

***Piano di informazione,
comunicazione e pubblicità***

2014

Indice

Premessa

- 1. Riferimenti normativi**
- 2. Ruoli e competenze del Dipartimento per le politiche europee**

Mission

Obiettivi strategici del Dipartimento

Tematiche prioritarie per il 2014

Analisi delle tematiche prioritarie

Partecipazione a fiere, manifestazioni, convegni, seminari ed altri eventi

Dati informativi

PREMESSA

1. Riferimenti normativi

Il piano di comunicazione, predisposto ai sensi della legge 7 giugno 2000 n. 150, si pone come strumento di pianificazione organica e razionale delle strategie, degli obiettivi, delle azioni e degli strumenti di comunicazione.

Attraverso il piano si vuole rendere effettivo uno dei principi base della Direttiva in materia di comunicazione indirizzata dal Ministro della Funzione Pubblica alle amministrazioni il 7 febbraio 2002: attribuire alla comunicazione una funzione integrativa dell'agire amministrativo.

2. Ruoli e competenze del Dipartimento Politiche Europee

Il Dipartimento, nato con la legge n. 183 del 1987, è la struttura di supporto di cui si avvale il Presidente del Consiglio dei Ministri, per l'attività inerente l'attuazione delle politiche europee generali e settoriali e degli impegni assunti nell'ambito dell'Unione europea nonché per le azioni di coordinamento nelle fasi di predisposizione della normativa dell'Unione europea.

Alla luce delle nuove competenze e finalità previste dalla legge 24 dicembre 2012, n. 234 recante "Norme generali sulla partecipazione dell'Italia alla formazione e all'attuazione della normativa e delle politiche" e dal decreto di organizzazione del 7 dicembre 2012, il Dipartimento per le politiche europee della Presidenza del Consiglio dei Ministri, per ciò che riguarda l'informazione e la comunicazione persegue gli obiettivi indicati nel proprio mandato istituzionale ed è impegnato a promuovere l'informazione e la comunicazione in materia europea, favorendo la conoscenza della normativa e delle politiche dell'Unione europea e curando, in particolare, le tematiche relative alla cittadinanza europea e ai diritti fondamentali.

In particolare, attraverso l'Ufficio per la cittadinanza europea, il mercato interno e gli affari generali il Dipartimento :

- cura l'insieme delle questioni attinenti alla cittadinanza europea e alla tutela dei diritti fondamentali nell'ambito dell'Unione europea, in particolare in materia di libera circolazione delle persone e dei servizi. Promuove attività d'informazione europea ai sensi della legge 7 giugno 2000, n. 150, e azioni di informazione e di cooperazione interistituzionale volte a rafforzare la coscienza della cittadinanza europea e dei diritti fondamentali dei cittadini, in collaborazione con le istituzioni e le reti d'informazione dell'Unione europea, le amministrazioni pubbliche e gli altri soggetti interessati.

- cura, con particolare riferimento e in coerenza con la realizzazione dell'Atto per il mercato unico, l'insieme delle questioni attinenti all'attuazione del "mercato interno". Assicura l'attività d'informazione, anche preventiva, al fine di garantire la coerenza della legislazione e della prassi applicativa dello Stato e delle autonomie locali con i principi e le norme dell'Unione europea, e collabora ai procedimenti di adeguamento dell'ordinamento nazionale agli atti dell'Unione europea in materia di "mercato interno".

- provvede, in conformità alla disciplina vigente in materia di attività di informazione e comunicazione delle pubbliche amministrazioni e in raccordo con gli altri Uffici del Dipartimento, ad assicurare l'informazione diffusa sulle politiche

europee, sulla normativa e sulle attività dell'Unione europea, nonché sulle iniziative promosse in tali ambiti dal Dipartimento, con particolare riferimento a quelle più direttamente rivolte al consolidamento della cittadinanza dell'Unione europea e alla tutela dei relativi diritti; inoltre, promuove, iniziative formative in materia del personale pubblico delle amministrazioni centrali e locali.

ANALISI DELLO SCENARIO

Permane uno scetticismo diffuso dei cittadini italiani nei confronti dell'Europa: i più recenti sondaggi Eurobarometro indicano che solo il 51% degli italiani afferma di sentirsi cittadino europeo, mentre il 47% non si sente tale. L'Europa continua a non convincere gli italiani: il 78% ritiene che la propria voce non conti nell'Unione europea, il 20% degli intervistati dichiara di non cercare attivamente notizie sull'Unione europea, e il 74% è convinto di non essere ben informato sull'attualità europea. Solo il 34% conosce i propri diritti in quanto cittadino europeo. Si manifesta però il desiderio di conoscere maggiormente i diritti in quanto cittadino europeo nel 63% degli intervistati (cfr. *Eurobarometro – primavera 2013 “L'opinione pubblica nell'Unione europea” – giugno 2013; e “Rapporto nazionale Italia”*)

Ancora oggi, dunque, i cittadini europei incontrano quotidianamente ostacoli al pieno esercizio dei loro diritti e, per aiutare gli europei a superare queste difficoltà e a fare un uso migliore dei propri diritti, la Commissione europea – nella Relazione 2013 sulla cittadinanza dell'Unione - propone 12 nuove azioni nei seguenti sei ambiti:

- rimozione degli ostacoli per lavoratori, studenti e tirocinanti Ue;
 - riduzione della burocrazia negli Stati membri;
 - tutela dei più vulnerabili all'interno dell'Unione;
 - eliminazione degli ostacoli agli acquisti nell'Unione;
 - promozione della diffusione di informazioni accessibili e mirate sull'Unione;
 - rafforzamento della partecipazione dei cittadini al processo democratico
- (cfr. *Eu citizenship Report – 8 maggio 2013*)

In questo scenario l'Anno europeo del cittadino 2013 ha rappresentato un valido fondamento su cui ricostruire il senso di appartenenza dei cittadini all'Unione europea, promuovendo l'informazione sui diritti legati all'esercizio attivo della cittadinanza e, tra questi, sul diritto di voto, anche in considerazione dei due appuntamenti importanti che ci attendono per il 2014: le elezioni del Parlamento europeo (22-25 maggio) e il semestre di presidenza italiana del Consiglio dell'Unione europea che avrà inizio il 1° luglio.

L'Anno europeo dei cittadini ha dato l'occasione per riflettere sul modo in cui l'Ue aiuta i cittadini nella vita di tutti i giorni, coinvolgendoli in un dialogo diretto sull'avvenire dell'Unione, che negli ultimi anni ha conquistato un ruolo da protagonista nella soluzione dei problemi mondiali.

Nonostante i progressi compiuti, tuttavia, l'Europa non ha ancora potuto realizzare tutte le ambizioni riposte nel mercato unico, in particolare nei settori come economia digitale, energia e servizi.

Le sfide che dobbiamo affrontare - come sottolinea la Commissione europea delineando il programma di lavoro per l'anno 2014, al centro del quale pone come

obiettivi crescita e occupazione - non sono solo economiche: l'Ue deve anche agire per proteggere i valori e promuovere i diritti dei cittadini: dalla protezione dei consumatori ai diritti dei lavoratori, dall'uguaglianza di genere al rispetto delle minoranze, dalle norme ambientali alla protezione dei dati e della privacy. Altro problema irrisolto: la gestione delle frontiere europee e la garanzia e protezione delle persone nell'emergenza.

La strategia di comunicazione sarà pertanto concentrata su tematiche istituzionali e, nello specifico:

- sui diritti fondamentali europei ed in particolare i diritti di cittadinanza
- sulle principali e concrete opportunità offerte dal mercato unico europeo

Il Piano di comunicazione per l'anno 2014 mirerà pertanto a proseguire le azioni già intraprese nel corso del 2013 per riaffermare e consolidare una sempre maggiore consapevolezza dei vantaggi derivanti dall'appartenenza all'Unione Europea, diffondendo tutte le informazioni utili a conoscere i valori e i diritti che sono alla base della cittadinanza europea.

Nel corso del 2014 la comunicazione verrà finalizzata a creare le condizioni più favorevoli per incoraggiare la partecipazione dei cittadini più estesa e consapevole alle **elezioni del Parlamento europeo** e per offrire sostegno alle iniziative previste nel corso del **Semestre di presidenza italiana del Consiglio dell'Unione europea** che avrà inizio il 1° luglio 2014.

DEFINIZIONE DEGLI OBIETTIVI

In tale ottica, pertanto, gli obiettivi strategici saranno:

1. Comunicare al grande pubblico il valore aggiunto di essere “cittadini europei”:

- promuovere la conoscenza delle Istituzioni europee e del loro funzionamento;
- costruire nella cittadinanza, soprattutto tra i giovani, la consapevolezza di quelli che sono i diritti e i doveri derivanti dalla cittadinanza europea, sottolineando il principio dell'uguaglianza dei cittadini europei;
- comunicare i diritti fondamentali, i diritti della cittadinanza, i diritti della libera circolazione delle persone, dei servizi, dei capitali e delle merci, i diritti elettorali, il diritto di petizione, il diritto di reclamo al Mediatore europeo, il diritto di iniziativa legislativa, il diritto di protezione consolare nei Paesi extra-Ue;

- sensibilizzare le giovani generazioni verso le grandi tematiche europee, sottolineando che oltre all'aspetto giuridico, il concetto di cittadinanza si declina nella dimensione politica, civile, economica, sociale e culturale;
- supportare la partecipazione degli operatori privati nella comprensione dei meccanismi decisionali europei;
- valorizzare il ruolo centrale attribuito alla democrazia partecipativa e alla cittadinanza attiva.
- informare sui programmi di studio, formazione e mobilità in Europa, al fine di stimolare la partecipazione dei giovani al processo di integrazione europea e favorire la mobilità;
- offrire strumenti agili e mirati rivolti al mondo della scuola, inteso sia come corpo docente che come studenti, per favorire una diffusa formazione europea e sviluppare il senso di appartenenza

2. Comunicare ed informare sulle opportunità di lavoro, di impresa, di studio e formazione offerte dalla Ue:

- comunicare le strategie previste dalla strategia "Europa 2020", dallo Small Business Act, dal Single Market Act II e dalle norme che da essi derivano, in collaborazione con le altre amministrazioni e gli enti locali;
- comunicare ed informare sulle politiche ed i programmi europei che supportano, sviluppano e favoriscono l'esercizio dei diritti della cittadinanza e la crescita economica del Paese;
- garantire supporto formativo e assistenza tecnica agli operatori pubblici nell'applicazione del diritto comunitario al fine di promuovere lo sviluppo del processo di integrazione europea anche attraverso siti dedicati e strumenti web nelle materie di competenza del Dipartimento;
- diffondere la conoscenza e l'utilizzo delle due reti europee IMI e SOLVIT per la corretta applicazione del diritto Ue e la tutela dei cittadini;
- sostenere la piena attuazione dello "Sportello Unico" secondo quanto previsto dalla Direttiva Servizi;
- informare sui finanziamenti diretti sulla base della nuova proposta finanziaria della Commissione europea;
- informare e formare gli operatori competenti sulle nuove norme introdotte dal "pacchetto appalti pubblici" che offre una ampia opportunità di crescita e occupazione e si propone come modello di innovazione delle procedure amministrative nazionali nel settore

ASCOLTO DEI SOGGETTI SOCIALI INTERESSATI

I soggetti coinvolti dalle iniziative di comunicazione programmate per il 2014 sono raggruppabili in due categorie principali rispetto agli obiettivi da perseguire:

Interlocutori diretti:

- Cittadinanza, ed in particolare giovani
- Operatori privati, Associazioni di categoria pubbliche e private
- Pubbliche amministrazioni europee e nazionali, centrali ed Enti locali;

Interlocutori influenti:

- *Media* (agenzie di stampa, quotidiani, periodici, tv, radio, *internet*)
- *Opinion leaders* (università, centri specializzati, ecc...)
- *Stakeholders*
- *Reti europee*

CONTENUTI E AREE TEMATICHE

La Commissione europea non ha ancora indicato le aree tematiche su cui si dovrà concentrare l'azione di comunicazione degli Stati membri.

Da contatti informali risultano confermate quelle indicate lo scorso anno :

• La ripresa economica, e nello specifico:

1. Europa 2020 – Una strategia per una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva a sostegno del Mercato interno
2. Competitività – Completamento del mercato interno e mercato unico digitale

• Le elezioni europee 2014, e nello specifico:

1. La rimozione degli ostacoli per l'esercizio del diritto di voto dei cittadini
2. Il diritto di voto attivo e passivo
3. Coinvolgere i cittadini e gli operatori privati nel processo decisionale
4. Rafforzare l'adesione responsabile al processo di integrazione europea

A queste per il 2014 riteniamo importante aggiungere il tema:

• Il semestre di Presidenza italiana del Consiglio dell'Ue, e nello specifico:

1. Crescita e occupazione: sfruttare appieno il potenziale del Mercato unico
2. Il Mediterraneo nella politica di comunicazione europea
3. Promuovere la libera circolazione delle merci, delle persone, dei servizi e dei capitali

CARATTERISTICHE DELLE CAMPAGNE

L'attività di comunicazione istituzionale del Dipartimento sarà condotta nel rispetto dei criteri indicati nel documento diramato dal Dipartimento per l'informazione e l'editoria .

In particolare si avrà cura di osservare le seguenti indicazioni:

- ricerca della semplicità del messaggio e dell'efficacia e cura nella realizzazione;
- scelta di messaggi riproponibili nel tempo;
- individuazione di multi soggetto che consentano la trasversalità del linguaggio;
- perseguimento di comunicazione trasparente, non propagandistica, concreta equilibrata e reale

COORDINAMENTO E ASPETTI ORGANIZZATIVI

Il programma di comunicazione 2014 verrà, pertanto, declinato secondo due direttrici operative riguardanti:

- a) la comunicazione interna e interistituzionale, volta a creare condivisione dei valori, delle metodologie e delle azioni per convogliare tutta l'organizzazione interna e le altre amministrazioni interessate rispettivamente verso una comune identità e verso un comune obiettivo comune;
- b) la comunicazione esterna finanziata con i fondi (estremamente esigui) stanziati dal Dipartimento, messi a disposizione sui capitoli di bilancio della Presidenza del Consiglio dei ministri assegnati al Dpe e indirizzati alla cittadinanza.

Si segnala che dal 2014 non si disporrà più dei fondi del Partenariato di gestione, messi a disposizione dalla Commissione europea e gestiti, fino al 2013, dal Dipartimento per conto del Parlamento europeo, della Commissione europea e del Governo italiano, in collaborazione con il Ministero degli Affari esteri. Ciò a seguito di decisione della Commissione europea di interrompere i Partenariati di gestione esistenti a decorrere dal 2014. Pertanto nel 2014, per quanto riguarda le Azioni di comunicazione in Partenariato - si proseguiranno le sole Azioni già iniziate nell'anno precedente, secondo la programmazione prevista nel Piano di comunicazione 2013, che prevedono realizzazioni procrastinate al 2014. Si è in attesa di conoscere dalla Commissione europea i termini e le modalità con cui verranno realizzati "partenariati strategici" con gli Stati membri.

Per poter supportare gli interventi di comunicazione del 2014, considerata la sostanziale riduzione di risorse economiche a disposizione si potrà operare:

- attraverso accordi di programmi con altre PA
- operatori pubblici e privati
- associazioni di categoria
- reti europee

STRUMENTI DI COMUNICAZIONE

La scelta degli strumenti di comunicazione sarà operata tenendo presente le modalità e le condizioni più idonee e incisive per veicolare il messaggio, anche in base ai destinatari delle attività di informazione e agli obiettivi prefissati. In particolare:

- prodotti audiovisivi (spot pubblicitari);
- interventi sul territorio (eventi, mostre, convegni, lezioni, ecc.);
- prodotti editoriali (pubblicazioni, opuscoli, brochure, ecc.);
- editoria digitale;
- strumenti di comunicazione statica e dinamica (affissioni stradali, totem pubblicitari, pubblicità su autobus, ecc.);
- comunicazione diretta (via e-mail ecc.);
- comunicazione on-line (web, social network, ecc.) nella consapevolezza che i nuovi media risultano gli strumenti più efficaci ed economici, in quanto raccolgono e diffondono i messaggi con grande velocità, raggiungendo direttamente i cittadini e soprattutto i giovani, che rappresentano il target di maggior riferimento per l'attività di comunicazione del Dipartimento.

MISURAZIONE E VALUTAZIONE

La valutazione dell'attività di comunicazione - integrata con le fasi di progettazione, pianificazione e attuazione - è già stata sperimentata nel corso dell'anno passato, in considerazione della grande importanza che riveste la misurazione del grado di raggiungimento degli obiettivi individuati in relazione alle risorse investite e ai mezzi utilizzati per veicolare i messaggi.

Continuerà pertanto anche nel 2014 l'attività di monitoraggio esterni al Dipartimento, affidato all'Università Roma Tre, cattedra di Tecniche di gestione di qualità, che ha ideato uno specifico format idoneo e adattabile alla misurazione di interventi specifici. L'elaborazione quantitativa e qualitativa dei dati che scaturiscono dalla fase di monitoraggio dei progetti che verranno realizzati nel 2014 con fondi 2013 del partenariato di Gestione, permetterà la misurazione – attraverso determinati indicatori - dell'attività di comunicazione istituzionale e la valutazione degli effetti generati nel pubblico al fine di una migliore e più efficace azione mirata.