordine, Enti facenti parte del sistema di protezione

civile
Mezzi: divulgazione tramite cartaceo, cd e sito internet
Tempi: da gennaio 2005 a marzo 2006
Stima costi: 2.000 €

GEMELLAGGI TRA COMUNI EVACUANTI, RIVIERASCHI DEL FIUME PO, E COMUNI OSPITANTI

Obiettivi: definizione e coordinamento dell'evacuazione e dell'accoglienza degli abitanti dei Comuni rivieraschi sul Po
Oggetto: gemellaggi tra Comuni evacuanti e Comuni ospitanti
Destinatari: Comuni rivieraschi del fiume Po
Mezzi: incontri
Tempi: termine autunno 2006
Stima costi: da definire

PIANO DI EMERGENZA PER IL COMUNE DI LODI

Obiettivi: pianificazione della gestione degli interventi durante le emergenze idrogeologiche a livello comunale, coordinata con il Piano di Emergenza Provinciale
Oggetto: redazione e divulgazione del Piano di emergenza di rischio idraulico
Destinatari: Comune di Lodi, Prefettura, CRI, 118, Vigili del Fuoco, Forze dell'Ordine, Volontariato, Enti facenti parte del sistema di protezione civile.
Mezzi: cd-rom e sito internet
Tempi: in corso
Stima costi: nessuno

CONTRIBUTI ALLE ORGANIZZAZIONI DI VOLONTARIATO DI P.C.

Obiettivi: sostegno alle attività delle organizzazioni di Volontariato di Protezione Civile
Oggetto: erogazione fondi
Destinatari: Organizzazioni di Volontariato di protezione civile
Mezzi: sito internet

Tempi: autunno 2006
Stima costi: nessuno

TENUTA SEZIONE PROVINCIALE DELL'ALBO REGIONALE DEL VOLONTARIATO

Obiettivi: tenuta sezione provinciale dell'Albo Regionale del Volontariato
Oggetto: istruttoria richieste di iscrizione all'Albo Regionale e verifica annuale di mantenimento dei requisiti per l'iscrizione stessa
Destinatari: organizzazioni di volontariato della Provincia di Lodi
Mezzi: sito internet
Tempi: annuale
Stima costi: nessuno

PIANO PROVINCIALE DI PREVISIONE E PREVENZIONE: AGGIORNAMENTO

Obiettivi: Previsione e prevenzione dei rischi naturali ed antropici del territorio provinciale
Oggetto: Aggiornamento dell'analisi del territorio, elaborazione di dati e predisposizione di relazioni e cartografie
Destinatari: Comuni ed enti facenti parte del sistema di protezione civile
Mezzi: cd-rom e sito internet
Tempi: da definirsi
Stima costi: da definirsi

ACCORDO TRA I SINDACI ED IL COMANDO PROVINCIALE DEI VIGILI DEL FUOCO PER L'UTILIZZO DEL VOLONTARIATO NELLE EMERGENZE COMUNALI

Obiettivi: miglioramenti nella risposta dei volontari durante le emergenze comunali di tipo meteorologico in supporto ai Vigili del Fuoco
Oggetto: sottoscrizione di accordo tra Comuni e Comando provinciale dei Vigili del Fuoco
Destinatari: Comuni, Vigili del Fuoco, Prefettura e Forze dell'Ordine
Mezzi: incontri e pubblicazione sul sito internet
Tempi: in corso
Stima costi: nessuno

ACCORDO TRA LA PROVINCIA ED IL COMITATO PROVINCIALE DELLA C. R.I.

Obiettivi: implementazione della collaborazione tra l'Amministrazione provinciale, le organizzazioni di volontariato di protezione civile e la C.R.I. per attività formative e addestrative
Oggetto: sottoscrizione di accordo tra Provincia di Lodi e il Comitato provinciale C.R.I.
Destinatari: Comuni, Vigili del Fuoco, Prefettura e Forze dell'Ordine
Mezzi: incontri e pubblicazione sul sito internet
Tempi: in corso
Stima costi: nessuno

GESTIONE DELLA QUALITA': CERTIFICAZIONE DEL SISTEMA DI PROTEZIONE CIVILE DELLA PROVINCIA DI LODI

Obiettivi: implementazione del sistema di gestione della qualità
Oggetto: analisi dei processi e definizione di procedure di sistema ed operative; definizione manuale della qualità, certificazione
Destinatari: ufficio di protezione civile in fase ordinaria e struttura interna di protezione civile in fase di emergenza (DGP 207 del 14/10/2004)
Mezzi: lezioni
Tempi: in corso da aprile 2006 a febbraio 2007
Stima costi: da definirsi

Direzione Generale

Oggetto	Seminario formativo su "La disciplina degli appalti con l'entrata in vigore della direttiva comunitaria e del Codice degli appalti"
Obiettivi	Aggiornamento sulle innovazioni normative con l'imminente entrata in vigore del nuovo Codice degli appalti
Destinatari	Personale della Provincia e delle amministrazioni pubbliche del territorio, liberi professionisti degli Ordini degli Architetti e degli Ingegneri
Mezzi	Invito tramite e-mail agli Enti Pubblici ed agli Ordini Professionali degli Ingegneri e degli Architetti.
Tempi	Incontri a cadenza settimanale da maggio a giugno (11 – 18 e 25 maggio / 1 – 8 – 13 giugno 2006)
Stima costi	€. 6.000,00

Economato e Patrimonio

Oggetto	Nuove modalità di acquisizione di beni e servizi attraverso le Aste -on Line, gli Acquisti Aggregati (centrali di committenza) e acquisti Verdi anni per gli 2006-2007
Obiettivi	innovare le modalità di acquisizione di beni e servizi attraverso processi di e-procurement ed attraverso l'esperienza degli "acquisti Verdi"; estendere ai Comuni ed alla Camera di Commercio i benefici del progetto; operare un risparmio di risorse sia umane che economiche (dall'esperienze già conseguite ci sono risparmi stimati attorno al 10/15%)
Destinatari	Fornitori di pubbliche amministrazioni, Camera di Commercio, Comuni, Scuole
Mezzi	noleggio di una Piattaforma informatica, convegni divulgativi partecipazioni al GPP ed a Risorse dei Comuni
Tempi	Anni 2006 e 2007
Stima costi	30.000 per ogni anno per il biennio (comprensivi del noleggio della piattaforma e degli eventuali costi di convegni o partecipazioni a fiere e convegni)

Formazione Professionale

Obiettivi:	rendere disponibili le informazioni, la normativa, le novità riguardanti le materie di competenza provinciale: formazione professionale per i ragazzi e le ragazze in diritto/dovere di istruzione, in materia di apprendistato e relativamente ai corsi privati riconosciuti ex art. 27 L.R. n. 95/80.
Oggetto:	aggiornamento del sito internet della Formazione Professionale
Destinatari:	Centri di formazione, cittadini e cittadine che ricercano informazioni specifiche sull'offerta formativa, aziende, enti di categoria, ecc.
Mezzi:	pagine web
Tempi:	durante l'anno regolarmente
Stima Costi:	nessun costo

Obiettivi:	pubblicazione sul sito provinciale dei dispositivi ad evidenza pubblica (e la relativa documentazione necessaria per la partecipazione) rivolti agli operatori del settore per l'affidamento ed il finanziamento delle attività da svolgersi nel territorio provinciale
-------------------	---

Oggetto:	pubblicazione sul sito dei dispositivi ad evidenza pubblica per gli operatori del settore, in ordine all'affidamento ed al finanziamento delle attività da svolgersi nel territorio
Destinatari:	cittadinanza indistinta
Mezzi:	pagine web
Tempi:	durante l'anno
Stima Costi:	nessun costo

Obiettivi:	promozione e divulgazione di notizie in materia di apprendistato
Oggetto:	incontro/seminario pubblico sull'apprendistato, avente ad oggetto l'evoluzione normativa in materia di formazione per apprendisti con particolare riferimento all'applicazione dei contratti di apprendistato professionalizzante ex D.Lgs. n. 276/03 art. 49.
Destinatari:	parti sociali (associazioni di categoria e organizzazioni sindacali del territorio)
Mezzi:	inviti e lettere a cura del Servizio
Tempi:	19 maggio 2006, c/o sede della Provincia
Stima Costi:	nessun costo

Obiettivi:	raggiungere il maggior numero di possibili destinatari di moduli formativi a scelta individuale finalizzati alla riqualificazione e aggiornamento professionale da svolgersi presso gli enti di formazione professionale del territorio
Oggetto:	campagna di comunicazione e informazione sulla formazione a domanda individuale
Destinatari:	donne e uomini tra i 18 e i 60 anni occupati o in condizione di mobilità, CIGO o CIGS residenti o domiciliati in Lombardia ed impiegati delle aziende del Lodigiano.
Mezzi:	comunicati stampa, affissioni, incontri, distribuzione di materiale informativo, ecc.
Tempi:	luglio-dicembre 2006
Stima Costi:	a disposizione € 18.548,00 (trasferimento di risorse da Regione Lombardia)

Pari opportunità – Politiche di Genere

Obiettivi:	trasferire l'importanza del traguardo raggiunto nell'ormai lontano 1946 alle giovani generazioni perché sappiano trarre nuovi spunti di riflessione e nuovi impulsi per continuare il percorso di affermazione e riconoscimento dei diritti delle donne.
-------------------	--

Oggetto:	60°ANNIVERSARIO DELLA CONCESSIONE DEL DIRITTO DI VOTO ALLE DONNE
Destinatari:	tutta la cittadinanza in genere, ma in particolare i rappresentanti degli Enti locali del territorio, tutte le donne elette e/o nominate rispettivamente nei Consigli Comunali, nel Consiglio Provinciale, nelle Giunte Comunali, nella Giunta Provinciale, negli Enti sovracomunali nonché gli studenti e le studentesse del territorio
Mezzi:	inviti, manifesti
Tempi:	Giugno 2006
Stima Costi:	Euro 500,00

Obiettivi:	realizzazione di una giornata di studio con l'apporto diretto di testimonianze di donne provenienti da quell'area, per farne conoscere le condizioni di vita e rendere a noi più comprensibili i loro comportamenti e le loro scelte
Oggetto:	LA VITA DELLE DONNE NELL'AREA MEDITERRANEA
Destinatari:	tutte le donne del territorio in particolare quelle impegnate nel mondo politico, nel sindacato, nel volontariato
Mezzi:	locandine e manifesti
Tempi:	10 Marzo 2006
Stima Costi:	Euro 1.200

Obiettivi:	fornire strumenti di riflessione e conoscenze specifiche alle donne che vogliono inserirsi nel mercato del lavoro
Oggetto:	DONNE E LAVORO - realizzazione di una giornata di studio sulle nuove opportunità offerte alle donne finalizzate al loro inserimento lavorativo
Destinatari:	tutte le donne che vivono nel territorio provinciale con particolare attenzione a quelle immigrate
Mezzi:	manifesti, locandine e inviti
Tempi:	novembre 2006
Stima Costi:	Euro 700

Politiche del Lavoro

Obiettivi:	l'attuazione di azioni di politiche attive del lavoro previste dal piano provinciale di orientamento al lavoro
Oggetto:	Bando orientamento 2005: finanziamento di attività di orientamento
Destinatari:	disoccupati/e, lavoratori in mobilità, lavoratori provenienti da crisi aziendali
Mezzi:	Piano Provinciale, Bando Orientamento 2005, Sito
Tempi:	31/12/2006
Stima Costi:	233.500 euro

Obiettivi:	favorire il reinserimento socio/professionale dei detenuti /ex detenuti
Oggetto:	Progetto lavoro debole: azioni di sensibilizzazione, interviste, convocazione tavoli, convegni, attività di orientamento
Destinatari:	aziende/attori socio-economici/detenuti/ex detenuti
Mezzi:	tavoli di lavoro/convegni/interviste/attività di orientamento – accompagnamento. Articoli di giornale – sito – lettere ai destinatari
Tempi:	primavera 2007
Stima Costi:	32.330,70 euro

Obiettivi:	favorire l'integrazione lavorativa dei disabili
Oggetto:	Fondo regionale disabili sulle azioni a favore dei disabili da parte di soggetti che si candidano all'apposito bando (da pubblicarsi) – attivazione di tirocini di inserimento
Destinatari:	disabili iscritti nell'apposita lista
Mezzi:	Bando Pubblico, Sito provincia, probabile preparazione di materiale cartaceo
Tempi:	2006
Stima Costi:	837.573,73 euro

Obiettivi:	permettere l'invio telematico delle comunicazioni obbligatorie alle aziende/società di consulenza/società di somministrazione
Oggetto:	Progetto sintesi: applicativo per le comunicazioni obbligatorie (COB) e predisposizione dell'applicativo con il fine suddetto
Destinatari:	disabili iscritti nell'apposita lista

Mezzi:	portale Sintesi
Tempi:	2006
Stima Costi:	30.000 euro

Rifiuti (Sportello Osservatorio Rifiuti)

Oggetto:	newsletter “Calendario limitazione alla circolazione stradale per l’anno 2006”
Obiettivo:	informazione ai soggetti che effettuano il servizio di nettezza urbana sulle giornate in cui è vietata la circolazione, stabilite ogni anno con Decreto Ministeriale
Destinatari:	Amministrazioni Comunali e soggetti gestori
Mezzi:	internet e posta elettronica
Tempi:	Gennaio 2006

Obiettivi:	spiegare e fornire informazioni in merito alla compilazione del Modello Unico di Dichiarazione ambientale
Oggetto:	Seminario informativo per la compilazione del Mud (in collaborazione con la Camera di Commercio di Lodi)
Destinatari:	Comuni, imprese ed associazioni di categoria
Mezzi:	internet e posta elettronica
Tempi:	data del seminario, 4 aprile 2006

Obiettivi:	informare sulle novità introdotte dal nuovo decreto in merito a registri di carico e scarico rifiuti, formulari di trasporto e Mud
Oggetto:	newsletter “Decreto Legislativo 152/2006”
Destinatari:	Operatori del settore
Mezzi:	internet e posta elettronica
Tempi:	maggio 2006

Obiettivi:	riportare gli articoli apparsi sui quotidiani locali riguardanti la gestione dei rifiuti nei Comuni del lodigiano
Oggetto:	Rassegna stampa del Lodigiano

Destinatari:	operatori del settore
Mezzi:	internet e posta elettronica
Tempi:	e-mail trimestrale ai soggetti della mailing list: Marzo 2006, Giugno 2006

Obiettivi:	riportare gli articoli apparsi sui giornali in merito a novità legislative, normative e di giurisprudenza legate al mondo dei rifiuti
Oggetto:	Rassegna stampa Normativa
Destinatari:	operatori del settore
Mezzi:	internet e posta elettronica
Tempi:	e-mail trimestrale ai soggetti della mailing list - Marzo 2006, giugno 2006

Servizi alla Persona

Oggetto:	“ Osservatorio Provinciale Immigrazione – attività volte all’integrazione, alla Multietnicità e di supporto all’Osservatorio Regionale. PRESENTAZIONE del “VI RAPPORTO SULL’IMMIGRAZIONE STRANIERA NELLA PROVINCIA DI LODI”. ANNO 2005
Obiettivi:	1. Supporto informativo agli ambiti territoriali impegnati nella programmazione e definizione dei piani di zona; 2. Assicurazione di una sistematica conoscenza finalizzata alla programmazione territoriale attraverso il mantenimento di flussi informativi costanti tra gli Osservatori Provinciali e l’Osservatorio Regionale per l’Integrazione e la Multietnicità; 3. Consolidamento del rapporto di collaborazione tra le Province che hanno aderito al progetto; 4. Aggiornamento costante dei dati e delle informazioni di base sul fenomeno migratorio, valutando la possibilità di ampliare il campo di osservazione ai fenomeni emergenti o legati a situazioni contingenti; 5. Diffusione delle informazioni e dei dati raccolti a scala locale tra i soggetti, istituzionali e non, interessati al fenomeno migratorio; 6. Diffusione dei dati e dei materiali di ricerca prodotti dall’Osservatorio Regionale per l’Integrazione e la Multietnicità; 7. Presentazione e diffusione dei risultati delle attività di indagine
Destinatari:	i soggetti, istituzionali e non, interessati al fenomeno migratorio con particolare riferimento a: Comuni della provincia di Lodi, Uffici di Piano attivati nei distretti, Consigli territoriali per l’Immigrazione, Questura e Prefettura di Lodi, ASL e Azienda Ospedaliera della provincia di Lodi, Associazioni attive nel campo dell’Immigrazione, Istituzioni e operatori scolastici, Centro Servizi Amministrativi di Lodi (ex Provveditorato agli Studi), Direzioni Scolastiche lodigiane

Mezzi:	manifesti – Dépliants – Brochures
Tempi:	9 Settembre 2006 – Data prevista per la giornata di presentazione
Stima Costi:	€ 3.000,00

Turismo e Sport²

Obiettivi:	Partecipazione alla B.I.T. (Borsa Internazionale del Turismo) 2006
Oggetto:	Promozione del territorio
Destinatari:	Tour Operator, Agenzia di viaggi e turismo, Giornalisti, Cral aziendali, Associazioni che organizzano escursioni, Scuole, Turisti in generale
Mezzi:	Volantini, opuscoli, gadgets, degustazioni, distribuiti poi in occasione di tutte le fiere dell'anno
Tempi:	18-21 febbraio 2006
Stima Costi:	€ 6.500 (escluse spese di spazi, allestimenti, trasporto merce...)

Obiettivi:	Promozione dell'enogastronomia e del territorio della Provincia di Lodi
Oggetto:	18 ^a Rassegna Gastronomica del Lodigiano
Destinatari:	Giornalisti, Operatori del settore, Turisti in generale
Mezzi:	450.000/550.000 locandine – Organizzazione di Workshop – Redazionali su riviste specializzate – Pagine pubblicitarie su quotidiani e riviste – Veicolazione della locandina con il Corriere della Sera – Affissione di manifesti nell'hinterland milanese - Pubblicità su radio o tv – Realizzazione di gadgets
Tempi:	Settembre/Dicembre 2006
Stima Costi:	La campagna promozionale è in fase di organizzazione. L'iniziativa si auto-finanzia ed è affidata alla Strada del Vino S. Colombano e dei Sapori Lodigiani: non si è grado al momento di quantificare i costi

² Si precisa che da questo elenco sono escluse le campagne promozionali gestite direttamente da Comuni o Associazioni che l'Assessorato al Turismo e allo Sport sostiene economicamente.

Le più significative tra esse sono: il Passaggio della fiaccola olimpica a Lodi, il Giro delle Regioni, il Torneo internazionale di scacchi di Lodi, il Concorso ippico, il Palio di Lodi, il Trompe l'oeil Festival, la Notte Magica a S. Stefano Lodigiano, il Raduno malerino di auto e moto d'epoca, la Festa dell'Assunta di Castiglione d'Adda, la Festa dell'Assunta di Somaglia, la Festa del Gelato di S. Fiorano, la Festa di S. Michele sul Po di Corno Giovine, la realizzazione di opuscoli informativi sulla Via Francigena.

Obiettivi:	Progetto biciclette
Oggetto:	Promozione del turismo ciclabile nel territorio della Provincia
Destinatari:	Turisti in generale
Mezzi:	Acquisto di n. 200 biciclette personalizzate e realizzazione di opuscoli informativi
Tempi:	Autunno 2006
Stima Costi:	€ 39.485

Obiettivi:	Rivista bimestrale L'Orso
Oggetto:	Promozione del territorio della Provincia
Destinatari:	Turisti in generale
Mezzi:	Realizzazione di servizi sulla rivista
Tempi:	varie uscite nel corso del 2006
Stima Costi:	€ 4.800

Obiettivi:	Sito www.biciturismo.lo.it che sarà inserito nel sito www.biciturismo.lombardia.it
Oggetto:	Promozione di ciclabili ed itinerari ciclabili della Provincia di Lodi
Destinatari:	Turisti in generale
Mezzi:	Realizzazione del sito
Tempi:	entro fine anno 2006
Stima Costi:	€ 3.600

Obiettivi:	Promozione del territorio
Oggetto:	CD-CARD
Destinatari:	Tifosi della squadra di pallacanestro Assigeco e tifosi ospitati, turisti in generale
Mezzi:	Realizzazione di una CD-card
Tempi:	Autunno 2006
Stima Costi:	€ 3.000

Obiettivi:	Promozione del territorio
Oggetto:	Educational Tour per giornalisti
Destinatari:	Giornalisti specializzati in turismo enogastronomico

Mezzi:	Accoglienza e ospitalità nel Lodigiano per 13 giornalisti
Tempi:	19-20-21 maggio 2006
Stima Costi:	€ 4.900

Obiettivi:	Promozione degli itinerari ciclabili nella Provincia di Lodi
Oggetto:	Realizzazione opuscolo Un Po di bicicletta - Lodi
Destinatari:	Tour Operator, Agenzia di viaggi e turismo, Giornalisti, Cral aziendali, Associazioni che organizzano escursioni, Scuole, Turisti in generale
Mezzi:	10.000 libretti
Tempi:	2006
Stima Costi:	€ 10.000

Obiettivi:	Promozione di un itinerario ciclabile nelle province di Pavia, Lodi, Cremona e Mantova
Oggetto:	Realizzazione opuscolo Un Po di Bicicletta
Destinatari:	Tour Operator, Agenzia di viaggi e turismo, Giornalisti, Cral aziendali, Associazioni che organizzano escursioni, Scuole, Turisti in generale
Mezzi:	30.000 libretti (italiano, inglese e tedesco)
Tempi:	entro fine anno 2006
Stima Costi:	€ 40.000,00

Obiettivi:	Promozione del territorio
Oggetto:	Realizzazione calendario eventi del Sistema Turistico Po di Lombardia
Destinatari:	Tour Operator, Agenzia di viaggi e turismo, Giornalisti, Cral aziendali, Associazioni che organizzano escursioni, Scuole, Turisti in generale
Mezzi:	10.000 opuscoli
Tempi:	2006
Stima Costi:	non disponibile al momento, alcune variabili ancora da verificare

Obiettivi:	Promozione del territorio
Oggetto:	Realizzazione opuscolo enogastronomia del Sistema Turistico Po di Lombardia

Destinatari:	Tour Operator, Agenzia di viaggi e turismo, Giornalisti, Cral aziendali, Associazioni che organizzano escursioni, Scuole, Turisti in generale
Mezzi:	4.000 opuscoli
Tempi:	1^ semestre 2006
Stima Costi:	non disponibile al momento, alcune variabili ancora da verificare

Obiettivi:	Promozione dell'enogastronomia del Sistema Turistico
Oggetto:	Realizzazione ricettario e calendario enogastronomico del Sistema Turistico Po di Lombardia
Destinatari:	Tour Operator, Agenzia di viaggi e turismo, Giornalisti, Cral aziendali, Associazioni che organizzano escursioni, Scuole, Turisti in generale
Mezzi:	10.000 opuscoli
Tempi:	2^ semestre 2006 per il Salone del Gusto a Torino
Stima Costi:	non disponibile al momento, alcune variabili ancora da verificare

Obiettivi:	Promozione del territorio
Oggetto:	Realizzazione gadgets del Sistema Turistico Po di Lombardia
Destinatari:	Tour Operator, Agenzia di viaggi e turismo, Giornalisti, Cral aziendali, Associazioni che organizzano escursioni, Scuole, Turisti in generale
Mezzi:	Matite e borse di carta
Tempi:	durante tutto l'anno
Stima Costi:	non disponibile al momento, alcune variabili ancora da verificare

Obiettivi:	Promozione del territorio
Oggetto:	Organizzazione di campagna promozionale sul mercato tedesco del Sistema Turistico Po di Lombardia
Destinatari:	Tour Operator, Agenzia di viaggi e turismo, Giornalisti
Mezzi:	Traduzione in tedesco dei pacchetti turistici – Educational tour per operatori – Partecipazione alla Borsa IFMA a Colonia con workshop 16-17 settembre 2006 – Educational tour per giornalisti
Tempi:	Autunno 2006
Stima Costi:	€ 31.600

Obiettivi:	Incentivazione alla pratica sportiva nella Scuola dell'Infanzia e nella Scuola Primaria
Oggetto:	10^ edizione LAUSIADI
Destinatari:	Bambini dai 3 ai 10 anni
Mezzi:	6.000 opuscoli – 200 manifesti – 2000 gadgets per bambini – premi – gadgets per Comuni
Tempi:	autunno 2005- maggio 2006
Stima Costi:	€ 10.000 - costi indicativi in quanto le spese (eccetto i premi ai Comuni) vengono effettuate dall'organizzatore che ci fornisce un pacchetto “chiavi in mano”

Obiettivi:	Valutazione sulla conoscenza dello sport nelle Scuole Primarie
Oggetto:	Questionari scuole
Destinatari:	studenti della Scuola Primaria
Mezzi:	compilazione di un questionario
Tempi:	maggio 2006
Stima Costi:	€ 240

Obiettivi:	Promozione del territorio
Oggetto:	Materiale promozionale
Destinatari:	Tour Operator, Agenzia di viaggi e turismo, Giornalisti, CRAL aziendali, Associazioni che organizzano escursioni, Scuole, Turisti in generale
Mezzi:	realizzazione di materiale promozionale (ancora da definire)
Tempi:	inizio 2007
Stima Costi:	€ 50.000 circa

Tutela territoriale ed ambientale

PERCORSI DI FIUME - CONCORSO SCUOLE – “UN FIUME DI CARTONI”

Obiettivi:	valorizzazione, tutela e promozione del territorio e del fiume, promozione della pesca
-------------------	--

Oggetto:	Concorso per le scuole elementari del lodigiano, giornata conclusiva al parco Belgiardino (Montanaso-Lodi) con premiazioni vincitori, attività di animazione, prove di pesca. Partecipazione della classe vincitrice al Festival internazionale Ciak Junior a Treviso (24 maggio 2006). Realizzazione di un DVD contenente i cartoni animati realizzati dalle classi da divulgare presso scuole, Province, Regione, enti vari.
Destinatari:	scuole elementari
Mezzi:	comunicazione alle scuole, Dvd “Un fiume di cartoni”
Tempi:	maggio-giugno 2006
Stima Costi:	circa euro 44.000

PERCORSI DI FIUME - FESTA DEL FIUME

Obiettivi:	valorizzazione, tutela e promozione del territorio e del fiume, promozione della pesca
Oggetto:	Gara di pesca, gite gratuite in barcone, serate nel cortile del Chiostro ex convento S. Cristoforo (proiezione cartoni animati vincitori concorso scuole, esecuzione di musiche e proiezione di immagini del lodigiano appositamente realizzate per Percorsi di fiume)
Destinatari:	scuole elementari, associazioni di pesca, pescatori, enti vari, cittadini
Mezzi:	depliant, manifesti, inviti, sito web, spot radio e tv, info sui giornali
Tempi:	maggio-giugno 2006
Stima Costi:	30.000 euro

RASSEGNA GASTRONOMICA

Obiettivi:	degustazione delle specialità gastronomiche a base di pesce d’acqua dolce presso ristoranti convenzionati
Oggetto:	Menu “PerCorsi di fiume”
Destinatari:	cittadini, turisti
Mezzi:	manifesti, depliant, sito web, giornali
Tempi:	maggio-giugno 2006
Stima Costi:	nessun costo

CORSO BASE PER PESCATORI E CORSI AVANZATI

Obiettivi:	riconoscimento delle specie ittiche e degli invertebrati acquatici, identificazione delle caratteristiche ambientali dei corsi d'acqua
Oggetto:	lezioni teoriche, laboratori didattici, uscite di campo
Destinatari:	pescatori e appassionati della materia
Mezzi:	sito web, giornali, piccola pubblicazione
Tempi:	primavera e autunno 2006
Stima Costi:	circa euro 6.400

PUBBLICAZIONE SULLA FAUNA ITTICA IN PROVINCIA DI LODI

Obiettivi:	conoscenza delle specie ittiche autoctone e alloctone presenti nei corsi d'acqua del Lodigiano
Oggetto:	pubblicazione di un piccolo volume
Destinatari:	pescatori ed appassionati della materia
Mezzi:	pubblicazione
Tempi:	autunno 2006
Stima Costi:	circa euro 7.750

4^ EDIZIONE CONCORSO DI PITTURA "SCHIZZI D'ACQUA" - 5^ EDIZIONE CONCORSO FOTOGRAFICO "SCHIZZI D'ACQUA" - 1^ EDIZIONE CONCORSO DI NARRATIVA "SCHIZZI D'ACQUA".

Obiettivi:	promozione del fiume, della pesca e del territorio in genere
Oggetto:	concorso di pittura, fotografico e di narrativa
Destinatari:	pittori, fotografi e scrittori non professionisti
Mezzi:	sito web, inviti, giornali
Tempi:	maggio 2006
Stima Costi:	euro 2.750

PROMEMORIA SCADENZA LICENZE DI PESCA - LICENZE PORTO DI FUCILE USO CACCIA - RESTITUZIONE TESSERINI VENATORI.

Obiettivi:	informazione sulle scadenze di validità di licenze di pesca e di porto di fucile uso caccia e sulle scadenze di legge
Oggetto:	comunicazione scritta

Destinatari:	pescatori, cacciatori
Mezzi:	lettere
Tempi:	scadenza mensile
Stima Costi:	nessun costo

SITO INTERNET

Obiettivi:	informazione sulle attività del Servizio e le novità in materia di caccia e pesca
Oggetto:	aggiornamento delle pagine dedicate a vari argomenti su caccia e pesca, con possibilità di scaricare norme di legge e modulistica
Destinatari:	cacciatori, pescatori, cittadini
Mezzi:	sito web
Tempi:	aggiornamento delle pagine web a cadenza trimestrale
Stima Costi:	nessun costo

ATLANTE ORNITOLOGICO PROVINCIALE

Obiettivi:	raccolta dati sull'avifauna svernante e nidificante nel lodigiano, collaborando con il "Gruppo Ricerca Ornitologica Lodigiano" (GROL)
Oggetto:	attività di lavoro di campo per i censimenti per almeno 3 anni, con uscite primaverili per le specie nidificanti e invernali per le specie svernanti, a cura degli ornitologi del GROL; attività di coordinamento, archiviazione ed elaborazione dati a cura del Servizio
Destinatari:	appassionati di ornitologia ed altri Enti preposti alla gestione e tutela faunistica
Mezzi:	15 rilevatori + materiale scientifico vario (cartografia, guide di riconoscimento, richiami registrati)
Tempi:	15 aprile 2006- 31 gennaio 2007 (1° anno)
Stima Costi:	1.200 euro

PERIODICO "APPUNTI DI CACCIA&PESCA"

Obiettivi:	informazione sulle iniziative ed i servizi gestiti dal Servizio, diffusione della conoscenza delle ricchezze del territorio e formazione culturale dei destinatari per una loro crescita di consapevolezza ecologica
-------------------	--

Oggetto:	metà rivista è dedicata a vari argomenti legati alla caccia e l'altra metà è dedicata alla pesca, con molte informazioni su altre iniziative in campo ecologico, di gestione della fauna e di ricerca scientifica condotta dalla Provincia
Destinatari:	cacciatori, pescatori ed in generale tutta l'utenza relativa al Servizio Fauna, Ambiente Naturale e Vigilanza Volontaria
Mezzi:	1200 copie del periodico spedite a casa, contestuale pubblicazione sul sito web
Tempi:	2 numeri all'anno
Stima costi:	8.000 euro

MONDOLINDO: SITOWEB PER L'EDUCAZIONE AMBIENTALE

Obiettivi:	offrire visibilità alle attività realizzate dalle scuole, fornire servizi di supporto e creare una rete tra gli operatori dell'educazione ambientale
Oggetto:	sito web per l'educazione ambientale del lodigiano
Destinatari:	insegnanti, studenti, Associazioni ed altri operatori
Mezzi:	web
Tempi:	annuale
Stima Costi:	1.800 euro

BIBLIOTECA AMBIENTALE

Obiettivi:	offerta di un servizio culturale al pubblico
Oggetto:	servizio di prestito libri a carattere ambientale. Il catalogo viene presentato on-line sul sito Mondolindo (si implementano i servizi del sito e l'utilizzo della biblioteca diventa uno stimolo per visitare il sito stesso)
Destinatari:	insegnanti, studenti e popolazione in generale
Mezzi:	prestito libri
Tempi:	annuale
Stima Costi:	circa 500 euro per l'acquisto di libri

QUADERNI PER L'EDUCAZIONE AMBIENTALE

Obiettivi:	predisposizione di manuali sulla base dei progetti realizzati, in modo da offrire la possibilità agli insegnanti di gestire in autonomia alcuni progetti
-------------------	--

Oggetto: manuali per l'educazione ambientale
Destinatari: insegnanti
Mezzi: pubblicazione del volume
Tempi: settembre-ottobre 2006
Stima Costi: 2000 euro

RAPPORTO SULLE BUONE PRATICHE NEI COMUNI

Obiettivi: creazione e messa a sistema delle pratiche di sostenibilità svolte dagli Enti locali lodigiani
Oggetto: pubblicazione di un piccolo volume
Destinatari: Amministrazioni comunali
Mezzi: pubblicazione
Tempi: giugno 2006
Stima Costi: nessun costo

PREDISPOSIZIONE DI MATERIALE FORMATIVO IN RELAZIONE AL PROGETTO LODI COMMITMENTS

Obiettivi: realizzazione di manuali formativi per le tre diverse categorie di attori individuati come determinanti per lo sviluppo sostenibile del territorio
Oggetto: pubblicazioni
Destinatari: Enti locali, istituzioni scolastiche, addetti del settore economico
Mezzi: pubblicazione
Tempi: autunno 2006
Stima Costi: euro 6.000

SITO INTERNET AGENDA21

Obiettivi: informazione sulle attività dell'Agenda 21 e messa in rete degli stakeholders
Oggetto: aggiornamento sulle attività svolte dalla Provincia in tema di sviluppo sostenibile e creazione di una rete di interlocutori per il territorio
Destinatari: amministratori Enti locali, operatori del settore economico, popolazione
Mezzi: sito web
Tempi: aggiornamento delle pagine web

Stima Costi: nessun costo

INCONTRI SUL TEMA “IL PAESAGGIO LODIGIANO”

Obiettivi: predisposizione di momenti di riflessione sulle modificazioni del paesaggio lodigiano; discussione sulle opportunità della sua salvaguardia e valorizzazione
Oggetto: incontri sul tema “Il paesaggio lodigiano”
Destinatari: soggetti pubblici e privati, cittadinanza
Mezzi: organizzazione incontri, materiale divulgativo, locandine
Tempi: settembre-dicembre 2006
Stima Costi: 5.000 euro

Viabilità e trasporti

Oggetto	Convegno “ A ruota libera “ – verso una rete ciclabile nazionale
Obiettivi	Conseguimento di una rete di ciclabilità che risponda efficacemente a: incremento e sviluppo della mobilità ecologicamente compatibile sul territorio; realizzazione e sviluppo di un sistema di intermodalità turistica che veda nell’integrazione dei trasporti ciclabili, ferroviari e fluviali, un sistema di fruizione del territorio estremamente compatibile e ad alto valore ambientale; programmazione di una rete ciclabile che possa realizzarsi ed inserirsi nei sistemi interprovinciali, regionali, nazionali ed Europei della mobilità compatibile
Destinatari	Comuni d’Italia, Province d’Italia, Regione Lombardia, Assessori e Consiglieri provinciali, Consiglieri del Comune di Lodi, F.I.A.B., Ciclodi
Mezzi	Lettere + n. 2000 Volantini + n. 300 Borse
Tempi	data del Convegno - 31 marzo, presso il Parco Tecnologico Padano; 1 e 2 aprile presso la sede della Provincia di Lodi – Via Fanfulla
Stima costi	13.075,20 euro

Oggetto	Convegno “ Piano strategico per lo sviluppo – La Mobilità integrata come motore di sviluppo sostenibile “
Obiettivi	Redazione di un Piano Strategico che in futuro possa consentire al territorio un proficuo sviluppo, caratterizzato dalla più elevata compatibilità ambientale
Destinatari	Regione Lombardia, Federmobilità, Compartimento RFI di Milano, Compartimento ANAS della Lombardia, Comuni della Provincia di Lodi, Assessori e Consiglieri Provinciali, Consiglieri Comune di Lodi, Membri della Consulta Permanente per la Mobilità e la Sicurezza Stradale, Camera di Commercio
Mezzi	Lettere + n. 300 pieghevoli + 25 locandine
Tempi	data del Convegno : 6 giugno 2006 – Sede Provincia di Lodi
Stima costi	€ 900,00

Quadro normativo di riferimento

Come ricordato più volte nel Piano, il quadro normativo all'interno del quale ci si muove, sotteso all'impianto generale delle azioni che caratterizzano il Piano, è estremamente ampio, poiché la legislazione italiana negli ultimi anni ha visto uno sviluppo eccezionale nelle materie attinenti la comunicazione pubblica. Volendo utilmente citare solo le principali direttive cui oggi le Amministrazioni locali si devono attenere, ricordiamo in ordine cronologico decrescente:

- **Direttiva sulla semplificazione del linguaggio della Pubblica Amministrazione** (Direttiva del Ministero della funzione pubblica, 18 novembre 2005)
- **Qualità dei servizi on line e misurazione della soddisfazione degli utenti** ([Direttiva dei Ministri per l'Innovazione e le Tecnologie e della Funzione Pubblica del 27 luglio 2005](#))
- **Rilevazione della qualità percepita dai cittadini** ([Direttiva del Ministero della Funzione Pubblica del 24 marzo 2004](#))
- **Disposizioni per favorire l'accesso dei soggetti disabili agli strumenti informatici** ([Legge 9 gennaio 2004, n. 4](#))
- **Impiego della posta elettronica nelle pubbliche amministrazioni** ([Direttiva dei Ministri dell'Innovazione e della Funzione Pubblica del 27 novembre 2003](#))
- **Attività di comunicazione delle pubbliche amministrazioni** (Direttiva del Ministro della Funzione pubblica, 7 febbraio 2002)
- **Regolamento recante norme per la determinazione dei titoli per l'accesso alle attività di informazione e comunicazione e per l'individuazione e la disciplina degli interventi formativi** (DPR 21 settembre 2001, n. 422)
- **Linee guida per l'organizzazione, l'usabilità e l'accessibilità dei siti web delle pubbliche amministrazioni** (Circolare del Dipartimento della Funzione pubblica, 13 marzo 2001, n. 3)
- **Testo unico delle Leggi sull'ordinamento degli enti locali** (Decreto Legislativo 18 agosto 2000. n. 267)

- Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni
(Legge 7 giugno 2000, n. 150)

- Delega al Governo per il conferimento di funzioni e compiti alle regioni ed enti locali, per la riforma della Pubblica amministrazione e per la semplificazione amministrativa (Legge 15 marzo 1997, n. 59)

- Direttiva sui principi per l'istituzione ed il funzionamento degli Uffici per le relazioni con il pubblico. (Direttiva del P. C. M., 11 ottobre 1994)

- Articolo 12 Dlgs 3 febbraio 1993 n. 29 sull' "Istituzione dell'Ufficio per le relazioni con il pubblico e disciplina dell'attività di comunicazione di pubblica utilità (Circolare del Ministro per la Funzione pubblica, 27 aprile 1993, n. 17)

- Legge 7 agosto 1990, n. 241, concernenti norme generali sull'azione amministrativa

Il quadro è tuttora in costante evoluzione, sia per quanto riguarda l'attività della comunicazione sia per quel che attiene le figure professionali che possono operarvi all'interno delle strutture di U.R.P., Uffici stampa e Uffici del Portavoce del Presidente/Sindaco.