



Presidenza del Consiglio dei Ministri
Dipartimento per le Politiche Comunitarie

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

2010

(17.12.2009)

Novembre 2009

Indice

Premessa

- 1. Riferimenti normativi**
- 2. Ruoli e competenze del Dipartimento per il coordinamento delle politiche comunitarie**

Mission

Obiettivi strategici del Dipartimento

Azioni di comunicazione per il 2010

- 1. Piano di comunicazione**
- 2. Sito web istituzionale**

Analisi delle tematiche prioritarie:

- 1. “IL TRATTATO DI LISBONA”**
- 2. “LA CRISI ECONOMICA E LO SVILUPPO”**
- 3. “CLIMA ED ENERGIA**
- 4. “L’EUROPA DELLE OPPORTUNITA’ E DEI GIOVANI”**
- 5. “PIÙ’ EUROPA NELLA P.A.”**

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 l'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).

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 n. 298 del 23 dicembre 2006 sull'"Organizzazione interna del Dipartimento per il coordinamento delle politiche comunitarie della Presidenza del Consiglio dei Ministri" che 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 europea;
- 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 2010 mira a creare nell'opinione pubblica una sempre maggiore consapevolezza dei vantaggi derivanti dall'appartenenza all'Unione Europea e a diffondere le informazioni con modalità di comunicazione innovative ed efficaci.

OBIETTIVI STRATEGICI DEL DIPARTIMENTO

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 europee più rilevanti per cittadini ed imprese;
- informare sulle attività delle istituzioni europee e sul loro funzionamento;
- garantire l'informazione e la visibilità di partecipazione inter-istituzionale alla predisposizione della normativa europea e della successiva attuazione;
- comunicare ed informare sul ruolo dell'Italia nell'Unione Europea.

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

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

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:

- 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

diretti:

- grande pubblico
- giovani
- imprese
- Pubbliche Amministrazioni centrali ed Enti locali

influenti:

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

AZIONI DI COMUNICAZIONE PER IL 2010

1. Piano di comunicazione

Il piano 2010 sviluppa alcune importanti tematiche individuate a livello europeo.

Inoltre, prosegue le azioni di carattere generale già intraprese nell'ambito del piano

2009 volte a migliorare il livello di comunicazione ai cittadini ed ai giovani ed a garantire un più adeguato supporto informativo agli operatori pubblici.

Per il 2010, quindi, le linee di azione strategica riguarderanno le seguenti tematiche prioritarie:

- 1. Il Trattato di Lisbona**
- 2. La crisi economica e lo sviluppo**
- 3. Energia e clima**
- 4. L'Europa delle opportunità e dei giovani**
- 5. Più Europa nella PA**

2. Sito web istituzionale

Il nuovo sito istituzionale www.politichecomunitarie.it è divenuto operativo nel corso del 2009.

Il nuovo sito garantisce la qualità dell'informazione *online* ed integra il sito "ViviEuropa" (www.vivieuropa.it), concepito come un portale verso le sezioni e le pagine europee dei siti delle Pubbliche Amministrazioni.

Il nuovo sito offre, inoltre, servizi innovativi legati allo sviluppo delle nuove tecnologie per il web. E' in funzione 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.

Per il 2010, l'azione è mirata, in particolare, a rendere più efficaci i *link* verso le altre amministrazioni; si punta anche a migliorare la qualità della *newsletter*, per poter raggiungere un numero maggiore di utenti interessati ai temi europei. La pubblicazione del documento, inoltre, passa da mensile a quindicinale.

ANALISI DELLE TEMATICHE PRIORITARIE

1. "IL TRATTATO DI LISBONA"

Tra le priorità per il 2010 individuate a livello europeo figura questo tema che è di grande rilevanza per la prosecuzione del processo di integrazione europea. Il Trattato di Lisbona - che modifica il Trattato sull'Unione Europea e il Trattato che istituisce la Comunità europea - è stato firmato nella capitale portoghese il 13 dicembre 2007 dai rappresentanti dei 27 Stati membri, ed è in vigore dal 1° dicembre 2009.

L'attività di comunicazione punterà a dimostrare che il Trattato rende le istituzioni UE più democratiche ed efficienti, specialmente nelle aree di maggior interesse per i cittadini, anche attraverso il valore giuridico che assumerà la Carta dei diritti fondamentali dell'Unione. Esalterà i nuovi impegni nelle politiche di Giustizia, Libertà e Sicurezza e nella Politica estera. Evidenzierà, infine, il ruolo accresciuto del Parlamento europeo e dei Parlamenti nazionali.

2. “CRISI ECONOMICA E SVILUPPO”

Tra le priorità europee per il 2010 figura questo tema che riveste una rilevanza assoluta per le sorti future del continente alla luce della gravissima crisi finanziaria scoppiata nel settembre del 2008 e seguita da una altrettanto grave recessione in tutto il mondo. Il rischio è quello di non recuperare i ritmi di sviluppo precedenti la crisi, con un abbassamento protratto negli anni del tasso di crescita potenziale dell'economia ed una perdita ulteriore di competitività negli scambi mondiali.

L'attività di comunicazione relativa a questa tematica sottolineerà la capacità dimostrata dall'Unione nell'affrontare in modo coordinato ed efficace la crisi ed anche la necessità di proseguire su questa via in un orizzonte temporale di medio-lungo periodo, operando una serie di riforme: dalla revisione delle regole del sistema finanziario all'affinamento degli strumenti di *policy*, ad una migliore integrazione degli interventi, alla riflessione sul futuro della Strategia di Lisbona, alla creazione di nuove opportunità di lavoro nell'economia “verde”, all'enfasi sulla dimensione sociale dello sviluppo.

In particolare, il 2010 sarà l'anno europeo per la lotta alla povertà ed all'esclusione sociale.

3. “CLIMA ED ENERGIA”

Tra le priorità europee per il 2010 si colloca questo tema che è strettamente collegato a quello dello sviluppo sostenibile. Il 17 dicembre 2008, il Parlamento europeo ha approvato il pacchetto cambiamenti climatici, volto a conseguire gli obiettivi che l'UE si è fissata per il 2020: ridurre del 20 per cento le emissioni di gas a effetto serra, portare al 20 per cento il risparmio energetico e aumentare al 20 per cento il consumo di fonti rinnovabili.

Il tema è complesso e ha un rilievo non solo europeo ma internazionale, anche alla luce delle decisioni prese nell'ambito della quindicesima Conferenza delle Nazioni Unite sul clima, svoltasi il 30 novembre 2009 a Copenhagen.

L'attività di comunicazione punterà ad aumentare la visibilità di queste politiche al fine di generare un supporto più largo e partecipe da parte dei cittadini.

4. “L'EUROPA DELLE OPPORTUNITA' E DEI GIOVANI”

Il tema riguarda la comunicazione volta a diffondere quelli che sono i diritti che discendono dall'appartenenza all'Unione Europea, in particolare per i giovani.

Il fine è quello di creare le basi per il consolidamento di una cultura europea nella fascia di popolazione destinata ad incidere sul futuro dell'Europa stessa. Si vuole inoltre puntare al miglioramento della preparazione professionale dei giovani, seguendoli nel percorso formativo e permettendo loro di costruirsi un *curriculum* “europeo” che possa facilitare una più fattiva partecipazione ai concorsi nelle istituzioni dell'Unione.

5. “PIÙ EUROPA NELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE”

Il tema riguarda l'azione di comunicazione indirizzata alle Amministrazioni centrali e locali, per una corretta applicazione del diritto comunitario e la realizzazione degli impegni assunti con l'UE. La comunicazione in tale ambito si concentra sulla formazione professionale europea del personale della pubblica amministrazione.

Di seguito si riportano le schede operative relative alle cinque tematiche individuate.

TEMATICA EMERGENTE n. 1	Titolo: L'EUROPA DEL FUTURO: IL TRATTATO DI LISBONA
TIPOLOGIA DI ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE	Campagna di comunicazione ed informazione integrata (organizzazione di eventi e di attività a carattere informativo/pubblicitario nonché azioni di comunicazione mirata).
OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE	Comunicare i nuovi assetti istituzionali europei, le nuove procedure legislative, i cambiamenti per la cittadinanza in termini di diritti e partecipazione.
CONTENUTI DELLA COMUNICAZIONE	Il messaggio che si intende veicolare è quella di un'Europa dei cittadini e per i cittadini che con l'entrata in vigore del Trattato di Lisbona diviene ulteriormente una realtà allargata e democratica che, per poter far fronte alle sfide del nuovo millennio (dentro e fuori i confini europei), deve poter contare su una cittadinanza che sia consapevole del proprio ruolo e dei propri diritti.
TARGET GROUP	Grande pubblico in generale.
"MEDIA" IPOTIZZATI (mezzi ipotizzati-azioni)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizzazione di una brochure con relativo supporto multimediale (cd), denominato "Un nuovo Trattato per l'Europa: il Trattato di Lisbona" da distribuire in occasione di eventi, partecipazioni a convegni, <i>workshop</i>, mostre, manifestazioni e fiere. <i>Importo: € 5 mila - Fondi nazionali 2009.</i> 2. Realizzazione di un documento di approfondimento dal titolo "L'impatto del Trattato di Lisbona nell'ordinamento giuridico italiano" destinato agli operatori della Pubblica amministrazione, Regioni ed enti locali. <i>Importo: € 5 mila - Fondi nazionali 2009.</i> 3. Realizzazione di attività di comunicazione/informazione su tutto il territorio nazionale attraverso <u>campagne sui media e la predisposizione di appositi spot radio-televisivi</u> (in corso di definizione con Parlamento europeo e Commissione europea). <i>Importo: € 350 mila – Fondi del Partenariato di gestione 2010.</i> <i>(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).</i>

PERIODO	Gennaio – Dicembre
EVENTUALE PREVISIONE DI MONITORAGGIO	Azioni di monitoraggio e valutazione previste nell'ambito del Partenariato di gestione (cfr. pag. 19)
BUDGET DISPONIBILE	Complessivi € 360 mila di cui: € 350 mila – Fondi del Partenariato di gestione 2010. € 10 mila - Fondi nazionali 2009.
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	Non previste.

TEMATICA EMERGENTE n. 2	Titolo: LA CRISI E LO SVILUPPO
TIPOLOGIA DI ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE	organizzazione di eventi e di attività a carattere informativo.
OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE	Dimostrare il valore aggiunto dell'essere cittadini europei di fronte alle sfide poste dalla crisi.
CONTENUTI DELLA COMUNICAZIONE	Comunicare la capacità dimostrata dall'Unione Europea nell'affrontare in modo coordinato ed efficace la crisi anche la necessità di proseguire su questa via in un orizzonte temporale di medio-lungo periodo, operando una serie di riforme in molti settori: più in dettaglio, la creazione di nuove opportunità di lavoro nell'economia "verde", l'enfasi sulla dimensione sociale dello sviluppo (in considerazione del fatto che il 2010 sarà l'anno europeo per la lotta alla povertà ed all'esclusione sociale).
TARGET GROUP	Grande pubblico in generale.
"MEDIA" IPOTIZZATI (mezzi ipotizzati-azioni)	1. Azioni ed eventi di comunicazione collegati anche all'anno europeo della lotta alla povertà e l'esclusione sociale. Realizzazione di attività di comunicazione/informazione su tutto il territorio nazionale attraverso <u>campagne sui media e la predisposizione di appositi spot radio-televisivi</u> (in corso di definizione con Parlamento europeo e Commissione europea). <i>Importo: € 50 mila - Fondi del Partenariato di gestione 2010.</i>
PERIODO	Gennaio – Dicembre
EVENTUALE PREVISIONE DI MONITORAGGIO	Azioni di monitoraggio e valutazione previste nell'ambito del Partenariato di gestione. (cfr. pag.19)
BUDGET DISPONIBILE	€ 50 mila - Fondi del Partenariato di gestione 2010.
EVENTUALI COLLABORAZIONI CON ASSOCIAZIONI, ONLUS, ALTRI ENTI	
SINERGIE DI COMUNICAZIONE. CON ALTRI MINISTERI	

TEMATICA EMERGENTE n. 3	Titolo: CLIMA ED ENERGIA
TIPOLOGIA DI ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE	Eventi ed attività a carattere informativo.
OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE	Dimostrare il valore aggiunto dell'essere cittadini europei di fronte alle sfide poste dalle questioni ambientali e climatiche.
CONTENUTI DELLA COMUNICAZIONE	Aumentare la visibilità delle politiche ambientali ed energetiche collocandole nel quadro internazionale, aumentare la consapevolezza dei cittadini su tali temi.
TARGET GROUP	Grande pubblico in generale.
“MEDIA” IPOTIZZATI (mezzi ipotizzati-azioni)	<p>1. Attività di comunicazione/informazione mediante seminari denominati “Lezioni d’Europa”, rivolti al grande pubblico e sul tema clima ed energia, consistenti in:</p> <ul style="list-style-type: none"> - un evento con un incontro didattico tenuto da docenti universitari, personalità istituzionali e politiche ed esperti di settore; - creazione di un audio-libro su uno specifico tema; - campagna di comunicazione eventi/incontri (stampa, web, pubblicazioni, raccolte editoriali). <p><i>Importo: € 41 mila - Fondi del Partenariato di gestione 2009.</i></p> <p>2. Realizzazione di attività di comunicazione/informazione su tutto il territorio nazionale attraverso <u>campagne sui media e la predisposizione di appositi spot radio-televisivi</u> (in corso di definizione con Parlamento europeo e Commissione europea).</p> <p><i>Importo: € 50 mila – Fondi del Partenariato di gestione 2010.</i></p>
PERIODO	Gennaio – Dicembre
EVENTUALE PREVISIONE DI MONITORAGGIO	Azioni di monitoraggio e valutazione previste nell'ambito del Partenariato di gestione. (cfr. pag.19)

BUDGET DISPONIBILE	€ 91 mila – Fondi del Partenariato di gestione 2009-2010.
EVENTUALI COLLABORAZIONI CON ASSOCIAZIONI, ONLUS, ALTRI ENTI	
SINERGIE DI COMUNICAZIONE CON ALTRI MINISTERI	

TEMATICA EMERGENTE n. 4	Titolo: L'EUROPA DELLE OPPORTUNITA' E DEI GIOVANI
TIPOLOGIA DI ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE	Comunicazione/Informazione integrata, attraverso l'utilizzazione di diversi strumenti, azioni e programmi mirati
OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE	Diffondere i diritti che discendono dall'appartenenza all'Unione Europea; sensibilizzare l'intera collettività sui valori di integrazione europea; favorire e sviluppare la conoscenza delle politiche e dei programmi europei nonché delle opportunità che da essi derivano; far conoscere e diffondere le opportunità di studio, formazione e mobilità in Europa; stimolare la partecipazione attiva della cittadinanza ed in particolare dei giovani alla costruzione del processo di integrazione europea.
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.
"MEDIA" IPOTIZZATI (mezzi ipotizzati – azioni)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Attività di comunicazione/informazione attraverso seminari denominati "Lezioni d'Europa", rivolti al grande pubblico; per il 2010 un seminario avrà come tema la salute. L'attività prevede: <ul style="list-style-type: none"> - evento con un incontro didattico tenuto da docenti universitari, personalità istituzionali e politiche, esperti di settore; - creazione di un audio-libro su uno specifico tema; - campagna di comunicazione eventi/incontri (stampa, web, pubblicazioni, raccolte editoriali). <p><i>Importo: € 41 mila - Fondi del Partenariato di gestione 2009.</i></p>

2. Quattro 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*:

1. Italia Nord-Occidentale ([Piemonte](#), [Valle d'Aosta](#), [Liguria](#), [Lombardia](#)): **Milano**
2. Italia Nord-Orientale ([Veneto](#), [Trentino-Alto Adige](#), [Friuli-Venezia Giulia](#), [Emilia Romagna](#)): **Bologna**
3. Italia Meridionale ([Abruzzi](#), [Molise](#), [Campania](#), [Puglia](#), [Basilicata](#), [Calabria](#)): **Bari**
4. Italia Insulare ([Sicilia](#), [Sardegna](#)): **Palermo**

Importo: € 80 mila - Fondi del Partenariato di gestione 2009.

3. Valorizzazione delle attività di informazione e comunicazione realizzate dal Partenariato di gestione (**video informativo** da pubblicare sui siti istituzionali e diffondere in fiere ed eventi pubblici).

Importo: € 16.500 - Fondi del Partenariato di gestione 2009.

4. Progetto educativo/informativo da diffondere nelle scuole, rivolto ai **bambini dai 7 ai 13 anni**, sulla tematica dei diritti e della cittadinanza dell'Unione Europea.

Importo: € 30 mila - Fondi nazionali 2009

5. “**UE x te**” seconda edizione del concorso. 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*. **(DA VERIFICARE)**

Importo: € 75 mila - Fondi 2010 del Partenariato di gestione.

6. Prodotto informativo, in formato cartaceo ed elettronico, rivolto ai giovani, dal titolo “**Opportunità di studio, formazione e lavoro in Europa**”, per far conoscere le opportunità di studio e formazione che l'Europa offre.

Importo: € 6 mila - Fondi nazionali 2009.

	<p>7. Prodotto, in formato cartaceo ed elettronico, per gli insegnanti delle scuole secondarie inferiori e superiori, dal titolo “Agenda per gli insegnanti. A scuola di Europa”, da poter utilizzare come supporto didattico per comunicare il processo di integrazione europea agli studenti.</p> <p><i>Importo: € 11 mila - Fondi nazionali 2009.</i></p> <p>8. Progettazione e realizzazione di un grande evento che coinvolga il grande pubblico con particolare riguardo ai giovani.</p> <p><i>Importo: € 165 mila - Fondi 2010 del Partenariato di gestione</i></p>
PERIODO	Da gennaio a dicembre 2010
EVENTUALE PREVISIONE DI MONITORAGGIO	Azioni di monitoraggio e valutazione previste nell’ambito del Partenariato di gestione. (cfr. pag. 19)
BUDGET DISPONIBILE	€ 424.500 complessivi di cui: <p style="text-align: center;">€ 377.500 - Fondi 2009 e 2010 del Partenariato di gestione; € 47.000 - Fondi nazionali 2009.</p>
EVENTUALI COLLABORAZIONI CON ASSOCIAZIONI, ONLUS, ALTRI ENTI	Accordo di collaborazione con le Regioni e le Istituzioni europee, Reti di comunicazione ed informazione europea, Associazioni di categoria, Erasmus.
SINERGIE DI COMUNICAZIONE CON MINISTERI	Collaborazione con MIUR e Dipartimento per la Gioventù.

TEMATICA EMERGENTE n. 5	Titolo: L'EUROPA NELLA P.A.
TIPOLOGIA DI ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE	Campagna di comunicazione integrata attraverso la realizzazione di specifici e mirati interventi ed attività informative anche attraverso l'organizzazione di eventi, <i>workshop</i> e convegni.
OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE	Colmare il <i>gap</i> culturale, informando il personale della PA 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 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. Seconda edizione di moduli informativi/formativi per il personale della PCM su piattaforma <i>on line</i>, in collaborazione con l'Ufficio Formazione del Segretariato generale (da definire). <i>Importo: non produce costi.</i> 2. Convenzione con il Formez per la realizzazione di cinque incontri informativi/convegni con funzionari ed operatori regionali e degli Enti locali, riguardanti le opportunità derivanti dalla Direttiva 2006/123/CE (c.d. Direttiva Servizi). Gli incontri si svolgeranno nelle città di Milano, Padova, Firenze, Bari, Palermo. <i>Importo: € 70 mila - Fondi nazionali 2009.</i> 3. Realizzazione prodotto informativo, in formato cartaceo e multimediale, su attività e competenze del Dipartimento. <i>Importo: € 15 mila - Fondi nazionali 2010.</i>
PERIODO	Da gennaio a dicembre 2010

EVENTUALE PREVISIONE DI MONITORAGGIO	Nell'ambito dell'accordo di collaborazione con il Formez.
BUDGET DISPONIBILE	€ 85 mila Fondi nazionali 2009-2010
EVENTUALI COLLABORAZIONI CON ASSOCIAZIONI, ONLUS, ALTRI ENTI	Accordi di collaborazione con enti specializzati in formazione/comunicazione, Confindustria.
SINERGIE DI COMUNICAZIONE CON ALTRI MINISTERI	Collaborazione con l'Ufficio Formazione del Segretariato generale e con il Formez.

ALTRE INFORMAZIONI

CONVENZIONI RAI	
CONVENZIONI CON ENTI PUBBLICI O PRIVATI, CONVENZIONI CON AGENZIE TECNICHE DI SUPPORTO ISTITUZIONALE	Convenzione con il Formez – firmata a novembre 2009 Accordo con SSPAL – firmata a novembre 2009
CONVENZIONI CON AGENZIE DI STAMPA E DI INFORMAZIONE	
PRESENZA DI SITI WEB CHE AFFIANCANO QUELLO ISTITUZIONALE	“ViviEuropa” www.vivieuropa.it
EVENTUALE PREVISIONE DI MONITORAGGIO	Azioni di monitoraggio e valutazione delle attività previste nell’ambito del Partenariato di gestione. Importo : € 60 mila Fondi del Partenariato di gestione 2010
PRODOTTI INFORMATIVI E DOCUMENTALI	Stampa di nr. 300 copie della Relazione annuale al Parlamento 2009; Stampa di nr. 1000 copie del nuovo Catalogo riguardante la mostra itinerante “Linea 13: da Ventotene all’Europa”. Stampa di nr. 500 copie del vecchio Catalogo riguardante la mostra itinerante “Linea 13: da Ventotene all’Europa”

PARTECIPAZIONE A FIERE E MANIFESTAZIONI

MANIFESTAZIONE	Costo ipotizzato per l'anno 2010
<i>CLUB di VENEZIA</i>	<i>Euro 10.000</i>
<i>FIERA DEL LIBRO TORINO</i>	<i>Euro 10.000</i>
<i>FORUM P.A</i>	<i>Euro</i>
<i>EURO P.A SALONE DELLE AUTONOMIE LOCALI (RIMINI)</i>	<i>Euro 10.000</i>
<i>FIERA DEL LEVANTE BARI</i>	<i>Euro 10.000</i>
<i>MOSTRA ITINERANTE "LINEA 13:DA VENTOTENE ALL'EUROPA". RETYLING DELLA MOSTRA E DEI PRODOTTI INFORMATIVI DI RIFERIMENTO(brochure e catalogo) TAPPE DI PRESENTAZIONE IN DIVERSE CITTA' ITALIANE</i>	<i>Euro 30.000 (di cui circa Euro 15.000 provenienti dall'esercizio 2009)</i>
TOTALE FIERE E MANIFESTAZIONI	Euro 70.000

PARTECIPAZIONE A CONVEGNI, SEMINARI ED ALTRI EVENTI. Molteplici	Euro 15.000 (per la predisposizione del materiale di supporto alla realizzazione degli convegni, seminari ed altro)
--	--

DATI INFORMATIVI

MINISTERO o DIPARTIMENTO	DIPARTIMENTO PER IL COORDINAMENTO DELLE POLITICHE COMUNITARIE
RESPONSABILE UFFICI DI COMUNICAZIONE	NOME: Anna Maria Villa CONTATTI : tel. 06 6779 5198 fax 06 6779 5083 e-mail: a.villa@governo.it
CAPO UFFICIO STAMPA	NOME: Fabrizio De Feo CONTATTI : tel. 06 6779 5870 fax 06 6779 5867 e-mail: f.defeo@governo.it
REDAZIONE WEB	Ufficio Cittadinanza Europea: Anna Maria De Caroli CONTATTI : tel. 06 6779 6864 fax 06 6779 5083 e-mai: a.decaroli@governo.it Ufficio Stampa: Massimo Persotti CONTATTI : tel. 06 6779 5874 fax 06 6779 5867 e-mai: m.persotti@governo.it