

*Piano di informazione,
comunicazione e pubblicità*

2015

Indice

Premessa

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

Mission

Obiettivi strategici del Dipartimento

Tematiche prioritarie per il 2015

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 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.

- garantisce gli adempimenti inerenti alla partecipazione del Ministro per gli affari europei alle sedute del Comitato Interministeriale per la Programmazione Economica (CIPE).

- partecipa ai tavoli negoziali presso i Gruppi di lavoro del Consiglio UE e i Comitati della Commissione europea, rappresentando in quelle sedi i risultati del coordinamento sulle tematiche di competenza dell'Ufficio.

ANALISI DELLO SCENARIO

Una recente indagine Eurobarometro (cfr. *“La promessa dell’Ue”*, studio qualitativo Eurobarometro, 12 settembre 2014) condotta in sei Stati membri dell’Ue (Italia, Germania, Danimarca, Portogallo, Finlandia e Polonia) rivela che per molti degli intervistati italiani l’Ue significa sicurezza finanziaria, tutela dei valori umani e pensare oltre i confini nazionali. In generale, l’identità europea è considerata come un’entità che si sta sviluppando e che, nonostante non sia ancora percepito su larga scala, diverrà automatica per le generazioni future.

Le opportunità che derivano dalla libertà di circolazione e di commercio, tuttavia, sono vissute con minore enfasi per i risvolti negativi di quella che è considerata come una politica monetaria inflessibile, non favorevole all’Italia e che ha avuto un impatto diretto sulla qualità di vita nel Paese.

La maggior parte degli intervistati nei sei Paesi europei ha dichiarato di non ritenersi sufficientemente informata (ad esempio in occasione delle recenti elezioni europee), manifestando interesse ad accogliere maggiori informazioni e suggerendo una serie di azioni per favorire una migliore interazione tra le istituzioni europee e i cittadini: ad esempio attraverso la creazione di una piattaforma comune per consentire ai cittadini di esprimere le proprie opinioni in merito ai diversi argomenti, l’organizzazione di iniziative come i referendum, la partecipazione a sondaggi e/o votazioni online ecc..

Gli stessi intervistati hanno osservato che i mezzi di comunicazione tendono spesso a ritrarre l’Ue attribuendole una connotazione negativa e hanno espresso il desiderio, nel contempo, di avere:

- più notizie dell’Ue riguardanti tematiche che hanno un impatto sulla loro vita quotidiana, come l’istruzione e la disoccupazione
- informazioni sulla struttura dell’Ue e sui successi conseguiti
- le modalità con cui i cittadini possono partecipare all’Ue
- più notizie riferite alla responsabilità delle proprie azioni a livello europeo.

Hanno auspicato, infine, che le informazioni vengano fornite in modo facilmente comprensibile e accessibile a tutti

L’anno appena trascorso – che ha visto due appuntamenti importanti come il rinnovo del Parlamento europeo (elezioni del 22-25 maggio 2014) e il semestre di presidenza italiana del Consiglio dell’Unione europea - 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 della

cittadinanza attiva per aumentare la consapevolezza dei benefici che ne derivano e dare nuovo impulso al dibattito europeo.

Il Semestre di Presidenza italiana del Consiglio Ue ha coinciso con l'avvio di un nuovo ciclo istituzionale e legislativo ed ha offerto l'opportunità di imprimere all'Europa veramente "un nuovo inizio", in linea con le richieste di cambiamento espresse dai cittadini attraverso le scelte di voto manifestate alle elezioni europee 2014.

Sullo sfondo l'intento di ridurre il divario tra cittadini e istituzioni Ue, favorire lo sviluppo di un'Europa migliore e più democratica e dare un nuovo impulso al dibattito europeo per costruire una narrativa positiva dell'Europa.

I temi prioritari di dibattito politico indicati dalla Presidenza italiana del Semestre europeo sono stati:

- a) un'Europa per il lavoro e per la crescita economica**
- b) un'Europa come spazio di democrazia, diritti e libertà**
- c) un'Europa protagonista sulla scena internazionale**

Le priorità di comunicazione proposte dall'Italia nella riunione del 17 ottobre 2014 del Gruppo Informazione dell'Ue si ispirano ai temi indicati nel Semestre di presidenza e tengono conto degli orientamenti emersi nell'agenda strategica approvata dal Consiglio europeo di giugno 2014 (Cfr. EUCO 79/14 del 27 giugno 2014).

In questo contesto si ravvisa la necessità di impegnarsi in uno sforzo congiunto per emergere da anni di crisi economica e di incertezza, aiutando i cittadini ad avere fiducia nella possibilità di costruire un futuro migliore.

Le priorità di comunicazione indicate dall'Italia sono pertanto:

- 1) crescita, competitività e occupazione**
- 2) libertà, sicurezza e giustizia**
- 3) ruolo dell'Unione europea nel mondo**

A questi tre obiettivi si aggiunge l'invito a tenere in debita considerazione le strategie più efficaci per comunicare **l'Anno europeo dello sviluppo 2015**.

Il Piano di comunicazione per l'anno 2015 proseguirà in coerenza con le azioni già intraprese nel corso del 2014 per riaffermare e consolidare una sempre maggiore consapevolezza del valore aggiunto dell'appartenenza all'Unione Europea, diffondendo tutte le informazioni utili a conoscere i valori e i diritti che sono alla base della cittadinanza europea.

Partendo da queste premesse, le strategie di comunicazione saranno rivolte a coinvolgere i cittadini in un dialogo diretto con le istituzioni al fine di:

- garantire una partecipazione informata, attiva e consapevole che conferisca un ruolo centrale ai cittadini europei nel processo in atto nell'Unione europea, indispensabile per la piena attuazione del Mercato interno e per la crescita economica del continente;

- sviluppare un Mercato unico solido, compatto e integrato che possa generare nuova crescita e occupazione, offrendo al cittadino rinnovate opportunità di lavoro e di investimento

DEFINIZIONE DEGLI OBIETTIVI

Le elezioni europee del maggio 2014 hanno aperto un nuovo ciclo legislativo e questo momento di rinnovamento politico ha coinciso con il riemergere dei nostri paesi da anni di crisi economica e con il crescere della disillusione dell'opinione pubblica nei confronti della politica. "E' l'occasione giusta per stabilire su che cosa vogliamo che l'Unione si concentri e in che modo vogliamo che essa funzioni" si legge nella Conclusione del Consiglio europeo del giugno scorso (*cf. Conclusioni Consiglio europeo 26 e 27 giugno 2014 - Euco 79/14*).

Il Consiglio europeo ha convenuto su cinque priorità generali che guideranno i lavori dell'Unione europea nei prossimi cinque anni: economie più forti con più posti di lavoro; società in grado di responsabilizzare e proteggere; un futuro energetico e climatico sicuro; uno spazio sicuro di libertà fondamentali; un'azione congiunta efficace nel mondo.

In questo contesto il primo obiettivo delle attività dell'Unione nei prossimi anni deve essere "fornire alle nostre società strumenti per il futuro e promuovere la fiducia", tenendo conto che "la nostra diversità è una ricchezza; la nostra unità crea forza" e che "nella nostra Unione esistono gradi diversi di cooperazione e integrazione. La nostra politica di allargamento continua a favorire la democrazia e la prosperità".

Le priorità fissate dal Consiglio europeo per l'Unione per i prossimi cinque anni sono:

- **sfruttare appieno il potenziale del mercato unico in tutte le sue dimensioni**, completando il mercato interno dei prodotti e dei servizi e il mercato unico digitale entro il 2015
- **promuovere un clima favorevole per l'imprenditorialità e la creazione di posti di lavoro**, agevolando l'accesso ai finanziamenti e agli investimenti e migliorando il funzionamento del mercato del lavoro con contestuale alleggerimento del carico fiscale
- **investire e preparare le nostre economie al futuro**, affrontando il fabbisogno di investimenti nei settori delle infrastrutture, dei trasporti, dell'energia, delle telecomunicazioni, dell'efficienza energetica, dell'innovazione e della ricerca, dell'istruzione e dell'innovazione; utilizzando pienamente i fondi strutturali dell'Ue; mobilitando finanziamenti privati e pubblici; fornendo il quadro normativo adeguato per gli investimenti a lungo termine
- **rafforzare l'attrattiva globale dell'Unione**, in quanto luogo di produzione e investimenti con una base industriale solida e competitiva e un'agricoltura prospera, **e completare i negoziati su accordi commerciali internazionali** in uno spirito reciproco vantaggio e trasparenza, compreso il TTIP, entro il 2015
- **rendere l'Unione economica e monetaria un fattore di stabilità e crescita più solido e resiliente**, con una governance più forte della zona euro e un coordinamento e una solidarietà più solidi tra le politiche economiche, rispettando al contempo l'integrità del mercato interno

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.

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

- comunicare le rinnovate strategie previste dalla iniziativa “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;
- 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;
- 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;
- sostenere l’informazione e la comunicazione da e verso le Amministrazioni pubbliche e gli Enti locali attraverso la più ampia diffusione del sistema IMI per la cooperazione amministrativa nel Mercato interno, da parte del Punto nazionale di contatto;
- ampliare la conoscenza del servizio nazionale Solvit – rete di cooperazione amministrativa per la risoluzione delle controversie transfrontaliere tra cittadini/imprese e Pubbliche amministrazioni.

ASCOLTO DEI SOGGETTI SOCIALI INTERESSATI

I soggetti coinvolti dalle iniziative di comunicazione programmate per il 2015 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

Il Piano di comunicazione 2015 approfondirà alcune delle tematiche europee in continuità con le azioni già avviate lo scorso anno e in linea con le competenze istituzionali del Dipartimento, anche attraverso un rafforzamento della cooperazione interistituzionale.

Le azioni di comunicazione del Dipartimento si concentreranno sulle seguenti tematiche prioritarie:

• Crescita competitività e occupazione

1. Single Market Act II - La *governance* economica
2. Crescita e occupazione: sfruttare appieno il potenziale del Mercato unico
3. Europa 2020 – Una strategia per una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva a sostegno del Mercato interno – Il dibattito di riforma in atto
4. Competitività – Completamento del mercato interno e mercato unico digitale

• Libertà, sicurezza e giustizia:

1. Proteggere i cittadini dell'Ue e rafforzare la cooperazione tra i Paesi membri per garantire il rispetto dei diritti fondamentali e dello stato di diritto

2. Illustrare l'importanza delle politiche europee anche in tema di giustizia , tenuto conto che sempre più spesso i cittadini studiano, lavorano, svolgono attività commerciali, si sposano e hanno figli in tutta l'Unione

3. Le sfide dell'immigrazione

3. Promuovere la libera circolazione delle merci, delle persone, dei servizi e dei capitali assicurando giustizia, protezione ed equità

• **Ruolo dell'Unione europea nel mondo:**

1. Rimuovere gli ostacoli che frenano il dinamismo dei cittadini e delle imprese

2. La dimensione esterna dell'UE come attore globale

3. Il Mediterraneo nella politica di comunicazione europea

4. Anno europeo dello sviluppo 2015

CARATTERISTICHE DELLE CAMPAGNE

L'attività di comunicazione istituzionale del Dipartimento sarà condotta nel rispetto dei criteri indicati nelle 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 2015 verrà 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 stanziati dal Dipartimento, messi a disposizione sui capitoli di bilancio della Presidenza del Consiglio dei ministri assegnati al Dpe e indirizzati alla cittadinanza.

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 degli anni passati, 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 2015 l'attività di monitoraggio intrapresa, in collaborazione con l'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 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.

PRESENTAZIONE DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	L'iniziativa vuole sensibilizzare e far conoscere l'esistenza del 112 come numero unico di emergenza a tutti i cittadini italiani che si spostano nei paesi dell'Unione Europea per studio, lavoro o vacanza.
TITOLO DELL'INIZIATIVA	Numero Unico Europeo di emergenza (NUE) 112
MODALITA' DI COMUNICAZIONE	Diffusione della Campagna di comunicazione con spot radio e video nei siti istituzionali, nelle stazioni e negli aeroporti
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI	Sensibilizzare e far conoscere l'esistenza del 112 come numero unico di emergenza Target: cittadinanza Contenuti: informazione sul servizio 112 che consente di accedere ai servizi di emergenza in tutti gli Stati membri
PERIODO DI DIFFUSIONE	2015
BUDGET DEDICATO	
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	In collaborazione con: - Commissione europea - Parlamento europeo - Ministero dell'Interno
NOTE	

PRESENTAZIONE DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	L'evento, di portata mondiale, costituisce un terreno comune con le attività della cooperazione italiana: ogni paese, partendo dalla propria cultura e dalle proprie tradizioni, è chiamato a interrogarsi e a proporre soluzioni rispetto alle grandi sfide legate alle prospettive dell'alimentazione
TITOLO DELL'INIZIATIVA	Partecipazione a EXPO 2015 "Nutrire il pianeta. Energia per la vita"
MODALITA' DI COMUNICAZIONE	<ul style="list-style-type: none"> • 1° evento: Workshop/Seminario formativo/informativo sui fondi diretti riguardante i Programmi di interesse per le aziende dell'Agroalimentare (Horizon 2020, COSME, Life +) da tenersi in occasione dell'EXPO di Milano, in collaborazione con EIPA. • 2° evento: Organizzazione di visita all'EXPO, per gli ospiti del Club di Venezia (circa 80 persone)
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI	<p>1° evento: Informazione alla cittadinanza, in particolare alla categorie di settore agro-alimentare, per l'introduzione alle tematiche dei Fondi Diretti UE e alla "formazione" di operatori su come partecipare ai relativi bandi</p> <p>2° evento: In occasione dell'organizzazione del Club di Venezia da programmare entro fine ottobre 2015, si prevede di affiancare all'organizzazione del meeting, una visita per i membri del Club alla Mostra EXPO, data l'importanza mondiale di questo evento di comunicazione.</p>
PERIODO DI DIFFUSIONE	<p>1° evento: periodo ipotizzato giugno/luglio</p> <p>2° evento: periodo ottobre</p>
BUDGET DEDICATO	Da definire
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	<p>Per il 1° evento : Collaborazione con EIPA</p> <p>Per il 2° evento: Collaborazione con Commissione Europea e Parlamento Europeo</p>
NOTE	

PRESENTAZIONE DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Organizzazione di Eventi di comunicazione su tematiche emergenti del DPE
TITOLO DELL'INIZIATIVA	<ul style="list-style-type: none"> • Appalti/strategia • Tessera Professionale, Mercato Interno • Direttiva Proprietà Intellettuale • Sportello Unico, Mercato Interno • Valutazione impatto competitività
MODALITA' DI COMUNICAZIONE	Conferenze/workshop di mezza giornata ciascuno da realizzare presso la Sala Polifunzionale della PCM
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI	Approfondire, rispetto alle tematiche indicate, eventuali aggiornamenti, le novità e le opportunità che derivano dall'applicazione delle nuove direttive sui suddetti temi.
PERIODO DI DIFFUSIONE	Da definire, nell'interno arco dell'anno 2015
BUDGET DEDICATO	30.000€ + Iva per: <ul style="list-style-type: none"> • Indagine di mercato per Coffee break • Indagine di mercato per società organizzativa, che cura tutti i passaggi operativi (inviti, recall, organizzazione sala, assistenza in sala ecc)
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	
NOTE	

PRESENTAZIONE DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	TTIP – Partenariato transatlantico per il commercio e gli investimenti
TITOLO DELL'INIZIATIVA	Seminario di studio e approfondimento sul negoziato TTIP
MODALITA' DI COMUNICAZIONE	Incontro di studio
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI	Obiettivi: trasparenza di informazione per chiarire i reali termini dell'accordo Target: cittadinanza, PMI Contenuti: illustrare i benefici che deriveranno dall'accordo soprattutto per le piccole e medie imprese e per i cittadini
PERIODO DI DIFFUSIONE	Dicembre 2015
BUDGET DEDICATO	5.000€ + Iva
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	Il tema del TTIP è trattato in prima linea dal MISE, che segue le negoziazioni in merito a BXL. L'organizzazione di questo seminario di studio sarà in collaborazione con la Direzione Generale per la politica Commerciale Internazionale e il Ministero delle Politiche Agricole e Forestali
NOTE	

PRESENTAZIONE DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Nascita e evoluzione del concetto di cittadinanza in Europa dal periodo classico (Grecia e Roma antica) fino alla costituzione dell'Unione europea ➤ Storia dell'integrazione europea in 250 scatti
TITOLO DELL'INIZIATIVA	<ul style="list-style-type: none"> • 1° evento: Mostra fotografica sul concetto di cittadinanza europea dall'antichità ai nostri giorni • 2° evento: Mostra fotografica "L'Italia in Europa – L'Europa in Italia"
MODALITA' DI COMUNICAZIONE	Tour itinerante realizzato con di pannelli mobili
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI	<p>1° evento : Sottolineare il legame tra cultura e cittadinanza europea, evidenziando le radici culturali comuni degli stati europei e la loro storia</p> <p>Target: la cittadinanza</p> <p>Contenuti: i pannelli illustrativi della mostra riportano testi e documenti riguardanti la nascita della democrazie nella Grecia antica, il concetto di cittadinanza nell'Impero romano, il concetto di cittadinanza nel Medioevo, per proseguire poi nelle epoche comprese tra il Rinascimento e il XIX secolo e soffermarsi nel periodo della creazione giuridica dell'Europa fino ai nostri giorni</p> <p>2° evento: Far conoscere, attraverso immagini storiche, la storia della costituzione ed integrazione Europea, nonché l'azione svolta dell'Italia, sottolineando in particolare il "valore aggiunto" di essere cittadini europei</p> <p>Target: la cittadinanza</p> <p>Contenuti: la mostra ripercorre i momenti più salienti dell'integrazione europea dalla Guerra fredda ad oggi. Il percorso fotografico prende inizio dagli accordi tra i sei Stati fondatori (tra cui l'Italia), subito dopo la seconda Guerra mondiale e prosegue fino agli avvenimenti recenti. E' suddivisa in periodi di 5 anni, nel cui ambito vengono focalizzati gli eventi più significativi; al percorso "cronologico" si aggiungono approfondimenti tematici per immagini volti ad illustrare i diversi settori di azione dell'Unione</p>
PERIODO DI DIFFUSIONE	<p>Anno 2015</p> <p>Parma, Ancona, Collodi, Cagliari, Cefalù, Vercelli, Treviso, Ventotene, Matera, Forlì, Firenze</p> <p>Eccezionalmente per EXPO a Milano nel periodo dal 1 al 20 maggio 2015 la Mostra "L'Italia in Europa – L'Europa in Italia" sarà esposta presso la sede del Pirellone.</p>
BUDGET DEDICATO	Fondi nazionali: € 30.000 + Iva per il trasporto e montaggio delle Mostre

AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	E' prevista azione di monitoraggio
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	MIBAC Collaborazione con gli Enti locali e gli Europe Direct delle città ospitanti
NOTE	

<p>PRESENTAZIONE DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</p>	<p>Il progetto 'Comunicare l'Europa ai nuovi cittadini italiani e ai residenti stranieri' è svolto in prosecuzione del lavoro avviato con 'Europa nelle lingue del mondo' e intende promuovere la conoscenza dei diritti di cittadinanza europea rivolgendosi a 2 differenti gruppi target per i quali propone specifiche attività di informazione favorendo l'integrazione tra cittadini europei.</p>
<p>TITOLO DELL'INIZIATIVA</p>	<p>Comunicare l'Europa ai nuovi cittadini italiani e ai residenti stranieri</p>
<p>MODALITA' DI COMUNICAZIONE</p>	<p>Per i cittadini stranieri naturalizzati italiani Attività del progetto: 1) aggiornamento del sito web www.nuovicittadinieuropei.it con l'inserimento di nuove schede tematiche sulle opportunità concesse all'UE ai suoi cittadini; 2) traduzione del sito web in inglese per poter raggiungere un numero maggiore di visitatori; 3) animazione della pagina Facebook del progetto; 4) produzione di depliant informativi sui diritti di cittadinanza europei e sulle opportunità concesse dall'UE ai suoi cittadini; 5) distribuzione dei depliant informativi negli uffici cittadinanza di Firenze e Torino. Torino, dopo Milano e Roma, è la città ad aver concesso il maggior numero di cittadinanze nel nostro paese nel 2010 (ultimi dati disponibili - Ministero dell'Interno); Firenze presenta numeri piuttosto elevati di concessioni di cittadinanza e ospita inoltre numeri importanti di migranti e seconde generazioni.</p> <p>Per le seconde generazioni Il progetto intende raggiungere e informare sui diritti di cittadinanza europea questo gruppo target attraverso il coinvolgimento di 3 scuole romane con percentuali di studenti stranieri elevate. La campagna informativa realizzerà 1 evento per ciascuna delle scuole coinvolte. Tale eventi prevedranno la comunicazione dei diritti di cittadinanza europea attraverso l'utilizzo dei linguaggi artistici: cinema, teatro, libri e fumetti.</p>
<p>OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI</p>	<p>1) Informare i nuovi cittadini italiani e quindi europei sulle attività dell'UE e su come godere dei diritti connessi alla cittadinanza europea; 2) Informare i giovani stranieri nati in Italia, prossimi alla maggiore età e all'acquisizione della cittadinanza italiana, sui diritti di cittadinanza europea. Target: Cittadini stranieri naturalizzati italiani; Studenti di seconda generazione.</p>

PERIODO DIFFUSIONE	DI	2015
BUDGET DEDICATO		25.820€ + Iva
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI		Ministero dell'Interno
NOTE		

PRESENTAZIONE DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	La realizzazione di una azione di sensibilizzazione e informazione sul percorso dei malati oncologici, in particolare con riferimento al reinserimento nel tessuto sociale, è un tema che si annovera tra i contenuti di interesse inseriti nell'ambito delle politiche informative di tutti gli Stati Membri.
TITOLO DELL'INIZIATIVA	Campagna di comunicazione sul Malato oncologico e il suo reinserimento sociale
MODALITA' DI COMUNICAZIONE	Spot pubblicitario
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI	
PERIODO DI DIFFUSIONE	Anno 2015
BUDGET DEDICATO	Da realizzare con la collaborazione del DIE
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	Probabili sinergie con il Ministero della Salute
NOTE	

PRESENTAZIONE DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Nel corso dell'anno, solitamente le PA si rappresentano e offrono alla cittadinanza direttamente informazioni sulle novità normative che permettono di ottenere il riconoscimento di diritti e opportunità di lavoro. Questa funzione è espletata nelle principali Fiere dedicate alle PA.
TITOLO DELLA INIZIATIVA	Partecipazione a Fiere e Saloni istituzionali a livello nazionale (ForumPA, COMPA etc .)
MODALITA' DI COMUNICAZIONE	Organizzazione di stand espositivo
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI	Informare, far prendere diretta consapevolezza e sensibilizzare la cittadinanza sui temi gestiti dal Dipartimento.
PERIODO	Anno 2015
BUDGET DEDICATO	20.000€ + Iva
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	
NOTE	

PRESENTAZIONE DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Informazione/formazione sui Fondi diretti
TITOLO DELL'INIZIATIVA	Accordo quadro con EIPA (European Institute of Public Administration)
MODALITA' DI COMUNICAZIONE	Seminari e corsi on line
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI	<ul style="list-style-type: none"> •N. 6 seminari formativi/informativi, sulla base delle esigenze espresse dalla cittadinanza che ha partecipato ai Seminari, rivolgendoci anche ad operatori pubblici e privati che hanno già appreso le basi delle tecniche di europrogettazione e che necessitano di approfondimenti specifici sui Programmi a loro dedicati. Uno dei 6 seminari sarebbe quello realizzato in EXPO. •Gestione e aggiornamento del sito www.finanziamentidiretti.eu •L'attivazione di una finestra di consultazione online •L'aggiornamento dei due corsi online con modulo specifico sulla nuova tematica della "comunicazione" prevista nella nuova Programmazione dei Fondi UE
PERIODO DI DIFFUSIONE	dalla seconda metà del 2015 alla prima del 2016.
BUDGET DEDICATO	30.000€ + Iva
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	EIPA Europe Direct Amministrazioni locali
NOTE	

PRESENTAZIONE DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Partenariato Strategico tra la Commissione Europea, il Parlamento Europeo, Il Ministero dell'Istruzione e Dipartimento Politiche - Progetto pilota per verificare fattibilità di una formazione avanzata a livello nazionale
TITOLO DELL'INIZIATIVA	Progetto di "formazione elevata" per gli insegnanti sulla cittadinanza europea
MODALITA' DI COMUNICAZIONE	Incontri con i docenti per diffondere e rafforzare la conoscenza delle Istituzioni Europee e loro funzionamento, delle politiche europee, delle finalità principali delle predette politiche, della consapevolezza delle opportunità della cittadinanza europea e del mercato , per informare e formare i docenti, in particolare quelli che dovranno seguire la materia della "Cittadinanza Europea" nelle Scuole.
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI	Obiettivo: sviluppare nelle giovani generazioni il senso di identità europea Target: docenti e studenti Contenuti: il Dpe avrà il compito di fornire un supporto scientifico e strumentale, in particolare attraverso la piattaforma "Europa=Noi" utilizzata dal dipartimento per diffondere l'informazione europea nelle scuole.
PERIODO DI DIFFUSIONE	2015
BUDGET DEDICATO	I Costi per la realizzazione di questo progetto pilota sono a carico della Commissione Europea
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	Ministero dell'istruzione, dell'università e della ricerca Commissione europea Parlamento europeo
NOTE	

PRESENTAZIONE DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Giornata informativa sulla comunicazione istituzionale durante il Semestre di Presidenza italiana del Consiglio Ue
TITOLO DELL'INIZIATIVA	La comunicazione istituzionale durante il Semestre di Presidenza italiana del Consiglio Ue
MODALITA' DI COMUNICAZIONE	Workshop
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI	<p>Obiettivi: trasmettere l'esperienza vissuta dai protagonisti della comunicazione del Semestre, mettendo a confronto chi insegna comunicazione con chi la mette in atto</p> <p>Target: università, comunicatori pubblici, giornalisti</p> <p>Contenuti: raccontare l'esperienza vissuta sul fronte istituzionale durante il Semestre di presidenza, declinata nei vari momenti operativi (organizzazione di eventi, coordinamento conferenze stampa, gestione emergenze ecc.)</p>
PERIODO DI DIFFUSIONE	In base alla disponibilità dell'Università ROMA3, il periodo sarà valutato nel periodo di marzo 2015
BUDGET DEDICATO	5.000€ + iva
TEMI E MODALITA'	<ul style="list-style-type: none"> - Il Semestre social: come sono stati raggiunti 30.000 follower in quattro mesi - Le riunioni informali: il raccordo con i portavoce dei ministri, la gestione logistico-organizzativa del Mi.Co, le criticità affrontate, il follow up - Il sito del Semestre: cosa inserire e come - Host Broadcaster e Host Photografer - I Rapporti con le delegazioni: servizi offerti, facilities - Come si prepara una conferenza stampa - Il cerimoniale - Come si veicola un messaggio alla stampa e ai giornalisti perchè venga ripreso e rilanciato - Le sfumature della comunicazione: la scelta dei messaggi da veicolare, l'importanza di una corretta traduzione (ad. es. recuperare video dell'intervento di Angela Merkel durante la conferenza intergovernativa sull'occupazione e metterlo a confronto con l'apertura dei giornali del giorno successivo) - Press trip: cos'è, le finalità, i giornalisti (e i Paesi) coinvolti,

	<p>l'organizzazione, il follow up</p> <p>- Le curiosità</p> <p>Montaggio immagini riunioni informali + backstage da parte di Rai (host broadcaster del Semestre)</p> <p>Pillola realizzata da Rai Expo appositamente per il workshop</p> <p>Video emozionale di chiusura (astronauta Parmitano)</p>
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	<p>Struttura di Missione sulla comunicazione Semestre europeo</p> <p>Ministero Affari esteri</p>
NOTE	

	Siti internet su tematiche trattate dal Dipartimento
TITOLO DELL'INIZIATIVA	Smartstudent Volontario in Europa Finanziamenti diretti Vivieuropa
MODALITA' DI COMUNICAZIONE	Sito web www.smartstudent.it Sito web www.volontarioineuropa.it Sito web www.finanziamentidiretti.eu Sito web www.vivieuropa.it
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI	
PERIODO DI DIFFUSIONE	
BUDGET DEDICATO	15.000€ + Iva per: <ul style="list-style-type: none"> • aggiornamento contenuti dei siti • divulgazione massima sui social media • assistenza tecnica
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	
NOTE	

PRESENTAZIONE DELLE INIZIATIVE DI COMUNICAZIONE	La rete SOLVIT gestisce e risolve gratuitamente reclami transfrontalieri di cittadini ed imprese relativi a violazioni di norme del mercato interno da parte delle Pubbliche Amministrazioni; è una rete di cooperazione amministrativa tra 31 Centri nazionali dei Paesi U.E. e S.E.E, coordinata dalla Commissione europea - Mercato Interno.: il Centro italiano opera presso l'Ufficio CEMIAG del Dipartimento. I Centri forniscono anche un' assistenza telefonica al pubblico
TITOLO DELL'INIZIATIVE	Informazione e formazione sulle attività della Rete europea SOLVIT
MODALITA' DI COMUNICAZIONE	<ul style="list-style-type: none"> - Workshop a Roma - Campagna di comunicazione sulla conoscenza del servizio SOLVIT
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI	<p><u>Obiettivi:</u> informare cittadini ed imprese sul servizio; formare gli operatori pubblici coinvolti nella cooperazione amministrativa transfrontaliera, aggiornandoli sugli sviluppi della rete e sulle problematiche emerse</p> <p><u>Target:</u> Amministrazioni pubbliche nazionali e degli altri Stati membri U.E.; Paesi S.E.E. Commissione europea, cittadini ed imprese</p> <p><u>Contenuti:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - SOLVIT Workshop a Roma: incontro annuale tra Stati membri U.E., Paesi S.E.E. e Commissione europea per attivazione di peer review, al fine di facilitare soluzioni di problematiche transfrontaliere di cittadini ed imprese ricorrenti e complesse - Spot pubblicitario
PERIODO DI DIFFUSIONE	2015
BUDGET DEDICATO	<p>Per il workshop: 15.000€ + Iva</p> <p>Per lo spot pubblicitario: collaborazione con il DIE</p>
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	Coinvolgimento delle altre reti europee che forniscono un servizio ai cittadini ed imprese (Centro europeo dei consumatori, Enterprise European Network, IMI etc) e delle Pubbliche Amministrazioni maggiormente coinvolte nella risoluzione dei reclami (INPS, Ministero Salute, Ministero Trasporti etc)
NOTE	

PRESENTAZIONE DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Il Dipartimento ha istituito un gruppo di lavoro, su richiesta della Commissione europea, per elaborare una <i>strategia degli appalti pubblici</i> che possa affrontare, con l'occasione del recepimento delle nuove direttive, le criticità che caratterizzano il sistema nazionale e proporre soluzioni e azioni concrete di miglioramento, ai fini non solo della semplificazione del quadro normativo esistente ma anche per avviare una riforma più estesa che consenta di migliorare il sistema nel suo complesso
TITOLO DELL'INIZIATIVA	STRATEGIA RIFORMA APPALTI
MODALITA' DI COMUNICAZIONE	<ul style="list-style-type: none"> - Pubblicazione e diffusione documenti della strategia di riforma degli appalti pubblici - Conferenza sulla strategia di riforma appalti
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI	<p><i>Obiettivo:</i> elaborazione di una strategia di riforma del sistema nazionale degli appalti pubblici</p> <p><i>Target:</i> amministrazioni pubbliche ed operatori economici nazionali, rappresentanti degli Stati membri e Commissione europea.</p> <p><i>Contenuti:</i> facilitare la conoscenza delle nuove regole e proporre soluzioni e azioni concrete di miglioramento per avviare una riforma della strategia</p>
PERIODO DI DIFFUSIONE	2015
BUDGET DEDICATO	Totalmente finanziato dalla Commissione Europea
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	Commissione Europea Amministrazioni coinvolte nel Gruppo di lavoro
NOTE	

PRESENTAZIONE DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Meeting di confronto e approfondimento sui temi della comunicazione
TITOLO DELL'INIZIATIVA	Club di Venezia
MODALITA' DI COMUNICAZIONE	Incontri dei membri del Club di Venezia
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI	Incontro e aggiornamento delle priorità di comunicazione in base alle varie esperienze e procedure applicate negli Stati Membri <i>Target:</i> responsabili della comunicazione istituzionale dei 28 Stati Membri
PERIODO DI DIFFUSIONE	Ottobre 2015 – a Milano presso il Pirellone, durante il periodo della Fiera dell'EXPO
BUDGET DEDICATO	10.000 € + Iva
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	Istituzioni europee: Commissione Europea, Parlamento Europeo, Regione Lombardia, Comune, EXPO.
NOTE	

PRESENTAZIONE DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Eventi
TITOLO DELL'INIZIATIVA	Festa dell'Europa
MODALITA' DI COMUNICAZIONE	Esposizione dell'altra nostra Mostra "La cittadinanza europea dall'antichità ad oggi" presso il Palazzo del Comune Risorse da ipotizzare: rientrano dal budget complessivo dedicato al Tour itinerante delle due Mostre.
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI	Obiettivi: diffondere i valori della cittadinanza europea Target: cittadinanza e giovani in particolare
PERIODO DI DIFFUSIONE	dal 6 al 15 maggio
BUDGET DEDICATO	Budget relativo al trasporto e montaggio da considerare incluso nella complessiva somma già definita per il Tour delle Mostre.
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	
NOTE	

ALTRE INFORMAZIONI

CONVENZIONI RAI	
CONVENZIONI CON ENTI PUBBLICI O PRIVATI, CONVENZIONI CON AGENZIE TECNICHE DI SUPPORTO ISTITUZIONALE	Accordo con SSPAL Accordo con ANCI Accordo con ANCITEL Accordo con EIPA Accordo con ASSONIME Accordo con ASFOR Accordo con LUISS Accordo con UNIONCAMERE Accordo con UNIVERSITA' TOR VERGATA Accordo con TIA Accordo con IAI
CONVENZIONI CON AGENZIE DI STAMPA E DI INFORMAZIONE	
PRESENZA DI SITI WEB CHE AFFIANCANO QUELLO ISTITUZIONALE	www.direttivaservizi.eu www.finanziamentidiretti.eu www.lavorareineuropa.eu www.smartstudent.it www.volontarioineuropa.eu www.vivieuropa.it
EVENTUALE PREVISIONE DI MONITORAGGIO	Azioni di monitoraggio e valutazione
PRODOTTI INFORMATIVI E DOCUMENTALI	Relazione annuale - 500 copie Catalogo delle mostre 500 copie

MINISTERO o DIPARTIMENTO	DIPARTIMENTO PER LE POLITICHE EUROPEE
RESPONSABILE UFFICIO DI COMUNICAZIONE	<p>Anna Maria VILLA Contatti: tel. 06 6779 5198 - fax 06 6779 5083 e-mail: a.villa@governo.it</p> <p>Alberto CATTANI Contatti: tel. 06 6779 5658 - fax 06 6779 5083 e-mail: a.cattani@governo.it</p>
UFFICIO STAMPA	<p>Contatti: tel. 06 6779 5308 - fax 06 6779 5867 e-mail: stampa.politicheeuropee@governo.it</p> <p>Massimo PERSOTTI Contatti: tel. 06 6779 5874 - fax 06 6779 5867 e-mail: m.persotti@governo.it</p>
REDAZIONE WEB	<p>Massimo PERSOTTI Contatti: tel. 06 6779 5874 - fax 06 6779 5867 e-mail: m.persotti@governo.it</p> <p>Roberto CAVAGLIA' Contatti: tel. 06 6779 5381 - fax 06 6779 5083 e-mail: r.cavaglia@governo.it</p>