

*Piano di informazione,
comunicazione e pubblicità*

2012

Indice

Premessa

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

Mission

Obiettivi strategici del Dipartimento

Tematiche prioritarie per il 2012

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 comunitaria e dell'Unione Europea, ai fini della definizione della posizione italiana da sostenere, d'intesa con il Ministero degli Affari Esteri, in sede di Unione Europea (così come stabilito dell' art. 3 del decreto legislativo 30 luglio 1999, n. 303).

Alla luce delle nuove competenze e finalità previste dalla legge 4 febbraio 2005, n. 11 recante "Norme generali sulla partecipazione dell'Italia al processo normativo dell'Unione europea sulle procedure di esecuzione degli obblighi comunitari", viene emanato il decreto 21 luglio 2011 recante "Organizzazione interna del Dipartimento per le politiche europee della Presidenza del Consiglio dei Ministri" che specifica, all'art. 2, le competenze del Dipartimento. Si tratta, in particolare, di azioni di coordinamento della posizione nazionale in fase di predisposizione della normativa europea e nelle attività connesse alla predisposizione ed approvazione della Legge Comunitaria, del monitoraggio del corretto recepimento ed applicazione della normativa europea, nelle quali l'attività di corretta informazione, comunicazione e formazione diviene uno strumento importante di riuscita. In particolare, infatti, per ciò che riguarda l'informazione e la comunicazione istituzionale, il Dipartimento deve effettuare, ai sensi dell'art. 2 commi j), p) e q) rispettivamente:

j) le attività di informazione e comunicazione istituzionale in materia di rapporti con l'Unione europea attribuitegli dalla normativa vigente, e in particolare la predisposizione della documentazione e delle relazioni periodiche da trasmettere al Parlamento e ad altri soggetti istituzionali ai sensi di detta normativa;

p) l'informazione e l'assistenza ai cittadini in materia europea, promuovendone l'accesso alle politiche, ai programmi e alle normative dell'Unione europea, d'intesa con le istituzioni nazionali e europee e con gli organi di informazione;

q) l'informazione e la comunicazione sulle attività dell'Unione europea e sulla partecipazione ad essa dell'Italia, e in particolare la diffusione delle notizie relative alla normativa di adeguamento dell'ordinamento interno alle norme europee che conferiscono diritti ai cittadini dell'Unione o ne agevolano l'esercizio in materia di libera circolazione delle persone e dei servizi.

MISSION

Il Piano per l'anno 2012 mira a proseguire e consolidare le azioni già intraprese nel corso del 2011. La finalità principale è quella di creare nell'opinione pubblica una sempre maggiore consapevolezza dei vantaggi derivanti dall'appartenenza all'Unione Europea, diffondendo le informazioni, con modalità di comunicazione innovative ed efficaci, relative ai valori e ai diritti che sono alla base della cittadinanza europea. Nel corso del 2012 la comunicazione verrà anche finalizzata a creare condivisione e quindi supporto tra gli operatori economici per sostenere a livello dell'Unione Europea la posizione italiana sui temi ritenuti prioritari, questo anche al fine di garantire una sua più rapida e corretta applicazione.

OBIETTIVI STRATEGICI DEL DIPARTIMENTO

Gli obiettivi strategici di comunicazione per l'anno 2012 avranno un comune filo conduttore finalizzato ad evidenziare il c.d. "costo della non Europa", così come richiesto dalla Commissione europea. Questo aspetto discende direttamente dal dibattito sull'Unione europea, posto in essere dall'opinione pubblica e dai media e che ha come sua primaria finalità quello di rispondere alla domanda: "abbiamo veramente bisogno dell'Europa?".

In questo senso, quindi, oltre a porre l'attenzione sul concetto che l'appartenenza all'Ue è un valore aggiunto, così come è stato fatto fino ad oggi, diviene necessario sottolineare ed evidenziare come potrebbe essere un futuro senza l'Ue, soprattutto per coloro che non hanno conosciuto l'alternativa all'Ue. Questa generazione di cittadini europei, infatti, conosce la libertà di movimento, l'Euro, il programma Erasmus, sa che i fondi provenienti dall'Ue possono finanziare interventi nel loro paese: ma fondamentalmente queste persone non sanno e non riescono ad immaginarsi come potrebbe essere la loro vita senza il sostegno dell'Ue. Di qui la necessità, attraverso attività ed azioni di comunicazione, di spiegare a questi giovani cittadini quanto è stato difficile ed importante raggiungere il benessere economico e sociale di oggi loro possono godere.

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;
- comunicare nuovi assetti istituzionali europei, le nuove procedure legislative, i cambiamenti per la cittadinanza in termini di diritti e partecipazione al processo democratico;
- 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;
 - supportare la partecipazione degli operatori privati nella comprensione dei meccanismi decisionali europei;
 - comunicare ed informare sul ruolo dell'Italia nell'Unione Europea.
- 2. Comunicare ed informare sulle opportunità di lavoro, di impresa, di studio e formazione offerte dalla Ue:**
- Comunicare le strategie previste dal piano "Europa 2020", Small business act, Single Market act, Direttiva sui consumatori, Agenda Digitale.
 - 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;
 - Informare sui programmi di studio, formazione e mobilità in Europa, al fine di stimolare la partecipazione dei giovani al processo di integrazione europea.
- 3. Colmare il *gap* culturale nelle Amministrazioni dello Stato, informando il personale delle PA e fornendo assistenza alle Regioni nell'applicazione del diritto comunitario:**
- garantire un supporto formativo ed assistenza tecnica agli operatori pubblici nell'applicazione del diritto comunitario al fine di promuovere lo sviluppo del processo di integrazione europea;
 - sostenere l'informazione e la comunicazione da e verso le Amministrazioni pubbliche e gli Enti locali sugli interventi normativi dell'Unione Europea, per rendere possibile una maggiore efficienza dei servizi.
- 4. Valorizzare il lavoro del Dipartimento:**
- aumentare la capacità comunicativa attraverso i gruppi di lavoro, costituiti anche con la partecipazione di portatori di interesse a sostegno in particolare degli atti in discussione in fase ascendente.
 - agevolare il reperimento delle informazioni necessarie a svolgere la propria funzione all'interno delle amministrazioni e della società;

Destinatari

diretti:

- Cittadinanza
- Operatori privati, Associazioni di categoria
- PMI
- Pubbliche Amministrazioni centrali ed Enti locali

influenti:

- *media* (agenzie di stampa, quotidiani, periodici, tv, radio, *internet*)
- *opinion leaders* (università, centri specializzati, ecc...)
- *stakeholders*

TEMATICHE PRIORITARIE PER IL 2012

Le priorità interistituzionali di comunicazione per l'anno 2012 individuate a livello europeo sono:

• **La ripresa economica, e nello specifico:**

1. La *governance* economica
2. Europa 2020 - Crescita e sostenibilità ambientale
3. Competitività - Sviluppare il mercato interno e mercato unico digitale

• **Costruire un 'Europa dei cittadini, e nello specifico:**

1. La rimozione degli ostacoli per l'esercizio dei diritti dei cittadini
2. La libera circolazione delle persone
3. Coinvolgere i cittadini e gli operatori privati nel processo decisionale
4. Demografia e le sfide dell'immigrazione

• **Valorizzazione delle politiche dell'UE, e nello specifico:**

1. Massimizzare il valore aggiunto delle politiche europee
2. Il costo della non Europa
3. La dimensione esterna dell'UE come attore globale

Il piano 2012 del Dipartimento sviluppa alcune di queste tematiche in linea con le azioni di carattere generale già avviate nell'ambito del piano 2011 volte a migliorare il livello di comunicazione ai cittadini ed in particolare ai giovani, garantendo allo stesso tempo un più adeguato supporto informativo agli operatori economici e pubblici.

Per il 2012, quindi, le linee di azione strategica del Dipartimento riguarderanno le seguenti *tematiche prioritarie*

1. **Il Trattato di Lisbona**
2. **Europa 2020: una strategia per una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva a sostegno del mercato interno**
3. **L'Europa della cittadinanza e dei giovani, al fine di accrescere la consapevolezza delle giovani generazioni su tematiche che hanno un grande impatto anche sulla salute, sul turismo e, sulle infrazioni, quali l'ambiente**
4. **Più Europa nella PA**
5. **Anno europeo dell'invecchiamento attivo e della solidarietà fra generazioni**

ANALISI DELLE TEMATICHE PRIORITARIE

1. IL TRATTATO DI LISBONA

Nel proseguire le attività di comunicazione ed informazione già intraprese sull'entrata in vigore del Trattato, verranno evidenziati i nuovi impegni nelle diverse politiche dell'Ue con un *focus* particolare sulla partecipazione democratica al processo legislativo comunitario da parte dei cittadini europei.

2. EUROPA 2020: UNA STRATEGIA PER UNA CRESCITA INTELLIGENTE, SOSTENIBILE E INCLUSIVA

Tra le priorità europee per il 2012 figura questo tema che riveste una rilevanza assoluta per l'avvenire dell'Ue alla luce della recente crisi mondiale e delle sue ripercussioni in termini di crescita economica. Il rischio è quello di registrare un abbassamento protratto negli anni del tasso di crescita potenziale dell'economia ed una perdita ulteriore di competitività negli scambi mondiali.

Le attività di comunicazione relative a tale tematica, proseguiranno e rafforzeranno le azioni già intraprese nel corso dell'anno 2011, spiegando la capacità dell'Unione nell'affrontare la crisi. La finalità principale è quella di comunicare ed informare il grande pubblico su quelli che sono gli interventi dell'Ue per creare opportunità di lavoro e sugli strumenti previsti per il rilancio dell'economia.

Un *focus* specifico riguarderà la promozione e la diffusione degli strumenti e delle politiche messe a disposizione dalla Ue per le PMI, al fine di favorire e sostenere l'imprenditorialità, l'occupazione e la crescita sostenibile.

3. L'EUROPA DELLA CITTADINANZA E DEI GIOVANI

Il tema riguarda, riprende e consolida le attività di comunicazione già realizzate negli anni passati.

I giovani sono stimolati ad approfondire sia alcune politiche europee che hanno un impatto sulla loro vita, quali la politica ambientale, e sia a costruire nel corso della

propria carriera scolastica un CV europeo che permetta loro di essere pronti a lavorare nel mercato interno presso Istituzioni pubbliche e/o private.

4. PIÙ EUROPA NELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

Il tema riguarda l'azione di comunicazione/informazione indirizzata alle Amministrazioni centrali e locali, per una corretta applicazione del diritto comunitario e la realizzazione degli impegni assunti con l'Unione Europea. La comunicazione in tale ambito sarà anche a supporto di una più mirata azione di formazione professionale del personale della pubblica amministrazione volta alla corretta applicazione del diritto dell'Unione e quindi anche all'abbattimento delle procedure di infrazione a carico dell'Italia. Verrà, a questo proposito, lanciato un corso *on line* sull'Internal Market Information System (IMI) e la rete europea a sostegno della cittadinanza che favorisce una maggiore collaborazione amministrativa tra le PA, centrali e locali, di tutta Europa.

5. ANNO EUROPEO DELL'INVECCHIAMENTO ATTIVO E DELLA SOLIDARIETÀ FRA GENERAZIONI

Il 2012 è stato proclamato Anno europeo dell'invecchiamento attivo e della solidarietà tra le generazioni: un'occasione per tutti per riflettere su come oggi gli europei vivono e restano in salute più a lungo, nonché per cogliere le opportunità che ne derivano.

L'Anno europeo mira a sensibilizzare la collettività circa la necessità di mantenere la solidarietà tra le generazioni, in realtà sociali che registrano un rapido aumento del numero delle persone anziane.

La finalità principale è quella di migliorare le possibilità di invecchiare restando attivi e di condurre una vita autonoma, intervenendo in settori diversi quali il lavoro, l'assistenza sanitaria, i servizi sociali, l'istruzione per gli adulti, il volontariato, gli alloggi, i servizi informativi o i trasporti.

Verranno analizzate azioni di comunicazione ed informazione interistituzionali con le PA competenti, nazionali ed europee.

TEMATICA EMERGENTE n. 1	Titolo: IL TRATTATO DI LISBONA
TIPOLOGIA DI ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE	Campagna di comunicazione ed informazione integrata (organizzazione di eventi e di attività a carattere informativo nonché azioni di comunicazione mirata).
OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE	Comunicare le nuove procedure legislative, i cambiamenti per la cittadinanza in termini di diritti e partecipazione al processo democratico, il ruolo riconosciuto agli operatori privati nella fase normativa dell'Unione.
CONTENUTI DELLA COMUNICAZIONE	Il messaggio che si intende veicolare è quella di un'Europa dei cittadini e per le PMI che con l'entrata in vigore del Trattato di Lisbona diviene ulteriormente una realtà allargata, democratica e di sviluppo e crescita economica. Verranno evidenziati i nuovi impegni nelle diverse politiche dell'Ue con un <i>focus</i> particolare sulla partecipazione democratica al processo legislativo comunitario da parte dei cittadini europei.
TARGET GROUP	Grande pubblico in generale, operatori privati e PMI
MEZZI E AZIONI IPOTIZZATE	<ol style="list-style-type: none"> 1. Attività di comunicazione/informazione per spiegare ed illustrare la partecipazione democratica al processo legislativo comunitario da parte della cittadinanza. <i>Importo: € 100 mila – Fondi del Partenariato di gestione¹ 2012.</i> 2. Evento del 1° dicembre 2012 per celebrare il terzo anno dell'entrata in vigore del Trattato di Lisbona, organizzazione di <i>workshop</i> tematici. <i>Importo: € 100 mila – Fondi del Partenariato di gestione 2012.</i>
PERIODO	Gennaio – Dicembre
EVENTUALE PREVISIONE DI MONITORAGGIO	Azioni di monitoraggio e valutazione previste nell'ambito del Partenariato di gestione
BUDGET DISPONIBILE	<i>€ Importo: € 200 mila – Fondi del Partenariato di gestione 2012.</i>
EVENTUALI COLLABORAZIONI CON ASSOCIAZIONI,	Collaborazioni con Regioni, Enti locali, Istituzioni europee, operatori privati e Reti di informazione europee (Europe Direct, Eurodesk, ecc...), associazioni di categoria.

¹ P.S. Il Partenariato di gestione è un finanziamento messo a disposizione della Commissione europea per realizzare, insieme al "Governo del Paese" ed al Parlamento europeo, iniziative condivise di comunicazione a livello locale. L'Italia, quindi, non ha la completa disponibilità dei fondi anche se partecipa alle decisioni circa il loro utilizzo).

ONLUS, ALTRI ENTI	
SINERGIE DI COMUNICAZIONE CON ALTRI MINISTERI	Da definire nel corso dell'organizzazione degli eventi dopo aver verificato come le PA interessate la loro disponibilità

TEMATICA EMERGENTE n. 2	Titolo: EUROPA 2020: Strategia per una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva
TIPOLOGIA DI ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE	organizzazione di eventi e di attività a carattere informativo.
OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE	Dimostrare il valore aggiunto dell'essere cittadini europei per fronteggiare le sfide economiche del futuro e reagire alla crisi in atto.
CONTENUTI DELLA COMUNICAZIONE	<p>Comunicare la capacità dimostrata dall'Unione europea nell'affrontare la crisi, informando il grande pubblico su quelle che sono le opportunità di lavoro, con particolare attenzione al nuovo modello di <i>governance</i> economica europea e ai nuovi strumenti previsti per il rilancio dell'economia.</p> <p>Un <i>focus</i> specifico riguarderà la promozione e la diffusione degli strumenti e delle politiche messe a disposizione dalla Ue per le PMI, al fine di favorire e sostenere l'imprenditorialità, l'occupazione e la crescita sostenibile.</p>
TARGET GROUP	Grande pubblico in generale e PMI
MEZZI E AZIONI IPOTIZZATE	<ol style="list-style-type: none"> 1. Campagna di comunicazione ed informazione rivolta alla cittadinanza e, in particolare, alle PMI - Creatività e piano diffusione. <i>Importo: € 150 mila – Fondi del Partenariato di gestione 2012.</i> 2. Accordo con SSPAL - Organizzazione di nr. 10 incontri informativi sui fondi diretti a livello territoriale con la cittadinanza/imprese/studenti, sulla strategia 2020 (modalità e tempi da definire). <i>Importo: € 25 mila – Fondi Dipartimento 2012.</i> 3. Diffusione e promozione dell'accordo con ASSONIME, attraverso l'organizzazione di nr. 1 incontro informativo relativo alla mercato interno su tematiche specifiche ancora in corso di definizione. <i>Importo: €</i> 4. Lezioni d'Europa - Organizzazione di nr. 3 incontri informativi a livello territoriale con la cittadinanza/imprese/studenti, sulla strategia 2020 (modalità e tempi da definire). <i>Importo: € 50 mila – Fondi del Partenariato di gestione 2011.</i> 5. Promozione e diffusione, nonché implementazione, della piattaforma <i>e-learning</i> e del sito www.direttivaservizi.eu, e del

	<p>sito www.finanziamentidiretti.eu.</p> <p><i>Importo: € 20 mila – Fondi Dipartimento 2011.</i></p> <p>6. Progetto IMI – nr. 5 incontri a livello territoriale, per presentazione del sito.</p> <p><i>Importo: € 20 mila – Fondi Dipartimento 2011.</i></p> <p>7. Creazione di 1 o 2 tavoli di lavoro su tematiche e atti normativi considerati prioritari per il Dipartimento (da definire con CIACE e Ufficio Mercato Interno entro febbraio 2012) nonché realizzazione di un progetto di governance dei negoziati nel corso della c.d. fase ascendente, finalizzato anche al coinvolgimento degli operatori privati nella definizione della posizione nazionale (accordo con CUEIMM)</p> <p><i>Importo: € 60 mila – Fondi Dipartimento 2011.</i></p>
PERIODO	Gennaio – Dicembre 2012
EVENTUALE PREVISIONE DI MONITORAGGIO	Azioni di monitoraggio e valutazione.
BUDGET DISPONIBILE	<i>Importo: € 475 mila, di cui € 105 mila – Fondi Dipartimento 2011/2012 ed € 370 mila – Fondi del Partenariato di gestione 2011/2012 (al netto di IVA, se dovuta)</i>
EVENTUALI COLLABORAZIONI CON ASSOCIAZIONI, ONLUS, ALTRI ENTI	Collaborazioni con Regioni, Enti locali, Istituzioni europee e Reti di informazione europee (Europe Direct, Eurodesk, ecc...), associazioni di categoria.
SINERGIE DI COMUNICAZIONE CON ALTRI MINISTERI	Da definire nel corso dell'organizzazione degli eventi dopo aver verificato come le PA interessate la loro disponibilità

TEMATICA EMERGENTE n. 3	Titolo: L'EUROPA DELLA CITTADINANZA E DEI GIOVANI
TIPOLOGIA DI ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE	Comunicazione/Informazione integrata, attraverso l'utilizzazione di diversi strumenti, azioni e programmi mirati
OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE	Il fine è quello di creare le basi per il consolidamento di una cultura europea in una fascia di popolazione quanto più possibile ampia, sensibilizzando la stessa e la collettività sui valori che sono alla base del processo di integrazione europea. Si illustreranno alcuni principi e doveri relativi alla politica ambientale (in particolare il corretto smaltimento dei rifiuti). Si punterà al miglioramento della preparazione professionale dei giovani, seguendoli nel percorso formativo e permettendo loro di costruirsi un curriculum "europeo" che possa renderli pronti a lavorare nel mercato interno, presso Istituzioni pubbliche e/o private.
CONTENUTI DELLA COMUNICAZIONE	I messaggi ed i prodotti informativi/comunicativi predisposti riguardano: la conoscenza delle Istituzioni europee, il loro funzionamento, le normative europee ed il loro impatto nella vita quotidiana; il consolidamento dei diritti e dei valori comuni per una la costruzione di una società civile unita, nell'ambito del processo di integrazione europea; i programmi di studio e formazione in Europa, la mobilità dei giovani in Europa, le opportunità di lavoro e scambio culturale.
TARGET GROUP	Tutta la popolazione, con particolare riferimento alle giovani generazioni: scuola secondaria inferiore, scuola secondaria superiore ed università.
MEZZI E AZIONI IPOTIZZATE	<ol style="list-style-type: none"> 1. Attività di comunicazione/informazione nelle scuole primarie di I e II grado e secondarie di I grado attraverso il progetto EUROPA=NOI. Il progetto è finalizzato a diffondere e rafforzare la coscienza della cittadinanza europea e dei diritti fondamentali, a partire dai più piccoli. Gli strumenti che i docenti possono utilizzare come supporto didattico per illustrare il processo di integrazione europea e spiegare la storia, i valori e le possibilità offerte dall'Unione Europea, consistono in due percorsi multimediali contenuti in un CD-rom, e dal prodotto in formato cartaceo ed elettronico, dal titolo "Agenda per gli insegnanti. A scuola di Europa". Gli incontri con i docenti, durante i quali vengono illustrati i materiali didattici, si svolgono su tutto il territorio nazionale a livello regionale. 2. L'Europa è in città - Cinque incontri/eventi con i nuovi parlamentari eletti e le realtà territoriali nelle relative circoscrizioni elettorali, preceduti da una adeguata campagna stampa sui quotidiani locali ed informativa anche

sul *web* (date da definire).

Importo: € 100 mila - Fondi del Partenariato di gestione 2011 ed € 100 mila Fondi del Partenariato di gestione 2012.

- 3.** Diffusione e promozione del sito www.smartstudent.it (dedicato agli studenti universitari che si apprestano ad intraprendere un'esperienza Erasmus). In tale contesto gli studenti possono svolgere percorsi formativi relativi alle Istituzioni comunitarie, le politiche e i programmi dell'Unione Europea.

Importo: € 20 mila - Fondi del Partenariato di gestione 2011.

- 4.** Diffusione e promozione del sito www.volontarioineuropa.eu

Importo: € 20 mila - Fondi del Partenariato di gestione 2011.

- 5. UE x te.** Rendere i giovani più consapevoli sulle politiche giovanili europee, la struttura e il funzionamento delle Istituzioni europee, i programmi europei, attraverso incontri, materiale informativo divulgativo anche multimediale ed un sito *web*. Evento conclusivo dell'edizione 2011 a febbraio.

Importo: € 30 mila - Fondi del Partenariato di gestione 2011.

6. Generazione euro

Importo: € 20 mila - Fondi del Partenariato di gestione 2011.

7. Nuovi Talenti per l'Europa – Progetto RAI

Importo: € 84 mila - Fondi del Partenariato di gestione 2011.

8. Progetto FISE - Accordo con Università di Perugia

Importo: € 20 mila - Fondi del Partenariato di gestione 2011.

- 9. Progetto SOLVIT in Comune - Accordo con ANCI - nr. 5** incontri informativi a livello territoriale con cittadinanza

Importo: € 12. mila 500 - Fondi Dipartimento 2011.

- 10. Creazione di un portale** con nr. 1 incontro a livello territoriale con cittadinanza (Bologna)

Importo: € 12 mila - Fondi Dipartimento 2011.

- 11. Attività di comunicazione/informazione**, in materia ambientale, nelle scuole primarie e secondarie anche attraverso l'ausilio ed il supporto di appositi strumenti multimediali, che saranno realizzati per essere spiegati ed illustrati nelle scuole.

Importo: € 15 mila - Fondi Dipartimento 2011.

- 12. 112 – Numero unico di emergenza** – Attività ed azioni informative a livello territoriale con cittadinanza

Importo: € 25 mila - Fondi Dipartimento 2012.

- 13. EPSO** - attività ed azioni informative a livello territoriale con i giovani dirette a favorire la più ampia partecipazione italiana ai concorsi per il reclutamento del personale delle istituzioni europee. Nr. 2 incontri sul territorio, organizzati da Università o Reti europee.

PERIODO	Da gennaio a dicembre 2012
EVENTUALE PREVISIONE DI MONITORAGGIO	Azioni di monitoraggio e valutazione
BUDGET DISPONIBILE	<i>Importo:</i> € 348.500 di cui € 54.500 Fondi Dipartimento 2011/2012 ed € 294.000 Fondi del Partenariato di gestione 2011/2012 (più IVA se dovuta).
EVENTUALI COLLABORAZIONI CON ASSOCIAZIONI, ONLUS, ALTRI ENTI	Collaborazioni con Regioni, Enti locali, Istituzioni europee e Reti di informazione europee (Europe Direct, Eurodesk, ecc...), associazioni di categoria, CONAI
SINERGIE DI COMUNICAZIONE CON MINISTERI	Da definire nel corso dell'organizzazione degli eventi dopo aver verificato come le PA interessate la loro disponibilità

TEMATICA EMERGENTE n. 4	Titolo: PIÙ EUROPA NELLA P.A.
TIPOLOGIA DI ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE	Campagna di informazione/comunicazione integrata attraverso la realizzazione di specifici e mirati interventi ed attività anche attraverso l'organizzazione di eventi, <i>workshop</i> e convegni.
OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE	Colmare il <i>gap</i> culturale, informando il personale della Pubblica Amministrazione sui temi europei; sostenere la comunicazione tra le Amministrazioni pubbliche; valorizzare il lavoro del Dipartimento; promuovere il senso di appartenenza nei dipendenti; aumentare la capacità comunicativa tra i diversi gruppi di lavoro; agevolare il reperimento delle informazioni necessarie a svolgere la propria funzione all'interno delle amministrazioni.
CONTENUTI DELLA COMUNICAZIONE	La comunicazione sarà indirizzata al personale delle Pubbliche Amministrazioni, Regioni, Enti locali, per migliorare l'efficienza dei servizi con conseguente ricaduta positiva sui cittadini.
TARGET GROUP	Tutte le Pubbliche Amministrazioni, centrali e periferiche.
MEZZI E AZIONI IPOTIZZATI	<p>1. Progetto Fondi Diretti - Diffusione e promozione delle attività previste dall'accordo di collaborazione con l'EIPA e riguardante i fondi europei a gestione diretta. Questa seconda fase del progetto prosegue con un'attività formativa/informativa sulla formazione del budget di progetto. L'attività di promozione e diffusione è destinata a Enti locali, Enti pubblici, imprese, università e organizzazioni non governative interessati a partecipare alla progettazione comunitaria. <i>Importo: € 25 mila - Fondi Dipartimento 2011.</i></p> <p>2. Progetto AIR in Comune previsto dall'accordo con SSPAL per l'individuazione di una governance delle informazioni che il Dipartimento deve fornire al Parlamento sugli atti normativi europei presentati dalla Commissione Ue al Consiglio. <i>Importo: € 33 mila - Fondi Dipartimento 2011.</i></p>
PERIODO	Da novembre 2010 a dicembre 2012
EVENTUALE PREVISIONE DI MONITORAGGIO	Azioni di monitoraggio e valutazione
BUDGET DISPONIBILE	<i>Importo: € 58 mila - Fondi Dipartimento 2011.</i>

EVENTUALI COLLABORAZIONI CON ASSOCIAZIONI, ONLUS, ALTRI ENTI	Collaborazione con DAR, DAGL, Regione Lazio, Regione Lombardia, Regione Toscana e CINSEDO (centro interregionale studi e documentazione).
SINERGIE DI COMUNICAZIONE CON ALTRI MINISTERI	

TEMATICA EMERGENTE n. 5	ANNO EUROPEO DELL'INVECCHIAMENTO ATTIVO E DELLA SOLIDARIETÀ FRA GENERAZIONI
TIPOLOGIA DI ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE	Organizzazione di eventi, <i>workshop</i> e convegni. Eventuale campagna di informazione/comunicazione integrata attraverso la realizzazione di specifici e mirati interventi.
OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE	La finalità è quella di sensibilizzare la collettività circa la necessità di mantenere la solidarietà tra le generazioni, in realtà sociali che registrano un rapido aumento del numero delle persone anziane.
CONTENUTI DELLA COMUNICAZIONE	La comunicazione e l'informazione riguarderanno specifiche tematiche utili per migliorare le possibilità di invecchiamento restando attivi, conducendo una vita autonoma ed intervenendo in settori di interesse quali il lavoro, l'assistenza sanitaria, i servizi sociali, l'istruzione per gli adulti, il volontariato, gli alloggi, i servizi informativi o i trasporti.
TARGET GROUP	Cittadinanza.
MEZZI E AZIONI IPOTIZZATI	Verranno realizzate azioni di comunicazione ed informazione interistituzionali con PA nazionali ed europee. Eventuale utilizzo di <i>planning pubblicitario</i> sui grandi mezzi di comunicazione
PERIODO	Da gennaio a dicembre 2012
EVENTUALE PREVISIONE DI MONITORAGGIO	Azioni di monitoraggio e valutazione
BUDGET DISPONIBILE	<i>Importo: € 40 mila - Fondi del Partenariato di gestione 2012</i>
EVENTUALI COLLABORAZIONI CON ASSOCIAZIONI, ONLUS, ALTRI ENTI	Collaborazioni con Regioni, Enti locali, Istituzioni europee e Reti di informazione europee (Europe Direct, Eurodesk, ecc...), associazioni di categoria.
SINERGIE DI COMUNICAZIONE CON ALTRI MINISTERI	Da definire nel corso dell'organizzazione degli eventi da realizzare a seguito di un tavolo di coordinamento con le altre PA interessate e la loro disponibilità operativa

ALTRE INFORMAZIONI

CONVENZIONI RAI	Convenzione per il Progetto “Nuovi talenti per l’Europa”
CONVENZIONI CON ENTI PUBBLICI O PRIVATI, CONVENZIONI CON AGENZIE TECNICHE DI SUPPORTO ISTITUZIONALE	Accordo con SSPAL Accordo con ANCI Accordo con EIPA Accordo con Università di Perugia - CIFAP Accordo con CUEIM Accordo con ASSONIME Accordo con ASFOR Accordo con LUISS
CONVENZIONI CON AGENZIE DI STAMPA E DI INFORMAZIONE	
PRESENZA DI SITI WEB CHE AFFIANCANO QUELLO ISTITUZIONALE	www.vivieuropa.it www.direttivaservizi.eu www.volontarioineuropa.eu www.finanziamentidiretti.eu www.smartstudent.it
EVENTUALE PREVISIONE DI MONITORAGGIO	Azioni di monitoraggio e valutazione
PRODOTTI INFORMATIVI E DOCUMENTALI	Trattato di Lisbona – 1000 copie “Un nuovo trattato per l’Europa: il Trattato di Lisbona” - 1000 copie “A scuola d’Europa – Agenda per gli insegnanti” – 1000 copie Relazione annuale - 500 copie Catalogo mostra “L’Europa in Italia, l’Italia in Europa. Storia dell’integrazione europea in 250 scatti” - 500 copie Guida ai riconoscimenti professionali

PARTECIPAZIONE A FIERE E MANIFESTAZIONI

MANIFESTAZIONE	Costo ipotizzato per l'anno 2012
CLUB di VENEZIA	€ 10.000 Fondi Dipartimento 2012
FIERA DEL LIBRO TORINO	€ 30.000 Fondi Partenariato di gestione 2012
Eventi "FESTA DELL'EUROPA" – Firenze / Catania o Bari/ Roma	€ 100.000 Fondi Partenariato di gestione 2012
3° Ed. Erasmus Welcome Day	€30.000 Fondi Partenariato di gestione 2012
Fiera della Scienza	€ 30.000 Fondi Partenariato di gestione 2012
PARTECIPAZIONE A "DIRE GIOVANI – DIRE FUTURO"	€ 30.000 Fondi Partenariato di gestione 2012
MOSTRA ITINERANTE "L'EUROPA IN ITALIA, L'ITALIA IN EUROPA. STORIA DELL'INTEGRAZIONE EUROPEA IN 250 SCATTI" - TAPPE DI PRESENTAZIONE IN DIVERSE CITTÀ ITALIANE	€ 20.000 Fondi Dipartimento 2012
TOTALE FIERE E MANIFESTAZIONI	€ 30.000 Fondi Dipartimento 2012 € 220.000 Fondi Partenariato di gestione 2012

PARTECIPAZIONE A CONVEGNI, SEMINARI ED ALTRI EVENTI. Diversi	€ 20.000 (per la predisposizione del materiale di supporto alla realizzazione degli convegni, seminari ed altro). Fondi Dipartimento 2012
---	--

DATI INFORMATIVI

MINISTERO o DIPARTIMENTO	DIPARTIMENTO PER LE POLITICHE EUROPEE
RESPONSABILE UFFICI DI COMUNICAZIONE	Anna Maria VILLA CONTATTI: tel. 06 6779 5198 - fax 06 6779 5083 e-mail: a.villa@governo.it Alberto CATTANI CONTATTI: tel. 06 6779 5658 - fax 06 6779 5083 e-mail: a.cattani@governo.it
UFFICIO STAMPA	Massimo PERSOTTI CONTATTI: tel. 06 6779 5874 - fax 06 6779 5867 e-mail: m.persotti@governo.it
REDAZIONE WEB	Massimo PERSOTTI CONTATTI: tel. 06 6779 5874 - fax 06 6779 5867 e-mail: m.persotti@governo.it Roberto CAVAGLIA' CONTATTI: tel. 06 6779 5381 - fax 06 6779 5083 e-mail: r.cavaglia@governo.it