



Ministero dell'Istruzione dell'Università e della Ricerca

Piano di Comunicazione

2017



Il Piano di Comunicazione è stato curato e redatto dalla Direzione Generale per i contratti, gli acquisti e per i sistemi informativi e la statistica.

INDICE

PREMESSA.....	6
OBIETTIVI GENERALI.....	7
ANALISI DELLO SCENARIO	8
LE SCELTE STRATEGICHE- I TEMI	10
II TARGET	10
LA RETE DEI COMUNICATORI	12
MONITORAGGIO	16
DGCASIS - TRASPARENZA-OPEN DATA	20
DGCASIS – LA BUONA SCUOLA.....	21
DGCASIS – PAGO IN RETE.....	22
DGCASIS- ISCRIZIONI ON LINE	23
DGCASIS - URP.....	24
DGCASIS - URP.....	25
DGOSV- ITS- Il Sistema terziario professionalizzante.....	26
DGOSV- Didacta Italia.....	28
DGSIP- GIORNATA INTERNAZIONALE DELLA DONNA.....	29
DGSIP- GIORNATA INTERNAZIONALE CONTRO L'OMOFOBIA	31
DGSIP- GIORNO DELLA MEMORIA.....	34
DGSIP- CONSULTE DEGLI STUDENTI	36
DGSIP- OLIMPIADI DI DEBATE E SERVICE LEARNING	38
DGSIP- GIORNATA EUROPEA DEI GENITORI	40
DGSIP- GIORNATA MONDIALE DEL TEATRO.....	42
DGSIP- GIORNATA NAZIONALE DELLA SCUOLA.....	45
DGSIP- CAMPIONATI SPORTIVI STUDENTESCHI.....	47
DGSIP- FORMAZIONE PRIMO SOCCORSO	48
DGSIP- PALERMO CHIAMA ITALIA	50

DGSIP-LE GIOVANI GENERAZIONI SI RACCONTANO	52
DGSIP-GIORNATA DELL'INCLUSIVITÀ	54
DGSIP- INTERNAZIONALE DELLA DISABILITÀ.....	56
DGSIP- LA GIORNATA MONDIALE DEL SOLLIEVO	58
DGSIP- GIORNATA NAZIONALE MEMORIA DELLE VITTIME IMMIGRAZIONE	60
DGSIP-PRATICA SPORTIVA.....	63
DGSIP - WE-WELCOME EUROPE	66
DGSIP - EDUCAZIONE ECONOMICA COME SVILUPPO E CRESCITA SOCIALE.....	69
DGSIP- IO SCELGO IO STUDIO.....	71
DGRUF-BIBLIOTECA.....	74
DGRUF-BIBLIOTECA-GIORNO DELLA MEMORIA	77
DGRUF-BIBLIOTECA- PRESENTAZIONE LIBRO	78
DGRUF-BIBLIOTECA: INTITOLAZIONE BIBLIOTECA MIUR.....	79
DGRUF- BIBLIOTECA- STORIA DELLE BIBLIOTECHE ROMANE	81
DGEFID- BILANCIO PROGRAMMAZIONE PON	82
DGEFID- GIORNATA SICUREZZA NELLE SCUOLE.....	84
DGEFID- PARTECIPAZIONE ITALIA AL LEEP DELL'OCSE.....	86
DGEFID- 30 ANNIVERSARIO PROGRAMMA ERASMUS.....	88
DGRIC - SEMPLIFICAZIONE DELLE ATTIVITÀ DEGLI ENTI PUBBLICI DI RICERCA	90
DGRIC-VALUTAZIONE DELLA PERFORMANCE ITALIANA H2020.....	92
DGRIC - PREPARAZIONE DEL NUOVO PROGRAMMA QUADRO DI RICERCA DELL'UE.....	94
NORMATIVA DI RIFERIMENTO ESSENZIALE	96
ALLEGATO 1.....	97

Legenda

-  DGCASIS - Direzione Generale per i contratti, gli acquisti e per i sistemi informativi e la statistica
-  DGOSV - Direzione Generale per gli Ordinamenti scolastici e la Valutazione del Sistema Nazionale di Istruzione
-  DGSIP - Direzione generale per lo studente, l'integrazione e la partecipazione
-  DGRUF - Direzione generale per le risorse umane e finanziarie DGEFID - Direzione generale per interventi in materia di edilizia scolastica, per la gestione dei fondi strutturali per l'istruzione e per l'innovazione digitale
-  DGRIC- Direzione Generale per il coordinamento, la promozione e la valorizzazione della ricerca

Nel processo di cambiamento della Pubblica Amministrazione, il legislatore, prima con la legge 150/2000, "Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni", e successivamente con la Direttiva della Funzione Pubblica del 7 febbraio 2002, ha riconosciuto la comunicazione pubblica come parte integrante dell'azione delle pubbliche amministrazioni che, attraverso unità organizzative preposte, devono:

- Garantire un'informazione trasparente, esauriente e oggettiva sul loro operato
- Pubblicizzare e consentire l'accesso ai servizi, promuovendo nuove relazioni con i cittadini, da gestire secondo le regole e le procedure della *customer satisfaction*
- Ottimizzare l'efficienza e l'efficacia dei servizi offerti attraverso un adeguato sistema di comunicazione

Secondo quanto previsto dalla legge 150/2000, il Piano di comunicazione è lo strumento che consente ad una organizzazione di raggiungere i propri obiettivi, i propri pubblici di riferimento, coniugando le strategie, le azioni e gli strumenti di comunicazione secondo un disegno organico e razionale. Correlando tra loro queste variabili, il Piano mette l'organizzazione nelle condizioni di delineare una visione strategica della propria comunicazione, interna ed esterna. E di raggiungere l'obiettivo di veicolare i contenuti prodotti ai destinatari di riferimento.

Il Piano di comunicazione è anche una leva capace di generare innovazione all'interno di un'organizzazione: oltre ad aumentare l'efficienza e l'efficacia della comunicazione stessa, consente, in senso più generale, di migliorare la qualità delle relazioni e il dialogo all'interno e con l'esterno.

Il Piano è, infine, uno strumento di lavoro per gli uffici, siano essi coinvolti in maniera diretta o indiretta in attività di comunicazione. Per questo motivo viene condiviso ed è a disposizione di tutto il personale dell'Amministrazione.

Il presente Piano descrive i principali impegni comunicativi del Ministero dell'Istruzione, Università e Ricerca (di seguito chiamato MIUR) per l'anno 2017, con riferimento sia agli indirizzi programmatici dell'Amministrazione, sia alle disposizioni normative in tema di comunicazione istituzionale, a cui si intende dare piena attuazione.

In particolare, attraverso il Piano e le azioni che ne conseguiranno, il Miur intende:

- Definire e progettare elementi di identità comunicativa, ovvero fornire una immagine integrata e coerente delle attività del Ministero
- Veicolare con sempre maggiore efficacia, trasparenza e immediatezza i propri contenuti, facilitando la conoscenza delle attività e delle *policy* messe in atto per il miglioramento del sistema scolastico, dell'università e della ricerca, con particolare riguardo alle ricadute sulla società civile e lo sviluppo del Paese
- Incrementare i livelli di ascolto dei propri target di riferimento e le interazioni con i cittadini, anche per rafforzare la propria reputazione all'esterno
- Garantire la presenza e la rintracciabilità delle informazioni riguardanti l'attività ministeriale anche su canali internazionali
- Migliorare i flussi interni di comunicazione, con l'obiettivo di ottenere ricadute positive sui servizi offerti al cittadino

Con oltre dodici milioni di utenti finali (docenti, studenti, famiglie, personale scuola, università e amministrativi) il Miur si colloca fra i Ministeri con un target di riferimento fra i più complessi per numeri e varietà interna.

Un dato di partenza che rende particolarmente laboriosa la sfida comunicativa dell'Amministrazione le cui politiche hanno ricadute centrali per lo sviluppo sociale ed economico del Paese. Rilevanti sono anche le ricadute in materia di cittadinanza attiva: è a scuola che si formano i cittadini di domani e che si contrastano fenomeni come quello del bullismo a cui il Miur dedica particolari sforzi e attenzione.

L'uso massiccio delle nuove tecnologie impone un ulteriore impegno nell'ideare strumenti e contenuti che garantiscano servizi e informazioni alla portata di tutti i cittadini: a partire dai nostri ragazzi delle scuole e delle università.

GLI OBIETTIVI SPECIFICI DELLA COMUNICAZIONE

Dall'analisi del contesto e dall'individuazione e scelta dei contenuti da valorizzare derivano gli obiettivi di comunicazione, da cui discendono, a loro volta, le azioni da mettere in campo.

L'obiettivo che l'amministrazione persegue è mettere il cittadino in primo piano. L'amministrazione intende accorciare le distanze, semplificare il rapporto con il proprio pubblico e renderlo sempre più diretto

Raccogliere proposte e interrogativi, offrire soluzioni condivise e dare risposte chiare e puntuali sono obiettivi prioritari.

Gli obiettivi legati alla trasparenza sono contenuti nel Programma triennale per la trasparenza e l'integrità. In virtù delle norme in vigore (in particolare il decreto legislativo 33/2013) si introduce a tutti gli effetti un nuovo approccio alla relazione tra PA e cittadini, per cui l'accessibilità dei dati e dei documenti detenuti dall'amministrazione rappresenta un diritto per i cittadini che, attraverso l'effettiva disponibilità di tali informazioni, sono messi in grado di sviluppare una nuova conoscenza, in un'ottica di partecipazione, collaborazione e controllo diffuso, per il continuo miglioramento dei servizi erogati dalla pubblica amministrazione.

Il livello di trasparenza è stato ulteriormente incentivato con il FOIA (*Freedom of Information Act*) recentemente approvato dal Governo. In virtù della nuova norma (che ha aggiornato il decreto legislativo 33/2013) i cittadini hanno ora diritto di

conoscere i dati e i documenti in possesso della pubblica amministrazione, anche senza un interesse diretto. Gli obiettivi di comunicazione e le conseguenti azioni, anche nell'ambito di singoli piani di comunicazione che potranno essere elaborati nel corso dell'anno, dovranno dunque fare sempre riferimento oltre che allo scenario, agli obiettivi strategici e di trasparenza sopra descritti.

Per sintetizzare, sono obiettivi centrali:

- Garantire imparzialità nell'opportunità di accesso ai servizi: assicurare accesso agli atti e partecipazione; attuare le regole in materia di trasparenza; garantire il rispetto delle norme sulla privacy; garantire la chiarezza del linguaggio.
- Aumentare la partecipazione intorno a valori, progetti e priorità: l'efficacia delle politiche pubbliche dipende non solo dalla definizione di regole e dalla creazione di servizi, ma spesso anche dai comportamenti delle persone. In questi casi la comunicazione diventa leva strategica, in quanto può contribuire alla costruzione di un percorso consapevole e condiviso fra l'Amministrazione e la comunità.
- Migliorare la qualità dei servizi offerti e delle prestazioni erogate: far conoscere le opportunità di fruizione dei servizi, semplificare le procedure, snellire i tempi, ridurre i costi, rendere i servizi coerenti con i bisogni e le aspettative degli utenti. Migliorare la qualità dei servizi offerti è un orientamento e un'attitudine insita nel ruolo del comunicatore, per il quale l'ascolto e l'attenzione all'utente sono componenti fondamentali di ogni fase del lavoro. Il comunicatore deve cogliere ogni occasione per suggerire alla propria organizzazione diverse e più efficienti modalità operative e procedurali.
- Promuovere all'interno dell'organizzazione la cultura della relazione e del servizio al cittadino: se la comunicazione finalizzata al dialogo, alla trasparenza e all'innovazione è un obiettivo strategico dell'Amministrazione, tale obiettivo deve essere conosciuto e condiviso da tutti coloro che entrano in relazione con l'utente. Favorire lo sviluppo di un'etica del servizio pubblico e un maggior senso di appartenenza all'organizzazione contribuisce a migliorare il grado di consapevolezza degli operatori, di conseguenza la loro partecipazione e motivazione e, quindi, la qualità dei servizi erogati.
- Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'ente: comunicare l'identità dell'istituzione e la sua *mission*, le iniziative e i programmi realizzati; correggere

quando necessario la percezione presso i pubblici di eventuali informazioni distorte, poco chiare o fuorvianti.

I temi della comunicazione costituiscono gli argomenti cardine su cui focalizzare la strategia comunicativa del Miur e derivano principalmente dall'Atto di indirizzo che individua le priorità politiche del Ministro dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca.

In particolare, l'Atto di indirizzo adottato dalla Ministra Valeria Fedeli individua nove priorità di azione per il 2017 che vanno dal miglioramento del sistema scolastico, attraverso la formazione e la valutazione del personale, all'inclusione scolastica, passando per il welfare studentesco, il potenziamento dell'offerta formativa e lo sviluppo della ricerca attraverso finanziamenti specifici sul capitale umano (vedi l'Allegato 1 per il documento completo sulle priorità politiche).

I temi vengono declinati e diventano oggetto di comunicazione attraverso il lavoro delle Direzioni, in stretto raccordo con: l'Ufficio Stampa che ha un ruolo di coordinamento delle priorità e attività di informazione; l'Ufficio Relazioni con il pubblico che è titolare delle relazioni con i cittadini e snodo organizzativo delle funzioni di comunicazione.

Più in generale sono temi della comunicazione:

- consolidare e rafforzare il ruolo del Miur;
- costruire conoscenza, consapevolezza delle attività del Miur per il miglioramento del Sistema scolastico
- divulgare le informazioni sulle attività che il Miur svolge a livello Nazionale e Internazionali, nei propri ambiti di riferimento in una prospettiva condivisa;
- assicurare risposte rapide, chiare e soddisfacenti ai quesiti avanzati sia dagli utenti esterni che dal personale interno tramite i vari canali di contatto.
- Prevenire la corruzione, garantire la trasparenza e il miglioramento della qualità dei servizi erogati.

Affinché le azioni di comunicazione siano efficaci è necessario che esse siano tarate sul pubblico a cui ci rivolgiamo. Il pubblico di riferimento del Miur è estremamente vasto ed eterogeneo.

In base agli obiettivi strategici sono stati individuati due target di riferimento splittati in ulteriori sotto target in base alle differenti aspettative ed esigenze: si parte da un pubblico interno dell'Amministrazione, costituito da dirigenti, dipendenti e collaboratori che è direttamente coinvolto nel processo di cambiamento organizzativo, per finire con una serie di pubblici esterni.

Il pubblico interno assume un ruolo fondamentale nell'efficacia della comunicazione esterna e rappresenta un potenziale altissimo anche sul fronte dell'innovazione, che deve essere valorizzato al massimo tramite un adeguato coinvolgimento nelle scelte strategiche e organizzative e la condivisione delle informazioni, secondo una logica che superi l'appartenenza a settori, uffici e ruoli e metta al centro dell'attenzione e dei processi le persone e le loro capacità.

Il pubblico esterno può essere così suddiviso:

- Studenti
- Famiglie
- Docenti
- Dirigenti scolastici
- Personale Ata
- Altro personale dell'Amministrazione Centrale e Periferica
- Personale dell'Università e della Ricerca
- Personale dell'Afam

Istituzioni nazionali:

- Governo
- Parlamento Nazionale ed Europeo
- Enti pubblici di riferimento
- Regioni
- Comuni
- Altri enti territoriali

Istituzioni internazionali:

- Ambasciate,
- Istituti di Cultura

Stakeholder:

- Associazioni
- Enti di formazione
- Imprese
- Ordini professionali
- Sindacati
- Organizzazioni rappresentative
- Think tank

Per rispondere alle esigenze di un target così diversificato, che utilizza rette mediali assolutamente distanti l'una dall'altra e sempre molto trasversali, si intende sfruttare in particolare le capacità dei nuovi media per moltiplicare le possibilità di intercettare il pubblico di riferimento e cogliere anche una domanda in buona parte inconsapevole e inespresa.

La struttura organizzativa del Miur è suddivisa in tre macro settori identificati in Dipartimenti cui sono attribuiti, per aree di competenza, aspetti specifici dell'ordinamento scolastico, tutta la materia diretta al personale della scuola, le politiche amministrative, l'Università, la ricerca, l'Alta formazione artistica e musicale (Afam), declinate nelle diverse Direzioni generali di pertinenza.

I Dipartimenti sono coinvolti in modo attivo nella produzione di eventi e contenuti della comunicazione attraverso le Direzioni generali che si raccordano con l'Ufficio Comunicazione, l'Urp e l'Ufficio stampa.

Il Miur coinvolge in modo diffuso i propri uffici centrali e territoriali nelle attività di comunicazione. Ferme restando le strutture di riferimento per il coordinamento della comunicazione e la relazione con i cittadini.

In particolare, l'attuale assetto organizzativo prevede che la redazione web e l'Ufficio relazioni con il pubblico siano unificati sotto un'unica unità operativa, denominata "Ufficio V -Comunicazione" che fa capo alla Direzione generale per gli studi, la statistica e i sistemi informativi. In collaborazione con l'Ufficio stampa, che ha un ruolo di coordinamento e raccordo, in linea con le indicazioni espresse dal decisore politico, le strutture della comunicazione collaborano per raggiungere gli obiettivi del Piano e garantire una gestione "integrata" della comunicazione.

UFFICIO STAMPA - Dà gli indirizzi comunicativi che discendono dalle indicazioni del decisore politico. Cura le relazioni esterne con gli operatori dell'informazione e della comunicazione. Si occupa della rassegna stampa e del monitoraggio quotidiano dei media. Cura i comunicati stampa, le conferenze stampa, la diffusione dei documenti prodotti dal Ministero, si occupa dei canali social del Miur riconoscibile in rete come *MiurSocial*.

UFFICIO RELAZIONI CON IL PUBBLICO –L'introduzione dell'Urp si colloca nella più ampia cultura della trasparenza ed efficienza dell'azione amministrativa e nella crescente attenzione verso la qualità dei servizi ed il rapporto tra istituzioni e cittadinanza. Gestisce la comunicazione esterne ed interna attraverso i vari canali di dialogo (relazione interpersonale, telefonico, email pec, posta e sito dedicato) in modalità integrata secondo il modello di contatto. Negli ultimi anni ha caratterizzato la propria attività rispondendo ai cittadini anche attraverso una pagina *Facebook* dedicata, migliorando le metodologie di rilevazione della *customer satisfaction* per consentire l'espressione di un giudizio da parte degli utenti sul servizio ricevuto, collaborando con gli omologhi Uffici delle altre Amministrazioni nel quadro del progetto "Linea Amica". In linea con il processo di semplificazione delle Pubbliche Amministrazioni è utilizzato un linguaggio improntato a semplicità ed immediatezza, in linea col processo di semplificazione portato avanti dalla Funzione Pubblica.

UFFICIO COMUNICAZIONE – Elabora i piani di comunicazione per iniziative specifiche, dà supporto agli uffici per pianificare singole attività o campagne di comunicazione. Supporta progetti e iniziative di comunicazione, semplificazione e innovazione. Cura guide, tutorial manuali rivolti ai dipendenti.

La gestione delle situazioni di crisi o emergenza che impongono un intervento comunicativo urgente sono gestite sotto il coordinamento dell'Ufficio Stampa che coinvolge immediatamente gli uffici di competenza, dall'Urp alla Redazione web per offrire risposte tempestive ai propri target. L'obiettivo è fornire on line – anche attraverso i social - in tempo reale le informazioni a favore dei cittadini, ma anche di tutti i soggetti che possono a loro volta, tramite il passaparola o altri strumenti, raggiungere il più ampio numero possibile di persone potenzialmente interessate.

LE AZIONI E GLI STRUMENTI DELLA COMUNICAZIONE

Il Miur dispone di numerosi strumenti e canali di comunicazione, che sono stati attivati e ampliati negli ultimi anni nell'intento di andare incontro alle esigenze e alle attitudini degli interlocutori.

In base agli obiettivi di comunicazione vengono utilizzati di volta in volta gli strumenti reputati più adeguati al perseguimento dei risultati attesi, tenendo presenti i vincoli rappresentati dalle risorse disponibili (economiche, umane e professionali, tecnologiche).

Il sito istituzionale del Miur rappresenta il principale spazio informativo e di approfondimento a cui cittadini e utenti possono fare riferimento. Contiene le informazioni di carattere istituzionale e le informazioni utili. Non punta solo sulla comunicazione istituzionale, ma dà ampio spazio alla cultura, agli eventi istituzionali nazionali ed internazionali, svolgendo anche il ruolo di vetrina dell'Amministrazione. Fornisce per questo informazioni destinate ai cittadini, agli altri soggetti della comunità, ai visitatori.

È attualmente in corso una riprogettazione del sito che tiene conto delle linee guida fornite da AgId. (Agenzia per l'Italia digitale) L'intervento porrà particolare attenzione al tema dell'usabilità e ad un ulteriore innalzamento del livello di accessibilità dei contenuti. Prioritario, inoltre, l'adeguamento del sito alla consultazione tramite dispositivi mobili.

Le pagine che costituiranno il sito sono migliaia e per raggiungerle sono stati previsti percorsi multipli e alternativi: oltre alla navigazione lineare delle varie sezioni, sarà possibile utilizzare il motore di ricerca interno, i canali tematici, le parole chiave che creeranno automaticamente correlazioni tra le varie pagine, l'elenco delle pagine più visitate.

Per valorizzare adeguatamente e gestire con efficacia i contenuti relativi a tematiche che meritano particolare rilievo sono oggi usati e continueranno ad esserlo siti tematici. Essi hanno una propria autonomia, pur facendo parte a tutti gli effetti del sito del Miur. Ciò consente di ridurre al minimo la duplicazione di informazioni e le conseguenti possibilità di errore e di razionalizzare al massimo le attività di aggiornamento e mantenimento. L'attivazione di un nuovo sito tematico esterno alla piattaforma del sito web Miur viene valutata, decisa e condivisa con la struttura di comunicazione, al fine di un suo corretto inserimento nell'elenco degli strumenti disponibili, in special modo al fine di pianificarne una gestione efficace e coerente.

Il Miur utilizza Internet e i social media per informare, comunicare, ascoltare e dare accesso ai servizi. Attraverso tali strumenti favorisce anche la partecipazione, il confronto e il dialogo con i propri interlocutori. In questi spazi e con queste attività, l'Amministrazione intende perseguire finalità istituzionali e di interesse generale. L'attivazione di una nuova pagina Facebook o di un nuovo profilo social deve essere valutata, decisa e condivisa con la struttura di comunicazione, al fine di un suo corretto inserimento nell'elenco degli strumenti di comunicazione disponibili, in special modo per poterne pianificare una gestione efficace e coerente. È in corso di pubblicazione la *social media policy* del Miur.

Tra gli strumenti di comunicazione figurano poi i comunicati stampa, rivolti in primis al pubblico dei professionisti della comunicazione. Forniscono ai media tutte le informazioni utili per realizzare articoli su servizi, eventi, iniziative dell'amministrazione e diffondere informazioni di pubblica utilità. Di norma contengono orari, luoghi, personaggi e nodi cruciali di eventi e iniziative, includono le dichiarazioni dell'Amministrazione, eventuali immagini, link o allegati per gli approfondimenti. Sempre più i nostri comunicati sono integrati con infografiche e slide.

Per rendere più fruibile l'accesso a procedure e servizi, molto utile è la predisposizione di FAQ in grado di rispondere ai quesiti più frequenti

Il Ministero produce anche Focus statistici con i principali dati riferiti ai propri settori ed è in uscita il portale open data della scuola.

Video, spot tv o pensati per il web sono uno strumento sempre più utilizzato negli ultimi tre anni, vista anche l'attivazione del canale YouTube dell'Amministrazione.

LA COMUNICAZIONE INTERNA è anche motore dello sviluppo dell'organizzazione e leva strategica nella gestione del cambiamento. La comunicazione interna svolge un ruolo complementare e funzionale rispetto alla comunicazione esterna. Infatti non è possibile ottenere una comunicazione esterna efficace, trasparente e completa se il livello della comunicazione interna non è altrettanto efficace, trasparente e completo. In termini generali, nei confronti del pubblico interno è possibile mettere in campo azioni di comunicazione su più fronti: formazione su tematiche legate all'organizzazione e alla comunicazione; informazione interna (tramite rete intranet e altri strumenti uno a molti), partecipazione al cambiamento (incontri e condivisione illustrazione di atti e decisioni); disponibilità di strumenti

di lavoro, di collaborazione, di comunicazione evoluti, impostati alla condivisione e in grado di far emergere il valore della comunicazione informale accanto a quella formale. Lo scenario attuale in cui vive la pubblica amministrazione si caratterizza per un forte impulso al cambiamento. Per poter gestire tale processo, occorre poter contare su personale informato, motivato, coinvolto e partecipe del cambiamento stesso e ciò richiede di “rielaborare e far evolvere il sistema di significati e valori dell’organizzazione coerentemente con le nuove linee strategiche”.

Le specifiche azioni o piani di comunicazione che il Miur attuerà nel corso dell’anno faranno riferimento al presente Piano, richiamandone il contesto, gli obiettivi generali, gli strumenti disponibili e le modalità con cui essi vengono gestiti. Per conoscere di volta in volta l’efficacia della comunicazione effettuata sarà necessario individuare specifici indicatori, qualitativi e quantitativi, tarati sugli obiettivi dati.

Per conoscere e valutare l’efficacia dell’attività di comunicazione sarà possibile svolgere un’analisi di tipo quantitativo, basandosi su indicatori misurabili (ad esempio tempi, costi, numero di accessi, incontri, comunicati, segnalazioni ricevute, eccetera). A tale scopo si potrà ricorrere a specifici strumenti come, ad esempio, programmi di monitoraggio dei social e del *sentiment* relativo alla nostra istituzione.

Case history: le Iscrizioni on line, un progetto integrato di comunicazione.

Dal suo debutto nell’anno scolastico 2012/2013 ad oggi, la procedura informatica delle iscrizioni on line è stata accompagnata da un numero crescente di attività di comunicazione, diventando oggetto di uno specifico piano integrato che mixa più strumenti al fine di raggiungere facilmente le famiglie interessate che sono ogni anno oltre un milione.

Una pagina web dedicata, aggiornata annualmente, brochure e video esplicativi sono alcuni degli strumenti utilizzati. In particolare i video tutorial per le famiglie realizzano ogni anno migliaia di visualizzazioni. Numerosi comunicati stampa, lanciati dal sito istituzionale, accompagnano gli utenti lungo tutto il periodo delle iscrizioni.

Proprio in riconoscimento della centralità delle famiglie, il portale delle iscrizioni on line è stato interamente rivisto sia sotto l'aspetto grafico (secondo le direttive dell'usabilità e dell'accessibilità) che contenutistico (semplificazione dei linguaggi), il layout è stato reso compatibile con tutti i dispositivi mobili ed è stata migliorata l'efficienza operativa. Strettamente legato al processo delle iscrizioni è anche l'aggiornamento di "Scuola in chiaro", il portale utilizzato dalle famiglie per orientarsi nella scelta della scuola e del percorso di studi dei propri figli.

Tra le novità di quest'anno, merita di essere citata l'introduzione di una funzione che consente all'utente di impostare il portale delle iscrizioni on line anche in lingua slovena (cliccando sulla relativa insegna), per rispondere all'esigenza delle comunità parlanti tale idioma (le così dette minoranze linguistiche) e delle relative scuole (in totale 47). Le domande inoltrate in lingua slovena sono state 806. Fa piacere sottolineare che tanto lavoro riscuote puntualmente un generale consenso da parte delle famiglie, confermato anche quest'anno dai giudizi positivi espressi attraverso il questionario di gradimento al termine della procedura delle iscrizioni on line. Dalle risultanze dell'indagine, infatti, si constata che oltre il 90% degli utenti si ritiene soddisfatto del servizio (e più precisamente, il 64,3% lo valuta "molto" efficiente, il 26,4% "abbastanza" efficiente); il 70,2% considera le iscrizioni on line "molto" vantaggiose in termini di risparmio di tempo, cui si aggiunge il 22,3% che le giudica "abbastanza" vantaggiose; infine, il 90% ritiene il servizio di semplice utilizzo. A tal proposito si ricorda il conferimento da parte dell'Osservatorio Agenda Digitale del Premio Agenda Digitale 2015 al MIUR che ha partecipato all'iniziativa, per la categoria "Attuazione dell'Agenda digitale", presentando come buona pratica di innovazione il progetto già collaudato delle iscrizioni on line, visto come servizio basato sull'utilizzo delle tecnologie digitali e dedicato a circa un milione e mezzo di famiglie.

Allegati: schede di sintesi delle Direzioni Generali dell'Amministrazione centrale del Miur

RESPONSABILE UFFICI DI COMUNICAZIONE	Gianna BARBIERI-Direttore Generale telefono: 06-58492103 email: DGCAISIS.segreteria@istruzione.it
CAPO UFFICIO STAMPA	Alessandra MIGLIOZZI telefono: 06 5849 2104 - 2454 e mail: uffstampa@istruzione.it
UFFICIO V - COMUNICAZIONE	Lucio FIORENZA telefono: 06 5849 3142 e mail: lucio.fiorenza1@istruzione.it
UFFICIO RELAZIONE CON IL PUBBLICO-URP	Anna Rita FANTACCI telefono: 06 5849 2706 e mail: urp@istruzione.it

SCHEDE DI SINTESI DELLE DIREZIONI GENERALI DELL'AMMINISTRAZIONE CENTRALE DEL MIUR

DGCASIS - TRASPARENZA-OPEN DATA

RESPONSABILE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Il Responsabile della prevenzione della corruzione e della trasparenza

TITOLO DELL'INIZIATIVA

Giornata della Trasparenza del MIUR

MEZZI DI COMUNICAZIONE

- WEB (Portale Istituzionale)
- pubblicazioni

OBIETTIVI E TARGET

Obiettivi

Rendere accessibile e trasparente il patrimonio informativo del MIUR per incrementare il grado di conoscenza e la partecipazione dei cittadini con un particolare occhio di riguardo nei confronti degli studenti e dei docenti, di ogni ordine e grado scolastico/universitario, e degli stakeholder pubblici/privati.

Target: studenti e famiglie, docenti e stakeholder.

PERIODO DI DIFFUSIONE

2017

BUDGET DEDICATO

EVENTUALI AZIONI DI MONITORAGGIO, SE PREVISTE

Sondaggi e report di ricaduta

SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI

Direzione generali centrali e regionali – Istituzioni scolastiche – Università - Cittadini, utenti, portatori di interesse, enti territoriali, associazioni e organismi espressione di realtà locali del mondo della scuola, dell'università e del sociale

DGCASIS – LA BUONA SCUOLA

RESPONSABILE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Direzione generale per i Contratti, gli acquisti, i sistemi informativi e la statistica

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Azione di sistema dedicata ad accrescere nella popolazione italiana, con particolare riferimenti ai giovani studenti, ai docenti e famiglie la consapevolezza del percorso di cambiamento intrapreso con la Riforma “La Buona Scuola”.

TITOLO DELL'INIZIATIVA

La Buona Scuola

MEZZI DI COMUNICAZIONE

Spot televisivi

Format e trasmissioni dedicate

Incontri di sensibilizzazione e informazione sul territorio

Social Network

Sito dedicato: www.labuonascuola.gov.it

EVENTI DEDICATI:

- Salone Internazionale del Libro – Torino – maggio 2017
- Salone del Libro – Milano – maggio 2017
- Forum PA - Roma maggio 2017
- ABCD Salone dell'orientamento – Genova – novembre 2017

OBIETTIVI e TARGET

L'iniziativa è pianificata intorno alle tematiche afferenti alla *mission* della Riforma della Scuola e ai temi che sono stati oggetto della Consultazione Pubblica sulla legge 107/2015- Target: studenti e famiglie, docenti e stakeholder.

PERIODO DI DIFFUSIONE: 2017

BUDGET DEDICATO

€ 200.000,00 (duecentomila/00)

EVENTUALI AZIONI DI MONITORAGGIO: sondaggi e report di ricaduta

SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI

Direzione generali centrali e regionali - Istituzioni scolastiche – Università – Presidenza del Consiglio dei Ministri - Ministero Lavoro – Italia Lavoro – Union Camere – Confindustria – Università Italiane e Straniere, emittenti televisive varie

DGCASIS – PAGO IN RETE

RESPONSABILE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Direzione generale per i Contratti, gli acquisti, i sistemi informativi e la statistica
Ufficio III

TITOLO DELL'INIZIATIVA

PagoInRete per le famiglie

MEZZI DI COMUNICAZIONE

Canali RAI, canali social del MIUR

OBIETTIVI E TARGET

Obiettivo dell'iniziativa è quello di informare le famiglie sulla possibilità di pagare tasse e contributi scolastici in modalità telematica, utilizzando i molteplici servizi della piattaforma MIUR PagoInRete.

PERIODO DI DIFFUSIONE

Marzo-Aprile

BUDGET DEDICATO

Non disponibile

EVENTUALI AZIONI DI MONITORAGGIO, SE PREVISTE

Non previste per i canali RAI. Monitoraggio delle visualizzazioni o altri parametri disponibili per i canali social del MIUR

SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI

Non previste

DGCASIS- ISCRIZIONI ON LINE

RESPONSABILE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Direzione generale per i Contratti, gli acquisti, i sistemi informativi e la statistica

TITOLO DELL'INIZIATIVA

Iscrizioni on line

MEZZI DI COMUNICAZIONE

Canale Rai

Social network

Sito web istituzionale

OBIETTIVI E TARGET

Nel contesto della dematerializzazione nella scuola (L. 135/2012), l'iniziativa è rivolta alle famiglie e si pone l'obiettivo di agevolare il processo di iscrizione degli alunni alle classi prime di ogni ordine e grado.

PERIODO DI DIFFUSIONE

Dal 9 gennaio 2017 al 31 marzo 2017

BUDGET DEDICATO

EVENTUALI AZIONI DI MONITORAGGIO, SE PREVISTE

Previsti report di ricaduta con scadenze giornaliere e settimanali relativi a:

- numero di utenti registrati e numero di domande inoltrate sul portale dedicato;
- numero di telefonate ricevute al numero indicato;
- numero di e-mail pervenute all'indirizzo predisposto.

SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI

RAI RadioTelevisione Italiana, Agenzie di Stampa, Presidenza del Consiglio dei Ministri

DGCASIS - URP

RESPONSABILE

URP

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Visita del Palazzo del MIUR - Nell'ambito della Comunicazione Istituzionale si promuove la conoscenza del Palazzo in cui ha sede il MIUR in quanto di interesse storico-architettonico.

TITOLO DELL'INIZIATIVA

Visita guidata al Palazzo del l'Istruzione

MEZZI DI COMUNICAZIONE

- pubblicazioni sul palazzo del MIUR in lingua italiana ed inglese

OBIETTIVI e TARGET

- Obiettivi: Promuovere la conoscenza del Palazzo nelle proprie articolazioni architettoniche e storiche attraverso un percorso delle sue sale più rappresentative dal punto di vista architettonico ma anche per il loro significato politico.
- Target: studenti e famiglie, docenti e stakeholder.

PERIODO DI DIFFUSIONE

2017

BUDGET DEDICATO

€ 1000,00

EVENTUALI AZIONI DI MONITORAGGIO, SE PREVISTE

sondaggi e report di ricaduta

DGCASIS - URP

RESPONSABILE

URP

PRESENTAZIONE DELL'INIZIATIVA

Organizzazione di eventi di comunicazione interna finalizzati al coinvolgimento dei dipendenti in attività di carattere sociale e culturale

EVENTI CICLICI

- Natale solidale
- Giornata della donna e delle pari opportunità
- Conversazioni pasquali a tema
- Letture, eventi musicali e visione di film d'autore
- Visite guidate del Palazzo

MEZZI DI COMUNICAZIONE

Locandine, brochure, inviti via email. Social media

OBBIETTIVI E TARGET

Obiettivo: partecipazione, condivisione e senso di appartenenza alla *community*.

Target: Dipendenti del Ministero ed ospiti invitati afferenti ad altre amministrazioni per un interscambio di buone pratiche

PERIODO DI DIFFUSIONE

Gennaio/dicembre

BUDGET DEDICATO

Euro 2000,00

EVENTUALI AZIONI DI MONITORAGGIO, SE PREVISTE

sondaggi e report di ricaduta

DGOSV- ITS- Il Sistema terziario professionalizzante

RESPONSABILE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Direzione Generale per gli ordinamenti scolastici e la valutazione del sistema nazionale di istruzione

Ufficio V – Istruzione e formazione tecnica superiore

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Il sistema terziario professionalizzante – Gli Istituti tecnici superiori

TITOLO DELL'INIZIATIVA

ITS – Scuole di tecnologia applicata

OBIETTIVI CHE SI INTENDONO RAGGIUNGERE

Sviluppo e diffusione della formazione terziari professionalizzante

CONTENUTO DELLA COMUNICAZIONE CHE SI PROPONE

L'offerta formativa terziaria professionalizzante erogata dagli ITS – Scuole di tecnologia applicata

DESTINATARI DEI MESSAGGI

Studenti e famiglie

MODALITA' DI COMUNICAZIONE

A. campagne a carattere pubblicitario che prevedono acquisto di appositi spazi sui mass media;

B. campagne di comunicazione integrata, ovvero comprendenti una parte di iniziative strettamente pubblicitarie, come precisate alla lettera A. e una parte di iniziative di pubbliche relazioni o di azioni a carattere mirato sul territorio;

C. attività di tipo editoriale (libri, periodici, dépliant, newsletters ecc.);

• *D. attività di produzione di audiovisivi;*

E. attività di comunicazione diretta al cittadino attraverso gli Uffici di relazione con il pubblico o con altri mezzi;

• *F. attività di comunicazione interna;*

G. partecipazione a fiere, rassegne specialistiche, congressi ecc.;

H. organizzazione di conferenze, convegni, seminari ecc.;

I. comunicazione attraverso il proprio sito Internet;

J. comunicazione attraverso strategia mirata, rivolta ad un'utenza preventivamente

individuata;

K. Altro; specificare

PERIODO DI REALIZZAZIONE

Gennaio/dicembre

BUDGET NECESSARIO

DGOSV- Didacta Italia

RESPONSABILE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

DGOSV-Direzione generale Ordinamenti Scolastici e Valutazione

TITOLO DELL'INIZIATIVA

DIDACTA ITALIA

MEZZI DI COMUNICAZIONE

Comunicati scritti, sito istituzionale, social media

OBIETTIVI E TARGET

Offrire occasioni qualificate di formazione al personale scolastico (dirigenti –docenti-amministrativi)

PERIODO DI DIFFUSIONE

Fine settembre 2017

BUDGET DEDICATO

50.000,00 euro

EVENTUALI AZIONI DI MONITORAGGIO, SE PREVISTE

Si a cura dell'INDIRE

SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI

Fondazione Didacta International;

la Fiera di Firenze e le Regioni

DGSIP- GIORNATA INTERNAZIONALE DELLA DONNA

RESPONSABILE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Direzione generale per lo studente, l'integrazione e la partecipazione; Ufficio II Welfare dello studente

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

La Giornata internazionale della donna (comunemente definita Festa della donna) ricorre l'8 marzo di ogni anno per ricordare sia le conquiste sociali, politiche ed economiche delle donne, sia le discriminazioni e le violenze cui sono state oggetto e sono ancora in tutte le parti del mondo.

In vista di tale giornata le scuole di ogni ordine e grado, nell'ambito della propria autonomia didattica ed organizzativa, sono invitate ad effettuare un approfondimento dei temi legati alla parità di genere e alla lotta alle discriminazioni di cui all'articolo 3 della Costituzione Italiana.

La giornata sarà, inoltre, occasione per lanciare la seconda edizione dell'iniziativa Il Mese Delle Stem (Science, Technology, Engineering, Mathematics).

TITOLO DELL'INIZIATIVA

"Giornata internazionale della Donna"

OBIETTIVI CHE SI INTENDONO RAGGIUNGERE

Promuovere le discipline STEM per gli studenti e per le studentesse. L'intento più generale di questa iniziativa è dunque quello di contrastare fin dall'ambito formativo gli stereotipi che vogliono le donne scarsamente predisposte verso lo studio delle STEM e meno interessate a intraprendere studi e professioni tecnologiche e digitali, rimuovendo gli ostacoli di tipo culturale, sensibilizzando docenti e studenti e valorizzando il talento degli studenti e delle studentesse insieme in tali ambiti.

CONTENUTO DELLA COMUNICAZIONE CHE SI PROPONE

A partire dallo scorso anno scolastico, in concomitanza con la Giornata internazionale della Donna, e in collaborazione con il Dipartimento delle Pari Opportunità della Presidenza del Consiglio, si propone dunque a tutte le scuole italiane di promuovere attività su questi temi anche collaborando con le associazioni del territorio in grado di supportare le scuole attraverso le loro specifiche competenze e conoscenze. Per queste ragioni, il MIUR e la PCM-DPO intendono promuovere il mese dedicato alle STEM, stimolando e accogliendo ogni iniziativa sul tema da parte di associazioni, scuole, e di tutte le agenzie educative.

DESTINATARI DEI MESSAGGI

Studenti e studentesse

MODALITÀ DI COMUNICAZIONE

(barrare tutte le voci di interesse)

A. campagne a carattere pubblicitario che prevedono acquisto di appositi spazi sui mass media;

B. campagne di comunicazione integrata, ovvero comprendenti una parte di iniziative strettamente pubblicitarie, come precisate alla lettera A. e una parte di iniziative di pubbliche relazioni o di azioni a carattere mirato sul territorio;

C. attività di tipo editoriale (libri, periodici, dépliant, newsletters ecc.);

D. attività di produzione di audiovisivi;

E. attività di comunicazione diretta al cittadino attraverso gli Uffici di relazione con il pubblico o con altri mezzi;

F. attività di comunicazione interna;

G. partecipazione a fiere, rassegne specialistiche, congressi ecc.;

• ~~H.~~ *organizzazione di conferenze, convegni, seminari ecc.;*

• ~~I.~~ *comunicazione attraverso il proprio sito Internet;*

J. comunicazione attraverso strategia mirata, rivolta ad un'utenza preventivamente individuata;

K. Altro; specificare _____

PERIODO DI REALIZZAZIONE

Dall'8 marzo all'8 aprile.

BUDGET NECESSARIO

Circa € 20.000,00

FONTE DI FINANZIAMENTO/CAPITOLO

- Fondi per la comunicazione;
- Fondi specifici della DG
- Fondi comunitari
- Altro. Specificare _____

COLLABORAZIONI CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI

Dipartimento per le Pari Opportunità

DGSIP- GIORNATA INTERNAZIONALE CONTRO L'OMOFOBIA

RESPONSABILE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Direzione generale per lo studente, l'integrazione e la partecipazione; Ufficio II Welfare dello studente

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

L'Unione Europea ha indetto, per il giorno 17 maggio di ogni anno, la Giornata internazionale contro l'omofobia ovvero contro ogni forma di atteggiamento pregiudiziale basata sull'orientamento sessuale (risoluzione del Parlamento Europeo del 26 aprile 2007). I principi a cui si ispira la giornata sono quelli costitutivi sia dell'Unione Europea sia della Costituzione italiana: il rispetto dei diritti umani e delle libertà fondamentali, l'uguaglianza fra tutti i cittadini e la non discriminazione.

TITOLO DELL'INIZIATIVA

17 maggio - Giornata internazionale contro l'omofobia

OBIETTIVI CHE SI INTENDONO RAGGIUNGERE

Evento di premiazione in una scuola di Roma vincitrice del Bando Miur-DPO, organizzato in accordo con le associazioni LGBT. Durante la giornata, su tutto il territorio nazionale, verranno organizzate delle attività di sensibilizzazione e di contrasto all'omofobia attraverso il Cinema e il teatro. In particolare verrà organizzata una delle tappe del tour Un Bacio Experience, che prevede la proiezione del Film di Ivan Cotroneo con incontri e dibattiti con esperti.

CONTENUTO DELLA COMUNICAZIONE CHE SI PROPONE

In particolare, la Giornata del 17 maggio rappresenta l'occasione in cui tutte le scuole possono attuare iniziative di sensibilizzazione contro le disuguaglianze, dando quindi maggior rilievo alle buone pratiche e ai migliori percorsi educativi. Occorre che le scuole sperimentino nuovi spazi e metodi di sensibilizzazione che sappiano sfruttare linguaggi e strumenti più vicini al mondo degli studenti e le studentesse, per esempio attraverso l'utilizzo dei linguaggi del cinema o del teatro e per affrontare ad ampio spettro i temi del rispetto e della non discriminazione anche in momenti di apprendimento non formale. A questo proposito, il sito www.noisiamopari.it, mette a disposizione materiali di varia natura e strumenti didattici, nonché ospita iniziative già realizzate da istituzioni scolastiche del territorio che possono essere divulgate in

qualità di buone pratiche da diffondere negli altri istituti scolastici.

DESTINATARI DEI MESSAGGI

Studenti e studentesse, insegnanti, famiglie

MODALITÀ DI COMUNICAZIONE

(barrare tutte le voci di interesse)

A. campagne a carattere pubblicitario che prevedono acquisto di appositi spazi sui mass media

B. campagne di comunicazione integrata, ovvero comprendenti una parte di iniziative strettamente pubblicitarie, come precisate alla lettera A. e una parte di iniziative di pubbliche relazioni o di azioni a carattere mirato sul territorio;

C. attività di tipo editoriale (libri, periodici, dépliant, newsletters ecc.);

D. attività di produzione di audiovisivi;

E. attività di comunicazione diretta al cittadino attraverso gli Uffici di relazione con il pubblico o con altri mezzi;

F. attività di comunicazione interna;

G. partecipazione a fiere, rassegne specialistiche, congressi ecc.;

H. organizzazione di conferenze, convegni, seminari ecc.;

I. comunicazione attraverso il proprio sito Internet;

J. comunicazione attraverso strategia mirata, rivolta ad un'utenza preventivamente individuata;

K. Altro; specificare creazione di uno spot televisivo che andrà in onda sui canali RAI, Mediaset, Sky, MTV .

PERIODO DI REALIZZAZIONE

17 maggio

BUDGET NECESSARIO

Presumibilmente 30.000,00 €

FONTE DI FINANZIAMENTO/CAPITOLO

Fondi per la comunicazione;

Fondi specifici della DG

- Fondi comunitari
- Altro. Specificare _____

AZIONI DI MONITORAGGIO

(se previste)

COLLABORAZIONI CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI

DGSIP- GIORNO DELLA MEMORIA

RESPONSABILE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Direzione generale per lo studente, l'integrazione e la partecipazione; Ufficio II Welfare dello studente

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Indicare il tema su cui si intende fare comunicazione, motivandone la scelta (es.: programma di Governo, disposizione normativa, organizzazione nuovi servizi, ecc.)

In occasione delle celebrazioni del Giorno della Memoria presso il Palazzo del Quirinale a Roma, gli studenti e i docenti vincitori del Concorso Nazionale "I giovani ricordano la Shoah" vengono premiati dal Presidente della Repubblica, dal Ministro dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca, dalle più alte cariche dello Stato e dell'Unione delle Comunità Ebraiche Italiane (UCEI) . Il concorso, che gode dell'Alto Patronato della Presidenza della Repubblica ed è giunto alla sua XV edizione, è curato dal MIUR e dall'UCEI

TITOLO DELL'INIZIATIVA

Commemorazione giorno della Memoria

OBIETTIVI CHE SI INTENDONO RAGGIUNGERE

Sensibilizzare gli studenti e le famiglie sull'educazione alla Shoah

CONTENUTO DELLA COMUNICAZIONE CHE SI PROPONE

Premiazione della XV edizione del concorso I giovani ricordano la Shoah

DESTINATARI DEI MESSAGGI

Famiglie, studenti, insegnanti.

MODALITÀ DI COMUNICAZIONE

(barrare tutte le voci di interesse)

A. campagne a carattere pubblicitario che prevedono acquisto di appositi spazi sui mass media

B. campagne di comunicazione integrata, ovvero comprendenti una parte di iniziative strettamente pubblicitarie, come precisate alla lettera A. e una parte di iniziative di pubbliche relazioni o di azioni a carattere mirato sul territorio;

C. attività di tipo editoriale (libri, periodici, dépliant, newsletters ecc.);

D. attività di produzione di audiovisivi;

E. attività di comunicazione diretta al cittadino attraverso gli Uffici di relazione con il

pubblico o con altri mezzi;

F. attività di comunicazione interna;

G. partecipazione a fiere, rassegne specialistiche, congressi ecc.;

• *H. organizzazione di conferenze, convegni, seminari ecc.;*

• *I. comunicazione attraverso il proprio sito Internet;*

J. comunicazione attraverso strategia mirata, rivolta ad un'utenza preventivamente individuata;

K. Altro; specificare creazione di uno spot televisivo che andrà in onda sui canali RAI, Mediaset, Sky, MTV.

PERIODO DI REALIZZAZIONE

(tempi di svolgimento dell'iniziativa di comunicazione)

Dal 15 al 27 gennaio

BUDGET NECESSARIO

Presumibilmente 30.000,00 €

FONTE DI FINANZIAMENTO/CAPITOLO

- Fondi per la comunicazione;
- Fondi specifici della DG
- Fondi comunitari
- Altro. Specificare _____

AZIONI DI MONITORAGGIO

(se previste)

COLLABORAZIONI CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI

DGSIP- CONSULTE DEGLI STUDENTI

RESPONSABILE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Direzione generale per lo studente, l'integrazione e la partecipazione; Ufficio II Welfare dello studente

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Indicare il tema su cui si intende fare comunicazione, motivandone la scelta (es.: programma di Governo, disposizione normativa, organizzazione nuovi servizi, ecc.)

Il Consiglio Nazionale dei Presidenti delle Consulte Provinciali riunisce tutti i presidenti delle Consulte Provinciali degli Studenti e tutti i docenti referenti. Il Consiglio nazionale è organo consultivo del Ministero, come istituito con DPR 567/96 e si organizza in commissioni di lavoro tematiche, si dota di un regolamento interno per determinare le modalità organizzative e gestionali di funzionamento del Consiglio. Al CNPC, oltre tutti i presidenti provinciali, partecipano i docenti referenti in servizio presso gli Uffici Scolastici regionali e gli ambiti territoriali per le attività di supporto ai lavori e per sessioni dedicate di aggiornamento sul ruolo del docente referente.

TITOLO DELL'INIZIATIVA

Consiglio Nazionale dei Presidenti delle Consulte Provinciali.

OBIETTIVI CHE SI INTENDONO RAGGIUNGERE

Sensibilizzare gli studenti nella pratica della Partecipazione studentesca

CONTENUTO DELLA COMUNICAZIONE CHE SI PROPONE

I Presidenti delle Consulte delle scuole secondarie di II grado durante il CNPC hanno l'opportunità di scambiare e condividere informazioni, ideare progetti integrati, discutere dei problemi comuni delle CPS e confrontarsi con il Ministero formulando pareri e proposte.

DESTINATARI DEI MESSAGGI

Consulte provinciali studentesche.

MODALITÀ DI COMUNICAZIONE

(barrare tutte le voci di interesse)

A. campagne a carattere pubblicitario che prevedono acquisto di appositi spazi sui mass media;

B. campagne di comunicazione integrata, ovvero comprendenti una parte di iniziative strettamente pubblicitarie, come precisate alla lettera A. e una parte di iniziative di pubbliche relazioni o di azioni a carattere mirato sul territorio;

C. attività di tipo editoriale (libri, periodici, dépliant, newsletters ecc.);

D. attività di produzione di audiovisivi;

E. attività di comunicazione diretta al cittadino attraverso gli Uffici di relazione con il pubblico o con altri mezzi;

F. attività di comunicazione interna;

G. partecipazione a fiere, rassegne specialistiche, congressi ecc.;

H. organizzazione di conferenze, convegni, seminari ecc.;

I. comunicazione attraverso il proprio sito Internet;

J. comunicazione attraverso strategia mirata, rivolta ad un'utenza preventivamente individuata;

K. Altro; specificare _____

PERIODO DI REALIZZAZIONE

(tempi di svolgimento dell'iniziativa di comunicazione)

Aprile 2017, date da definire

BUDGET NECESSARIO

Circa € 90.000,00

FONTE DI FINANZIAMENTO/CAPITOLO

- Fondi per la comunicazione;
- Fondi specifici della DG
- Fondi comunitari
- Altro. Specificare _____

AZIONI DI MONITORAGGIO

(se previste)

COLLABORAZIONI CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI

DGSIP- OLIMPIADI DI DEBATE E SERVICE LEARNING

RESPONSABILE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Direzione Generale per lo Studente, l'Integrazione e la Partecipazione

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Indicare il tema su cui si intende fare comunicazione, motivandone la scelta (es.: programma di Governo, disposizione normativa, organizzazione nuovi servizi, ecc.)

TITOLO DELL'INIZIATIVA

Olimpiadi di Debate e Service Learning

OBIETTIVI CHE SI INTENDONO RAGGIUNGERE

Il Progetto si propone di individuare i migliori percorsi progettuali tesi al coinvolgimento del maggior numero di studenti possibile in competizioni a squadre, coinvolgenti e motivanti e che consentano di condividere le buone prassi e valorizzare le eccellenze di debate e service learning nel sistema della scuola italiana.

CONTENUTO DELLA COMUNICAZIONE CHE SI PROPONE

- Olimpiadi ed in generale il debate e il service learning quali momento di confronto fra studenti, docenti e comunità.
- La partecipazione attiva e la collaborazione docenti/studenti al fine di "costruire" un apprendimento personalizzato e partecipato in situazioni di apprendimento continuo.
- le nuove abilità, l'approfondimento delle conoscenze di problematiche reali e attuali consentite da entrambi i metodi e il modello di apprendimento critico in grado di preparare gli studenti alla vita adulta ed al futuro professionale, contribuendo a renderli cittadini attivi sensibili alle esigenze della loro comunità

DESTINATARI DEI MESSAGGI

Studenti e docenti delle scuole secondarie di II grado.

MODALITÀ DI COMUNICAZIONE

(barrare tutte le voci di interesse)

- *A. campagne a carattere pubblicitario che prevedono acquisto di appositi spazi sui mass media;*
- *B. campagne di comunicazione integrata, ovvero comprendenti una parte di iniziative strettamente pubblicitarie, come precisate alla lettera A. e una parte di*

iniziative di pubbliche relazioni o di azioni a carattere mirato sul territorio;

● *C. attività di tipo editoriale (libri, periodici, dépliant, newsletters ecc.);*

D. attività di produzione di audiovisivi;

E. attività di comunicazione diretta al cittadino attraverso gli Uffici di relazione con il pubblico o con altri mezzi;

F. attività di comunicazione interna;

● *G. partecipazione a fiere, rassegne specialistiche, congressi ecc.;*

● *H. organizzazione di conferenze, convegni, seminari ecc.;*

● *I. comunicazione attraverso il proprio sito Internet;*

J. comunicazione attraverso strategia mirata, rivolta ad un'utenza preventivamente individuata;

K. Altro; specificare _____

PERIODO DI REALIZZAZIONE

(tempi di svolgimento dell'iniziativa di comunicazione)

A.S. 2016/2017

BUDGET NECESSARIO

100.000

FONTE DI FINANZIAMENTO/CAPITOLO

- Fondi per la comunicazione;
- Fondi specifici della DG
- Fondi comunitari
- Altro. Specificare _____

AZIONI DI MONITORAGGIO

(se previste)

COLLABORAZIONI CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI

DGSIP- GIORNATA EUROPEA DEI GENITORI

RESPONSABILE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Direzione generale per lo studente, l'integrazione e la partecipazione; Ufficio II Welfare dello studente

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Indicare il tema su cui si intende fare comunicazione, motivandone la scelta (es.: programma di Governo, disposizione normativa, organizzazione nuovi servizi, ecc.)

Giornata Europea dei Genitori, istituita con DPR 567/96 e organizzata dal Fonags, in collaborazione con la Direzione generale per lo Studente.

OBIETTIVI CHE SI INTENDONO RAGGIUNGERE

La giornata di quest'anno sarà importante occasione per avviare l'iter di riscrittura del patto di Corresponsabilità Educativa Scuola-Famiglia previsto dall'art. 5 Bis del D.P.R. 235/07 (Statuto delle studentesse e degli studenti della scuola secondaria).

CONTENUTO DELLA COMUNICAZIONE CHE SI PROPONE

La giornata è un'opportunità per ribadire l'impegno a collaborare per formare le giovani generazioni e rendere gli studenti e le studentesse cittadini e cittadine consapevoli dei propri diritti e doveri, ma anche un momento di valorizzazione delle migliori pratiche messe in campo dalle Istituzioni scolastiche e dalle Associazioni dei Genitori in tema di partecipazione delle famiglie alla vita scolastica.

DESTINATARI DEI MESSAGGI

Forags, famiglie e genitori

MODALITÀ DI COMUNICAZIONE

(barrare tutte le voci di interesse)

A. campagne a carattere pubblicitario che prevedono acquisto di appositi spazi sui mass media

B. campagne di comunicazione integrata, ovvero comprendenti una parte di iniziative strettamente pubblicitarie, come precisate alla lettera A. e una parte di iniziative di pubbliche relazioni o di azioni a carattere mirato sul territorio;

C. attività di tipo editoriale (libri, periodici, dépliant, newsletters ecc.);

D. attività di produzione di audiovisivi;

E. attività di comunicazione diretta al cittadino attraverso gli Uffici di relazione con il pubblico o con altri mezzi;

F. attività di comunicazione interna;

G. partecipazione a fiere, rassegne specialistiche, congressi ecc.;

•H. X organizzazione di conferenze, convegni, seminari ecc.;

•I. X comunicazione attraverso il proprio sito Internet;

J. comunicazione attraverso strategia mirata, rivolta ad un'utenza preventivamente individuata;

K. Altro; specificare creazione di uno spot televisivo che andrà in onda sui canali RAI, Mediaset, Sky, MTV.

PERIODO DI REALIZZAZIONE

(tempi di svolgimento dell'iniziativa di comunicazione)

Aprile 2017 (data da definire con il Fonags)

BUDGET NECESSARIO

Presumibilmente 20.000,00 €

FONTE DI FINANZIAMENTO/CAPITOLO

- Fondi per la comunicazione;
- X Fondi specifici della DG
- Fondi comunitari
- Altro. Specificare _____

AZIONI DI MONITORAGGIO

(se previste)

COLLABORAZIONI CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI

Forum Nazionale delle Associazioni dei Genitori

DGSIP- GIORNATA MONDIALE DEL TEATRO

RESPONSABILE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Direzione generale per lo studente, l'integrazione e la partecipazione; Ufficio II Welfare dello studente

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

La Giornata Mondiale del Teatro (di seguito denominata GMT) che si tiene ogni anno il 27 marzo, è stata fondata nel 1960 dall'International Theatre Institute - Unesco mondiale (di seguito denominato ITI) ed in tale occasione l'ITI chiede ad una personalità del teatro e della cultura mondiale di scrivere un messaggio che viene letto nei teatri, nelle scuole, nelle biblioteche e nelle piazze di tutto il mondo.

Anche quest'anno il MIUR, in occasione della GMT 2017 e in collaborazione con il Centro Italiano dell'ITI, lancia un bando di scrittura teatrale denominato "Scrivere il Teatro" rivolto agli studenti delle scuole di ogni ordine e grado.

Quest'anno la classe/scuola 1° classificata porterà in scena il loro "corto" teatrale mentre per il 2° e 3° posto saranno letti i loro "corti" da attori professionisti.

L'evento rispecchia il dettato di cui all'art. 1, comma 181, della legge 13 luglio 2015, n. 107, la *c.d.* "Buona Scuola" mirato a richiamare l'attenzione e l'interesse degli studenti sull'importanza del teatro quale forma artistica di elevato valore sociale ed educativo, nonché quale fattore fondamentale per la diffusione delle tradizioni culturali del nostro Paese.

TITOLO DELL'INIZIATIVA

"Giornata Mondiale del Teatro " edizione 2017

OBIETTIVI CHE SI INTENDONO RAGGIUNGERE

Sensibilizzare gli studenti nella pratica teatrale nelle scuole, sia come esperienza formativa e creativa, sia come strumento di educazione alla visione dello spettacolo dal vivo, occasione, questa, per progettare o realizzare negli Istituti di ogni ordine e grado azioni teatrali idonee anche a rispondere alle difficoltà, ai problemi e alle necessità educative degli studenti.

CONTENUTO DELLA COMUNICAZIONE CHE SI PROPONE

L'evento, come già illustrato, intende far avvicinare gli studenti a una forma d'arte che, nel sensibilizzare le coscienze, possa corrispondere alla voglia di cultura, di nuovi linguaggi e di nuove opportunità da realizzarsi in ambito scolastico da parte dei ragazzi.

DESTINATARI DEI MESSAGGI

Famiglie, studenti, insegnanti delle scuole di ogni ordine e grado.

MODALITÀ DI COMUNICAZIONE

(barrare tutte le voci di interesse)

A. campagne a carattere pubblicitario che prevedono acquisto di appositi spazi sui mass media

B. campagne di comunicazione integrata, ovvero comprendenti una parte di iniziative strettamente pubblicitarie, come precisate alla lettera A. e una parte di iniziative di pubbliche relazioni o di azioni a carattere mirato sul territorio;

C. attività di tipo editoriale (libri, periodici, dépliant, newsletters ecc.);

D. attività di produzione di audiovisivi;

E. attività di comunicazione diretta al cittadino attraverso gli Uffici di relazione con il pubblico o con altri mezzi;

F. attività di comunicazione interna;

G. partecipazione a fiere, rassegne specialistiche, congressi ecc.;

H. organizzazione di conferenze, convegni, seminari ecc.;

•I. comunicazione attraverso il proprio sito Internet;

J. comunicazione attraverso strategia mirata, rivolta ad un'utenza preventivamente individuata;

K. Altro;

PERIODO DI REALIZZAZIONE

La Giornata Mondiale del Teatro si celebra il 17 marzo 2017

BUDGET NECESSARIO

Circa € 34.500

FONTE DI FINANZIAMENTO/CAPITOLO

- Fondi per la comunicazione;
- Fondi specifici della DG
- Fondi comunitari
- Altro. Specificare _____

AZIONI DI MONITORAGGIO

(se previste)

COLLABORAZIONI CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI

Il MIUR organizza la GMT 2017 in collaborazione con il Centro Italiano dell'International Theatre Institute e con l'organizzazione giovani UNESCO

DGSIP- GIORNATA NAZIONALE DELLA SCUOLA

RESPONSABILE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Direzione generale per lo studente, l'integrazione e la partecipazione; Ufficio II Welfare dello studente

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Giornata Nazionale della Scuola, istituita con il DPR 567/96, art. 7.

TITOLO DELL'INIZIATIVA

Giornata Europea dei Genitori

OBIETTIVI CHE SI INTENDONO RAGGIUNGERE

Durante la manifestazione le istituzioni scolastiche sono aperte al pubblico e svolgono

manifestazioni e iniziative atte a sottolineare il valore dell'attività educativa e formativa. Sono

organizzati incontri di carattere nazionale e locale per l'approfondimento di tematiche di interesse

formativo.

CONTENUTO DELLA COMUNICAZIONE CHE SI PROPONE

L'evento nazionale ospiterà le migliori esperienze educative e formative realizzate dalle scuole italiane, dando spazio alle capacità creative e artistiche degli studenti e delle studentesse relative alla musica, teatro, danza, cinema, arte e moda.

DESTINATARI DEI MESSAGGI

Studenti e studentesse, insegnanti, famiglie

MODALITÀ DI COMUNICAZIONE

(barrare tutte le voci di interesse)

A. campagne a carattere pubblicitario che prevedono acquisto di appositi spazi sui mass media

B. campagne di comunicazione integrata, ovvero comprendenti una parte di iniziative strettamente pubblicitarie, come precisate alla lettera A. e una parte di iniziative di pubbliche relazioni o di azioni a carattere mirato sul territorio;

C. attività di tipo editoriale (libri, periodici, dépliant, newsletters ecc.);

D. attività di produzione di audiovisivi;



E. attività di comunicazione diretta al cittadino attraverso gli Uffici di relazione con il pubblico o con altri mezzi;

F. attività di comunicazione interna;

G. partecipazione a fiere, rassegne specialistiche, congressi ecc.;

• *H. organizzazione di conferenze, convegni, seminari ecc.;*

• *I. comunicazione attraverso il proprio sito Internet;*

J. comunicazione attraverso strategia mirata, rivolta ad un'utenza preventivamente individuata;

K. Altro; specificare creazione di uno spot televisivo che andrà in onda sui canali RAI, Mediaset, Sky, MTV .

PERIODO DI REALIZZAZIONE

data da definire

BUDGET NECESSARIO

Presumibilmente 500.000,00 €

FONTE DI FINANZIAMENTO/CAPITOLO

- Fondi per la comunicazione;
- Fondi specifici della DG
- Fondi comunitari
- Altro. Specificare fondi da ex legge 440

AZIONI DI MONITORAGGIO

(se previste)

COLLABORAZIONI CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI

DGSIP- CAMPIONATI SPORTIVI STUDENTESCHI

RESPONSABILE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Direzione Generale per lo studente, l'integrazione e la partecipazione.

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Manifestazione conclusiva del percorso educativo sport-legalità. I campionati sportivi studenteschi vengono accompagnati da un approfondimento sui valori dello sport e del rispetto delle regole.

TITOLO DELL'INIZIATIVA

Da definire

OBIETTIVI CHE SI INTENDONO RAGGIUNGERE

Sensibilizzare i giovani al rispetto delle regole

CONTENUTO DELLA COMUNICAZIONE CHE SI PROPONE

Contenuto educativo

DESTINATARI DEI MESSAGGI

Studenti, docenti, personale scolastico, famiglie e cittadinanza nel suo complesso

MODALITÀ DI COMUNICAZIONE

- *H. organizzazione di conferenze, convegni, seminari ecc.;*
- *J. comunicazione attraverso strategia mirata, rivolta ad un'utenza preventivamente individuata;*

PERIODO DI REALIZZAZIONE

Maggio 2017

BUDGET NECESSARIO

Da definire in relazione al tipo di evento che si vorrà realizzare

FONTE DI FINANZIAMENTO/CAPITOLO

- Fondi per la comunicazione;
- + Fondi specifici della DG**
- Fondi comunitari
- Altro. Specificare _____

AZIONI DI MONITORAGGIO

COLLABORAZIONI CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI

Si tratta di un evento al quale partecipano le istituzioni firmatarie delle carte d'intenti sull'educazione alla legalità del 2015 (ANAC, ANM, CSM, DNA).

DGSIP- FORMAZIONE PRIMO SOCCORSO

RESPONSABILE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Direzione Generale per lo studente, l'integrazione e la partecipazione.

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Presentazione delle linee guida sulla formazione primo soccorso (art. 1, comma 10, l. 107/2015)

TITOLO DELL'INIZIATIVA

Formazione primo soccorso

OBIETTIVI CHE SI INTENDONO RAGGIUNGERE

Presentare le linee guida predisposte dal gruppo di lavoro e avviare la formazione secondo quanto previsto dalla legge n. 107.

CONTENUTO DELLA COMUNICAZIONE CHE SI PROPONE

Contenuto educativo

DESTINATARI DEI MESSAGGI

Referenti regionali e provinciali alla salute del MIUR, operatori del Servizio di emergenza urgenza 118 del Ministero della salute, tutti i soggetti che operano nel settore

MODALITÀ DI COMUNICAZIONE

(barrare tutte le voci di interesse)

A. campagne a carattere pubblicitario che prevedono acquisto di appositi spazi sui mass media;

B. campagne di comunicazione integrata, ovvero comprendenti una parte di iniziative strettamente pubblicitarie, come precisate alla lettera A. e una parte di iniziative di pubbliche relazioni o di azioni a carattere mirato sul territorio;

C. attività di tipo editoriale (libri, periodici, dépliant, newsletters ecc.);

D. attività di produzione di audiovisivi;

E. attività di comunicazione diretta al cittadino attraverso gli Uffici di relazione con il pubblico o con altri mezzi;

F. attività di comunicazione interna;

G. partecipazione a fiere, rassegne specialistiche, congressi ecc.;

• *H. organizzazione di conferenze, convegni, seminari ecc.;*

I. comunicazione attraverso il proprio sito Internet;

• *J. comunicazione attraverso strategia mirata, rivolta ad un'utenza preventivamente individuata;*

K. Altro; specificare _____

PERIODO DI REALIZZAZIONE

(tempi di svolgimento dell'iniziativa di comunicazione)

Gennaio/febbraio 2017

BUDGET NECESSARIO

Da definire in relazione al tipo di evento. Inferiore a 50.000 euro

FONTE DI FINANZIAMENTO/CAPITOLO

- Fondi per la comunicazione;
- + Fondi specifici della DG**
- Fondi comunitari
- Altro. Specificare _____

AZIONI DI MONITORAGGIO

(se previste)

COLLABORAZIONI CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI

Ministero della salute.

DGSIP- PALERMO CHIAMA ITALIA

RESPONSABILE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Direzione Generale per lo studente, l'integrazione e la partecipazione.

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Indicare il tema su cui si intende fare comunicazione, motivandone la scelta (es.: programma di Governo, disposizione normativa, organizzazione nuovi servizi, ecc.)

Manifestazione organizzata dalla Fondazione 'Giovanni e Francesca Falcone', in collaborazione con la Direzione Generale per lo studente, l'integrazione e la partecipazione del Ministero dell'Istruzione, in occasione del XXV anniversario della morte dei giudici Giovanni Falcone e Paolo Borsellino. L'iniziativa si svolgerà a Palermo e in diverse piazze italiane in cui cittadini e studenti saranno presenti per dare testimonianza del loro impegno per la legalità.

TITOLO DELL'INIZIATIVA

"Palermo chiama Italia"

OBIETTIVI CHE SI INTENDONO RAGGIUNGERE

Sensibilizzare alla legalità e alla cittadinanza attiva e valorizzare il lavoro di chi opera con passione e impegno in questo campo.

CONTENUTO DELLA COMUNICAZIONE CHE SI PROPONE

Contenuto educativo

DESTINATARI DEI MESSAGGI

Studenti, docenti, personale scolastico, famiglie e cittadinanza nel suo complesso

MODALITÀ DI COMUNICAZIONE

(barrare tutte le voci di interesse)

A. campagne a carattere pubblicitario che prevedono acquisto di appositi spazi sui mass media;

B. campagne di comunicazione integrata, ovvero comprendenti una parte di iniziative strettamente pubblicitarie, come precisate alla lettera A. e una parte di iniziative di pubbliche relazioni o di azioni a carattere mirato sul territorio;

C. attività di tipo editoriale (libri, periodici, dépliant, newsletters ecc.);

D. attività di produzione di audiovisivi;

E. attività di comunicazione diretta al cittadino attraverso gli Uffici di relazione con il pubblico o con altri mezzi;

F. attività di comunicazione interna;

G. partecipazione a fiere, rassegne specialistiche, congressi ecc.;

•H. organizzazione di conferenze, convegni, seminari ecc.;

I. comunicazione attraverso il proprio sito Internet;

•J. comunicazione attraverso strategia mirata, rivolta ad un'utenza preventivamente individuata;

K. Altro; specificare _____

PERIODO DI REALIZZAZIONE

(tempi di svolgimento dell'iniziativa di comunicazione)

Maggio 2017

BUDGET NECESSARIO

300.000 euro circa

FONTE DI FINANZIAMENTO/CAPITOLO

- Fondi per la comunicazione;
- + Fondi specifici della DG**
- Fondi comunitari
- Altro. Specificare _____

AZIONI DI MONITORAGGIO

(se previste)

COLLABORAZIONI CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI

Si tratta di un evento al quale partecipano le massime cariche dello Stato.

DGSIP-LE GIOVANI GENERAZIONI SI RACCONTANO

RESPONSABILE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Direzione Generale per lo studente, l'integrazione e la partecipazione.

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Seminario nazionale sul tema dell'integrazione degli studenti stranieri con particolare attenzione al coinvolgimento attivo dei giovani delle seconde generazioni dell'immigrazione, in collaborazione con il Ministero del lavoro e delle politiche sociali, il Coordinamento nuove generazioni italiane, l'Istituto Cervi, l'USR per l'Emilia Romagna

TITOLO DELL'INIZIATIVA

Costruttori di ponti 3

"Protagonisti! Le nuove generazioni italiane si raccontano", Reggio Emilia e Gattatico, RE, 30/31 marzo 2017

OBIETTIVI CHE SI INTENDONO RAGGIUNGERE

Far conoscere e valorizzare l'apporto delle nuove generazioni italiane nei diversi campi della società: istruzione, lavoro, cultura, media, arte, sport

CONTENUTO DELLA COMUNICAZIONE CHE SI PROPONE

Evidenziare i contributi specifici di cui sono portatori i giovani con background migratorio

DESTINATARI DEI MESSAGGI

Uffici scolastici regionali, Osservatorio nazionale per l'integrazione alunni stranieri e per l'intercultura, mezzi di comunicazione

MODALITÀ DI COMUNICAZIONE

(barrare tutte le voci di interesse)

- A. campagne a carattere pubblicitario che prevedono acquisto di appositi spazi sui mass media;*
- B. campagne di comunicazione integrata, ovvero comprendenti una parte di iniziative strettamente pubblicitarie, come precisate alla lettera A. e una parte di iniziative di pubbliche relazioni o di azioni a carattere mirato sul territorio;*
- C. attività di tipo editoriale (libri, periodici, dépliant, newsletters ecc.);*
- D. attività di produzione di audiovisivi;*
- E. attività di comunicazione diretta al cittadino attraverso gli Uffici di relazione con il pubblico o con altri mezzi;*
- F. attività di comunicazione interna;*

G. partecipazione a fiere, rassegne specialistiche, congressi ecc.;

•H. organizzazione di conferenze, convegni, seminari ecc.;

•I. comunicazione attraverso il proprio sito Internet;

•J. comunicazione attraverso strategia mirata, rivolta ad un'utenza preventivamente individuata;

K. Altro; specificare _____

PERIODO DI REALIZZAZIONE

(tempi di svolgimento dell'iniziativa di comunicazione)

Febbraio/Marzo 2017

BUDGET NECESSARIO

Alcun onere a carico degli Uffici centrali dell'Amministrazione

FONTE DI FINANZIAMENTO/CAPITOLO

- Fondi per la comunicazione;
- Fondi specifici della DG
- Fondi comunitari
- Altro. Specificare _____

AZIONI DI MONITORAGGIO

(se previste)

COLLABORAZIONI CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI

Con Ministero del lavoro e politiche sociali, Comune di Reggio Emilia, Istituto Cervi, USR per l'Emilia Romagna

DGSIP-GIORNATA DELL'INCLUSIVITÀ

RESPONSABILE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Direzione Generale per lo studente, l'integrazione e la partecipazione.

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Giornata di sensibilizzazione promossa dall'Onu, destinata a favorire comprensione e a generare azioni per un mondo più inclusivo.

TITOLO DELL'INIZIATIVA

Giornata mondiale per la consapevolezza dell'autismo.

OBIETTIVI CHE SI INTENDONO RAGGIUNGERE

L'impegno per garantire a tutti la piena integrazione nella scuola e nella società. Attenzione e sensibilità verso i temi dell'autismo.

CONTENUTO DELLA COMUNICAZIONE CHE SI PROPONE

Confronto con le Associazioni di persone con disabilità e dei loro familiari

DESTINATARI DEI MESSAGGI

Personale della scuola, Famiglie, Associazioni

MODALITÀ DI COMUNICAZIONE

(barrare tutte le voci di interesse)

A. campagne a carattere pubblicitario che prevedono acquisto di appositi spazi sui mass media;

B. campagne di comunicazione integrata, ovvero comprendenti una parte di iniziative strettamente pubblicitarie, come precisate alla lettera A. e una parte di iniziative di pubbliche relazioni o di azioni a carattere mirato sul territorio;

C. attività di tipo editoriale (libri, periodici, dépliant, newsletters ecc.);

D. attività di produzione di audiovisivi;

E. attività di comunicazione diretta al cittadino attraverso gli Uffici di relazione con il pubblico o con altri mezzi;

•F. attività di comunicazione interna;

G. partecipazione a fiere, rassegne specialistiche, congressi ecc.;

•H. organizzazione di conferenze, convegni, seminari ecc.;

•I. comunicazione attraverso il proprio sito Internet;

• *J. comunicazione attraverso strategia mirata, rivolta ad un'utenza preventivamente individuata;*

K. Altro; specificare _____

PERIODO DI REALIZZAZIONE

(tempi di svolgimento dell'iniziativa di comunicazione)

2 Aprile

BUDGET NECESSARIO

Non è previsto attualmente un budget dedicato

FONTE DI FINANZIAMENTO/CAPITOLO

- Fondi per la comunicazione;
- Fondi specifici della DG
- Fondi comunitari
- Altro. Specificare _____

AZIONI DI MONITORAGGIO

(se previste)

COLLABORAZIONI CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI

Fondazione Italiana per l'Autismo

SINPIA-Società Italiana di Neuropsichiatria dell'Infanzia e dell'Adolescenza, l'ANGSA-Associazione Nazionale Genitori Soggetti Autistici, che federa 40 associazioni sul territorio nazionale, la FISH-Federazione per il superamento dell'Handicap

FAND-Federazione Associazioni Nazionali Disabilità

DGSIP- INTERNAZIONALE DELLA DISABILITÀ

RESPONSABILE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Direzione Generale per lo studente, l'integrazione e la partecipazione

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Nonostante la normativa sulla disabilità sia tra le più avanzate al mondo, la piena inclusione nella società resta una sfida da vincere. Nella giornata vengono affrontate le tematiche chiave: scuola, salute, lavoro e welfare portando anche testimonianze dal campo.

TITOLO DELL'INIZIATIVA

Giornata internazionale delle persone con disabilità

OBIETTIVI CHE SI INTENDONO RAGGIUNGERE

Attenzione e sensibilità verso i temi dell'inclusione scolastica e sociale

CONTENUTO DELLA COMUNICAZIONE CHE SI PROPONE

Hearing di studenti con disabilità

Confronto con le Associazioni di persone con disabilità e dei loro familiari

DESTINATARI DEI MESSAGGI

Comunità scolastica, associazioni, società civile

MODALITÀ DI COMUNICAZIONE

(barrare tutte le voci di interesse)

A. campagne a carattere pubblicitario che prevedono acquisto di appositi spazi sui mass media;

B. campagne di comunicazione integrata, ovvero comprendenti una parte di iniziative strettamente pubblicitarie, come precisate alla lettera A. e una parte di iniziative di pubbliche relazioni o di azioni a carattere mirato sul territorio;

C. attività di tipo editoriale (libri, periodici, dépliant, newsletters ecc.);

D. attività di produzione di audiovisivi;

E. attività di comunicazione diretta al cittadino attraverso gli Uffici di relazione con il pubblico o con altri mezzi;

•F. attività di comunicazione interna;

G. partecipazione a fiere, rassegne specialistiche, congressi ecc.;

- *H. organizzazione di conferenze, convegni, seminari ecc.;*
- *I. comunicazione attraverso il proprio sito Internet;*
- *J. comunicazione attraverso strategia mirata, rivolta ad un'utenza preventivamente individuata;*
- K. Altro; specificare _____*

PERIODO DI REALIZZAZIONE

(tempi di svolgimento dell'iniziativa di comunicazione)

3 Dicembre 2017

BUDGET NECESSARIO

Non è previsto attualmente alcun budget riservato a questa iniziativa.

FONTE DI FINANZIAMENTO/CAPITOLO

- Fondi per la comunicazione;
- Fondi specifici della DG
- Fondi comunitari
- Altro. Specificare _____

AZIONI DI MONITORAGGIO

(se previste)

COLLABORAZIONI CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI

Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, Ministero della Salute
Associazioni delle persone con disabilità e dei loro familiari

DGSIP- LA GIORNATA MONDIALE DEL SOLLIEVO

RESPONSABILE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Direzione Generale per lo studente, l'integrazione e la partecipazione

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

La Giornata del Sollievo, realizzata in collaborazione con il Ministero della Salute, si celebra nei luoghi di cura e negli ospedali con l'intento di sensibilizzare le nuove generazioni al tema della sofferenza ed alla comprensione dell'altro

TITOLO DELL'INIZIATIVA

Giornata mondiale del sollievo

OBIETTIVI CHE SI INTENDONO RAGGIUNGERE

La giornata ha l'obiettivo di sensibilizzare verso i temi della sofferenza con l'intento di generare solidarietà, empatia,

CONTENUTO DELLA COMUNICAZIONE CHE SI PROPONE

comprensione, ascolto, sostegno e attenzione verso chi è meno fortunato, attraverso la produzione di vari materiali: disegni, testi, plastici, videoclip, fumetti, fiabe illustrate.

DESTINATARI DEI MESSAGGI

Comunità scolastica, con particolare riferimento agli studenti.

MODALITÀ DI COMUNICAZIONE

(barrare tutte le voci di interesse)

A. campagne a carattere pubblicitario che prevedono acquisto di appositi spazi sui mass media;

B. campagne di comunicazione integrata, ovvero comprendenti una parte di iniziative strettamente pubblicitarie, come precisate alla lettera A. e una parte di iniziative di pubbliche relazioni o di azioni a carattere mirato sul territorio;

C. attività di tipo editoriale (libri, periodici, dépliant, newsletters ecc.);

D. attività di produzione di audiovisivi;

E. attività di comunicazione diretta al cittadino attraverso gli Uffici di relazione con il pubblico o con altri mezzi;

F. attività di comunicazione interna;

G. partecipazione a fiere, rassegne specialistiche, congressi ecc.;

•H. *organizzazione di conferenze, convegni, seminari ecc.;*

I. *comunicazione attraverso il proprio sito Internet;*

J. *comunicazione attraverso strategia mirata, rivolta ad un'utenza preventivamente individuata;*

•K. *Altro:*

convegni, eventi formativi, pubblicazioni, spettacoli in luoghi di cura, distribuzione di questionari di rilevazione del dolore e del sollievo, trasmissioni radiofoniche e televisive, incontri di sensibilizzazione presso scuole, *stand* di Associazioni nelle piazze, ecc.

PERIODO DI REALIZZAZIONE

(tempi di svolgimento dell'iniziativa di comunicazione)

29 Maggio 2017

BUDGET NECESSARIO

Non è previsto alcun budget dedicato all'iniziativa

FONTE DI FINANZIAMENTO/CAPITOLO

- Fondi per la comunicazione;
- Fondi specifici della DG
- Fondi comunitari
- Altro. Specificare _____

AZIONI DI MONITORAGGIO

(se previste)

COLLABORAZIONI CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI

Ministero della Salute,
Fondazione Nazionale "Gigi Ghirotti"

DGSIP- GIORNATA NAZIONALE MEMORIA DELLE VITTIME IMMIGRAZIONE

RESPONSABILE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Direzione Generale per lo studente, l'integrazione e la partecipazione

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Con legge 21 marzo 2016, n. 45, pubblicata sulla Gazzetta ufficiale n.76 del 1° aprile 2016 è stata istituita la Giornata nazionale in memoria delle vittime dell'immigrazione, per ricordare chi "ha perso la vita nel tentativo di emigrare verso il nostro paese per sfuggire alle guerre, alle persecuzioni e alla miseria".

In occasione della Giornata nazionale, stabilisce l'articolo 2, sono organizzati su tutto il territorio nazionale cerimonie, iniziative e incontri per sensibilizzare l'opinione pubblica alla solidarietà civile, al rispetto della dignità umana e del valore della vita, all'integrazione e all'accoglienza.

TITOLO DELL'INIZIATIVA

L'Europa inizia a Lampedusa

OBIETTIVI CHE SI INTENDONO RAGGIUNGERE

Obiettivo generale: sviluppare la cultura dell'accoglienza, fondata sul pieno e consapevole rispetto dei diritti umani, mediante azioni di formazione partecipata all'interno delle scuole, avendo come target tutti e ventotto i Paesi dell'Unione Europea.

Obiettivi specifici: far rivivere e riflettere le nuove generazioni sugli aspetti del fenomeno migratorio. Le comunità scolastiche saranno quindi invitate ad affrontare e discutere questi temi, al fine di diffondere la cultura dell'informazione e dell'accoglienza, della convivenza e della pace, fondati sul rispetto dei diritti umani.

CONTENUTO DELLA COMUNICAZIONE CHE SI PROPONE

Le comunità scolastiche sono invitate ad affrontare e discutere sui temi del fenomeno migratorio, al fine di diffondere la cultura dell'informazione e dell'accoglienza, della convivenza e della pace, fondati sul rispetto dei diritti umani. Sarà anche bandito un concorso, rivolto agli studenti di tutta Europa, per raccogliere elaborati sui temi dell'accoglienza, del dialogo e della fiducia.

DESTINATARI DEI MESSAGGI

Tutta la comunità scolastica, con particolare riferimento agli studenti tra i 15 e 19 anni.

MODALITÀ DI COMUNICAZIONE

(barrare tutte le voci di interesse)

A. campagne a carattere pubblicitario che prevedono acquisto di appositi spazi sui mass media;

B. campagne di comunicazione integrata, ovvero comprendenti una parte di iniziative strettamente pubblicitarie, come precisate alla lettera A. e una parte di iniziative di pubbliche relazioni o di azioni a carattere mirato sul territorio;

C. attività di tipo editoriale (libri, periodici, dépliant, newsletters ecc.);

D. attività di produzione di audiovisivi;

E. attività di comunicazione diretta al cittadino attraverso gli Uffici di relazione con il pubblico o con altri mezzi;

•F. attività di comunicazione interna;

G. partecipazione a fiere, rassegne specialistiche, congressi ecc.;

•H. organizzazione di conferenze, convegni, seminari ecc.;

•I. comunicazione attraverso il proprio sito Internet;

J. comunicazione attraverso strategia mirata, rivolta ad un'utenza preventivamente individuata;

•K. Altro; Evento a Lampedusa con studenti provenienti dai Paesi Europei (si veda progetto FAMI "L'Europa inizia a Lampedusa")

PERIODO DI REALIZZAZIONE

(tempi di svolgimento dell'iniziativa di comunicazione)

3 ottobre 2017

BUDGET NECESSARIO

Alcun onere a carico degli Uffici centrali dell'Amministrazione

FONTE DI FINANZIAMENTO/CAPITOLO

- Fondi per la comunicazione;
- Fondi specifici della DG
- Fondi comunitari

X Altro. FAMI – Fondo Asilo Migrazione Integrazione del Ministero dell'Interno progetto "L'Europa inizia a Lampedusa"



AZIONI DI MONITORAGGIO

(se previste)

Sì

COLLABORAZIONI CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI

Ministero dell'Interno

Agenzia Europea per l'educazione inclusiva

UUSSRR

DGSIP-PRATICA SPORTIVA

RESPONSABILE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Direzione Generale per lo studente, l'integrazione e la partecipazione

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Disposizione normativa relativa all'avviamento alla pratica sportiva nelle scuole di primo e di secondo grado.

TITOLO DELL'INIZIATIVA

Campionati studenteschi

International School Federation

OBIETTIVI CHE SI INTENDONO RAGGIUNGERE

In riferimento alla Legge 107/2015 l'attività motoria e sportiva è considerata un elemento fondamentale per l'ampliamento dell'offerta formativa definita dalle singole istituzioni scolastiche. In tale ambito assume una grande rilevanza promuovere anche le attività sportive extracurricolari nell'attuazione del Piano Triennale dell'Offerta Formativa. Le iniziative volte a valorizzare le manifestazioni sportive scolastiche sono promosse ed organizzate dal Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca e dal Comitato Olimpico Nazionale Italiano, in collaborazione con il Comitato Italiano Paralimpico e con le Federazioni Sportive Nazionali e le Discipline Associate riconosciute dal CONI, le Regioni e gli Enti locali.

Organizzazione delle competizioni internazionali

CONTENUTO DELLA COMUNICAZIONE CHE SI PROPONE

- progettazione e pianificazione dell'attività sportiva scolastica dell'Istituto con il supporto ed il sostegno dell'Ufficio Educazione Fisica e Sportiva Territoriale del MIUR;
- collaborazione con l'Ufficio Educazione Fisica e Sportiva Territoriale del MIUR (in termini di risorse professionali e strutturali);
- attivazione delle sinergie nel territorio per la migliore realizzazione e promozione dell'attività sportiva scolastica;
- cura dei rapporti con le famiglie degli studenti;
- collaborazione con gli Enti Locali;
- collaborazione con le associazioni sportive del territorio.

DESTINATARI DEI MESSAGGI

Tutti gli UU.SS.RR., Coordinatori di educazione fisica,
tutte le scuole.

MODALITÀ DI COMUNICAZIONE

(barrare tutte le voci di interesse)

A. campagne a carattere pubblicitario che prevedono acquisto di appositi spazi sui mass media;

B. campagne di comunicazione integrata, ovvero comprendenti una parte di iniziative strettamente pubblicitarie, come precisate alla lettera A. e una parte di iniziative di pubbliche relazioni o di azioni a carattere mirato sul territorio;

C. attività di tipo editoriale (libri, periodici, dépliant, newsletters ecc.);

D. attività di produzione di audiovisivi;

E. attività di comunicazione diretta al cittadino attraverso gli Uffici di relazione con il pubblico o con altri mezzi;

F. attività di comunicazione interna; X

G. partecipazione a fiere, rassegne specialistiche, congressi ecc.;

H. organizzazione di conferenze, convegni, seminari ecc.; X

I. comunicazione attraverso il proprio sito Internet; X

J. comunicazione attraverso strategia mirata, rivolta ad un'utenza preventivamente individuata;

K. Altro; Evento a Lampedusa con studenti provenienti dai Paesi Europei (si veda progetto FAMI "L'Europa inizia a Lampedusa")

PERIODO DI REALIZZAZIONE

Novembre 2016 – maggio 2017

BUDGET NECESSARIO

15000

FONTE DI FINANZIAMENTO/CAPITOLO

Fondi per la comunicazione;

Fondi specifici della DG

Fondi comunitari

Altro. Specificare _____

AZIONI DI MONITORAGGIO

(se previste)

COLLABORAZIONI CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI

CONI, Federazioni sportive, Regioni e Comuni

DGSIP - WE-WELCOME EUROPE

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

In occasione del sessantesimo anniversario dei Trattati di Roma, il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca e il Dipartimento Politiche Europee della Presidenza del Consiglio dei Ministri, hanno indetto un concorso nazionale rivolto a tutti gli studenti delle scuole secondarie di primo e secondo grado per sviluppare la riflessione sui valori, sulle opportunità e sull'importanza dell'essere cittadini europei e sugli obiettivi e le scelte che dovrebbero ispirare il futuro dell'Unione Europea.

TITOLO DELL'INIZIATIVA

Concorso "WE-Welcome Europe. Speranze e idee per l'Unione del futuro"

OBIETTIVI CHE SI INTENDONO RAGGIUNGERE

Attraverso questo concorso è stata fornita agli studenti sotto i 20 anni "nativi europei" l'opportunità di descrivere le proprie esperienze e le proprie idee e di analizzare in maniera critica e propositiva il passato, il presente e il futuro dell'Unione con proposte che puntino a creare nuove forme di dialogo tra studenti di diversi Paesi europei.

CONTENUTO DELLA COMUNICAZIONE CHE SI PROPONE

Informazione al sistema scolastico dell'esito dell'iniziativa e del lavoro svolto dagli studenti

DESTINATARI DEI MESSAGGI

Studenti e studentesse, insegnanti, famiglie

MODALITÀ DI COMUNICAZIONE

(barrare tutte le voci di interesse)

A. campagne a carattere pubblicitario che prevedono acquisto di appositi spazi sui mass media;

B. campagne di comunicazione integrata, ovvero comprendenti una parte di iniziative strettamente pubblicitarie, come precisate alla lettera A. e una parte di iniziative di pubbliche relazioni o di azioni a carattere mirato sul territorio;

C. attività di tipo editoriale (libri, periodici, dépliant, newsletters ecc.);

D. attività di produzione di audiovisivi;

E. attività di comunicazione diretta al cittadino attraverso gli Uffici di relazione con il pubblico o con altri mezzi;

F. attività di comunicazione interna;

G. partecipazione a fiere, rassegne specialistiche, congressi ecc.;

H. organizzazione di conferenze, convegni, seminari ecc.;

I. comunicazione attraverso il proprio sito Internet;

J. comunicazione attraverso strategia mirata, rivolta ad un'utenza preventivamente individuata;

K. Altro; specificare _____

PERIODO DI REALIZZAZIONE

(tempi di svolgimento dell'iniziativa di comunicazione)

Maggio 2017

BUDGET NECESSARIO

FONTE DI FINANZIAMENTO/CAPITOLO

- Fondi per la comunicazione;
- Fondi specifici della DG
- Fondi comunitari
- Altro. Specificare _____

COLLABORAZIONI CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI

PCM - Dipartimento per le politiche europee.

DGSIP - EDUCAZIONE ECONOMICA COME SVILUPPO E CRESCITA SOCIALE

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Azione di sistema per promuovere la formazione nei giovani di una personalità critica nei confronti delle logiche criminali, promuovere la cittadinanza attiva e la partecipazione democratica e informare i giovani sui principali concetti e termini chiave dell'economia e della finanza.

TITOLO DELL'INIZIATIVA

Educazione economica come sviluppo e crescita sociale

OBIETTIVI CHE SI INTENDONO RAGGIUNGERE

L'iniziativa è pianificata intorno alle tematiche afferenti alla missione della Direzione con l'obiettivo di promuovere e rafforzare nelle nuove generazioni di cittadini tra i valori della legalità, senso civico e solidarietà, anche l'educazione alla democrazia e legalità economica. Strumenti cognitivi di base .

CONTENUTO DELLA COMUNICAZIONE CHE SI PROPONE

Incontri – laboratori presso le scuole ed eventi sul tema ai quali partecipano gli studenti/classi.

DESTINATARI DEI MESSAGGI

Studenti e famiglie, docenti.

MODALITÀ DI COMUNICAZIONE

(barrare tutte le voci di interesse)

A. *campagne a carattere pubblicitario che prevedono acquisto di appositi spazi sui mass media;*

B. *campagne di comunicazione integrata, ovvero comprendenti una parte di iniziative strettamente pubblicitarie, come precisate alla lettera A. e una parte di iniziative di pubbliche relazioni o di azioni a carattere mirato sul territorio;*

C. *attività di tipo editoriale (libri, periodici, dépliant, newsletters ecc.) e pubblicazioni di approfondimento sul tema;*

D. attività di produzione di audiovisivi;

•E. attività di comunicazione diretta al cittadino attraverso la distribuzione e la diffusione di documenti guida informativi;

F. attività di comunicazione interna;

•G. partecipazione a fiere, rassegne specialistiche, congressi ecc. Notte ai Tribunali

•H. organizzazione di conferenze, convegni, seminari ecc.;

I. comunicazione attraverso il proprio sito Internet;

J. comunicazione attraverso strategia mirata, rivolta ad un'utenza preventivamente individuata;

K. Altro; specificare _____

PERIODO DI REALIZZAZIONE

Nell'arco dell'anno 2017

BUDGET NECESSARIO

FONTE DI FINANZIAMENTO/CAPITOLO

- Fondi per la comunicazione;
- Fondi specifici della DG
- Fondi comunitari
- Altro. Specificare _____

AZIONI DI MONITORAGGIO

Azioni di monitoraggio, sondaggi e report di ricaduta.

COLLABORAZIONI CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI

Direzioni generali centrali e regionali – Istituzioni scolastiche – MEF –Corte dei Conti
– Guardia di Finanza -Banca d'Italia – Agenzia delle Entrate -etc .

DGSIP- IO SCELGO IO STUDIO

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Azione di sistema dedicata all'orientamento alla scelta scolastica e a quella universitaria, destinata ad accrescere nei giovani studenti, docenti e famiglie la consapevolezza del diritto ad apprendimenti di qualità per tutti e ciascuno.

TITOLO DELL'INIZIATIVA

IO scelgo IO studio

OBIETTIVI CHE SI INTENDONO RAGGIUNGERE

L'iniziativa è pianificata intorno alle tematiche afferenti alla missione della Direzione con l'obiettivo di integrare e ampliare gli aspetti della comunicazione circa l'orientamento quale deterrente alla dispersione scolastica, all'abbandono e all'insuccesso.

CONTENUTO DELLA COMUNICAZIONE CHE SI PROPONE

Gli interventi sono previsti a tutti i livelli scolastici e formativi per sostenere i giovani, attraverso la didattica orientativa, ad assumere scelte coerenti e appropriate; favorire la conoscenza e offrire concrete indicazioni per la scelta scolastica e per quella universitaria, creando una rete di informazioni sulle opportunità che il mondo della scuola e dell'università possono offrire anche in prospettiva dell'ingresso nel mondo del lavoro; orientamento long life nell'istruzione.

DESTINATARI DEI MESSAGGI

Studenti e famiglie, docenti.

MODALITÀ DI COMUNICAZIONE

(barrare tutte le voci di interesse)

A. campagne a carattere pubblicitario che prevedono acquisto di appositi spazi sui mass media;

B. campagne di comunicazione integrata, ovvero comprendenti una parte di iniziative strettamente pubblicitarie, come precisate alla lettera A. e una parte di

iniziative di pubbliche relazioni o di azioni a carattere mirato sul territorio;

C. *attività di tipo editoriale (libri, periodici, dépliant, newsletters ecc.) e pubblicazioni di approfondimento sul tema;*

D. *attività di produzione di audiovisivi;*

E. *attività di comunicazione diretta al cittadino attraverso la diffusione e distribuzione di materiale informativo;*

F. *attività di comunicazione interna;*

G. *partecipazione a fiere, rassegne specialistiche, congressi ecc. :*

- Job&Orienta Verona Novembre 2017;

- CAMPUS –Salone dello studente varie tappe del territorio nazionale (Milano – Torino – Roma- Bari- Catania – Lamezia Terme –Pescara);

- Associazione Aster – Orienta Sardegna – Orienta Sicilia – Orienta Puglia – Orienta Lazio;

H. *organizzazione di conferenze, convegni, seminari ecc.;*

I. *comunicazione attraverso il proprio sito Internet;*

J. *comunicazione attraverso strategia mirata, rivolta ad un'utenza preventivamente individuata;*

K. *Altro; specificare _____*

PERIODO DI REALIZZAZIONE

Nell'arco dell'anno 2017

BUDGET NECESSARIO

FONTE DI FINANZIAMENTO/CAPITOLO

Fondi per la comunicazione;

- Fondi specifici della DG
- Fondi comunitari
- Altro. Specificare _____

AZIONI DI MONITORAGGIO

Azioni di monitoraggio, sondaggi e report di ricaduta.

COLLABORAZIONI CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI

Direzioni generali centrali e regionali – Istituzioni scolastiche –ITS- Università – Ministeri - Union Camere – Confindustria – Università – Mondo dell'impresa - RAI e altre emittenti televisive.

DGRUF-BIBLIOTECA

RESPONSABILE

DGRUF UFFICIO V - Biblioteca

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Visite delle sale della Biblioteca e valorizzazione della sua storia nell'ambito delle visite periodiche Palazzo del MIUR , destinate anche a gruppi di bibliotecari delle associazioni professionali e delle principali reti bibliotecarie istituzionali italiane in collaborazione con l'URP MIUR

TITOLO DELL'INIZIATIVA

Visita guidata al Palazzo del l'Istruzione

MEZZI DI COMUNICAZIONE

- pubblicazioni sul palazzo del MIUR in lingua italiana ed inglese
- e mail
- sito istituzionale

OBIETTIVI e TARGET

- Obiettivi: Promuovere la conoscenza della biblioteca e del suo posseduto storico istituzionale
- Target: bibliotecari, studenti e famiglie, docenti e stakeholder.

PERIODO DI DIFFUSIONE

2017

BUDGET DEDICATO

EVENTUALI AZIONI DI MONITORAGGIO, SE PREVISTE

sondaggi e report di ricaduta

SINERGIE CON ALTRI

MINISTERI O ALTRI ENTI

Accordi di interscambio e di intesa con Associazione Bibliotecari Italiani (AIB), Scuola Vaticana di Biblioteconomia, Università degli Studi di Roma "La Sapienza"- Scuola di specializzazione bibliotecari, ICCU (Istituto per il catalogo unico); URP MIUR

RESPONSABILIE

Biblioteca

PRESENTAZIONE DELL'INIZIATIVA

Organizzazione di eventi di comunicazione interna finalizzati al coinvolgimento dei dipendenti e di utenti esterni in attività di carattere sociale e culturale

EVENTI CICLICI

Natale solidale

Giornata della donna e delle pari opportunità

Conversazioni pasquali a tema

Lecture, eventi musicali e visione di film d'autore

Visite guidate del Palazzo

In collaborazione con l'URP MIUR

MEZZI DI COMUNICAZIONE

Locandine, brochure, inviti via email. Social media

OBBIETTIVI E TARGET

Obiettivo: partecipazione, condivisione e senso di appartenenza alla *community*.

Target: Dipendenti del Ministero ed ospiti invitati afferenti ad altre amministrazioni per un interscambio di buone pratiche

PERIODO DI DIFFUSIONE

Gennaio/dicembre

BUDGET DEDICATO

EVENTUALI AZIONI DI MONITORAGGIO SE PREVISTE

sondaggi e report di ricaduta

EVENTI CICLICI

Presentazione di film e di libri sui temi attinenti la biblioteca e il suo possesso.

Due film sulla storia dei maestri

Presentazioni di libri con i seguenti autori: Carlo Bianchini docente di biblioteconomia presso l'Università di Padova sulla storia della biblioteconomia; Chiara Valerio scrittrice e giornalista radiofonica sulla storia della matematica e i suoi risvolti umani; Juri Meda ricercatore presso l'Università degli Studi di Macerata sui temi di storia della scuola, Roberto Sani ordinario di storia della scuola presso l'Università di Macerata (il libro per la scuola tra idealismo e fascismo); Raffaella Vincenti, segretario responsabile della biblioteca Vaticana e docente di bibliografia presso la scuola Vaticana di biblioteconomia sui temi della bibliografia; altri esponenti della cultura italiana.

MEZZI DI COMUNICAZIONE

Locandine, brochure, inviti via email. Social media



OBBIETTIVI E TARGET

Obiettivo: condivisione in temi di larga diffusione ed interesse legati al tipo di possesso della biblioteca.

Target: docenti, dipendenti del MIUR ed ospiti invitati afferenti ad altre amministrazioni per un interscambio di buone pratiche

PERIODO DI DIFFUSIONE

Gennaio/dicembre

BUDGET DEDICATO

EVENTUALI AZIONI DI MONITORAGGIO SE PREVISTE

sondaggi e report di ricaduta

DGRUF-BIBLIOTECA-GIORNO DELLA MEMORIA

RESPONSABILE

DGRUF Ufficio V Biblioteca

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Il Giorno della memoria 2017 in biblioteca

Presentazione del libro di Nando Tagliacozzo "Dalle leggi razziali alla Shoah"

TITOLO DELL'INIZIATIVA

Giorno della memoria 2017

MEZZI DI COMUNICAZIONE

- Email
- Sito istituzionale

OBIETTIVI e TARGET

- Obiettivi: ricordare in maniera contestualizzata la persecuzione antiebraica:
Focus leggi razziali e la scuola e le biblioteche italiane.
- Target: studenti e docenti, personale MIUR

PERIODO DI DIFFUSIONE

Gennaio 2017

BUDGET DEDICATO

EVENTUALI AZIONI DI MONITORAGGIO, SE PREVISTE

sondaggi e report di ricaduta

SINERGIE

Unione delle Comunità Ebraiche italiane (UCEI), settore Giorno della Memoria

RESPONSABILIE

Biblioteca

PRESENTAZIONE DELL'INIZIATIVA

Approfondimento sulle leggi razziali pubblicate del 1938 dal Ministero dell'Educazione Nazionale nel settore relativo a scuola e biblioteche

DGRUF-BIBLIOTECA- PRESENTAZIONE LIBRO

RESPONSABILE

DGRUF Ufficio V Biblioteca

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Presentazione dell'audio libro "Un anno sull'altipiano" di E. Lussu

TITOLO DELL'INIZIATIVA

Un capo divisione del Ministero della Pubblica Istruzione racconta la grande guerra

MEZZI DI COMUNICAZIONE

- Email
- Sito istituzionale

OBIETTIVI e TARGET

Obiettivi: valorizzare attraverso la presentazione di una nuova edizione del grande classico del 900 italiano la storia del personale del Ministero dell'Istruzione anche in relazione ai reperti presenti nel Palazzo (lapide dei caduti della grande Guerra II piano)

PERIODO DI DIFFUSIONE

Febbraio aprile 2017

BUDGET DEDICATO

EVENTUALI AZIONI DI MONITORAGGIO, SE PREVISTE

sondaggi e report di ricaduta

SINERGIE

Università di Roma 1 La Sapienza, Dipartimento di storia contemporanea

RESPONSABILIE

Biblioteca

PRESENTAZIONE DELL'INIZIATIVA

Introduzione alla storia del personale del ministero durante i secoli scorsi.

DGRUF-BIBLIOTECA: INTITOLAZIONE BIBLIOTECA MIUR

RESPONSABILE

DGRUF Ufficio V Biblioteca

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Intitolazione della biblioteca del MIUR alla memoria di Luigi de Gregori e convegno di presentazione con eventuali ospiti internazionali

TITOLO DELL'INIZIATIVA

Intitolazione della biblioteca

MEZZI DI COMUNICAZIONE

- Email
- Sito istituzionale
- Social
- Produzione di brochure
- Articoli dedicati

OBIETTIVI e TARGET

- Obiettivi: intitolare la biblioteca al grande direttore ed ispettore bibliografico del Ministero Luigi de Gregori
- Target: bibliotecari italiani, studenti delle scuole di specializzazione di biblioteconomia italiane, studenti dei dipartimenti di storia di Roma 1 e 3,

PERIODO DI DIFFUSIONE

4 ottobre 2017

BUDGET DEDICATO

1500 (per pagamento biglietti aerei e spese evento)

EVENTUALI AZIONI DI MONITORAGGIO, SE PREVISTE

sondaggi e report di ricaduta

SINERGIE

Scuola di Specializzazione di Biblioteconomia di Roma 1, ICCU (istituto per il catalogo unico MIBACT), Master Internazionale in biblioteconomia Università di Parma, Scuola di Biblioteconomia Vaticana, Famiglia de Gregori; Ambasciata USA in Italia, addetto culturale, American University of Rome, Library.



RESPONSABILIE

Biblioteca

PRESENTAZIONE DELL'INIZIATIVA

Convegno sulla storia della biblioteca del MIUR e sulle sue prospettive, condotta con i professori di Roma¹ che hanno condotto i principali studi sulla figura di Luigi de Gregori e di suo figlio Giorgio, prof. Alberto Petrucciani, Prof.ssa Simonetta Buttò, prof.ssa Annamaria Tammaro, Maria Teresa de Gregori. Si auspica la presenza al tavolo dei relatori del prof. R. David Lankes, direttore del dipartimento di studi biblioteconomici dell'Università del South Carolina o del direttore della biblioteca dell'Università di Princeton dottor Peter Seangill Bae.

DGRUF- BIBLIOTECA- STORIA DELLE BIBLIOTECHE ROMANE

RESPONSABILE

DGRUF Ufficio V Biblioteca

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Convegno di una giornata sulla storia delle biblioteche scolastiche romane che posseggono patrimoni storici

TITOLO DELL'INIZIATIVA

Biblioteche scolastiche storiche romane

MEZZI DI COMUNICAZIONE

- Email
- Sito istituzionale
- Articoli dedicati

OBIETTIVI e TARGET

- Obiettivi: valorizzare presso la biblioteca del MIUR la storia di due biblioteche scolastiche romane e rilanciarne la funzionale nel tessuto connettivo della città
- Target: studenti e docenti medi e universitari, personale MIUR

PERIODO DI DIFFUSIONE

Ottobre novembre 2016

BUDGET DEDICATO

500 euro

EVENTUALI AZIONI DI MONITORAGGIO, SE PREVISTE

sondaggi e report di ricaduta

SINERGIE

Università degli studi di Roma 1, Dipartimento di storia contemporanea, prof.ssa Lidia Piccioni coordinatore tirocini curriculari Università di Roma 1

RESPONSABILIE

Biblioteca

PRESENTAZIONE DELL'INIZIATIVA

Valorizzazione della storia delle biblioteche scolastiche nel tessuto della città di Roma



DGEFID- BILANCIO PROGRAMMAZIONE PON

DIREZIONE GENERALE

Direzione Generale EFID

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Indicare il tema su cui si intende fare comunicazione, motivandone la scelta (es.: programma di Governo, disposizione normativa, organizzazione nuovi servizi, ecc.)

Convegno sul Bilancio sulla Programmazione PON 2007/2013

TITOLO DELL'INIZIATIVA

Completamento dei PON 2007/20013: bilancio finale sulle attività svolte nel settennio

OBIETTIVI CHE SI INTENDONO RAGGIUNGERE

Rendicontazione sociale sulle attività svolte dalla DG in merito ai Fondi strutturali europei per l'Istruzione nella programmazione 2007/13

CONTENUTO DELLA COMUNICAZIONE CHE SI PROPONE

Azione volta alla diffusione delle attività realizzate e dei risultati raggiunti

DESTINATARI DEI MESSAGGI

Beneficiari delle Azioni- Obiettivo della Programmazione 2007/2013 – Parti sociali – Regioni ecc..

MODALITÀ DI COMUNICAZIONE

(barrare tutte le voci di interesse)

A. campagne a carattere pubblicitario che prevedono acquisto di appositi spazi sui mass media;

B. campagne di comunicazione integrata, ovvero comprendenti una parte di iniziative strettamente pubblicitarie, come precisate alla lettera A. e una parte di iniziative di pubbliche relazioni o di azioni a carattere mirato sul territorio;

• **C.** attività di tipo editoriale (libri, periodici, dépliant, newsletters ecc.);

D. attività di produzione di audiovisivi;

E. attività di comunicazione diretta al cittadino attraverso gli Uffici di relazione con il pubblico o con altri mezzi;

• **F.** attività di comunicazione interna;

G. partecipazione a fiere, rassegne specialistiche, congressi ecc.;

• **H.** organizzazione di conferenze, convegni, seminari ecc.;

• **I.** comunicazione attraverso il proprio sito Internet;

• **J.** comunicazione attraverso strategia mirata, rivolta ad un'utenza preventivamente individuata;

K. Altro; specificare

PERIODO DI REALIZZAZIONE

(tempi di svolgimento dell'iniziativa di comunicazione)

Entro il 15 marzo 2017

BUDGET NECESSARIO

DGEFID- GIORNATA SICUREZZA NELLE SCUOLE

DIREZIONE GENERALE

Direzione Generale per interventi in materia di edilizia scolastica, per la gestione dei fondi strutturali per l'istruzione e per l'innovazione digitale

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Disposizione normativa

TITOLO DELL'INIZIATIVA

Giornata nazionale per la sicurezza nelle scuole

OBIETTIVI CHE SI INTENDONO RAGGIUNGERE

Diffondere la cultura della sicurezza nelle scuole

CONTENUTO DELLA COMUNICAZIONE CHE SI PROPONE

Diffusione e promozione della cultura di sicurezza nelle scuole

DESTINATARI DEI MESSAGGI

Docenti e studenti

MODALITÀ DI COMUNICAZIONE

(barrare tutte le voci di interesse)

- A. campagne a carattere pubblicitario;*
- B. campagne di comunicazione integrata, ovvero comprendenti una parte di iniziative strettamente pubblicitarie, come precisate alla lettera A. e una parte di iniziative di pubbliche relazioni o di azioni a carattere mirato sul territorio;*
- C. attività di tipo editoriale (libri, periodici, dépliant, newsletters ecc.);*
- D. attività di produzione di audiovisivi;*
- E. attività di comunicazione diretta al cittadino attraverso gli Uffici di relazione con il pubblico o con altri mezzi;*
- F. attività di comunicazione interna;*
- G. partecipazione a fiere, rassegne specialistiche, congressi ecc.;*
- H. organizzazione di conferenze, convegni, seminari ecc.;*
- I. comunicazione attraverso il proprio sito Internet;*
- J. comunicazione attraverso strategia mirata, rivolta ad un'utenza preventivamente individuata;*

PERIODO DI REALIZZAZIONE

(tempi di svolgimento dell'iniziativa di comunicazione)

22-24 novembre di ogni anno

DGEFID- PARTECIPAZIONE ITALIA AL LEEP DELL'OCSE

DIREZIONE GENERALE

Direzione Generale per interventi in materia di edilizia scolastica, per la gestione dei fondi strutturali per l'istruzione e per l'innovazione digitale

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Partecipazione dell'Italia al LEEP dell'OCSE

TITOLO DELL'INIZIATIVA

SPACE FOR LEARNING: Bridging innovation and safety in school buildings

OBIETTIVI CHE SI INTENDONO RAGGIUNGERE

Diffondere la cultura della sicurezza nelle scuole

CONTENUTO DELLA COMUNICAZIONE CHE SI PROPONE

Diffusione e promozione della cultura di sicurezza nelle scuole

DESTINATARI DEI MESSAGGI

Docenti e studenti

MODALITÀ DI COMUNICAZIONE

(barrare tutte le voci di interesse)

- A. campagne a carattere pubblicitario;*
- B. campagne di comunicazione integrata, ovvero comprendenti una parte di iniziative strettamente pubblicitarie, come precisate alla lettera A. e una parte di iniziative di pubbliche relazioni o di azioni a carattere mirato sul territorio;*
- C. attività di tipo editoriale (libri, periodici, dépliant, newsletters ecc.);*
- D. attività di produzione di audiovisivi;*
- E. attività di comunicazione diretta al cittadino attraverso gli Uffici di relazione con il pubblico o con altri mezzi;*
- F. attività di comunicazione interna;*
- G. partecipazione a fiere, rassegne specialistiche, congressi ecc.;*
- H. organizzazione di conferenze, convegni, seminari ecc.;*
- I. comunicazione attraverso il proprio sito Internet;*
comunicazione attraverso strategia mirata, rivolta ad un'utenza preventivamente individuata

PERIODO DI REALIZZAZIONE

(tempi di svolgimento dell'iniziativa di comunicazione)

Maggio – date da definire

DGEFID- 30 ANNIVERSARIO PROGRAMMA ERASMUS

DIREZIONE GENERALE

Direzione Generale Interventi in materia di edilizia scolastica

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Indicare il tema su cui si intende fare comunicazione, motivandone la scelta (es.: programma di Governo, disposizione normativa, organizzazione nuovi servizi, ecc.)

Celebrazioni nazionali del 30° anniversario del programma "Erasmus" come previsto nel Piano di lavoro 2017 della Commissione Europea per l'attuazione del programma "Erasmus+ 2014-2020" (Regolamento n.1288/2013 dell'11.12.2013) sottoscritto dagli Stati Membri.

TITOLO DELL'INIZIATIVA

"Cambiare vita, aprire la mente" – I primi 30 anni di Erasmus

OBIETTIVI CHE SI INTENDONO RAGGIUNGERE

Sviluppo dell'internazionalizzazione del sistema educativo e formativo

Dimensione europea dell'educazione e cittadinanza

CONTENUTO DELLA COMUNICAZIONE CHE SI PROPONE

Diffusione dell'informazione sulle opportunità offerte dalla cooperazione comunitaria in materia di istruzione e formazione.

DESTINATARI DEI MESSAGGI

Studenti, docenti, dirigenti scolastici, scuole, università, istituti di formazione, Amministrazione centrale e periferica

MODALITÀ DI COMUNICAZIONE

(barrare tutte le voci di interesse)

- A. campagne a carattere pubblicitario che prevedono acquisto di appositi spazi sui mass media;*
- B. campagne di comunicazione integrata, ovvero comprendenti una parte di iniziative strettamente pubblicitarie, come precisate alla lettera A. e una parte di iniziative di pubbliche relazioni o di azioni a carattere mirato sul territorio;*
- C. attività di tipo editoriale (libri, periodici, dépliant, newsletters ecc.);*
- D. attività di produzione di audiovisivi;*
- E. attività di comunicazione diretta al cittadino attraverso gli Uffici di relazione con il pubblico o con altri mezzi;*
- F. attività di comunicazione interna;*
- G. partecipazione a fiere, rassegne specialistiche, congressi ecc.;*
 - H. organizzazione di conferenze, convegni, seminari ecc.;*
 - I. comunicazione attraverso il proprio sito Internet;*

DGRIC - SEMPLIFICAZIONE DELLE ATTIVITÀ DEGLI ENTI PUBBLICI DI RICERCA

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Attuazione del decreto legislativo 25 novembre 2016, n. 218

TITOLO DELL'INIZIATIVA

Decreto legislativo 25 novembre 2016, n. 218 "Semplificazione delle attività degli enti pubblici di ricerca ai sensi dell'articolo 13 della legge 7 agosto 2015, n. 124"

OBIETTIVI CHE SI INTENDONO RAGGIUNGERE

Far conoscere a tutti gli EPR le novità introdotte dal decreto legislativo 25 novembre 2016, n. 218

CONTENUTO DELLA COMUNICAZIONE CHE SI PROPONE

Disposizioni in materia di semplificazione delle attività degli EPR coinvolti

DESTINATARI DEI MESSAGGI

EPR vigilati dal MIUR

MODALITÀ DI COMUNICAZIONE

1. comunicazione attraverso il proprio sito Internet;

PERIODO DI REALIZZAZIONE

Immediata realizzazione con eventuali aggiornamenti periodici

BUDGET NECESSARIO

no

FONTE DI FINANZIAMENTO/CAPITOLO

- Fondi per la comunicazione;
 - Fondi specifici della DG
 - Fondi comunitari
 - Altro. Specificare
- _____

AZIONI DI MONITORAGGIO	Non previste
-------------------------------	---------------------

(se previste)

COLLABORAZIONI CON ALTRI	Non previste
---------------------------------	---------------------

MINISTERI O ALTRI ENTI

DGRIC-VALUTAZIONE DELLA PERFORMANCE ITALIANA H2020

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Valutazione della performance Italiana ad H2020

TITOLO DELL'INIZIATIVA

“Valutazione della performance Italiana ad H2020”

OBIETTIVI CHE SI INTENDONO RAGGIUNGERE

Comunicare in maniera semplice ed immediata i risultati della performance Italiana ad H2020, sulla base dei dati disponibili

CONTENUTO DELLA COMUNICAZIONE CHE SI PROPONE

Newsletter con riferimento a rapporto tecnico più approfondito

DESTINATARI DEI MESSAGGI

Accademia, Ricerca, Industria, Politici, Giornalisti, ONG, Cittadini

MODALITÀ DI COMUNICAZIONE

(barrare tutte le voci di interesse)

C. attività di tipo editoriale (libri, periodici, dépliant, newsletters ecc.)

PERIODO DI REALIZZAZIONE

(tempi di svolgimento dell'iniziativa di comunicazione)

2 mesi per la preparazione, pubblicazione 1gg

BUDGET NECESSARIO

Personale interno

FONTE DI FINANZIAMENTO/CAPITOLO

- Fondi per la comunicazione;
- Fondi specifici della DG
- Fondi comunitari

	<input type="checkbox"/> Altro.	Specificare
AZIONI DI MONITORAGGIO <i>(se previste)</i>		
COLLABORAZIONI CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI		

DGRIC - PREPARAZIONE DEL NUOVO PROGRAMMA QUADRO DI RICERCA DELL'UE

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA

Preparazione del nuovo programma quadro di ricerca dell'UE

TITOLO DELL'INIZIATIVA

-preliminare- "verso 2021: preparare la posizione italiana al nuovo programma quadro di ricerca europeo"

OBIETTIVI CHE SI INTENDONO RAGGIUNGERE

Iniziare il dialogo con gli operatori del settore sulle priorità italiane per il futuro programma quadro di ricerca EU

CONTENUTO DELLA COMUNICAZIONE CHE SI PROPONE

Sotto forma di *workshop*, l'iniziativa dovrà mettere sul tavolo le esperienze pregresse e discutere come proporre la posizione italiana, in termini di contenuto e modalità. Il risultato dell'iniziativa saranno degli atti dei lavori (agenda verso 2021) da aggiornare annualmente.

DESTINATARI DEI MESSAGGI

Accademia, Ricerca, Industria

MODALITÀ DI COMUNICAZIONE

(barrare tutte le voci di interesse)

C. attività di tipo editoriale (libri, periodici, dépliant, newsletters ecc.);

H. organizzazione di conferenze, convegni, seminari ecc.;

J. comunicazione attraverso strategia mirata, rivolta ad un'utenza preventivamente individuata;

PERIODO DI REALIZZAZIONE

(tempi di svolgimento dell'iniziativa di comunicazione)

2gg max, Primavera 2017

BUDGET NECESSARIO

Catering e sala evento

FONTE DI FINANZIAMENTO/CAPITOLO

- Fondi per la comunicazione;
- Fondi specifici della DG
- Fondi comunitari
- Altro. Specificare _____

AZIONI DI MONITORAGGIO

Evento con cadenza annuale

COLLABORAZIONI CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI

Possibilità di collaborazione soprattutto con Min. Ambiente, Industria, Salute, Agricoltura, Infrastrutture

Direttiva del Presidente del Consiglio dei Ministri 28 settembre 2009 Indirizzi interpretativi ed applicativi in materia di destinazione delle spese per l'acquisto di spazi pubblicitari da parte di amministrazioni dello Stato ai sensi dell'Art. 41 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177. Radio a diffusione nazionale equiparate alla stampa quotidiana ai sensi della Legge 7 agosto 1990, n. 250, Art. 10, comma 1.

Direttiva del Ministro per la Funzione Pubblica 7 febbraio 2002 "Direttiva sulle attività di comunicazione delle pubbliche amministrazioni"

Decreto del Presidente della Repubblica 21 settembre 2001, n. 422 "Regolamento recante norme per l'individuazione dei titoli professionali del personale da utilizzare presso le pubbliche amministrazioni per le attività di informazione e di comunicazione e disciplina degli interventi formativi"

Decreto del Presidente della Repubblica del 21 settembre 2001, n. 403 Regolamento sui criteri per l'individuazione dei soggetti professionali esterni da invitare alle procedure di selezione per realizzare comunicazioni istituzionali a carattere pubblicitario

Legge 7 giugno 2000, n. 150 "Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni". GU n. 136 del 13-06-2000

Direttiva del Presidente del Consiglio dei Ministri 11 ottobre 1994 Direttiva sui principi per l'istituzione ed il funzionamento degli uffici per le relazioni con il pubblico.

Direttiva della Presidenza del Consiglio dei Ministri 27 settembre 2000 "Direttiva sul programma delle iniziative di informazione e comunicazione istituzionale delle amministrazioni dello Stato"

Legge 9 gennaio 2004, n.4 – "Disposizioni per favorire l'accesso dei soggetti disabili agli strumenti informatici"

Le priorità indicate nell'Atto di indirizzo politico per il 2017 firmato dalla Ministra Valeria Fedeli

Priorità politica 1 – MIGLIORAMENTO DEL SISTEMA SCOLASTICO: FORMAZIONE

INIZIALE/RECLUTAMENTO, FORMAZIONE IN SERVIZIO, AUTONOMIA E VALUTAZIONE

Proseguire nel processo di implementazione e completa attuazione della legge n. 107 del 2015. Ridefinire il rapporto funzionale tra formazione iniziale e reclutamento del personale docente. Dare piena attuazione al Piano nazionale per la formazione dei docenti e al sistema di formazione per favorire la crescita e lo sviluppo professionale di tutto il personale della scuola. Valorizzare tutto il personale che lavora nel sistema di istruzione e formazione anche attraverso lo strumento del rinnovo dei contratti nazionali. Sostenere il processo di consolidamento dell'autonomia scolastica e del sistema nazionale di valutazione, ottimizzare l'utilizzazione dell'organico dell'autonomia.

Dare stabilità e certezza di *governance* agli istituti scolastici attraverso lo svolgimento dei concorsi per dirigente scolastico (DS) e direttore dei servizi (DSGA).

Avviare la costituzione di un sistema integrato di educazione e istruzione dalla nascita ai sei anni. Rivedere i percorsi dell'istruzione professionale e raccordarli con i percorsi dell'istruzione e della formazione professionale nella prospettiva della implementazione di un compiuto sistema duale.

Priorità politica 2 – INCLUSIONE SCOLASTICA: PER UN'OFFERTA FORMATIVA

PERSONALIZZATA E INCLUSIVA

Incentivare, anche con l'ausilio delle nuove tecnologie, culture e prassi inclusive finalizzate al successo formativo di tutti gli alunni e studenti, con particolare attenzione a quelli con disabilità, disturbi specifici dell'apprendimento e in situazioni di svantaggio socio-economico, linguistico e culturale. Integrare gli alunni stranieri e sostenere le classi multiculturali. Ridurre il fenomeno della dispersione scolastica. Attivare azioni rivolte al benessere, ai corretti stili di vita e

alla buona convivenza degli studenti e alla prevenzione del disagio giovanile, in particolare con riferimento alla parità di genere, ai fenomeni del bullismo e del *cyberbullismo* e alla lotta alle dipendenze da droga e alcool. Garantire l'effettiva fruizione del diritto allo studio su tutto il territorio nazionale.

Priorità politica 3 – POTENZIAMENTO E MIGLIORAMENTO DELL'OFFERTA

FORMATIVA ATTRAVERSO L'INNOVAZIONE DIDATTICA IN UNA DIMENSIONE

INTERNAZIONALE

Migliorare e potenziare i risultati di apprendimento degli studenti attraverso processi di innovazione didattica anche in un'ottica internazionale. Sostenere in modo sistematico la flessibilità scolastica curricolare attraverso formati e modelli didattici innovativi e aperti. Realizzare il collegamento tra l'acquisizione delle competenze di cittadinanza al concetto di cittadinanza globale, legando lo sviluppo delle competenze alla piena comprensione delle sfide globali. Potenziare, espandere e valorizzare l'alternanza scuola-lavoro e l'apprendistato, quali momenti essenziali nell'ottica di orientamento, apprendimento permanente e sviluppo dell'occupazione per gli studenti degli istituti secondari di secondo grado appartenenti al sistema nazionale di istruzione. Rafforzare la filiera tecnico-scientifica comprensiva della formazione tecnica superiore.

Priorità politica 4 – ATTUAZIONE DEL PROGRAMMA NAZIONALE PER LA RICERCA

Dare efficace attuazione alla strategia del Programma Nazionale per la Ricerca e alla programmazione europea attraverso una sinergia virtuosa con Regioni e *stakeholders* del sistema ricerca, in particolare, con riferimento agli EPR, alle università e alle infrastrutture tecnologiche e scientifiche territoriali. Avviare gli strumenti di partenariato strategico tra ricerca e sistema delle imprese in un'ottica di piena collaborazione con i territori.

Priorità politica 5 – AUTONOMIA RESPONSABILE DELLE ISTITUZIONI DELLA

FORMAZIONE SUPERIORE E DELLA RICERCA

Favorire la capacità delle istituzioni della formazione superiore di elaborare e realizzare una programmazione strategica che valorizzi la didattica e gli interventi di ampliamento e innovazione dell'offerta formativa e le priorità autonomamente

definite dagli istituti stessi, coerentemente con le linee di indirizzo definite a livello ministeriale. Semplificare – sul modello di quanto approvato per gli Enti Pubblici di Ricerca con il d.lgs. n. 218/2016, ossia di una semplificazione di carattere generale determinata dall'autonomia budgetaria – l'attuale quadro normativo che regola il funzionamento del sistema universitario. Garantire l'accesso alla formazione post-secondaria, universitaria e non, degli studenti bisognosi e meritevoli mediante l'attuazione delle disposizioni contenute nella legge di bilancio per il 2017 e nel decreto legislativo n. 68/2012. Dare piena attuazione alla riforma dell'autonomia degli Enti Pubblici di Ricerca mediante la creazione di appositi strumenti di programmazione e monitoraggio e l'applicazione di idonei sistemi di valutazione. Intervenire, consolidandola e aggiornandola, sull'autonomia del sistema AFAM dando piena realizzazione, mediante appositi regolamenti, a quanto previsto dalla legge n. 508/1999, in particolare, reclutamento, *governance*, distribuzione territoriale e offerta formativa.

Priorità politica 6 – INVESTIRE SUL CAPITALE UMANO NEL SETTORE DELLA

FORMAZIONE SUPERIORE IN UNA PROSPETTIVA DI INTERNAZIONALIZZAZIONE E DI SEMPLIFICAZIONE DELLE NORME

Promuovere il diritto allo studio nel sistema della formazione superiore e la mobilità di studenti e docenti incentivando la crescita e l'internazionalizzazione dell'intero sistema della formazione superiore mediante l'impiego di appositi strumenti e indicatori (anche attraverso il rinnovo dell'Osservatorio nazionale per il diritto allo studio universitario ai sensi dell'art. 20 del d.lgs. n.68/2012). Semplificare le figure pre-ruolo del sistema universitario garantendo il merito e favorendo al tempo stesso l'ingresso dei giovani nel mondo della ricerca; intervenire aggiornando le norme che regolano il dottorato di ricerca, differenziando le specificità delle diverse aree disciplinari e favorendo la costituzione di Scuole dottorali caratterizzate da principi innovativi in armonia con il quadro europeo. Definire in maniera condivisa nuove linee programmatiche e contenuti in vista del rinnovo del contratto del personale degli EPR. Riallineare, compatibilmente con le risorse finanziarie, le dinamiche retributive dei professori e dei ricercatori dell'università previste dalla normativa attuale.

Priorità politica 7 – INNOVAZIONE DIGITALE

Proseguire nell'attuazione del processo di innovazione tecnologica del sistema nazionale di istruzione, in coerenza con i principi del Piano Nazionale per la Scuola Digitale, nell'ambito dello sviluppo delle infrastrutture materiali e immateriali, della metodologia didattica, delle competenze e della gestione amministrativa delle istituzioni scolastiche.

Priorità politica 8 – EDILIZIA SCOLASTICA

Proseguire nell'opera di riqualificazione del patrimonio edilizio destinato all'istruzione sotto il profilo della sicurezza dell'agibilità e della funzionalità, portando avanti il piano nazionale attivato nel 2014.

Priorità politica 9 – PREVENZIONE DELLA CORRUZIONE, TRASPARENZA E

MIGLIORAMENTO DELLA QUALITÀ DEI SERVIZI EROGATI

Realizzare azioni volte a garantire una maggiore *compliance* alla normativa in materia di anticorruzione e trasparenza attraverso lo sviluppo dei piani e delle misure di prevenzione e repressione della corruzione a tutti i livelli. Migliorare l'efficienza e la qualità dei servizi. Informatizzare e semplificare i sistemi amministrativi e le procedure. Riordinare e coordinare le disposizioni legislative in materia di sistema nazionale di istruzione e formazione finalizzando nel contempo l'azione alla informatizzazione e semplificazione dei sistemi amministrativi e delle procedure e al miglioramento dell'efficienza e della qualità dei servizi.