

REPORT FINALE DI MONITORAGGIO Piano comunicazione Progetto Oscar



Dott.ssa Marina Adamo

Netco s.r.l. – via Zagabria 53 09129 Cagliari

Ottobre 2014

Sommarario

1. PREMESSA – IL SISTEMA DI MONITORAGGIO E VALUTAZIONE	2
1.1. Finalità	2
1.2. Metodologia	2
1.3. Obiettivi metodologici	3
2. DATI DI SINTESI	4
2.1. Notizie Generali	4
2.2. Breve descrizione.....	4
2.3. Obiettivi	5
2.4. Indicatori.....	5
2.5. Risultati attesi/ raggiunti	6
3. MONITORAGGIO DELLE AZIONI	7
3.1. Sviluppo e realizzazione/attuazione delle azioni.....	7
3.2. Schede descrittive di rilevazione azioni.....	8
3.2.1. AZIONE - Campagna media.....	9
3.2.2. AZIONE - Pubblicazioni	14
3.2.3. AZIONE - Materiali	17
3.2.4. AZIONE - Eventi.....	23
3.2.5. AZIONE – Concorsi	28
3.2.6. AZIONE - Forme promozionali e agevolate di trasporto	31
3.3. Raccordo azioni/strumenti/soggetti coinvolti.....	33
3.4. Raccordo azioni/strumenti/ indicatori/periodo riferimento.....	34
3.5. Tabella di sintesi rilevazione indicatori	38
3.6. Cronoprogramma di raffronto.....	40
3.7. Quadro finanziario di raffronto	41
4. VALUTAZIONE	42
4.1. Sostenibilità dei principali risultati	42
4.2. Criticità incontrate durante la realizzazione dell'attività	42
4.3. Esperienze da ripetere.....	42
4.4. Esperienze negative da evitare o migliorare	43

1. PREMESSA – IL SISTEMA DI MONITORAGGIO E VALUTAZIONE

1.1. Finalità

Attraverso il presente Report si propongono i risultati dell'attività di monitoraggio svolta relativamente al Piano di Comunicazione nell'ambito del progetto **“OSCAR - Osservatorio per la sicurezza stradale”** del Comune di Monserrato.

Il Report, focalizzando l'attenzione sulle attività realizzate per l'attuazione del Piano di comunicazione (approvato con delibera della Giunta Comunale n. 85 del 01.08.2013), costituisce un documento di natura descrittiva che presenta un quadro degli elementi registrati e dei risultati conseguiti.

Uno degli obiettivi principali della predisposizione del presente documento è quello di fornire importanti informazioni e feedback non solo al Comune di Monserrato, responsabile della campagna di comunicazione, ma anche ai soggetti a vario titolo interessati, nonché al pubblico in generale.

Il sistema di monitoraggio e valutazione adottato rappresenta lo strumento attraverso il quale è stato possibile condurre un'analisi degli interventi realizzati, al fine di documentarne lo svolgimento e valutarne l'efficacia – ovvero il rapporto tra i risultati raggiunti e gli obiettivi prefissati – e l'impatto sul territorio.

Il presente Report al fine di rendere le informazioni e i risultati, in esso contenuti, ampiamente diffusi e facilmente accessibili, sarà reso disponibile, attraverso Internet, sul sito dedicato al Progetto OSCAR <http://www.progettooscar.it/>.

1.2. Metodologia

L'attività di monitoraggio e valutazione si è articolata lungo tutto l'arco temporale di realizzazione del Piano di comunicazione del Progetto OSCAR e ha riguardato tutti i campi di azione, prevedendo la raccolta e l'elaborazione di informazioni al fine di verificare l'efficacia e il raggiungimento dei risultati previsti.

Il complesso delle azioni di monitoraggio ha consentito di evidenziare le modificazioni introdotte, le performance e i risultati ottenuti tra la fase di avvio e quella finale determinata dalla realizzazione degli interventi.

L'impostazione metodologica delle attività di monitoraggio è stata studiata in funzione dei tempi di attuazione degli interventi previsti dal Progetto OSCAR.

In particolare il modello di monitoraggio ha previsto i seguenti livelli di osservazione:

- LIVELLO 1: Piano di Comunicazione nel suo complesso
- LIVELLO 2: Singole azioni in esso previste.

Da punto di vista metodologico è stato adottato un approccio di tipo partecipato, basato sull'autovalutazione che ha previsto il coinvolgimento diretto e l'intervento attivo di tutti i soggetti coinvolti nella realizzazione delle azioni/strumenti previsti nel Piano di comunicazione. L'autovalutazione è stata finalizzata a verificare l'efficacia e l'efficienza operativa, nonché i risultati raggiunti.

Pertanto, il monitoraggio si è incentrato su:

- Azioni e strumenti realizzati;
- Rispetto della tempistica;

- Risultati e outcome effettivamente raggiunti.

Il piano di valutazione e monitoraggio ha previsto principalmente l'utilizzo di *griglie semi-strutturate* inviate per mail ai soggetti incaricati della realizzazione/attuazione di azioni/strumenti.

L'elaborazione delle suddette schede specifiche ha consentito di verificare l'attualità degli indicatori di realizzazione individuati.

Inoltre, sulla base del cronogramma di attività presente nel Piano della Comunicazione, si è proceduto alla raccolta e elaborazione dei dati al fine di ottenere un quadro dell'attuazione del Progetto.

E' stata pertanto impostata e realizzata la registrazione e l'organizzazione dei dati sulle attività avviate, ponendo particolare attenzione all'analisi su quanto di seguito indicato:

- Modalità di realizzazione delle attività (confronto tra attività, tempi e prodotti previsti e effettivi);
- Soggetti coinvolti;
- Beneficiari/target coinvolti;
- Punti di forza e le criticità nello svolgimento delle attività, laddove rilevati.

1.3. Obiettivi metodologici

Gli obiettivi metodologici seguiti per la realizzazione del report sono:

- Registrare i dati relativi alla realizzazione delle attività, organizzandoli progressivamente in un quadro globale per avere una visione d'insieme dello sviluppo progettuale.
- Fornire all'Amministrazione comunale e al responsabile del Progetto OSCAR una relazione finale sullo svolgimento delle attività, con carattere sia descrittivo, sia valutativo che evidenzi i punti di forza e i punti di debolezza.
- Produrre una valutazione dei risultati conseguiti, condotta tramite il riferimento a indicatori quantitativi e qualitativi.

2. DATI DI SINTESI

2.1 Notizie Generali

TITOLO DEL PROGETTO	OSCAR – Osservatorio per la sicurezza stradale
LINEA DI FINANZIAMENTO	Bando per la selezione di proposte per la realizzazione di interventi a favore della Sicurezza Stradale – (3° Programma di attuazione del piano nazionale per la sicurezza stradale).
BENEFICIARIO	Comune di Monserrato
DENOMINAZIONE INTERVENTO	Piano di comunicazione
DURATA	8 mesi
DATA INIZIO	Novembre 2013
DATA CONCLUSIONE EFFETTIVA	Giugno 2014

2.2 Breve descrizione

Secondo le statistiche gli incidenti stradali sono riconducibili prevalentemente a comportamenti di guida impropri. Pertanto, nell'ambito del Progetto *OSCAR – Osservatorio per la sicurezza stradale*, l'obiettivo di ridurre il numero delle vittime degli incidenti stradali è stato perseguito, non solo attraverso una serie di azioni strumentali, ma anche attraverso una scrupolosa strategia integrata di comunicazione centrata su interventi ed azioni capaci di incidere sui fattori umani – psicofisiologici e comportamentali – fatali nella dinamica degli incidenti stradali.

Per le iniziative di cui è stato composto il Piano di comunicazione è stato fatto ricorso a strumenti differenziati e ad attività articolate, al fine di raggiungere più efficacemente gli obiettivi prefissati. La progettazione delle azioni e degli strumenti da utilizzare ha preso inoltre in considerazione fattori collegati alla tipologia di destinatari, al tipo di relazione da instaurare tra emittente e ricevente e le caratteristiche specifiche dello stile comunicativo.

In particolare, il Piano di Comunicazione è stato fortemente orientato al target per risultare più efficace nel sollecitare nei destinatari l'adozione di comportamenti coerenti con le norme di sicurezza, pertanto per ciascun *target group* sono stati identificati gli strumenti e le azioni di sensibilizzazione e informazione, più opportuni al raggiungimento degli obiettivi determinati.

2.3 Obiettivi

Obiettivo generale

- Contribuire a ridurre il numero delle vittime e degli incidenti stradali nel territorio comunale

Obiettivi strategici

- Potenziare l'informazione ai cittadini sulle condizioni di rischio e sulle ripercussioni derivanti dagli incidenti stradali nel territorio comunale, al fine di consolidare la consapevolezza sulle condotte appropriate con le norme di sicurezza;
- Incoraggiare la partecipazione delle associazioni di categoria, del sistema delle imprese, delle rappresentanze dei lavoratori e dei cittadini nell'attuazione delle misure e degli interventi individuati, per la riduzione del rischio, dall'Osservatorio e dalla Cabina di Regia sulla sicurezza stradale;
- Ideare e promuovere specifiche iniziative/campagne di sensibilizzazione nel territorio comunale per accrescere la sensibilità collettiva sul tema della sicurezza stradale, incoraggiando negli utenti (guidatori e pedoni) comportamenti conformi alle regole della sicurezza stradale;
- Valorizzare i vantaggi ambientali e collettivi associati alla sicurezza stradale;
- Aumentare la conoscenza dei principali fattori di rischio specifici rilevati sulla rete stradale comunale.

2.4 Indicatori

L'indagine metodologica si è basata sull'identificazione di specifici indicatori qualitativi e quantitativi aggregando a tale misurazione la verifica dell'impatto delle iniziative attraverso l'utilizzo di indicatori di impatto.

Indicatori qualitativi

- *Informazione*
Verifica, rispetto al contenuto, la completezza delle informazioni fornite in termini di risultati ottenuti.
- *Accessibilità/efficacia comunicativa*
Verifica della chiarezza del linguaggio adottato, dell'utilità delle informazioni erogate.
- *Attrattività*
Verifica del livello emotivo della comunicazione, della capacità degli elementi grafici di richiamare l'attenzione.
- *Personalizzazione*
Verifica della tematizzazione dei contenuti rispetto al target.

Indicatori quantitativi

Sono articolati in:

- *Indicatori di realizzazione*
Verifica dell'effettiva attuazione delle iniziative previste in termini numerici e di produzione.
- *Indicatori di risultato*
Verifica degli effetti immediati delle iniziative di comunicazione realizzate.

Indicatori di impatto

Considerano la qualità della comunicazione percepita in termini di:

- Notorietà

- Visibilità e trasparenza
- Conoscenza.

Tali indicatori sono stati definiti a livello di Piano di Comunicazione e non di singolo strumento/attività, risulta essere quindi un criterio valutativo trasversale alla dimensione quantitative e qualitative dell'analisi.

I risultati emersi dalla valutazione sono stati sostanzialmente soddisfacenti. Per ogni iniziativa considerata è stato constatato un diffuso giudizio positivo rispetto all'obiettivo di:

- verificare la realizzazione progressiva ed effettiva delle iniziative programmate;
- misurare i risultati e gli obiettivi raggiunti dalle attività di comunicazione realizzate;
- analizzare il grado di conoscenza del target del programma;
- acquisire informazioni e dati utili per ricalibrare eventualmente le future iniziative di comunicazione.

2.5 Risultati attesi/ raggiunti

La valutazione ha consentito di verificare, secondo gli indicatori e gli indici quali-quantitativi predisposti, le attività di comunicazione in termini di efficacia ed efficienza, analizzando i risultati ottenuti rispetto al target ed agli obiettivi del Piano di comunicazione.

- Riduzione degli incidenti stradali;
- Diffusione di cultura della legalità e della sicurezza;
- Coinvolgimento dei cittadini;
- Coinvolgimento dei giovani e delle famiglie;
- Coinvolgimento e partecipazione attiva di insegnanti e studenti;
- Pianificazione di interventi stabili nelle scuole;
- Migliorata conoscenza delle norme del codice della strada e del sistema sanzionatori;
- Contatti tra la Pubblica Amministrazione e mondo giovanile facilitati;
- Diffusione delle informazioni sul progetto.

3. MONITORAGGIO DELLE AZIONI

3.1 Sviluppo e realizzazione/attuazione delle azioni

Nella tabella seguente per ciascuna azione e strumento previsto viene evidenziato lo stato di realizzazione.

AZIONI Previste	STRUMENTI Previsti	STATUS REALIZZAZIONE Al 30/05/2014		Note
		<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CAMPAGNA MEDIA	Spot	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Sito web	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Web tv	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Social media	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
CAMPAGNA STAMPA	Quotidiani locali	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	In sede di programmazione definitiva tale azione non è stata confermata. Rimangono gli articoli sui quotidiani locali conseguenti a comunicati stampa ed eventi.
	Periodici	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Riviste specializzate	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
PUBBLICAZIONI	Brochure	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Opuscoli informativi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Giornalino a fumetti	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Vademecum	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	In sede di programmazione definitiva tale strumento non è stato confermato perché inglobato negli opuscoli informativi
MATERIALI	Poster	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Gadget	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Edugame	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
INFO-DESK		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	In sede di programmazione definitiva tale azione è non stata confermata
EVENTI	Manifestazioni teatrali e musicali	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Serate a tema in discoteca con testimonial	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	In sede di programmazione definitiva tale strumento non è stata confermato stante l'assenza di discoteche nel territorio cittadino
	Incontri formativi con esperti nelle scuole	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Convegni, seminari	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	In sede di programmazione definitiva tale azione è non stata confermata
	Incontri interistituzionali	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	In sede di programmazione definitiva tale strumento non è stato confermato
CONCORSI	Artistici	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Giornalistici	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	In sede di programmazione definitiva tale strumento non è stato confermato
	Manifestazione musicale universitaria	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	In sede di programmazione definitiva lo strumento PREMIO TESI non è stato confermato, ma sostituito da n. 1 una manifestazione musicale
FORME PROMOZIONALI E AGEVOLATE DI TRASPORTO	Convenzioni	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	In sede di programmazione definitiva tale strumento non è stato confermato
	Percorsi casa-scuola guidati - pedibus	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Al fine di verificare il rispetto dei tempi di realizzazione viene proposta la seguente tabella di raffronto.

NOME AZIONE	NOME STRUMENTO	DATA	DATA	DATA	DATA
		PREVISTA INIZIO	PREVISTA FINE	EFFETTIVA INIZIO	EFFETTIVA FINE
CAMPAGNA MEDIA	Spot	Dic 2013	Mag 2014	19/12/2013	30/06/2014
	Sito web	Lug 2013	Dic 2013	02/07/2013 (realizzazione)	08/11/2013 (realizzazione)
	Web tv			07/11/2013 (gestione)	30/06/2014 (gestione)
	Social media				
PUBBLICAZIONI	Brochure/pieghevoli/Opuscoli	Sett 2013	Ott 2013	07/11/2013	06/02/2014
	Giornalino a fumetti			13/01/2014	28/02/2014
MATERIALI	Poster/locandine	Nov 2013	Feb 2014	13/01/2014	06/02/2014
	Gadget/Premi			07/11/2013	06/02/2014
	Edugame			02/07/2013	08/11/2013
EVENTI	Manifestazioni teatrali	Nov 2013	Feb 2014	18/12/2013	31/05/2014
	Incontri formativi con esperti nelle scuole			13/01/2014	10/03/2014
	Manifestazione musicale universitaria				01/05/2014
	Manifestazione finale con testimonial				29/05/2014
CONCORSI	Artistici	Dic 2013	Feb 2014	13/01/2014	Mag 2014
FORME PROMOZIONALI E AGEVOLATE DI TRASPORTO	Percorsi casa-scuola guidati - pedibus	Feb 2014	Feb 2014	13/01/2014	Autunno 2014

3.2 Schede descrittive di rilevazione azioni

Nelle tabelle seguenti verranno pertanto riportate per chiarezza espositiva esclusivamente le azioni/strumenti effettivamente realizzate.

Di seguito, per ciascuna azione/strumento viene proposta una scheda descrittiva elaborata con il contributo dell'autovalutazione dei soggetti coinvolti.

3.2.1 AZIONE - Campagna media

OBIETTIVI

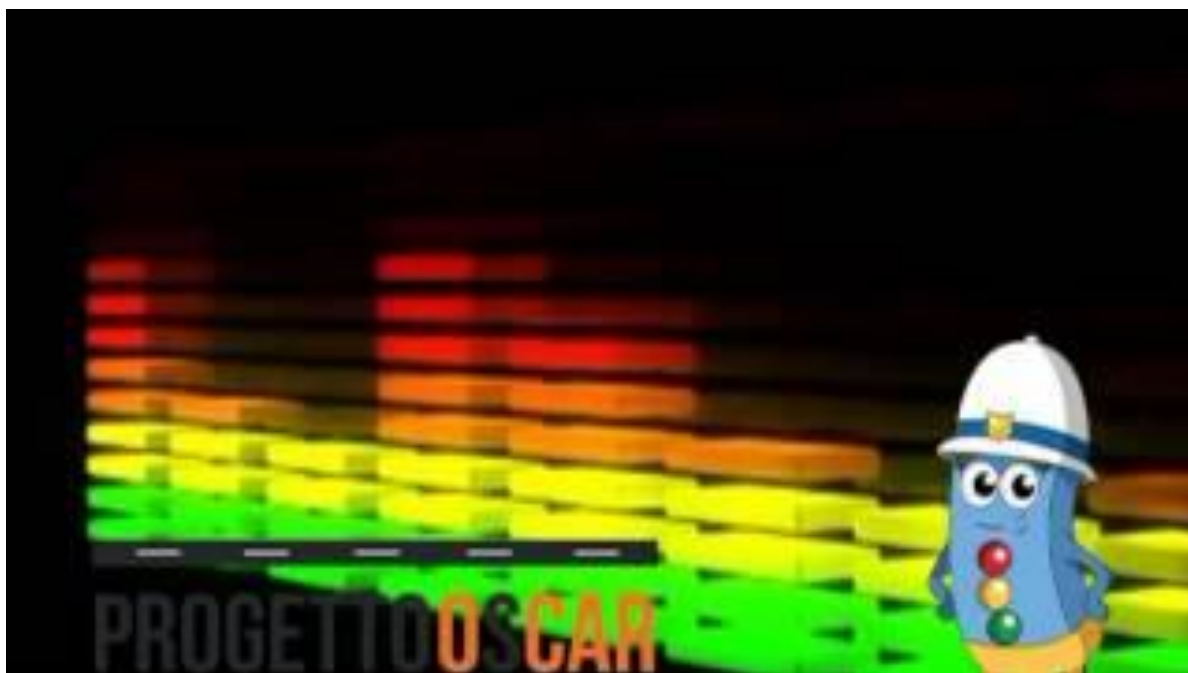
- Potenziare l'informazione sulle condizioni di rischio e sulle ripercussioni derivanti dagli incidenti stradali nel territorio comunale;
- Consolidare la consapevolezza sulle condotte appropriate alle norme di sicurezza;
- Costruire una "cultura della sicurezza stradale";
- Promuovere un cambiamento comportamentale, ma soprattutto incidere sul sistema delle convinzioni e dei valori che sostengono l'agire individuale.

TARGET

- Studenti scuole superiori e universitari
- Studenti scuole elementari e medie
- Insegnanti
- Utenti deboli e a rischio
- Strutture interne al Comune e altre istituzioni pubbliche
- Operatori del settore

STRUMENTI

- Spot radiofonico e spot video
- Sito web
- Web tv
- Social media

STRUMENTO - Spot**DESCRIZIONE DELL'AZIONE/STRUMENTO**

Tale strumento è stato caratterizzato per l'immediatezza e l'efficacia del messaggio, in particolare è stato realizzato quanto di seguito indicato:

- **SPOT RADIO**
Stesura e realizzazione di n. 1 spot radio 30" a due voci nazionali
Campagna radiofonica via web per n. 6 mesi attraverso 10 passaggi giornalieri
- **SPOT VIDEO**
Servizi fotografici e video durante le manifestazioni del Progetto OSCAR

TEMPI DI REALIZZAZIONE

Tempi previsti:	Entro 6 mesi dall'affidamento dell'incarico
Tempi effettivi:	Affidamento incarico: 19/12/2013
SPOT RADIO	- Data realizzazione spot: 20/01/2014 - Periodo diffusione: dal 01/02/2014 al 31/07/2014
SPOT VIDEO	- Data realizzazione spot: dal 24/01/2014 al 10/03/2014 - Periodo diffusione: dal 30/01/2014 al 31/07/2014

TARGET DESTINATARI

- Studenti universitari

INDICATORI

Numero spot radio	1810
Livello di diffusione dei media	Locale

PROVVEDIMENTO AMMINISTRATIVO AFFIDAMENTO INCARICO

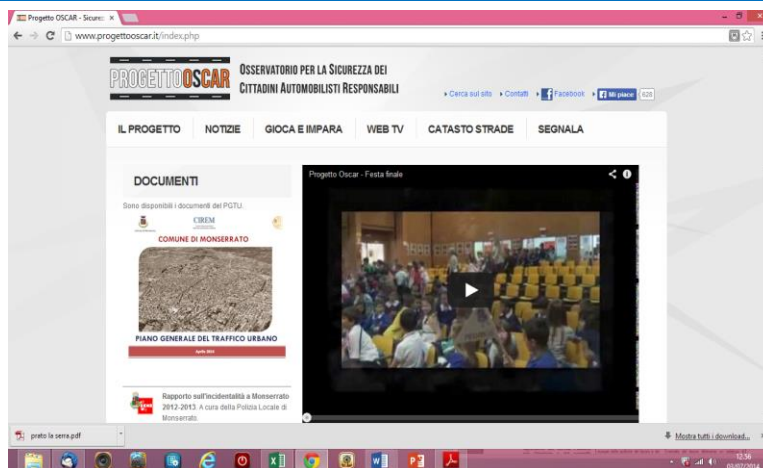
Scrittura privata n.636 del 19/12/2013

FIGURA GIURIDICA SOGGETTO INCARICATO

Associazione Studentesca Universitaria Unica Radio

RESPONSABILE/REFERENTE PROGETTO

Nome	Carlo	Cognome	Pahler
Ruolo/funzione	Rappresentante legale		
E-mail	info@unicaradio.it		

STRUMENTO - Sito web**DESCRIZIONE DELL'AZIONE/STRUMENTO**

Attraverso la creazione, all'interno del sito istituzionale del Comune di Monserrato, di una sezione web dedicata al progetto OSCAR - portale per la Sicurezza Stradale, basato su un sistema di gestione contenuti open source, sono stati realizzati i seguenti obiettivi:

1. migliorare la qualità e la quantità delle informazioni sulle condizioni di rischio e sul danno derivante da incidenti stradali
2. sviluppare una diffusa cultura della sicurezza stradale
3. contribuire a sostenere la costruzione del partenariato

La progettazione e la realizzazione del sito web non è stata considerata conclusa con la messa on line della prima versione, ma è stato previsto anche un periodo di gestione per le necessarie evoluzioni e modifiche funzionali e contenutistiche.

TEMPI DI REALIZZAZIONE

Tempi previsti	Entro 6 mesi dall'affidamento dell'incarico
Tempi effettivi	On line dall' 8 novembre 2013 - Data affidamento incarico realizzazione: 2 luglio 2013 - Data affidamento incarico gestione: 7 novembre 2013

TARGET DESTINATARI

- Studenti scuole superiori e universitari
- Studenti scuole elementari e medie
- Insegnanti
- Utenti deboli e a rischio
- Strutture interne al Comune e altre Istituzioni Pubbliche
- Operatori del Settore

INDICATORI

▪ n. news pubblicate	38
▪ n. pagine pubblicate	24
▪ n. di visitatori	3.508
▪ n. visualizzazioni di pagina	56.883
▪ durata media visita	00:04:15

PROVVEDIMENTO AMMINISTRATIVO AFFIDAMENTO INCARICO

Realizzazione: Contratto rep. N. 547 del 2/07/2013

Gestione: Scrittura privata n.606 del 7.11.2013

FIGURA GIURIDICA SOGGETTO INCARICATO

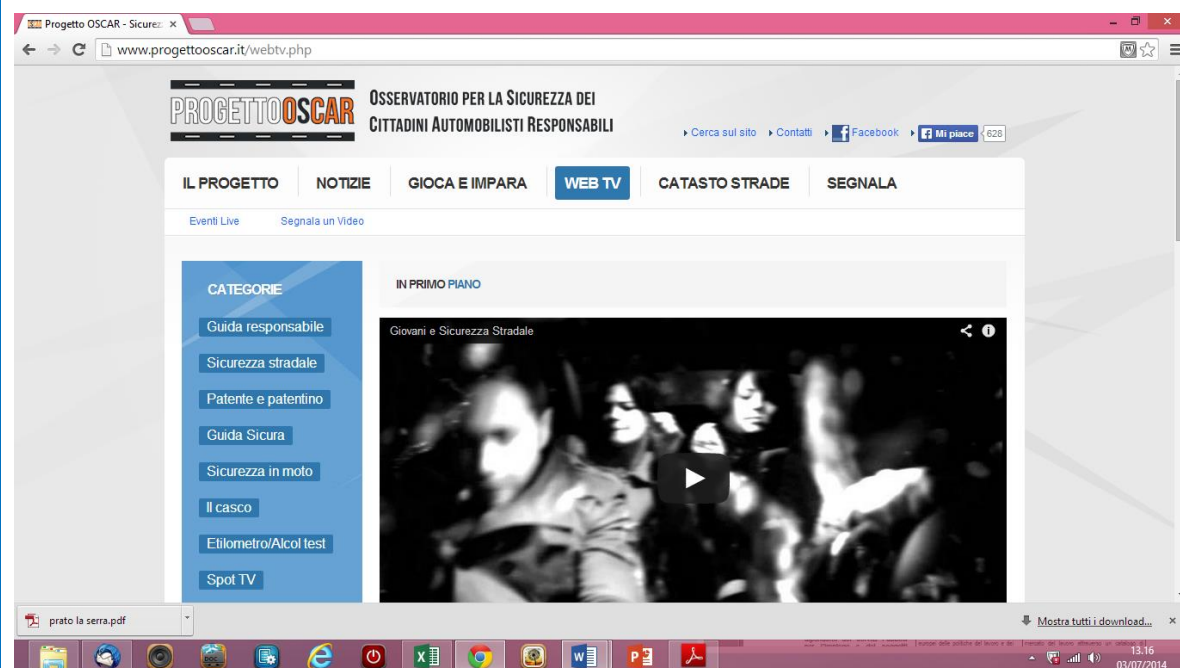
Realizzazione: RTI Omnigis/Centralabs

Gestione: Delfis Società Cooperativa

RESPONSABILE/REFERENTE

Nome	Antonio	Cognome	Coiana
Ruolo/funzione	Responsabile progetto		
Telefono	070 401470		
E-mail	coiana@delfis.it		

STRUMENTO - Web tv



DESCRIZIONE DELL'AZIONE/STRUMENTO

Attraverso la realizzazione e l'avvio della piattaforma web TV, intesa come una nuova forma di comunicazione per ricercare un maggiore livello di partecipazione e coinvolgimento, è stato raggiunto l'obiettivo di ampliare e rafforzare il flusso informativo per offrire maggiore trasparenza all'attività istituzionale dell'amministrazione comunale in tema di sicurezza stradale. I contenuti video sono caricati secondo le seguenti categorie: Guida responsabile, Sicurezza stradale, Patente e patentino, Guida Sicura, Sicurezza in moto, Il casco, Etilometro/Alcol test, Spot TV, Oculometro.

TEMPI DI REALIZZAZIONE

Tempi previsti	Entro 6 mesi dall'affidamento dell'incarico
Tempi effettivi	On line da 8 novembre 2013 - Data affidamento incarico realizzazione: 2 luglio 2013 - Data affidamento incarico gestione: 7 novembre 2013

TARGET DESTINATARI

- Studenti scuole superiori e universitari
- Studenti scuole elementari e medie
- Insegnanti
- Utenti deboli e a rischio

INDICATORI

N. video caricati	95
N. visualizzazioni	9.450

PROVVEDIMENTO AMMINISTRATIVO AFFIDAMENTO INCARICO

Realizzazione: Contratto rep. N. 547 del 2/07/2013

Gestione: Scrittura privata n.606 del 7.11.2013

FIGURA GIURIDICA SOGGETTO INCARICATO

Realizzazione: RTI Omnigis/Centralabs

Gestione: Delfis Società Cooperativa

RESPONSABILE/REFERENTE

Nome	Antonio	Cognome	Coiana
Ruolo/funzione	Responsabile progetto		
Telefono	070 401470		
E-mail	coiana@delfis.it		

STRUMENTO - Social media



DESCRIZIONE DELL'AZIONE/STRUMENTO

La presenza del progetto sulle pagine dei social network Facebook e Youtube permette ulteriori modalità di comunicazione con i target individuati.

TEMPI DI REALIZZAZIONE

Tempi previsti	entro 40 gg dall'affidamento dell'incarico
Tempi effettivi	on line da 8 novembre 2013 - Data affidamento incarico realizzazione: 2 luglio 2013 - Data affidamento incarico gestione: 7 novembre 2013

TARGET DESTINATARI

- Studenti scuole superiori e universitari
- Studenti scuole elementari e medie
- Insegnanti

INDICATORI

Facebook	- N. post: 181 - N. mi piace: 628 - Gruppo di età: 35-54 anni - N. gallerie foto e video: 37
Youtube	- N. video caricati: 140

PROVVEDIMENTO AMMINISTRATIVO AFFIDAMENTO INCARICO

Scrittura privata n.606 del 7.11.2013

FIGURA GIURIDICA SOGGETTO INCARICATO

Delfis Società Cooperativa

RESPONSABILE/REFERENTE

Nome	Antonio	Cognome	Coiana
Ruolo/funzione	Responsabile progetto		
Telefono	070 401470		
E-mail	coiana@delfis.it		

3.2.2 AZIONE - Pubblicazioni

OBIETTIVI

- Potenziare l'informazione sulle condizioni di rischio e sulle ripercussioni derivanti dagli incidenti stradali nel territorio comunale;
- Consolidare la consapevolezza sulle condotte appropriate alle norme di sicurezza;
- Sensibilizzare il target individuato sul progetto di Sicurezza stradale:
- Sollevare interesse sulla cultura della sicurezza stradale.

TARGET

- Studenti scuole superiori e universitari
- Studenti scuole elementari e medie
- Utenti deboli e a rischio

STRUMENTI

- Brochure/pieghevoli/opuscoli
- Giornalino a fumetti

STRUMENTO - Brochure/pieghevoli/opuscoli**DESCRIZIONE DELL'AZIONE/STRUMENTO**

Per la realizzazione della documentazione descrittiva contenente informazioni generali sulla sicurezza stradale e sul progetto Oscar è stato rilevante il ruolo rappresentato dalle immagini e dalla grafica. Il successo dello strumento è invece da associare all'efficacia della distribuzione. Per la realizzazione si è proceduto come segue:

- Creazione immagine coordinata del progetto, logotipo, mascotte "Oscar" e grafica coordinata e ottimizzata per i diversi supporti di destinazione: web, stampa, gadget.
- Progettazione contenuti/grafica e stampa pieghevoli in formato A4 a 3 ante in 3 diverse tipologie destinate ai 3 target di destinazione: bambini (6-14 anni), ragazzi (13-20 anni), adulti/anziani.
- Progettazione contenuti/grafica e stampa di Flyer per concorsi nelle scuole, DIN A4 21 x 29,7 cm, verticale, stampa in quadricromia, 100g carta patinata lucida – SCUOLE MEDIE.
- Progettazione contenuti/grafica e stampa di Flyer per concorsi nelle scuole, DIN A4 21 x 29,7 cm, verticale, stampa in quadricromia, 100g carta patinata lucida – SCUOLE SUPERIORI.
- Progettazione contenuti/grafica e stampa adesivi rotondi 4 cm, stampa in quadricromia, 90µm pellicola adesiva bianca (outdoor).

TEMPI DI REALIZZAZIONE

Tempi previsti	Entro 2 mesi dall'affidamento dell'incarico
Tempi effettivi	Consegna di tutti i materiali: 6.02.2014 Inizio distribuzione dal 23.01.04
Data affidamento incarico	7 novembre 2013

TARGET DESTINATARI

- Studenti scuole superiori e universitari
- Studenti scuole elementari e medie
- Utenti deboli e a rischio

INDICATORI

- N. copie prodotte:
 - Pieghevoli VERSIONE BAMBINI: 2.500 copie
 - Pieghevoli VERSIONE GIOVANI: 2.500 copie
 - Pieghevoli VERSIONE ADULTI/ANZIANI: 1000 copie
- N. copie distribuite: 100%

PROVVEDIMENTO AMMINISTRATIVO AFFIDAMENTO INCARICO

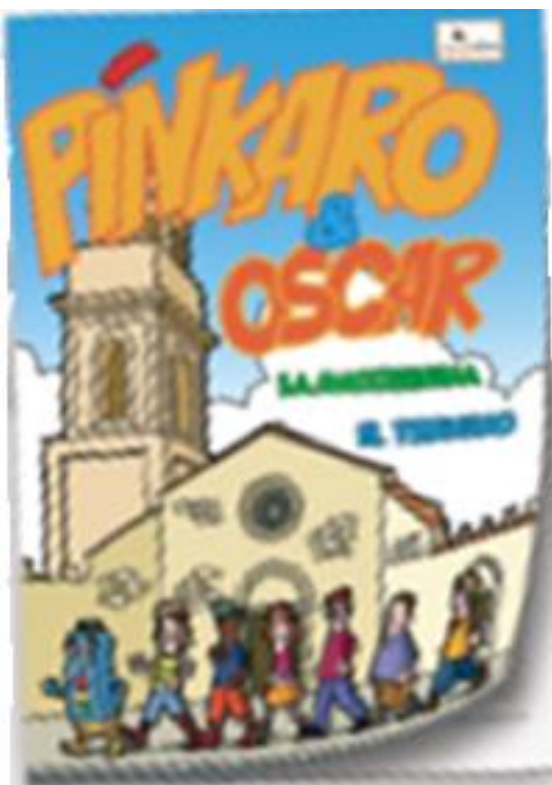
Scrittura privata n.606 del 7.11.2013

FIGURA GIURIDICA SOGGETTO INCARICATO

Delfis Società Cooperativa

RESPONSABILE/REFERENTE

Nome	Antonio	Cognome	Coiana
Ruolo/funzione	Responsabile progetto		
Telefono	070 401470		
E-mail	coiana@delfis.it		

STRUMENTO - Giornalino a fumetti**DESCRIZIONE DELL'AZIONE/STRUMENTO**

Progettazione, stampa e distribuzione alle scuole primarie del giornalino "Pinkaro & Oscar" contenente tanti giochi sul tema della sicurezza stradale.

TEMPI DI REALIZZAZIONE

Tempi previsti	entro 2 mesi dall'affidamento dell'incarico
Tempi effettivi	28/02/2014
Data affidamento incarico	13/01/2014

TARGET DESTINATARI

- Studenti scuole elementari e medie

INDICATORI

- N. copie prodotte: 1.000
- N. copie distribuite: 1.000

PROVVEDIMENTO AMMINISTRATIVO AFFIDAMENTO INCARICO

Scrittura privata n. 641 del 13.01.2014

FIGURA GIURIDICA SOGGETTO INCARICATO

Applidea Editrice S.r.l.

RESPONSABILE/REFERENTE

Nome	Sergio	Cognome	Casu
Ruolo/funzione	Amministratore		
Telefono	070 845920 – 340 4807097		
E-mail	sergio.casu@applidea.it		

3.2.3 AZIONE - Materiali

OBIETTIVI

- Potenziare l'informazione sulle condizioni di rischio e sulle ripercussioni derivanti dagli incidenti stradali nel territorio comunale;
- Consolidare la consapevolezza sulle condotte appropriate con le norme di sicurezza;

TARGET

- Studenti scuole superiori e universitari
- Studenti scuole elementari e medie
- Utenti deboli e a rischio

STRUMENTI

- Poster/locandine
- Gadget
- Edugame

STRUMENTO - Poster/Locandine**DESCRIZIONE DELL'AZIONE/STRUMENTO**

Per la realizzazione della suddetta azione/strumenti si è proceduto come segue:

- Creazione dell'immagine coordinata del progetto, logotipo, mascotte "Oscar" e grafica coordinata e ottimizzata per i diversi supporti di destinazione: web, stampa, gadget.
- Progettazione e stampa delle locandine in formato A3 da distribuire presso le scuole di Monserrato con il regolamento del concorso.
- Progettazione e stampa dei poster 50x70 per le scuole e la cartellonistica stradale.

TEMPI DI REALIZZAZIONE

Tempi previsti	Entro 40 gg dall'affidamento dell'incarico
Tempi effettivi	1 dicembre 2013
Data affidamento incarico	7 novembre 2013

TARGET DESTINATARI

- Studenti scuole superiori e universitari
- Studenti scuole elementari e medie

INDICATORI

- **N. copie prodotte:**
 - Locandine in formato A3, stampa in quadricromia, 100g carta patinata lucida: 100 copie
 - Poster 50x70 cm, stampa in quadricromia, 135g carta patinata lucida: 100 copie
 - Flyer per concorsi nelle scuole, DIN A4 21 x 29,7 cm, verticale, stampa in quadricromia, 100g carta patinata lucida – SCUOLE MEDIE: 2.500 copie
 - Flyer per concorsi nelle scuole, DIN A4 21 x 29,7 cm, verticale, stampa in quadricromia, 100g carta patinata lucida – SCUOLE SUPERIORI: 2.500 copie
- **N. copie distribuite:** 100%

PROVVEDIMENTO AMMINISTRATIVO AFFIDAMENTO INCARICO

Scrittura privata n.606 del 7.11.2013

FIGURA GIURIDICA SOGGETTO INCARICATO

Delfis Società Cooperativa

RESPONSABILE/REFERENTE

Nome	Antonio	Cognome	Coiana
Ruolo/funzione	Responsabile progetto		
Telefono	070 401470		
E-mail	coiana@delfis.it		

STRUMENTO - Poster/Locandine



DESCRIZIONE DELL'AZIONE/STRUMENTO

Realizzazione grafica e stampa e affissione

TEMPI DI REALIZZAZIONE

Tempi previsti	Entro febbraio 2014
Tempi effettivi	6 febbraio 2014
Data affidamento incarico	13.01.2014

TARGET DESTINATARI

- Studenti scuole superiori e universitari
- Studenti scuole elementari e medie

INDICATORI

- N. copie prodotte: 30
- N. copie distribuite: 100%

PROVVEDIMENTO AMMINISTRATIVO AFFIDAMENTO INCARICO

Scrittura privata n. 641 del 13.01.2014

FIGURA GIURIDICA SOGGETTO INCARICATO

Applidea s.r.l.

RESPONSABILE/REFERENTE

Nome	Sergio	Cognome	Casu
Ruolo/funzione	Amministratore		
Telefono	070 845920 – 340 4807097		
E-mail	sergio.casu@applidea.it		

STRUMENTO - Gadget - Adesivi**DESCRIZIONE DELL'AZIONE/STRUMENTO**

Realizzazione e stampa adesivi rotondi 4 cm, stampa in quadricromia, 90µm pellicola adesiva bianca.

TEMPI DI REALIZZAZIONE

Tempi previsti	entro 4 mesi dall'affidamento dell'incarico
Tempi effettivi	6 febbraio 2014
Data affidamento incarico	7 novembre 2013

TARGET DESTINATARI

- Studenti scuole superiori e universitari
- Studenti scuole elementari e medie

INDICATORI

- **N. copie prodotte:** 5.000
- **N. copie distribuite:** 100%

PROVVEDIMENTO AMMINISTRATIVO AFFIDAMENTO INCARICO

Scrittura privata n.606 del 7.11.2013

FIGURA GIURIDICA SOGGETTO INCARICATO

Delfis Società Cooperativa

RESPONSABILE/REFERENTE

Nome	Antonio	Cognome	Coiana
Ruolo/funzione	Responsabile progetto		
Telefono	070 401470		
E-mail	coiana@delfis.it		

STRUMENTO – Premi**DESCRIZIONE DELL'AZIONE/STRUMENTO**

Definizione premi per il Torneo web road e relativa realizzazione/acquisto degli stessi.

I premi sono stati i seguenti:

- tablet , uno per ognuno dei componenti del gruppo vincitore delle elementari, delle medie e delle superiori
- n. 3 videocamere per le tre classi vincitrici
- n. 15 tablet di classe inferiore per il gruppo secondo classificato
- n. 3 notebook per le scuole delle classi vincitrici
- coppe/targhe per le scuole vincitrici
- premio in denaro di € 500,00

TEMPI DI REALIZZAZIONE

Tempi previsti	entro 4 mesi dall'affidamento dell'incarico
Tempi effettivi	31 maggio 2014
Data affidamento incarico	19/03/2014

TARGET DESTINATARI

- Studenti scuole superiori
- Studenti scuole elementari e medie

INDICATORI

- **N. premi in palio:**
 - Tablet n. 15+n. 15
 - Videocamere n. 3
 - Notebook n. 3
- **N. premi distribuiti:** 100%

PROVVEDIMENTO AMMINISTRATIVO AFFIDAMENTO INCARICO

Scrittura privata n. 641 del 13.01.2014

FIGURA GIURIDICA SOGGETTO INCARICATO

Applidea Editrice S.r.l.

RESPONSABILE/REFERENTE

Nome	Sergio	Cognome	Casu
Ruolo/funzione	Amministratore		
Telefono	070 845920 – 340 4807097		
E-mail	sergio.casu@applidea.it		
E-mail	info@comitatoscuolacitta.it		



DESCRIZIONE DELL'AZIONE/STRUMENTO

Per raggiungere in maniera compiuta il target giovanile è stata realizzata una sezione del portale, che tramite la proposta di attività ludiche ed educative (giochi educativi, Edugame, unità didattiche con test di autovalutazione, giochi a tappe - web road), permette agli alunni delle scuole di apprendere le regole sulla sicurezza stradale e favorisce l'introduzione di modelli positivi. All'interno dei giochi vengono proposte, in maniera casuale, delle domande a risposta multipla.

TEMPI DI REALIZZAZIONE

Tempi previsti	entro 4 mesi dall'affidamento dell'incarico
Tempi effettivi	attivo da 8 novembre 2013
Data affidamento incarico	2 luglio 2013

TARGET DESTINATARI

- Studenti scuole elementari e medie
- Anziani con più di 64 anni di età

INDICATORI

- N. animazioni: 61
- N. giochi: 56
- N. giocatori: 472

PROVVEDIMENTO AMMINISTRATIVO AFFIDAMENTO INCARICO

Gestione: Scrittura privata n.606 del 7.11.2013

FIGURA GIURIDICA SOGGETTO INCARICATO

Delfis Società Cooperativa

RESPONSABILE/REFERENTE

Nome	Antonio	Cognome	Coiana
Ruolo/funzione	Responsabile progetto		
Telefono	070 401470		
E-mail	coiana@delfis.it		

3.2.4 AZIONE - Eventi

OBIETTIVI

- Permettere un'ampia diffusione delle informazioni
- Offrire la possibilità di uno scambio comunicativo tra gli operatori e i destinatari intercettati, che verranno chiamati a confrontarsi ed esprimere opinioni e suggerimenti utili alla strategia di comunicazione.
- Tenere alta l'attenzione sui temi della sicurezza stradale ed il corretto comportamento alla guida

TARGET

- Studenti scuole superiori e universitari
- Studenti scuole e elementari e medie

STRUMENTI

- Manifestazioni teatrali
- Incontri formativi con esperti nelle scuole
- Manifestazione musicale universitaria
- Manifestazione finale con testimonial

STRUMENTO - Manifestazioni teatrali e musicali**DESCRIZIONE DELL'AZIONE/STRUMENTO**

- **Ideazione e costruzione produzione teatrale “OSCAR va in città” della durata di 50’**
Lo spettacolo è stato mosso dall’esigenza di concorrere alla massima diffusione, tra i bambini, di una cultura dell’informazione alla sicurezza, attraverso il tributo dell’Arte della burattinaria. Ha messo in scena con esilaranti sketch e piccoli episodi, un percorso educativo, ludico e formativo, che ha contribuito a trasmettere ai bambini l’acquisizione della consapevolezza di se stessi nel contesto stradale, imparando a riconoscere le regole e a discernere i rischi.
Rivolto ai bambini della scuola dell’infanzia e della scuola primaria, la storia ha proposto il tema della sicurezza stradale in modo diretto, divertente, ma al tempo stesso rigoroso: protagonista è il giovane Oscar, un bambinetto di campagna di soli 9 anni, che si reca in città per la prima volta per trovare gli zii. Il bambino non ha mai visto la città e non conosce il traffico, le macchine in fila e il rumore dei clacson. Gli imprevedibili Zio Giosuè e Zio Peppino aiuteranno il nipotino, gli insegneranno cosa bisogna sapere e conoscere per camminare nella strada e non avere paura. Tra cartelli stradali e semafori colorati, brusche frenate e impeccabili marescialli in divisa, lo spettacolo ha portato in scena una squisita e istruttiva storia che indaga sull’argomento in modo innovativo e incisivo, fornendo dati e informazioni che inducono gli spettatori a una riflessione serena e consapevole.
- **n. 10 repliche presso il teatro MoMoTi per i bambini delle scuole dell’infanzia e primaria**

TEMPI DI REALIZZAZIONE

Tempi previsti	entro 3 mesi dall’affidamento dell’incarico
Tempi effettivi	30/05/2014
Data affidamento incarico	18/12/2013

TARGET DESTINATARI

- Studenti scuole dell’infanzia e primarie

INDICATORI

- N. rappresentazioni organizzate/realizzate: 8
- N. partecipanti: 1.000

PROVVEDIMENTO AMMINISTRATIVO AFFIDAMENTO INCARICO

Scrittura privata n.365 del 18/12/2013

FIGURA GIURIDICA SOGGETTO INCARICATO

Associazione culturale Is Mascareddas

RESPONSABILE/REFERENTE

Nome	Antonio	Cognome	Murru
Ruolo/funzione	Direttore teatrale		
Telefono	070 58 39742		
E-mail	ismascareddas@tiscali.it		

STRUMENTO - Incontri formativi con esperti nelle scuole**DESCRIZIONE DELL'AZIONE/STRUMENTO**

Tali eventi, sono stati curati con il supporto tecnico del Comandante della Polizia Municipale:

- Organizzazione incontri nelle scuole per la presentazione del Concorso e del Torneo del Progetto Oscar, gestione calendario e assistenza;
- Incontri con tutte le scuole primarie e secondarie di 1° e 2° grado, paritarie e pubbliche, con l'esclusione della scuola Monumento ai Caduti;
- Realizzazione e distribuzione della guida didattica per gli insegnanti, distribuzione alle scuole primarie, secondarie di 1° grado e secondarie di 2° grado.

TEMPI DI REALIZZAZIONE

Tempi previsti	entro febbraio 2014
Tempi effettivi	tutti gli incontri sono stati realizzati entro febbraio 2014, tranne I.T.I.S. Scano il 10/03/2014.
Data affidamento incarico	13/01/2014

TARGET DESTINATARI

- Studenti scuole superiori
- Studenti scuole elementari e medie
- Insegnanti

INDICATORI

- **N. totale scuole coinvolte:** 7
- **N. scuole dell'infanzia coinvolte:** 3
- **N. scuole elementari coinvolte:** 5 (Istituto N.S. Mercede, IC Cesare Cabras, IC Monserrato 2 - via S.Gavino, Elementari - via Capo d'Orso, Casa del Fanciullo, via T. Livio)
- **N. scuole medie coinvolte:** 2 (Medie I.C. La Marmora, Medie Istituto N.S. Mercede)
- **N. scuole superiori coinvolte:** 3 (Istituto Alberghiero Gramsci, ITC Fabio Besta, Istituto Tecnico Industriale Dionigi Scano)
- **N. inviti inviati:** 14
- **N. risposte agli inviti:** 13
- **N. incontri totali organizzati:** 12
- **N. totale partecipanti potenziali:** 3.798
- **N. totale partecipanti effettivi:** 2.272
- **N. partecipanti scuola dell'infanzia e primaria:** 774
- **N. partecipanti scuola secondaria di 1° grado:** 336
- **N. partecipanti scuola secondaria di 2° grado:** 1.162
- **N. guide realizzate e distribuite:** 60

PROVVEDIMENTO AMMINISTRATIVO AFFIDAMENTO INCARICO

Scrittura privata n. 641 del 13.01.2014

FIGURA GIURIDICA SOGGETTO INCARICATO

Applidea Editrice S.r.l.

RESPONSABILE/REFERENTE

Nome	Sergio	Cognome	Casu
Ruolo/funzione	Amministratore		
Telefono	070 845920 – 340 4807097		
E-mail	sergio.casu@applidea.it		

STRUMENTO - Manifestazione musicale universitaria**DESCRIZIONE DELL'AZIONE/STRUMENTO**

Nell'ambito delle manifestazioni previste dal Festival "Univercity" è stato allestito in data 1 maggio 2014 presso la Cittadella Universitaria di Monserrato uno stand messo a disposizione dalla Associazione studentesca Ajò.

In tale occasione dalle ore 10:00 alle 21:00 lo stand è stato presidiato da n. 2 operatori che hanno distribuito il materiale promo-pubblicitario dell'iniziativa e fornito informazioni sul progetto Oscar a tutti i visitatori.

Grande è stato il successo e il riscontro di interesse nello stand proprio accanto al palco della dimostrazione dell'uso dell'etilometro.

TEMPI DI REALIZZAZIONE

Tempi previsti	entro maggio 2014
Tempi effettivi	1 maggio 2014

Data affidamento incarico 13/01/2014

TARGET DESTINATARI

- Studenti universitari

INDICATORI

- **N. partecipanti:** n.d.

PROVVEDIMENTO AMMINISTRATIVO AFFIDAMENTO INCARICO

Scrittura privata n. 641 del 13.01.2014

FIGURA GIURIDICA SOGGETTO INCARICATO

Applidea Editrice S.r.l.

RESPONSABILE/REFERENTE

Nome	Sergio	Cognome	Casu
Ruolo/funzione	Amministratore		
Telefono	070 845920 – 340 4807097		
E-mail	sergio.casu@applidea.it		

STRUMENTO - Manifestazione finale con testimonial**DESCRIZIONE DELL'AZIONE/STRUMENTO**

La festa finale, organizzata e realizzata presso l'aula magna dell'Istituto tecnico industriale "D. Scano", è stata articolata tra premiazioni, testimonianze e sezione ludica per offrire ai bambini e ai ragazzi un'occasione di divertimento.

La scelta dei testimonial è ricaduta su Jeff Onorato e prof. Gabriele Finco ritenuti ideali per veicolare il messaggio alla base del progetto OSCAR.

L'evento è stato l'occasione per la consegna dei premi ai bambini/ragazzi delle scuole che hanno partecipato ai concorsi.

TEMPI DI REALIZZAZIONE

Tempi previsti	entro maggio 2014
-----------------------	-------------------

Tempi effettivi	1 maggio 2014
------------------------	---------------

Data affidamento incarico	13/01/2014
----------------------------------	------------

TARGET DESTINATARI

- Studenti universitari

INDICATORI

- **N. partecipanti:** n.d.

PROVVEDIMENTO AMMINISTRATIVO AFFIDAMENTO INCARICO

Scrittura privata n. 641 del 13.01.2014

FIGURA GIURIDICA SOGGETTO INCARICATO

Applidea Editrice S.r.l.

RESPONSABILE/REFERENTE

Nome	Sergio	Cognome	Casu
-------------	--------	----------------	------

Ruolo/funzione	Amministratore
-----------------------	----------------

Telefono	070 845920 – 340 4807097
-----------------	--------------------------

E-mail	sergio.casu@applidea.it
---------------	-------------------------

3.2.5 AZIONE – Concorsi

OBIETTIVI

- Sostenere i giovani nello sviluppo di una maggiore responsabilità e di una più puntuale percezione del problema (cause, rischi, effetti) degli incidenti stradali causati da comportamenti scorretti (alta velocità, mancato rispetto delle norme, ecc.), dall'abuso di alcool e di sostanze psicotrope, rendendoli soggetti partecipi e consapevoli.

TARGET

- Studenti scuole superiori
- Studenti scuole e elementari e medie

STRUMENTI

- Concorsi

STRUMENTO - Concorsi**DESCRIZIONE DELL'AZIONE/STRUMENTO**

Nell'ambito di tale azione/strumento sono stati ideati e pubblicizzati, con apposite locandine e volantini, i seguenti concorsi a premi per la produzione, entro il 3 aprile 2014, di elaborati sul tema della sicurezza stradale:

1. Concorso a premi scuole elementari - realizzazione del miglior giornalino che sarà stampato e consegnato a tutti i bambini in occasione della festa finale;
2. Concorso a premi scuole medie - realizzazione di un racconto;
3. Concorso a premi scuole superiori - realizzazione di un videoclip;

TEMPI DI REALIZZAZIONE

Tempi previsti	entro maggio 2014
Tempi effettivi	29/05/2014
Data affidamento incarico	13/01/2014

TARGET DESTINATARI

- Studenti scuole superiori
- Studenti scuole elementari e medie
- Insegnanti

INDICATORI

- **N. totale partecipanti effettivi: 959**
- **N. premi: 30 tablet, 3 videocamere, 3 notebook**

➤ Scuole Elementari	<ul style="list-style-type: none"> ▪ N. partecipanti: 514 ▪ N. elaborati presentati (giornalino): 10 ▪ N. voti tot. : 11.194
➤ Scuole medie	<ul style="list-style-type: none"> ▪ N. partecipanti: 385 ▪ N. elaborati presentati (racconto con disegni): 5 ▪ N. voti tot. 1.442
➤ Scuole superiori	<ul style="list-style-type: none"> ▪ N. partecipanti superiori: 60 ▪ N. elaborati presentati (video): 1 ▪ N. voti tot. 62

PROVVEDIMENTO AMMINISTRATIVO AFFIDAMENTO INCARICO

Scrittura privata n. 641 del 13.01.2014

FIGURA GIURIDICA SOGGETTO INCARICATO

Applidea Editrice S.r.l.

Responsabile/referente

Nome	Sergio	Cognome	Casu
Ruolo/funzione	Amministratore		
Telefono	070 845920 – 340 4807097		
E-mail	sergio.casu@applidea.it		

STRUMENTO - Concorsi**DESCRIZIONE DELL'AZIONE/STRUMENTO**

Nell'ambito della presente azione/strumento è stato ideato e pubblicizzato **Il Torneo Cittadino di Educazione Stradale "WebRoad"**. Un'iniziativa di sensibilizzazione alla cultura della sicurezza stradale, rivolta ai giovani in età compresa tra gli 8 ed i 13 anni circa, che si prefigge l'obiettivo di "attirare" l'attenzione dei giovani sull'importante tematica dell'educazione stradale ricorrendo allo strumento del gioco, puntando sul principio di "divertimento istruttivo". I concorrenti iscritti nelle Categoria BICICLETTA – alunni di terza, quarta e quinta elementare, Categoria SCOOTER – alunni di prima, seconda e terza media, si sono sfidati individualmente nell'aula di informatica, sulla Web Road cioè un percorso di 10 domande sul codice stradale, il comportamento e la sicurezza stradale. Le gare si sono tenute nella SETTIMANA DEL WEBROAD (tra Lunedì 17 e Sabato 22 Marzo 2014), mentre a maggio, durante la SETTIMANA MONDIALE DELLA SICUREZZA STRADALE, hanno avuto luogo le premiazioni del vincitore con il "**Premio OSCAR del benEducato stradale**" e di tutti i concorrenti che totalizzeranno almeno 1500 punti con il **Diploma di Cittadino Responsabile**.

TEMPI DI REALIZZAZIONE

Tempi previsti	entro maggio 2014
Tempi effettivi	entro maggio 2014
Data affidamento incarico	19/03/2014

TARGET DESTINATARI

- Studenti scuole elementari e medie

INDICATORI

- | | |
|--|---------------------------------------|
| ➤ N. partecipanti potenziali: 1.236 | ➤ Lampada da tavolo: 2 |
| ➤ N. iscritti totali: 594 | ➤ Driving simulator: 2 |
| ➤ N. iscritti categoria Bicicletta: 328 | ➤ Magliette personalizzate: 10 |
| ➤ N. iscritti categoria Scooter: 266 | ➤ Stampante multifunzione: 1 |
| ➤ N. partite giocate: 2033 | ➤ Walkie talkie: 1 |
| ➤ N. attestati di partecipazione: 500 | ➤ Modellino auto: 1 |
| ➤ Diploma cittadino responsabile: 21 | ➤ Casco motociclista: 1 |
| ➤ Statuetta premio Oscar: 12 | ➤ Impianto stereo: 1 |
| ➤ Casco da ciclista: 6 | ➤ Lettores dvd portatile: 1 |
| ➤ Orologio da tavolo: 6 | |

PROVVEDIMENTO AMMINISTRATIVO AFFIDAMENTO INCARICO

n. 157 del 19/03/2014

FIGURA GIURIDICA SOGGETTO INCARICATO

ComitatoScuolaCittà

RESPONSABILE/REFERENTE

Nome	Mario	Cognome	Rocca
Ruolo/funzione	Portavoce		
Telefono	n.d.		
E-mail	info@comitatoscuolacitta.it		

3.2.6 AZIONE - Forme promozionali e agevolate di trasporto

OBIETTIVI

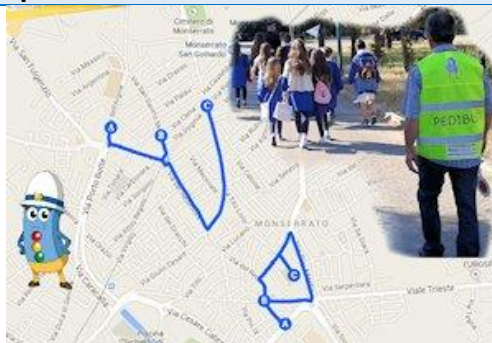
- Produrre modifiche sia infrastrutturali che comportamentali, in grado di migliorare le condizioni di accessibilità al complesso scolastico e della sicurezza dei percorsi casa-scuola
- Rendere più efficaci le forme di promozione socio-culturale volte al cambiamento delle consuetudini di mobilità casa-scuola
- Incentivare la mobilità pedonale degli alunni, favorendone l'autonomia e contribuendo al tempo stesso ad abbattere l'inquinamento da emissioni di veicoli a motore vicino alle scuole
- Sviluppare il senso di orientamento ed educazione stradale ed interventi per aumentare nel bambino l'attenzione e la percezione del senso di rischio e di pericolo.

TARGET

- Studenti scuole e elementari

STRUMENTI

- Percorsi casa-scuola guidati – pedibus

STRUMENTO – Scuolabus a piedi**DESCRIZIONE DELL'AZIONE/STRUMENTO**

La fase di progettazione del pedibus è conclusa e il servizio è in procinto di essere attivato. A tal fine è stato richiesto alle famiglie dei bambini di compilare un questionario, anche on line all'indirizzo <http://www.progettooscar.it/pedibus>.

Si tratta di un'azione partecipata che promuove la mobilità a piedi nel tragitto casa-scuola. I bambini iscritti al PEDIBUS, organizzati in piccoli gruppi, saranno accompagnati da genitori e/o nonni volontari e si recheranno da casa a scuola seguendo itinerari definiti e certificati dai vigili: le "linee PEDIBUS". Ogni linea avrà un proprio itinerario che partirà da un capolinea, seguirà un percorso stabilito e raccoglierà i bambini-passeggeri alle varie fermate predisposte lungo il cammino, rispettando gli orari prefissati. I percorsi casa-scuola (ovvero le linee del Pedibus) sono verificate e certificate dalla Polizia Locale. Le linee del Pedibus prevedono tre accompagnatori ogni 10/15 bambini circa. Ogni linea ha un gruppo di accompagnatori di riferimento di cui uno è il referente della linea. Ogni referente della linea compila il diario di bordo, si fa carico di eventuali segnalazioni riferite a problematiche riscontrate (ostacoli sul percorso, bambini che non rispettano le regole, ecc) e raccoglie proposte di miglioramento da comunicare ai referenti del progetto (istituzionali e non). I bambini sono iscritti al Pedibus del Comune di Monserrato attraverso la compilazione e la consegna nella segreteria della propria scuola del modulo di iscrizione.

Tempi di realizzazione

Tempi previsti: entro febbraio 2014

Tempi effettivi: attivazione anno scolastico 2014-2015

Data affidamento incarico: 13.01.2014

Target destinatari

- POPOLAZIONE GIOVANILE COMUNALE**
 - Studenti scuole elementari

Indicatori

- N. partecipanti potenziali: n.d.
- N. partecipanti effettivi: n.d.

Provvedimento amministrativo affidamento incarico

Scrittura privata n. 641 del 13.01.2014

Figura giuridica soggetto incaricato

Applidea srl

Responsabile/referente

Nome	Sergio	Cognome	Casu
Ruolo/funzione	Amministratore		
Telefono	070 845920 – 340 4807097		
E-mail	sergio.casu@applidea.it		

3.3 Raccordo azioni/strumenti/soggetti coinvolti

AZIONE	STRUMENTO	RESPONSABILE
CAMPAGNA MEDIA	Spot radio	Associazione studentesca Unica Radio
	Videoclip e foto	
	Sito web	RTI Omnigis/centrolabs - Realizzazione
		Delfis - Gestione
	Web tv	Delfis soc coop
Social media	Delfis soc coop	
PUBBLICAZIONI	Brochure, Pieghevoli opuscoli	Delfis soc coop
	Locandine	Delfis soc coop
		Applidea
Giornalino a fumetti	Applidea	
MATERIALI	Poster	Delfis soc coop
	Gadget- adesivi	Delfis
	Gadget- Maglietta	Comitato scuolacittà
	Edugame	RTI Omnigis/Centralabs
EVENTI	Manifestazioni teatrali	Associazione culturale Is Mascareddas
	Manifestazione musicale	Associazione studentesca Unica Radio
	Incontri formativi con esperti (scuole)	Applidea
	Manifestazione finale con testimonial	Applidea
	Convegni, seminari	Applidea
CONCORSI	Artistici	Applidea
	Web road	Comitato scuolacittà
FORME PROMOZIONALI E AGEVOLATE DI TRASPORTO	Scuolabus a piedi	Applidea

3.4 Raccordo azioni/strumenti/ indicatori/periodo riferimento

1. CAMPAGNA MEDIA													
		Periodo riferimento											
		2013						2014					
		lug	ago	sett	ott	nov	dic	gen	feb	mar	apr	mag	giu
1.1 SPOT <input checked="" type="checkbox"/> RADIO <input type="checkbox"/> WEB]													
1.1.1	N. spot								1810				
1.1.2	Livello diffusione	Locale											
1.1.3	Target	Studenti universitari											
1.2 SITO WEB													
1.2.1	N. news pubblicate						8	7	9	3	6	5	n.d.
1.2.2	N. pagine pubblicate							4	3	3	n.d.	1	13
1.2.3	N. di visitatori						177	267	303	623	n.d.	2138	n.d.
1.2.4	N. visualizz. pagina						2723	5481	2159	11877	20997	13632	1250
1.2.5	N. nuove visite							247	285	529	n.d.	n.d.	n.d.
1.2.6	% nuove visite						8,37%	37,86%	79,39%	37,68%	n.d.	n.d.	n.d.
1.2.7	Durata media visita						00:05:32	00:07:31	00:03:09	00:09:21	00:01:25	00:01:11	00:01:35
1.2.8	Target	<ul style="list-style-type: none"> - Studenti scuole superiori e universitari - Studenti scuole elementari e medie - Insegnanti 											
1.3 WEB TV													
1.3.1	N. video caricati						48	58	74	85	91	94	95
1.3.2	Target destinatari	<ul style="list-style-type: none"> - Studenti scuole superiori e universitari - Studenti scuole elementari e medie 											
1.4 SOCIAL MEDIA (FACEBOOK)													
1.4.1	N. post facebook						58	27	40	10	18	21	7
1.4.2	N. mi piace facebook						298	348	438	453	613	628	627
1.4.3	N. video caricati youtube						10	13	19	23	24	25	26
1.4.4	Target destinatari	<ul style="list-style-type: none"> - Studenti scuole superiori e universitari - Studenti scuole elementari e medie - Insegnanti 											

2. PUBBLICAZIONI													
		Periodo riferimento											
		2013						2014					
		lug	ago	sett	ott	nov	dic	gen	feb	mar	apr	mag	giu
2.1 BROCHURE/PIEGHEVOLI/OPUSCOLI													
2.1.1	N. copie prodotte							11.000					
2.1.2	N. copie distribuite								5.500				
2.1.3	Target destinatari	<ul style="list-style-type: none"> - Studenti scuole superiori e universitari - Studenti scuole elementari e medie - Anziani con più di 64 anni di età 											
2.2 GIORNALINO A FUMETTI													
2.2.1	N. copie prodotte								1.000				
2.2.2	N. copie distribuite								720				
2.2.3	Target destinatari	- Studenti scuole elementari e medie											

3. MATERIALI													
		Periodo riferimento											
		2013						2014					
		lug	ago	sett	ott	nov	dic	gen	feb	mar	apr	mag	giu
3.1 POSTER/LOCANDINE													
3.1.1	N. copie prodotte								230				
3.1.2	N. copie distribuite								200		30		
3.1.3	Target destinatari	<ul style="list-style-type: none"> - Studenti scuole superiori e universitari - Studenti scuole elementari e medie 											
3.2 GADGET													
3.2.1	N. copie prodotte	Adesivi							5.000				
		Magliette							10				
3.2.2	N. copie distribuite	Adesivi							2.500	1.000	1.000	500	
		Magliette										10	
3.2.3	Target destinatari	<ul style="list-style-type: none"> - Studenti scuole superiori e universitari - Studenti scuole elementari e medie 											
3.3 EDUGAME DEDICATO AL TEMA DELLA SICUREZZA STRADALE													
3.3.1	N. Animazioni						61						
3.3.2	N. giochi						56						
3.3.3	N. giocatori						1.066						
3.3.4	Target destinatari	- Studenti scuole elementari e medie											

4. EVENTI														
		Periodo riferimento												
		2013						2014						
		lug	ago	sett	ott	nov	dic	gen	feb	mar	apr	mag	giu	
4.1 MANIFESTAZIONI TEATRALI														
4.1.1	N. manifestazioni organizzate												8	
4.1.2	N. partecipanti												1000	
4.1.3	Target destinatari	Studenti scuole elementari e medie												
4.2 INCONTRI FORMATIVI CON ESPERTI NELLE SCUOLE														
4.2.1	N. totale scuole coinvolte								7					
4.2.2	N. incontri organizzati								12					
4.2.3	N. inviti inviati								14					
4.2.4	N. risposte agli inviti								13					
4.2.5	N. partecipanti potenziali								3.798					
4.2.6	N. partecipanti effettivi								2.272					
4.2.7	N. guide distribuite								60					
4.2.8	Target destinatari	- Studenti scuole superiori e universitari - Studenti scuole elementari e medie												
5. MANIFESTAZIONE MUSICALE UNIVERSITARIA														
5.1.1	N. manifestazioni organizzate												1	
5.1.2	N. partecipanti potenziali												n.d.	
5.1.3	N. partecipanti effettivi												n.d.	
5.1.4	Target destinatari	- Studenti universitari												
6. MANIFESTAZIONE FINALE CON TESTIMONIAL														
6.1.1	N. manifestazioni organizzate												1	
6.1.2	N. partecipanti potenziali												n.d.	
6.1.3	N. partecipanti effettivi												n.d.	
6.1.4	Target destinatari	- Studenti scuole superiori e universitari - Studenti scuole elementari e medie												

n.d.

7. CONCORSI												
		Periodo riferimento										
		2013						2014				
		lug	ago	sett	ott	nov	dic	gen	feb	mar	apr	mag
7.1 CONCORSI ARTISTICI												
Tipologia concorso		Elementari										
7.1.1	N. partecipanti											514
7.1.2	N. elaborati											10
7.1.3	N. voti											11.194
Tipologia concorso		Medie										
7.1.4	N. partecipanti											385
7.1.5	N. elaborati											5
7.1.6	N. voti											1.442
Tipologia concorso		Superiori										
7.1.7	N. partecipanti											60
7.1.8	N. elaborati											1
7.1.9	N. voti											62
Tipologia concorso - WebRoad												
7.1.10	N. partecipanti potenziali											1.236
7.1.11	N. iscritti totali											594
7.1.12	N. iscritti categoria Bicicletta											328
7.1.13	N. iscritti categoria Scooter											266
7.1.14	N. partite giocate											
7.1.15												2033
7.1.16	N. attestati di partecipazione											500
7.1.17	N. premi consegnati											44
7.1.18	Target destinatari	- Studenti scuole superiori - Studenti scuole elementari e medie										

8. FORME PROMOZIONALI E AGEVOLATE DI TRASPORTO												
		Periodo riferimento										
		2013						2014				
		lug	ago	sett	ott	nov	dic	gen	feb	mar	apr	mag
8.1 Scuolabus A PIEDI												
8.1.1	N. partecipanti potenziali											n.d.
8.1.2	N. partecipanti effettivi											n.d.
8.1.3	Target destinatari	Studenti scuole elementari										

3.5 Tabella di sintesi rilevazione indicatori

Azioni/strumenti	Indicatori di realizzazione			Indicatori di risultato			
	Indicatore	U.M.	Valore	Indicatore	Metodo rilevazione	Unità	Valore atteso
CAMPAGNA MEDIA							
Spot radio veicolati	Emissioni trasmesse	n.	1.810				
Sito web (sezione dedicata)	- Pagine pubblicate	n.	7	Visitatori	Statistiche accessi	n.	1.543
	- News pubblicate	n.	24	Visualizzazioni pagina		n.	10.363
				Durata media visita		Tempo	00:05:24
Web tv	Video caricati	n.	95	Visualizzazioni	Statistiche accessi	n.	9.450
Social media				post facebook	Statistiche accessi	n.	125
				mi piace facebook		n.	438
				video caricati youtube		n.	42
PUBBLICAZIONI							
Brochure Pieghevoli Opuscoli	copie prodotte	n.	11.000	copie distribuite		n	11.000
Giornalino a fumetti	copie prodotte	n.	1.000	copie distribuite		n.	1.000
MATERIALI							
Poster Locandine	copie prodotte	n.	230	copie distribuite		n.	230
Gadget	copie prodotte adesivi	n.	5.000	copie distribuite		n.	5.000
	copie prodotte magliette	n.	10	copie distribuite		n.	10
Edugame	Giochi	n.	56	Giocatori	Statistiche accessi	n.	1.066
EVENTI							
Manifestazioni teatrali	Manifestazioni organizzate	n.	8	Partecipanti		n.	1.000
Incontri formativi con esperti nelle scuole	Scuole coinvolte	n.	7	Partecipanti potenziali		n.	3.798
	Incontri organizzati	n.	12	Partecipanti effettivi		n.	2.272
	Inviti inviati	n.	14	Riposte agli inviti		n.	13
CONCORSI							
Concorsi	Partecipanti potenziali totali	n.	3.798	Partecipanti effettivi totali		n.	959
	Partecipanti potenziali elementari	n.	n.d.	Partecipanti effettivi		n.	514
	Partecipanti potenziali medie	n.	n.d.	Partecipanti effettivi		n.	385
	Partecipanti potenziali superiori	n.	2.457	Partecipanti effettivi		n.	60
FORME DI TRASPORTO							
Scolabus a piedi	Partecipanti potenziali	n.	n.d.	Partecipanti effettivi		n.	n.d.

Per gli strumenti di comunicazione individuati viene proposta di seguito una griglia di valutazione che si riferisce alla capacità informativa.

STRUMENTI	Sensibilizzare	Sollevare interesse	Coinvolgere	Capacità informativa	Note
SPOT RADIO E TV	▲		▲	bassa	Per messaggi specifici destinati ad un pubblico ben individuato
SITO WEB		▲	▲	alta	Contenuto illimitato. Fornisce agli utenti sia una visione generale che di dettaglio
WEB TV	▲	▲		alta	Per spiegare, istruire o creare interesse
SOCIAL MEDIA	▲		▲	media	Per creare interesse, incoraggiare la partecipazione. Opportunità per ottenere una risposta e per creare un database di contatti.
BROCHURE		▲	▲	bassa	Possono contenere informazioni articolate
OPUSCOLI INFORMATIVI		▲	▲	media	Possono contenere informazioni articolate. Adatti a rispondere ad un interesse o ad un bisogno
GIORNALINO A FUMETTI	▲		▲	bassa	Per sensibilizzare un pubblico ben individuato
LOCANDINE E POSTER		▲		bassa	Sensibilizzano, rafforzano o costruiscono un'immagine. Possono essere di forte impatto comunicativo. Adatti a messaggi semplici
GADGET		▲		bassa	Sensibilizzano, rafforzano o costruiscono un'immagine, evocano alla mente un messaggio
EDUGAME	▲			media	Per sensibilizzare un pubblico ben individuato
MANIFESTAZIONI TEATRALI		▲	▲	media	Contesti adatti per sensibilizzare, lanciare messaggi, distribuire materiali Per sensibilizzare. Supporto di un testimonial attraente o carismatico
MANIFESTAZIONE MUSICALE UNIVERSITARIA	▲	▲	▲	media	
MANIFESTAZIONE FINALE CON TESTIMONIAL			▲	media	
INCONTRI FORMATIVI CON ESPERTI	▲	▲	▲	alta	Contesti adatti per fornire informazioni dettagliate ad un pubblico mirato ed interessato, distribuire materiali.
CONVEGNI, SEMINARI	▲	▲	▲	alta	
CONCORSI ARTISTICI	▲	▲		bassa	Per creare interesse, incoraggiare la partecipazione.
PERCORSI CASA-SCUOLA GUIDATI	▲		▲	bassa	Molto adatti a rispondere ad un bisogno espresso o ad un interesse, piuttosto che a suscitare un interesse

3.6 Cronoprogramma di raffronto

Nel cronoprogramma di seguito riportato viene posto in evidenza il confronto tra i tempi previsti e i tempi effettivi di realizzazione.

AZIONI	STRUMENTI	2013						2014						
		lug	ago	sett	ott	nov	dic	gen	feb	mar	apr	mag	giu	
	TEMPI PREVISTI - TEMPI EFFETTIVI													
CAMPAGNA MEDIA	Spot													
	Sito web													
	Web tv													
	Social media													
PUBBLICAZIONI	Brochure pieghevoli													
	Opuscoli informativi													
	Locandine													
	Giornalino a fumetti													
MATERIALI	Poster													
	Gadget													
	Edugame													
EVENTI	Manifestazioni teatrali													
	Manifestazione musicale													
	Incontri formativi con esperti a scuola													
	Convegni, seminari													
CONCORSI	Concorsi													
FORME PROMOZIONALI E AGEVOLATE DI TRASPORTO	Percorsi casa-scuola guidati													

3.7 Quadro finanziario di raffronto

Azione	Strumento	Budget Osservatorio			Budget comunicazione				
		Budget Osservatorio	Importi impegnati	Importi liquidati	Importi previsti	Importi impegnati	Importi liquidati	Importi da liquidare	Scostamenti
CAMPAGNA MEDIA			€ 95.196,75	€ 42.656,56	€ 14.000,00	€ 15.330,00	€ 15.330,00	€ -	-€ 1.330,00
	spot radio	€ -				€ 1.586,00	€ 1.586,00	€ -	€ -
	Videoclip e foto	€ -				€ 2.440,00	€ 2.440,00	€ -	€ -
	sito web	€ 35.150,50	€ 35.150,50	€ 42.656,56		€ 11.304,00	€ 11.304,00	€ -	€ -
	Web tv	€ 60.046,25	€ 60.046,25			€ -	€ -	€ -	€ -
	Social media	€ -				€ -	€ -	€ -	€ -
CAMPAGNA STAMPA		€ -			€ 7.000,00	€ 3.612,21	€ 3.612,21	€ -	€ 3.387,79
	Pubblicazione GURI bandi di gara					€ 3.612,21	€ 3.612,21	€ -	€ -
PUBBLICAZIONI		€ -			€ 10.500,00	€ 16.897,00	€ 16.897,00		-€ 6.397,00
	Pieghevoli/opuscoli	€ -				€ 11.590,00	€ 13.481,00	€ -	€ -
	Locandine	€ -				€ 1.891,00		€ -	€ -
	giornalino a fumetti	€ -				€ 3.416,00	€ 3.416,00	€ -	€ -
MATERIALI		€ -			€ 10.500,00	€ 7.320,00	€ 7.320,00	€ -	€ 3.180,00
	Premi					€ 6.900,00	€ 6.900,00	€ -	
	Gadget - adesivi	€ -				€ 420,00	€ 420,00	€ -	
	Edugame	€ 14.640,00	€ 14.640,00	€ 14.640,00	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
INFO-DESK		€ -			€ 3.500,00	€ -	€ -	€ -	€ 3.500,00
EVENTI		€ -			€ 14.000,00	€ 8.030,00	€ 8.030,00		€ 5.970,00
	Manifestazioni teatrali	€ -				€ 8.030,00	€ 8.030,00	€ -	€ -
	Manifestazione Musicale	€ -				€ -	€ -	€ -	€ -
	Incontri Formativi con Esperti	€ -				€ -	€ -	€ -	€ -
	Convegni, Seminari	€ -				€ -	€ -	€ -	€ -
CONCORSI		€ -			€ 3.500,00	€ 7.320,00	€ 7.320,00	€ -	-€ 3.820,00
	Concorsi	€ -				€ 7.320,00	€ 7.320,00	€ -	€ -
FORME PROMOZIONALI E AGEVOLATE DI TRASPORTO		€ -			€ 7.000,00	€ 4.196,00	€ 4.196,00	€ -	€ 2.804,00
	campagna utilizzo metropolitana leggera (patrocinio università)					€ 2.000,00	€ 2.000,00	€ -	€ -
	scuolabus a piedi	€ -				€ 2.196,00	€ 2.196,00	€ -	€ -
	TOTALE	€ 109.836,75			€ 70.000,00	€ 62.705,21	€ 62.705,21	€ -	€ 7.294,79

4. VALUTAZIONE

4.1 Sostenibilità dei principali risultati

La scelta delle imprese/associazioni coinvolte nella fase di realizzazione/attuazione del Piano di comunicazione si è dimostrata efficiente per quanto attiene la capacità di raggiungere gli obiettivi.

In particolare, i soggetti coinvolti hanno dimostrato esperienza e qualità delle risorse umane e tecnologiche, destinando persone di alto profilo professionale che hanno reso possibile, grazie alla flessibilità, competenza e disponibilità alla collaborazione, la realizzazione del Piano di comunicazione.

Ciascuno dei soggetti coinvolti ha avuto un ruolo chiaro e definito nel progetto, con una precisa descrizione delle attività da intraprendere. Coerenza è stata dimostrata nel rispetto dei piani di lavoro.

Il responsabile di progetto ha mostrato capacità manageriali di alto livello, riuscendo a coniugare le diverse modalità di lavoro dei soggetti coinvolti con le attività e la tempistica previste dal Progetto. In particolare, nei pochi casi di difficoltà incontrate nello svolgimento del progetto, ha saputo prontamente trovare le migliori soluzioni per il buon andamento del progetto stesso.

4.2 Criticità incontrate durante la realizzazione dell'attività

Criticità gestionali	<ul style="list-style-type: none">- Carenza di risorse umane nell'ambito del Comando da destinare ad attività progettuali
Criticità finanziarie	<ul style="list-style-type: none">- Limiti di spesa determinati dai vincoli cogenti di bilancio hanno generato un rallentamento nella realizzazione degli obiettivi prefissati per il 30 giugno- Erogazione al 30 settembre 2014 del solo 60% rispetto al 100% di contributo pari a 300.000,00

4.3 Esperienze da ripetere

Sulla base di quanto realizzato, si possono identificare delle esperienze positive da ripetere nel corso del nuovo progetto intercomunale OSCAR PLUS.

- Stile linguistico: lo stile linguistico adottato risulta chiaro e diretto, evidenziando la predominanza di una terminologia comune supportata, solo se necessario, dal ricorso a vocaboli tecnici.
- Logo: buono l'impatto e la memorabilità del logo.
- Capillarità dei messaggi: la frequenza delle uscite e la penetrazione della campagna è risultata adeguatamente capillare.
- Radio e web tv: il medium radiofonico e il mezzo della web tv sono risultati i media di maggiore preferenza fra quelli adottati nella campagna, reputati gli strumenti più adatti per la diffusione dell'informazione.
- Sito internet è da ritenersi lo strumento più appropriato e maggiormente utilizzato per l'approfondimento delle informazioni.

- Partecipazione agli eventi: nei riguardi degli eventi il giudizio è particolarmente positivo in termini di visibilità e di partecipazione.

4.4 Esperienze negative da evitare o migliorare

- Partecipazione del mondo scolastico dal punto di vista burocratico e amministrativo nonché disponibilità dei docenti per le difficoltà manifestate di inserimento di tali attività nel piano didattico.
- Migliorare la capacità di innovazione del modus operandi e nell'utilizzo delle nuove tecnologie.
- Ridotta Disponibilità dei partner esterni alla partecipazione alla cabina di regia.