



Presidenza del Consiglio dei Ministri
Dipartimento per le Politiche Comunitarie

***Piano di
informazione,
comunicazione
e pubblicità
2009***

Febbraio 2009

Premessa

- 1. Riferimenti normativi**
- 2. Ruoli e competenze del Dipartimento Politiche comunitarie**

Mission

Obiettivi 2009

Azioni strategiche

- 1. Piano di comunicazione**
- 2. Rivisitazione del sito web istituzionale**

Motivazioni e osservazioni sulla tematiche:

- 1. “ELEZIONI PARLAMENTO EUROPEO”**
- 2. “L’EUROPA DELLE OPPORTUNITA’”**
- 3. “I GIOVANI E L’EUROPA”**
- 4. “PIU’ EUROPA NELLA PA”**

Scheda tematica emergente: elezioni del Parlamento europeo

Scheda tematica emergente: l’Europa delle opportunità

Scheda tematica emergente: i giovani e l’Europa

Scheda tematica emergente: più Europa nella PA

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

Dati informativi

PREMESSA

1. Riferimenti normativi

Il piano di comunicazione, in ottemperanza ai dettami 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 comunitarie

*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 all'attuazione delle politiche comunitarie 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**).*

Il Decreto n. 298 del 23 dicembre 2006 sull' "Organizzazione interna del Dipartimento per il coordinamento delle politiche comunitarie della Presidenza del Consiglio dei Ministri" specifica, all'art. 2, le competenze del Dipartimento:

- a) il coordinamento, nella fase di predisposizione della normativa comunitaria e dell'Unione Europea, al fine della definizione della posizione italiana da sostenere in sede di UE;*
- b) l'espletamento dell'attività funzionalmente necessaria allo svolgimento delle competenze attribuite al CIACE ed al Comitato tecnico permanente*
- c) le attività necessarie ad assicurare il costante monitoraggio del processo decisionale anche al fine di consentire il regolare aggiornamento delle posizioni italiane;*
- d) l'istruttoria degli affari relativi alle questioni europee e verifica dell'attuazione;*
- e) il coordinamento delle azioni da adottare in attuazione della Strategia di Lisbona per la crescita e l'occupazione;*
- f) la cura dei rapporti con gli Uffici della Commissione europea per la trattazione degli affari europei di propria competenza;*
- g) le attività connesse allo svolgimento della sessione comunitaria della Conferenza Stato-Regioni e della Conferenza Stato-città ed Autonomie locali, nonché al coordinamento delle attività delle Regioni e Province autonome in sede comunitaria*
- h) la preparazione delle riunioni del Consiglio Competitività per la parte relativa al mercato interno, nonché delle riunioni delle altre formazioni del Consiglio dei*

Ministri dell'Unione Europea relative a singole questioni per le quali occorra garantire la presenza del Governo

i) le attività di informazione e comunicazione previste della legge 4 febbraio 2005, n. 11;

j) la predisposizione della relazione annuale al Parlamento;

k) la predisposizione e l'attuazione della legge comunitaria annuale, nonché la promozione dei procedimenti di adeguamento dell'ordinamento interno alle norme comunitarie e dell'Unione Europea;

l) il coordinamento, la vigilanza ed il monitoraggio per la corretta e tempestiva attuazione delle norme comunitarie e dell'Unione Europea

m) l'attuazione delle azioni necessarie per prevenire il contenzioso dinanzi agli organi giurisdizionali dell'Unione Europea

n) la promozione delle candidature dei cittadini italiani presso le istituzioni dell'Unione Europea;

o) la formazione di operatori pubblici e privati, il dialogo interculturale con riferimento ai temi ed ai problemi europei e alle altre iniziative di sostegno alle politiche europee

p) la diffusione delle notizie relative alla normativa di adeguamento dell'ordinamento interno alle norme comunitarie, che conferiscono diritti ai cittadini dell'UE o ne agevolano l'esercizio, in materia di libera circolazione delle persone e dei servizi.

MISSION

Il Piano per l'anno 2009 vuole essere un mezzo per creare nell'opinione pubblica una piena consapevolezza dei vantaggi derivanti dall'appartenenza all'Unione Europea ed una leva verso l'innovazione per quanto riguarda le modalità della comunicazione.

OBIETTIVI 2009

1. Comunicare al grande pubblico il valore aggiunto di essere "europei":

- sviluppare il senso di appartenenza all'UE attraverso l'informazione e la sensibilizzazione dei cittadini sulle opportunità offerte, con particolare riguardo alla possibilità di utilizzo dei fondi UE;
- favorire la conoscenza delle disposizioni comunitarie più rilevanti per cittadini ed imprese;
- informare sulle attività delle istituzioni comunitarie e sul loro funzionamento;
- garantire l'informazione e la visibilità di partecipazione inter-istituzionale alla predisposizione della normativa comunitaria e della successiva attuazione;

- comunicare e informare sul ruolo dell'Italia nell'Unione Europea.

2. Costruire la consapevolezza dei diritti e dei doveri europei tra i giovani:

- informare dei benefici derivanti dalla cittadinanza europea, con particolare riferimento alle opportunità di lavoro, di studio e di formazione;
- promuovere la conoscenza delle Istituzioni comunitarie e del loro funzionamento;
- sensibilizzare le giovani generazioni verso le grandi tematiche europee.

3. Colmare il gap culturale nelle Amministrazioni dello Stato, formando 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:

- promuovere il senso di appartenenza nei dipendenti;
- aumentare la capacità comunicativa tra i gruppi di lavoro;
- agevolare il reperimento delle informazioni necessarie a svolgere la propria funzione all'interno delle amministrazioni.

Destinatari

Targets diretti :

- grande pubblico,
- giovani
- imprese,
- Pubbliche Amministrazioni centrali e Enti locali

Targets influenti:

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

AZIONI STRATEGICHE DI COMUNICAZIONE

1. Piano di comunicazione

Il piano annuale di comunicazione si sviluppa attorno a quattro temi principali:

- 1. Le elezioni del Parlamento europeo**
- 2. L'Europa delle opportunità**
- 3. I giovani e l'Europa**
- 4. Più Europa nella PA**

Con l'individuazione di queste tematiche si vuole privilegiare e semplificare, adattandola ai diversi target di riferimento, la comunicazione di un' Europa dei cittadini. I contenuti che si intendono veicolare mirano a ricostruire e consolidare il legame tra opinione pubblica ed Istituzioni europee, un legame che proprio negli ultimi tempi (soprattutto dopo il risultato del referendum irlandese che ha bocciato il Trattato di Lisbona) ha mostrato palesemente la necessità di essere rafforzato e sostenuto. I temi scelti per la campagna di informazione e comunicazione 2009, quindi, convergono tutti verso il grande obiettivo di aumentare la "consapevolezza" e la "fiducia" dei cittadini nei confronti dell'Unione Europea.

Nel piano sono indicate anche alcune azioni al momento non compiutamente definite.

2. Arricchimento del sito web istituzionale

Il piano presuppone l'intensificazione e la razionalizzazione dell'utilizzo di "internet", trasversale ai diversi target, come importante mezzo di supporto e complementarietà a tutte le azioni di comunicazione previste.

Sotto questo profilo si rende necessario il restyling del sito istituzionale www.politichecomunitarie.it, sia dal punto di vista grafico che sotto il profilo dei contenuti. Il progetto sarà avviato con l'attivazione di un sistema di navigazione più intuitivo, che permetterà l'accesso alle informazioni in tempi più brevi e dall'organizzazione di nuove sezioni di approfondimento. L'obiettivo finale è il miglioramento della qualità dell'informazione online, con la completa integrazione dei siti attualmente in linea e con l'introduzione di strumenti cosiddetti "web 2.0" che consentano la partecipazione diretta dei cittadini.

In particolare, il sito "ViviEuropa" (www.vivieuropa.it) – concepito come un portale verso le sezioni e le pagine europee dei siti delle Pubbliche Amministrazioni – attualmente completamente separato, verrà integrato nella homepage del sito istituzionale.

Il nuovo sito offrirà, inoltre, servizi innovativi legati allo sviluppo delle nuove tecnologie per il web. Sarà prevista una sezione multimediale (audio, video e foto) realizzata sulle più diffuse piattaforme social (youtube e flickr), pur rimanendo in linea con i requisiti di accessibilità.

Nell'ottica di una sempre maggiore diffusione dei contenuti verranno utilizzati gli strumenti di delivery delle informazioni (RSS).

MOTIVAZIONI E OSSERVAZIONI SULLA TEMATICHE:

1. “LE ELEZIONI DEL PARLAMENTO EUROPEO”

Tra le priorità per il 2009 definite dalle tre Istituzioni europee (Parlamento, Commissione e Consiglio) figura il tema delle elezioni europee.

La necessità di comunicazione ed informazione mirata ad allargare il più possibile la conoscenza e l'importanza di una partecipazione attiva dei cittadini si evince anche dai risultati di un'analisi di Eurobarometro, lo strumento di cui si avvale la Commissione europea per conoscere gli atteggiamenti dei cittadini europei. Secondo i dati pubblicati alla fine del 2008, in Italia il 70% degli intervistati non è a conoscenza della data delle prossime elezioni europee anche se il 48 % del campione si è detto interessato all'appuntamento con le urne, mentre l'8% ha affermato che sicuramente non si presenterà al voto.

La società “Scholz & Friends”, scelta dal Parlamento europeo, fornirà il supporto operativo alla campagna di informazione e comunicazione in tutti i 27 paesi membri.

2. “L'EUROPA DELLE OPPORTUNITA'”

La tematica si sviluppa in una serie di azioni che, per linguaggio e contenuti, si indirizzano alla totalità della popolazione.

I messaggi da diffondere vogliono far conoscere le Istituzioni europee e il loro funzionamento, i valori comuni, le normative europee ed il loro impatto nella vita quotidiana. L'obiettivo è quello di far nascere e crescere quel sentimento di appartenenza ad un'istituzione comune, indispensabile per la formazione e il consolidamento di una società civile unita, seppur nella diversità, come recita il motto della nuova Europa

Comunicando “L'Europa delle opportunità” si vogliono raggiungere i cittadini nei loro contesti, fornendo loro informazioni sugli sviluppi delle politiche comunitarie e creando occasioni di incontro e approfondimento sulle problematiche di carattere sociale ed economico più “sentite” dall'opinione pubblica.

La necessità di comunicare maggiormente e più efficacemente l'Europa ai cittadini rientra tra le priorità indicate dal Ministro Andrea Ronchi nelle linee programmatiche del Dipartimento delle politiche comunitarie presentate alle commissioni di Camera e Senato nel luglio 2008.

3. “I GIOVANI E L'EUROPA”

Il tema “I giovani e l'Europa” vuole realizzare una comunicazione agile e creativa, che consenta di far nascere e crescere, fin dall'infanzia, il sentimento di appartenenza ad una comunità allargata.

I messaggi creeranno le basi per il consolidamento di una cultura europea proprio nella fascia di popolazione destinata a segnare e a disegnare il futuro dell'Europa stessa.

Le azioni previste nel presente piano sono state individuate a sostegno del tema “Il

futuro di un'Europa dei cittadini" proposto dalla Commissione Europea (dichiarazione politica "Comunicare l'Europa insieme" firmata a Strasburgo dai rappresentanti del Parlamento, della Presidenza del Consiglio e dalla Commissione, il 22 ottobre 2008), quale possibile iniziativa di comunicazione comune per l'anno 2009 .

4. "PIU' EUROPA NELLA PA"

Per sostenere il processo di integrazione europea appare prioritaria anche una forte azione di comunicazione specifica per le Amministrazioni centrali e locali, per la corretta applicazione del diritto comunitario e la realizzazione degli impegni assunti con l'UE.

In linea con la politica di Governo, la comunicazione in tale ambito si concentra sulla formazione europea e professionale del personale della pubblica amministrazione. In particolare, si vuole investire sul capitale umano, sviluppando competenze specifiche, promuovendo il senso di appartenenza degli operatori pubblici e puntando al miglioramento dei servizi e alla conseguente ricaduta positiva sui cittadini per livello di qualità delle prestazioni e di tutela.

TEMATICA EMERGENTE n. 1	Titolo: ELEZIONI PARLAMENTO EUROPEO
TIPOLOGIA DI ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE	Campagna di comunicazione integrata (organizzazione di eventi, comunicazione a carattere pubblicitario e azioni di comunicazione mirata).
OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE	Comunicare e informare sull'importanza delle elezioni europee, coinvolgere, in particolare i giovani.
CONTENUTI DELLA COMUNICAZIONE	I contenuti della comunicazione saranno indirizzati a consolidare e sostenere il sentimento di appartenenza all'Unione. L'idea che si vuole veicolare è quella di un' Europa dei cittadini e per i cittadini, cioè una realtà allargata e democratica che, per poter far fronte alle sfide del nuovo millennio (dentro e fuori i confini europei), deve poter contare sulla partecipazione attiva della sua popolazione a partire proprio dai processi di costruzione politica.
TARGET GROUP	Tutta la popolazione con particolare attenzione ai giovani.
"MEDIA" IPOTIZZATI (mezzi ipotizzati-azioni)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Partecipazione al Progetto Eurodesk "UExTE" che si propone di coinvolgere i giovani nel diventare testimoni consapevoli delle opportunità disponibili nell'Unione Europea di oggi per tutti noi, stimolando così la loro partecipazione alle elezioni 2009. Mezzi ipotizzati: Realizzazione di un sito web e attività di formazione Importo: € 40 mila (partenariato di gestione 2008 con la Commissione Europea e il Parlamento Europeo) 2. Azioni a supporto della campagna di informazione e comunicazione del Parlamento europeo realizzata dalla società "Scholz & Friends". Mezzi ipotizzati: acquisto di spazi di comunicazione attraverso i quali veicolare i prodotti di comunicazione (diffusione spot nelle grandi stazioni, negli aeroporti, nei cinema, in televisione; campagna sugli autobus; affissioni) Importo: € 400 mila (partenariato di gestione 2009 con la Commissione Europea e il Parlamento Europeo) 3. Cinque incontri/eventi post-elezioni tra i nuovi parlamentari eletti e le realtà territoriali nelle relative circoscrizioni elettorali: <ol style="list-style-type: none"> 1. Italia Nord-Occidentale (Piemonte, Valle d'Aosta,

	<p>Liguria, Lombardia);</p> <p>2. Italia Nord-Orientale (Veneto, Trentino-Alto Adige, Friuli-Venezia Giulia, Emilia Romagna);</p> <p>3. Italia Centrale (Toscana, Umbria, Marche, Lazio);</p> <p>4. Italia Meridionale (Abruzzi, Molise, Campania, Puglia, Basilicata, Calabria);</p> <p>5. Italia Insulare (Sicilia, Sardegna).</p> <p>Mezzi ipotizzati: campagna stampa sui quotidiani locali</p> <p>Importo: € 50 mila (partenariato di gestione 2009 con la Commissione Europea e il Parlamento Europeo)</p> <p>4. Iniziativa negli stadi di calcio in collaborazione con il CONI l' 8/9 maggio, in occasione della Festa dell'Europa,</p> <p>Mezzi ipotizzati: Diffusione attraverso gli altoparlanti dell'Inno europeo.</p> <p>Importo: gratuito</p>
PERIODO	<p>Azioni finalizzate alla partecipazione alla consultazione elettorale europea : gennaio - maggio</p> <p>Gli altri eventi : giugno – dicembre</p>
EVENTUALE PREVISIONE DI MONITORAGGIO	Non previsto
BUDGET DISPONIBILE	€ 490 mila euro del partenariato di gestione 2008 e 2009
EVENTUALI COLLABORAZIONI CON ASSOCIAZIONI, ONLUS, ALTRI ENTI	Collaborazioni con Regioni e Istituzioni Europee
SINERGIE DI COMUNICAZIONE CON ALTRI MINISTERI	Non previsti

TEMATICA EMERGENTE n. 2	Titolo: L'EUROPA DELLE OPPORTUNITA'
TIPOLOGIA DI ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE	Comunicazione integrata (comunicazione attraverso strategie mirate, comunicazione web, attività editoriale e campagna pubblicitaria)
OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE	Incentivare la comunicazione del valore aggiunto europeo; sviluppare il senso di appartenenza all'Europa; favorire la conoscenza delle disposizioni comunitarie più rilevanti per i cittadini; informare sulle attività delle Istituzioni comunitarie
CONTENUTI DELLA COMUNICAZIONE	I messaggi da diffondere vogliono aumentare la conoscenza delle Istituzioni europee e del loro funzionamento, i valori comuni, le normative europee ed il loro impatto nella vita quotidiana. L'obiettivo è quello di far nascere e crescere quel sentimento di appartenenza ad un istituzione comune indispensabile per la formazione e il consolidamento di una società civile unita, seppur nella diversità, come recita il motto della nuova Europa
TARGET GROUP	Tutta la popolazione, in particolare i giovani.
"MEDIA" IPOTIZZATI (mezzi ipotizzati – azioni)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Attività di comunicazione per sensibilizzare l'opinione pubblica sull'intero sistema dell'Unione europea. Mezzi ipotizzati: Produzione e diffusione sui sistemi di videocomunicazione per luoghi ad alta frequentazione di n. 5 spot Importo: € 130 mila (partenariato di gestione 2008 con la Commissione Europea e il Parlamento Europeo) 2. Attività di comunicazione che mettano in risalto i vantaggi del mercato unico Mezzi ipotizzati: Campagna informativa (spot radiofonico e produzione materiale informativo, cartaceo e on-line). Campagna stampa promozionale. Evento di lancio campagna informativa. Importo: € 60 mila (partenariato di gestione 2008 con la Commissione Europea e il Parlamento Europeo) 3. Azioni di comunicazione a supporto dell'iniziativa "La Creatività nel triangolo della conoscenza. Istruzione,

	<p>Ricerca e Innovazione” promossa dalla Rappresentanza della Commissione europea in Italia nell’ Anno europeo della Creatività e dell’Innovazione</p> <p>Mezzi ipotizzati: eventi sul territorio</p> <p>Importo: € 50 mila (partenariato di gestione 2009 con la Commissione Europea e il Parlamento Europeo)</p> <p>4. Azioni di comunicazione, da realizzare premiando i tre migliori progetti che - nell’ambito di festival al Nord, al Centro e al Sud Italia - affrontano nei loro programmi la dimensione europea della creatività e della innovazione.</p> <p>Mezzi ipotizzati: spazi e sezioni dei festival, dedicate a tale tematica</p> <p>Importo: € 100 mila (partenariato di gestione 2009 con la Commissione Europea e il Parlamento Europeo)</p> <p>5. Studio/monitoraggio sulla percezione dell’UE presso la cittadinanza</p> <p>Mezzi ipotizzati: intervista al Ministro sui risultati</p> <p>Importo: € 20mila (fondi nazionali)</p> <p>6. Sostegno alla Campagna di comunicazione prevista dal Progetto Pilota proposto da Veneto, Puglia e Friuli sul monitoraggio dei fondi a gestione diretta, in collaborazione con le rappresentanze delle tre regioni a Bruxelles .</p> <p>Mezzi ipotizzati: partecipazione ad eventi</p> <p>Importo: In attesa di definizione</p> <p>7. Progetto pilota per un corso di giornalismo “Come comunicare l’Europa”, realizzato con la regione Sicilia.</p> <p>Mezzi ipotizzati: evento di lancio e partecipazione alle attività didattiche</p> <p>Importo: In attesa di definizione</p>
PERIODO	Da gennaio a dicembre 2009
EVENTUALE PREVISIONE DI MONITORAGGIO	Non previsto
BUDGET DISPONIBILE	€ 360 mila di cui: € 340 mila Partenariato di gestione con la Commissione

	<p>Europea e il Parlamento Europeo 2008 e 2009 € 20 mila fondi nazionali</p>
<p>EVENTUALI COLLABORAZIONI CON ASSOCIAZIONI, ONLUS, ALTRI ENTI</p>	<p>Accordo di collaborazione con le Regioni e le Istituzioni Europee</p>
<p>SINERGIE DI COMUNICAZIONE CON ALTRI MINISTERI</p>	<p>Non previsti</p>

TEMATICA EMERGENTE n. 3	Titolo: I GIOVANI E L' EUROPA
TIPOLOGIA DI ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE	Campagna comunicazione integrata (strategie di comunicazione mirata, campagna pubblicitaria, comunicazione attraverso web, organizzazione concorsi e eventi)
OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE	Costruire la consapevolezza dei diritti e dei doveri europei tra i giovani; informare dei benefici della cittadinanza europea; informare sulle iniziative dell'UE; promuovere la conoscenza delle Istituzioni comunitarie e del loro funzionamento; sensibilizzare le giovani generazioni verso le grandi tematiche europee.
CONTENUTI DELLA COMUNICAZIONE	I messaggi saranno indirizzati a far conoscere la dimensione europea (istituzioni, meccanismi di funzionamento, valori comuni, diritti e doveri derivanti dalla cittadinanza europea) con l'intento di creare le basi per il consolidamento di una cultura europea nella fascia di popolazione destinata a disegnare il futuro dell'Unione.
TARGET GROUP	Giovani generazioni (scuola dell'infanzia, elementari, medie, scuola secondaria superiore e Università)
"MEDIA" IPOTIZZATI (mezzi ipotizzati – azioni)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informazione e divulgazione delle tematiche legate alla cittadinanza attiva e alla lotta alla xenofobia, razzismo e forme di discriminazione in generale. Mezzi ipotizzati: Concorso di idee per iniziative progettuali sul tema della lotta alla xenofobia. Moduli formativi per insegnanti Importo: € 85 mila (partenariato di gestione 2008 con la Commissione Europea e il Parlamento Europeo) 2. "Lezioni d'Europa", eventi tesi a rinforzare l'identità europea, rivolti al grande pubblico, in particolare giovani. Mezzi ipotizzati: <ul style="list-style-type: none"> ■ 3 incontri didattici tenuti da docenti universitari, personalità istituzionali e politiche, esperti, con riferimento alle seguenti tematiche: <ul style="list-style-type: none"> ▪ identità europea; ▪ processo di integrazione del mercato unico in termini di vantaggi tangibili per i cittadini; ▪ energia e ambiente ■ Collana audio libri su "Lezioni d'Europa" ■ Campagna di comunicazione eventi/incontri

	<p>(stampa, web, pubblicazioni, raccolte editoriali)</p> <p>Importo: € 185 mila (partenariato di gestione 2008 con la Commissione Europea e il Parlamento Europeo)</p> <p>3. Concorso per scuole di grafici, con la premiazione finale del miglior cartone animato, realizzato su tematiche europee</p> <p>Mezzi ipotizzati: ideazione, realizzazione e distribuzione di un cartone animato rivolto ad un pubblico di giovanissimi (5-13 anni)</p> <p>Importo: € 100 mila (partenariato di gestione 2009 con la Commissione Europea e il Parlamento Europeo)</p> <p>4. Progetti formativi, da realizzare in collaborazione con la fondazione CRUI, che coinvolgano l'intero sistema universitario italiano (€ 50 mila)</p> <p>Mezzi ipotizzati: eventi</p> <p>Importo: € 50 mila (partenariato di gestione 2009 con la Commissione Europea e il Parlamento Europeo)</p> <p>5. Concerto a Caserta per la festa dell'Europa, in collaborazione con il Parlamento europeo.</p> <p>Mezzi ipotizzati: evento e campagna stampa</p> <p>Importo: da definire (fondi nazionali)</p>
PERIODO	Da gennaio a dicembre 2009
EVENTUALE PREVISIONE DI MONITORAGGIO	Non prevista
BUDGET DISPONIBILE	€ 420 mila del Partenariato di gestione 2008 e 2009 con la Commissione Europea e il Parlamento Europeo Fondi nazionali da definire
EVENTUALI COLLABORAZIONI CON ASSOCIAZIONI, ONLUS, ALTRI ENTI	Accordo di collaborazione con le Università/ CRUI
SINERGIE DI COMUNICAZIONE CON ALTRI MINISTERI	Collaborazione con MIUR

TEMATICA EMERGENTE n. 4	Titolo: PIU' EUROPA NELLA PA
TIPOLOGIA DI ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE	Campagna di comunicazione integrata (organizzazione di eventi, comunicazione mirata attraverso web, attività editoriale, azioni di comunicazione interna)
OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE	Colmare il gap culturale, formando il personale della PA; sostenere la comunicazione da e verso le Amministrazioni pubbliche e gli enti locali ; 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 della PA per migliorare l'efficienza dei servizi con conseguente ricaduta positiva sui cittadini.
TARGET GROUP	Tutte le Pubbliche Amministrazioni, centrali e locali.
"MEDIA" IPOTIZZATI (mezzi ipotizzati – azioni)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Moduli formativi per il personale della PCM on line in collaborazione con l'Uff. Formazione del Segretariato generale. Mezzi ipotizzati: corsi on-line Importo: da definire 2. Linee guida sulla corretta applicazione della normativa comunitaria (la collana: "I nostri manuali", affidata a centri di eccellenza, università specializzate in formazione comunitaria, esperti ecc...) Mezzi ipotizzati: collana on-line Importo: da definire 3. Attivazione di una rete di comunicatori con le altre PA (centrali e locali), Mezzi ipotizzati: comunicazione on-line Importo: da definire 4. Attività di comunicazione sui Finanziamenti europei 2007/2013 e sul contrasto alle irregolarità e alle frodi nei fondi strutturali Mezzi ipotizzati: Ciclo di seminari sul territorio

	<i>Importo:</i> da definire
PERIODO	Da gennaio a dicembre 2009
EVENTUALE PREVISIONE DI MONITORAGGIO	Non prevista
BUDGET DISPONIBILE	da definire
EVENTUALI COLLABORAZIONI CON ASSOCIAZIONI, ONLUS, ALTRI ENTI	Accordi di collaborazione con centri di eccellenza, università specializzate in formazione comunitaria.
SINERGIE DI COMUNICAZIONE CON ALTRI MINISTERI	Collaborazione con l'Uff. Formazione del Segretariato generale.

ALTRE INFORMAZIONI

CONVENZIONI RAI	
CONVENZIONI CON ENTI PUBBLICI O PRIVATI, CONVENZIONI CON AGENZIE TECNICHE DI SUPPORTO ISTITUZIONALE	
CONVENZIONI CON AGENZIE DI STAMPA E DI INFORMAZIONE	
INIZIATIVE DI COMUNICAZIONE IN CORSO	Restyling del sito istituzionale www.politichecomunitarie.it
PRESENZA DI SITI WEB CHE AFFIANCANO QUELLO ISTITUZIONALE	“ViviEuropa” www.vivieuropa.it

PARTECIPAZIONE A FIERE E MANIFESTAZIONI

MANIFESTAZIONE	Costo ipotizzato per l'anno 2009
CLUB di VENEZIA	Euro 5.000
FIERA DEL LIBRO TORINO	Euro 6.000
FORUM P.A Allo studio l'organizzazione di un Workshop sulle azioni di partenariato di gestione.	Euro 10.000
COMPA	Euro 10.000
EUROP.A SALONE DELLE AUTONOMIE LOCALI (RIMINI)	Euro 8.000
TOTALE FIERE E MANIFESTAZIONI	Euro 39.000

Partecipazione a convegni, seminari ed altri eventi.

il DPC valuterà nel corso del 2009 l'opportunità di partecipazione ad altre manifestazioni, nazionali o internazionali, di interesse europeo.

DATI INFORMATIVI

MINISTERO o DIPARTIMENTO	DIPARTIMENTO PER LE POLITICHE COMUNITARIE
RESPONSABILE UFFICI DI COMUNICAZIONE	NOME: Anna Maria Villa CONTATTI : tel. 6779 5198 fax 67795083 e-mail : a.villa@governo.it
CAPO UFFICIO STAMPA	NOME: Fabrizio De Feo CONTATTI : tel. 67795870 fax 67795867 e-mail : f.defeo@governo.it
REDAZIONE WEB	Ufficio Cittadinanza Europea: Anna Maria De Caroli CONTATTI : tel. 67796864 fax 67795083 e-mai : a.decaroli@governo.it Ufficio Stampa: Massimo Persotti CONTATTI : tel. 67795874 fax 67795867 e-mai : m.persotti@governo.it