



Presidenza del Consiglio dei Ministri
Dipartimento Politiche Europee

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

2013

Indice

Premessa

1. Riferimenti normativi

2. Ruoli e competenze del Dipartimento per le politiche europee

Analisi dello scenario

Definizione degli obiettivi

Ascolto dei soggetti sociali interessati

Contenuti e aree tematiche

Caratteristiche delle campagne

Coordinamento e aspetti organizzativi

Strumenti di comunicazione

Misurazione e valutazione

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 per le 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 le attività inerenti l'attuazione delle politiche generali e settoriali e gli impegni assunti nell'ambito dell'Unione Europea nonché per le azioni di coordinamento nelle fasi di predisposizione della normativa dell'Unione europea.

È in corso di approvazione la riforma della 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”, che definirà anche i nuovi compiti istituzionali del Dipartimento.*

Per ciò che riguarda l'informazione e la comunicazione, il Dipartimento attraverso l'Ufficio cittadinanza europea persegue gli obiettivi indicati nel proprio mandato istituzionale ed è impegnato a promuovere l'informazione e la comunicazione in materia europea anche in partenariato con le istituzioni europee, 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.

<<< >>>

Il 2013 sarà l'Anno europeo dei cittadini, un anno quindi particolarmente importante soprattutto per l'Ufficio per la cittadinanza europea che ha, tra i propri compiti istituzionali, proprio la comunicazione e l'informazione ai cittadini dei diritti, delle politiche e dei programmi dell'Unione. Il 2013 sarà anche un anno strategico per l'Unione in vista di un appuntamento fondamentale: le elezioni europee del 2014.

Garantire la massima partecipazione dei cittadini a questo incontro democratico è sicuramente necessario, ma è essenziale anche far crescere in loro la consapevolezza di essere europei, attraverso azioni mirate ed esempi pratici e concreti della vita di tutti i giorni che possano dimostrare che l'Europa non impone solo sacrifici, ma offre tutta una serie di opportunità che possono essere colte grazie al fatto che oltre alla cittadinanza del paese in cui si nasce si acquisisce anche “una cittadinanza europea”.

Tutti i cittadini europei, infatti, in virtù dell'art. 20 del trattato sul funzionamento dell'Unione europea (TFUE) sono titolari della cittadinanza europea e quindi di una serie di diritti e di doveri individuati dalla Carta dei diritti fondamentali, che sono sempre alla base di ogni atto normativo ed di ogni azione dell'Unione.

La cittadinanza europea, di cui nel 2013 ricorreranno 20 anni dalla sua istituzione, è conferita automaticamente in modo aggiuntivo alla cittadinanza dei cittadini degli Stati membri (SM).

Grazie ad essa, i cittadini europei godono di una serie di diritti che riguardano diversi aspetti della vita di un individuo (diritto allo studio, alla sicurezza sul lavoro, alla salute, ecc.). Tra questi sicuramente quello più evidente e facilmente sperimentabile è il diritto di circolare e stabilirsi liberamente in ogni altro Stato Membro.

L'esercizio di tale diritto, infatti, sancito oltre che dalla Carta dei diritti fondamentali anche dall'art. 21 del TFUE, è alla base di tutta una serie di altri diritti, quali il diritto all'istruzione, al riconoscimento dei titoli professionali, al lavoro, alle cure sanitarie, ai diritti previdenziali, alla tutela dei diritti dei consumatori, ecc.

Esercitare il diritto di libera circolazione, quindi, porta ogni cittadino a sperimentare in modo diretto e concreto cosa effettivamente significhi essere "europeo" e contribuisce a creare quel senso di appartenenza all'Unione che è uno tra gli elementi indispensabili per la completa attuazione del Mercato Interno e per la crescita economica dell'Unione.

Ovviamente, ogni diritto deve essere conosciuto per poter essere consapevolmente e pienamente esercitato.

ANALISI DELLO SCENARIO

Una recente indagine di Eurobarometro ha messo in evidenza che una significativa percentuale dei cittadini europei non solo non è informata sui propri diritti ma neppure ha consapevolezza del vero significato di cosa significhi essere cittadino europeo.

Nella Relazione del 2010 sulla cittadinanza dell'Unione (*Eliminare gli ostacoli all'esercizio dei diritti dei cittadini dell'Unione*), la Commissione europea descrive i principali ostacoli che i cittadini europei incontrano nell'esercizio dei propri diritti ed elenca 25 azioni per eliminarli. Tra queste ultime assume particolare rilievo *l'informazione* che deve essere quanto più possibile diffusa sui diritti fondamentali di cui godono i cittadini europei in particolare quello di libera circolazione.

Inoltre, l'attuale dibattito sull'Unione europea, scaturito anche dalla crisi economica tutt'ora in corso, ha evidenziato nell'opinione pubblica:

- *scarsa fiducia dei cittadini verso l'Unione europea*
- *crescente scetticismo nel potere di influenzare le decisioni dell'Ue*
- *limitata partecipazione al processo decisionale*

Lo scenario fin qui descritto richiede opportuni interventi perché gli europei tornino ad aver fiducia dell'Europa sperimentando da soli cosa significhi concretamente tale appartenenza e quanto sarebbe alto "il costo della non Europa".

Proprio le criticità appena descritte, come ricordato dalla Commissaria Viviane Reding, hanno fatto sì che il 2013 sia stato proclamato *Anno europeo dei cittadini* con lo scopo di diffondere tra tutti i cittadini dell'Unione la consapevolezza di tutti i diritti e di tutte le opportunità che offre loro l'Unione

Pertanto, nel corso del 2013 l'informazione e la comunicazione pubblica del Dipartimento saranno finalizzate a diffondere questa conoscenza e accrescere questa consapevolezza tra i cittadini.

Partendo da queste premesse, le strategie di comunicazione si svilupperanno anche attraverso l'utilizzo di metodi di comunicazione innovativi per:

1. garantire una partecipazione dei cittadini europei informata, attiva, in modo tale da avere un ruolo centrale nel garantire il futuro dell'Europa e la sua integrazione;
2. sviluppare un mercato unico solido, compatto e integrato che possa generare crescita e posti di lavoro, offrendo al cittadino europeo opportunità sconosciute fino a pochi decenni fa.

DEFINIZIONE DEGLI OBIETTIVI

Le azioni di comunicazione per l'anno 2013 saranno pertanto concentrate sul raggiungimento di due obiettivi prioritari:

- 1) contribuire ad accrescere nei cittadini la consapevolezza dei diritti di cui possono avvalersi e di facilitarne l'effettivo esercizio;
- 2) sostenere l'informazione sulle politiche e i relativi atti a sostegno della piena attuazione del mercato Interno. Particolare attenzione sarà posta sulle politiche e gli atti di competenza istituzionale del Dipartimento, quali la direttiva servizi, la direttiva sulle qualifiche professionali, la normativa sugli appalti, oltre che su tematiche che suscitano molto interesse quali i fondi diretti messi a disposizione della Commissione Europea.

<<< >>>

Gli obiettivi strategici indicati nell'*Analisi dello scenario* saranno, pertanto, focalizzati su queste finalità:

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

- 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 ed in particolare diffondere 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 il concetto di cittadinanza, oltre all’aspetto giuridico, si declina nella dimensione politica, civile, economica, sociale e culturale;
- valorizzare il ruolo centrale attribuito alla democrazia partecipativa e alla cittadinanza attiva;
- supportare la partecipazione degli operatori privati nella comprensione delle politiche europee e degli strumenti a loro disposizione.

2. Comunicare ed informare sulle opportunità di lavoro, di impresa, di studio e formazione offerte dall’Unione europea attraverso interventi che mirano a:

- comunicare le azioni previste dalla strategia “Europa 2020”, dallo Small Business Act , dal Single Market Act II e dalle norme che da essi derivano, in collaborazione con le altre amministrazioni e gli enti locali, per comunicare il valore aggiunto europeo;
- 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 un supporto formativo ed un’assistenza tecnica agli operatori pubblici nell’applicazione del diritto comunitario al fine di promuovere lo sviluppo del processo di integrazione europea attraverso siti dedicati e strumenti web, per materie di competenza del Dipartimento;
- sostenere l’informazione e la comunicazione da e verso le Amministrazioni pubbliche e gli Enti locali attraverso lo sviluppo e il sostegno alla più ampia diffusione della piattaforma IMI e del Punto nazionale di contatto.

ASCOLTO DEI SOGGETTI SOCIALI INTERESSATI

I soggetti coinvolti dalle iniziative di comunicazione programmate per il 2013 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 e 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

Le priorità interistituzionali di comunicazione individuate a livello europeo per l'anno 2013 sono le seguenti:

• La ripresa economica, e nello specifico:

1. Single Market act II - La governance economica
3. Competitività - Sviluppare il mercato interno e mercato unico digitale
2. Europa 2020 - Crescita e sostenibilità
4. Riguardare fiducia nel superamento della crisi economica

• Le elezioni europee 2014, e nello specifico:

1. Il diritto di voto attivo e passivo
2. Il diritto di presentare petizioni al Parlamento europeo
3. Coinvolgere i cittadini e gli operatori privati nel processo decisionale
4. Demografia e le sfide dell'immigrazione

• L'anno europeo dei cittadini, e nello specifico:

1. Il costo della non Europa
2. La libera circolazione delle persone
3. La rimozione degli ostacoli per l'esercizio dei diritti dei cittadini

4. La cittadinanza e la democrazia partecipativa al centro dell'agenda politica
5. Il riconoscimento di qualifiche accademiche e professionali

Il Piano di comunicazione 2013 del Dipartimento approfondirà alcune delle tematiche europee in continuità con le azioni già avviate lo scorso anno e in linea con le competenze istituzionali del Dipartimento, attraverso un rafforzamento della cooperazione interistituzionale.

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

- 1. Anno europeo dei cittadini**
- 2. Il mercato unico europeo, insieme per una nuova crescita**

1. Anno europeo dei cittadini

Viviane Reding, Vicepresidente e Commissaria europea per la giustizia e la cittadinanza - nel comunicato stampa dell'11 agosto 2011 sulla proposta di proclamare il 2013 "Anno europeo dei cittadini"- ha affermato: *Come può il cittadino europeo godere a pieno dei suoi diritti se non li conosce? Oggi ben il 48% degli europei pensa di non essere abbastanza informato in proposito. L'Anno europeo dei cittadini permetterà di infondere un cambiamento e diventerà l'occasione per ricordare cosa l'Unione europea può fare per ciascuno di noi.*

Per ricostruire la fiducia verso l'Unione è necessario mettere il cittadino (in particolare i giovani) al centro delle attività di informazione e rafforzare la sua conoscenza e la sua consapevolezza dei diritti fondamentali, in particolare del diritto a viaggiare/spostarsi liberamente e ad esercitare tutti i diritti che da questo possono discendere (per esempio il diritto di stabilimento e il diritto al riconoscimento delle qualifiche professionali).

Le attività di comunicazione previste in occasione dell'Anno europeo dei cittadini verteranno su temi quali:

- i diritti legati allo spostamento e alla possibilità di vivere in altri Stati dell'Unione;
- il riconoscimento di qualifiche accademiche e professionali;
- i diritti dei passeggeri e dei consumatori;
- l'assistenza sanitaria e la previdenza sociale;
- programmi come Erasmus, Volontario europeo, ecc.

Le azioni sono state raggruppate e brevemente descritte in base ai fruitori delle stesse e per modalità di realizzazione, questo per rendere più agevole una visione d'insieme della strategia. Nelle schede in allegato è fornita per ciascuna azione una descrizione dettagliata e un'indicazione delle risorse e dei partner previsti.

I) Iniziative dirette ai giovani della Scuola primaria e secondaria

- ***Europa=Noi***: follow up iniziativa rivolta agli insegnanti delle scuole primarie e secondarie di I e II grado che offre la possibilità di affrontare un percorso alla scoperta della storia, dei valori, delle istituzioni e dei programmi europei, con particolare attenzione ai diritti connessi alla cittadinanza ed al funzionamento dell'Unione ;
- ***Progetto Scuola in città***: lo sport come mezzo per la diffusione dei diritti fondamentali europei. Rivolto ai ragazzi delle aree disagiate per favorire l'inclusione sociale

II) Iniziative dirette ai giovani con particolare attenzione agli studenti universitari

- ***Nuovi Talenti per l'Europa***: progetto realizzato dalla RAI in collaborazione con il Partenariato di Gestione (Parlamento europeo, Commissione europea e Dipartimento per le Politiche Europee, con la collaborazione del Ministero Affari Esteri) per favorire una maggiore sensibilizzazione sul tema dei diritti della cittadinanza e dell'identità Europea. Il progetto si basa su un'azione di comunicazione interattiva e multiplatforma attivata da un concorso rivolto ad un pubblico giovanile e creativo;
- ***Europa in città***, i cittadini dialogano con le istituzioni: incontri con le istituzioni rivolti alla cittadinanza nelle 5 circoscrizioni elettorali per informare e diffondere la cultura europea e per trasmettere ai cittadini, soprattutto ai giovani, e agli stakeholder le attività dell'Unione e i vantaggi dell'appartenenza ad essa, la diffusione della conoscenza delle normative e il rafforzamento dell'identità europea; e' previsto un collegamento in video streaming agli eventi.
- ***Lezioni d'Europa***: incontri accademici e didattici tenuti da personalità istituzionali e politiche, docenti universitari ed esperti nelle politiche dell'Unione europea connesse alle più importanti tematiche, preventivamente e opportunamente individuate, per sviluppare e approfondire argomenti di pubblico interesse sul territorio nazionale. Si tratta di un progetto di formazione e divulgazione allargata - anche attraverso l'utilizzo combinato di media, new media e risorse tecnologiche innovative – inerente i valori identitari, la cultura dell'Europa, le nuove politiche dell'Unione europea e mirato al coinvolgimento del grande pubblico con particolare attenzione rivolta verso i giovani. E' previsto un collegamento video streaming.
- ***CNR-Erasmus - Anno europeo della cittadinanza***. Concorso "Fotoraconte interattivo sul sentirsi cittadini europei". Progetto CNR. Si tratta di un progetto pensato come un percorso logico che lega l'informazione relativa alle opportunità e all'esperienza del programma Erasmus - vista anche la recente ricorrenza dei 25 anni dalla sua istituzione, con un'analisi sociologica dei risultati pervenuti sul sentimento di cittadinanza europea dei giovani, che permetterà l'avvio di un dibattito socio-culturale sul tema.

III) Campagne di comunicazione rivolte alla cittadinanza

- **Campagna di comunicazione sulla cittadinanza europea** focalizzata su tre aspetti: 1) i diritti fondamentali dell'Unione europea, in particolare il diritto di viaggiare e di stabilimento; 2) i diritti della cittadinanza europea, in particolare il diritto di voto; 3) promozione del mercato unico;
- **Cime – Cittadini europei si diventa**, campagna di comunicazione nazionale sull'iniziativa dei cittadini europei (ICE). Il progetto mira in particolare a far crescere l'attenzione sull'iniziativa dei cittadini europei, stimolare lo sviluppo di un dibattito più incisivo sul principio di democrazia partecipativa e a realizzare una rete tra i soggetti italiani interessati a partecipare al *policy making* dell'Unione europea;
- **Campagna radio con interviste tematiche**: realizzazione di attività di sensibilizzazione rivolte principalmente ai giovani a mezzo radio sui temi legati alla cittadinanza e al mercato interno (in particolare mobilità dei lavoratori e delle professioni).

IV) Partecipazione a eventi, manifestazioni, mostre

- **Mostra fotografica l'Italia in Europa, l'Europa in Italia. Storia dell'integrazione europea in 250 scatti**. La mostra fotografica itinerante sul territorio nazionale ritrae i momenti più salienti dell'integrazione europea dalla Guerra fredda ad oggi;
- **Mostra fotografica sul concetto di cittadinanza dall'antichità ai giorni nostri**, in collaborazione con il Mibac. Il progetto consiste nella realizzazione di una mostra itinerante che tramite una serie di pannelli mobili illustra la nascita e l'evoluzione del concetto di cittadinanza in Europa dal periodo classico (Grecia e Roma antica) fino alla costituzione dell'Unione europea;
- **Citizens dialogue meetings**. Si tratta di incontri tematici volti a rilevare percezioni, attese, esigenze e posizioni degli stakeholders nei confronti dell'Unione europea in materia di lavoro, sicurezza ed impiego sostenibile delle risorse;
- **Partecipazione al Salone dei libro di Torino e alla Festa dell'Europa a Firenze** dove, in collaborazione con Cime, si svolgerà anche un workshop sul tema dell'iniziativa legislativa europea, recentemente entrata in vigore anche in Italia, grazie alla quale con un milione di firme i cittadini europei possono chiedere alla Commissione di presentare proposte normative in materia di sua competenza, a supporto della partecipazione democratica dei cittadini.

V) Siti web

- **Smartstudent**: è un sito che si rivolge agli studenti universitari e ai neolaureati italiani per fornire loro informazioni su come partecipare a stage e concorsi presso le istituzioni europee. Il sito permette di conoscere l'Unione europea, il funzionamento delle sue istituzioni e le sue politiche;
- **Volontario in Europa**: portale che permette di far conoscere tra loro le

associazioni di volontariato che operano in diversi stati membri e condividere i progetti sul web per sostenere il processo di integrazione;

- **Vivieuropa**: sito web strutturato in 4 macroaree dedicate a: 1) Essere cittadini europei; 2) Studiare; 3) Lavorare e fare impresa; 4) Viaggiare.

2. Il mercato unico europeo, insieme per una nuova crescita

“Un mercato unico più integrato è una delle leve per promuovere la crescita e la creazione di posti di lavoro” ha affermato il Ministro per gli Affari europei, Enzo Moavero Milanese, nel suo intervento del 15 ottobre scorso al lancio della settimana europea del Single Market Week, dove, ripercorrendo la storia e l’attuazione del mercato interno, ha ricordato gli obiettivi qualificanti per il rilancio dell’economia dell’Unione.

Il mercato interno se reale ed integrato può portare grandi vantaggi per i lavoratori, i consumatori, le imprese, favorendo numerose opportunità, innalzando gli standard di vita, garantendo una maggiore stabilità economica e una crescita sostenibile.

L’attuale frammentazione del mercato Interno impedisce di fatto di beneficiare appieno dei vantaggi che potrebbero derivare da una maggiore specializzazione della produzione, da una migliore allocazione delle risorse, da una trasparente concorrenza tra imprese, da una maggiore scelta di prodotti di qualità, e di conseguenza da una maggiore competitività dei prodotti europei sui mercati globali.

La recente crisi se da una parte ha creato tensioni sociali ed una accresciuta “diffidenza” nei confronti dell’Europa, dall’altra ha favorito il crearsi di una migliore governance europea economica, fiscale e di bilancio ed ha reso più evidente la necessità del completamento e della piena attuazione del mercato interno per il rilancio della economia dell’Unione. In particolare, diventa importante la piena applicazione di alcuni atti normativi quali la direttiva servizi e la direttiva sul riconoscimento dei titoli professionali. Entrambe, favorendo la mobilità degli operatori economici e delle professioni, favoriscono quel mercato dei servizi che se sviluppato potrebbe rappresentare un notevole potenziale di crescita e di creazione di posti di lavoro.

Pertanto, le attività di comunicazione relative al Mercato Interno, proseguiranno e rafforzeranno le azioni già intraprese nel corso dell’anno 2012 (solo per fare alcuni esempi corsi on line su Fondi diretti, su IMI, sui Servizi di interesse economico generale) con la finalità di comunicare ed informare il grande pubblico sugli interventi dell’Ue per creare opportunità di lavoro.

Una attenzione specifica sarà data alla promozione e alla diffusione degli strumenti messi a disposizione dalla UE quali i Fondi Diretti e nuovi programmi finanziari quali Orizzonte 2020, al fine di favorire e sostenere l’imprenditorialità, l’occupazione e la crescita sostenibile.

Le azioni qualificanti in tale ambito saranno sviluppate attraverso le seguenti iniziative:

I) Siti web

www.lavorareineuropa.eu: il sito, realizzato con la collaborazione di Unioncamere, offre informazioni sulle attività del Dipartimento in tema di mercato interno;

www.direttivaservizi.eu: sito rivolto al personale delle amministrazioni pubbliche e alle imprese, ai professionisti, ai consulenti, ai consumatori sulle procedure previste per facilitare la creazione di nuove imprese e la fornitura transnazionale dei servizi;

www.finanziamentidiretti.eu: sito che offre informazioni sui finanziamenti erogati direttamente dalle istituzioni europee, divisi per settore di **azione**.

www.servizidipubblicautilita.eu: sito che offre informazioni sui servizi pubblici di interesse economico generale (Sieg) . All'interno il corso di formazione e-learning per gli operatori pubblici e privati e per gli studenti

II) Servizi al cittadino

Riconoscimento qualifiche professionali: strumento essenziale per la completa attuazione del mercato unico in quanto disciplina la libertà di circolazione per i professionisti. È già stata realizzata una guida per facilitare la comprensione delle norme, europee e nazionali, che regolano il sistema, che nel 2013 verrà rivista alla luce delle nuove norme europee e diffusa tra la cittadinanza.

Solvit: servizio gratuito offerto ai cittadini e alle imprese dell'Unione europea e dello Spazio economico europeo (Norvegia, Islanda e Liechtenstein) per superare i problemi transfrontalieri derivanti da una non corretta applicazione delle norme comunitarie da parte delle Pubbliche amministrazioni. Il Dipartimento opera come Centro italiano Solvit. Nel 2013 continueranno le azioni formative, informative sul territorio in collaborazione con gli Enti Locali e l'Anci.

IMI (Internal Market Information): è uno strumento informatico multilingue che rende più facile e più rapida la cooperazione amministrativa tra autorità competenti degli Stati membri, contribuendo ad accelerare le procedure, riducendo i costi dovuti alle attese e offrendo, in questo modo, un servizio migliore ai cittadini e alle imprese per sfruttare al massimo le opportunità offerte dal mercato unico.

Accordo di programma ANCI-DPE: per realizzare seminari formativi sull'utilizzo del sistema IMI e sul funzionamento della rete europea SOLVIT, realizzati anche in collaborazione con la Scuola Superiore di Pubblica Amministrazione Locale (SSPAL).

Accordo con EIPA (European Institute of Public Administration): per la formazione dei funzionari delle amministrazioni nazionali, per le imprese e per i cittadini finalizzati a presentare i Fondi diretti messi a disposizione dalla Commissione europea per finanziare progetti innovativi in vari settori. L'accordo prevede, oltre ad 10 incontri formativi di approfondimento sul territorio, due corsi on line *Project Cycle Management* e della *Gestione del budget di progetto*. Anche in questo caso le attività verranno realizzate sul territorio in collaborazione con Amministrazioni locali (che ospitano), enti di ricerca, reti di informazione europea (ED) e reti tra imprese (European Enterprise Network), ANCI e stampa locale.

Sono tutt'ora in corso di finalizzazione una serie di ulteriori azioni da realizzare in coordinamento con altre amministrazioni su entrambe le tematiche individuate (Anno europeo dei cittadini e Mercato Interno)

CARATTERISTICHE DELLE CAMPAGNE

L'attività di comunicazione istituzionale del Dipartimento sarà condotta nel rispetto dei criteri indicati nel documento diramato dal Sottosegretario di Stato per l'informazione, la comunicazione e l'editoria contenente le Linee Guida da seguire per la predisposizione del Piano di comunicazione.

In particolare si avrà cura di osservare i seguenti requisiti segnalati:

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

COORDINAMENTO E ASPETTI ORGANIZZATIVI

Il Piano di Comunicazione 2013 verrà declinato secondo tre 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 obiettivo comune;
- b) **la comunicazione esterna finanziata con i fondi nazionali**, messi a disposizione sui capitoli di bilancio assegnati al DPE verso la cittadinanza;
- c) **la comunicazione esterna finanziata con i fondi del Partenariato di gestione**, messi a disposizione dalla Commissione europea e gestiti dal DPE, (che opera come Organismo intermediario) per conto del Parlamento europeo, della Commissione europea e del Governo italiano, in collaborazione con il Ministero degli Affari esteri sempre verso la 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);
- eventi (mostre, convegni, lezioni, ecc.);
- prodotti editoriali (pubblicazione, opuscoli, brochure, ecc.);
- editoria digitale;
- strumenti di comunicazione statica e dinamica (affissioni stradali, totem pubblicitari, pubblicità su autobus, ecc.);
- comunicazione diretta (via email, URP, ecc.);
- comunicazioni 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 giovani, che rappresentano il target di maggior riferimento per l'attività di comunicazione del Dipartimento.

MISURAZIONE E VALUTAZIONE

La fase della valutazione, integrata con le fasi di progettazione, pianificazione e attuazione, è già stata sperimentata nello scorso anno nell'ambito dell'attività di comunicazione, nella considerazione della grande importanza che riveste la misurazione del grado di raggiungimento degli obiettivi individuati in relazione con le risorse investite e i mezzi utilizzati per veicolare i messaggi.

Per ogni azione di comunicazione sarà adottato, anche quest'anno, uno specifico format – in collaborazione con l'Università Roma Tre, cattedra di Tecniche di gestione di qualità – da tarare in diverse versioni sulla base degli specifici interventi. Ciò permetterà la misurazione delle iniziative di comunicazione intraprese la valutazione del raggiungimento degli obiettivi mediante indicatori misurabili. L'elaborazione quantitativa e qualitativa dei dati che scaturiscono da questa fase di monitoraggio, consentirà di valutare gli effetti generati nel pubblico dall'attività di comunicazione istituzionale intraprese, nell'ottica di una migliore e più efficace azione mirata.

Altra azione di approfondimento sui risultati conseguiti al fine della misurazione dell'efficacia degli eventi programmati sul target di riferimento, verrà realizzata con il progetto del CNR "Erasmus – Anno europeo della cittadinanza", che prevede una sorta di valutazione d'impatto sui giovani rispetto agli obiettivi perseguiti dalle azioni di comunicazione europea fino ad oggi realizzate. In particolare sarà effettuato uno studio sociologico - che si avvarrà di tecnologie di convergenza dell'informazione e di algoritmi di text mining – degli effetti prodotti dalla comunicazione sul sentirsi cittadini europei, attraverso la creazione di una comunità virtuale sui temi della cittadinanza europea e la raccolta e analisi dei messaggi presenti sui social network.

Le azioni e le relative schede sono presentate secondo le aree tematiche di comunicazione:

- Anno europeo dei cittadini
- Mercato interno: a sostegno di una crescita intelligente

PRESENTAZIONE DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Il progetto è finalizzato a diffondere e rafforzare la coscienza della cittadinanza europea e dei diritti fondamentali tra le giovani generazioni
TITOLO DELL'INIZIATIVA	Europa=Noi
MODALITÀ DI COMUNICAZIONE	Il progetto consiste nella proposta di due percorsi multimediali contenuti in un CD-rom e dal prodotto informato cartaceo ed elettronico dal titolo "agenda per gli insegnanti. A scuola di Europa". Gli incontri con i docenti, durante i quali vengono illustrati i materiali didattici, si svolgono su tutto il territorio nazionale a livello regionale. Sono previsti 3 incontri nelle città di Modena, Lecce, Catania.
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI	Il fine è quello di creare le basi per il consolidamento di una cultura europea con riferimento alle giovani generazioni, a partire dai bambini della scuola elementare Target: scuole primarie di I e II grado e secondarie di I grado Gli strumenti messi a disposizione degli insegnanti come supporto didattico consentono di illustrare il processo di integrazione europea e spiegare la storia, i valori e le possibilità offerte dall'Unione europea e dall'appartenenza ad essa.
PERIODO DI DIFFUSIONE	Anno scolastico
BUDGET DEDICATO	Fondi europei: € 34.452,00 * * <i>Stanziamiento 2012 per iniziativa da svolgersi nel 2013</i>
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	È prevista attività di monitoraggio
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	Progetto realizzato con il Partenariato di gestione (Parlamento europeo, Commissione europea, Dipartimento per le politiche europee in collaborazione con il Ministero degli Affari esteri) Collaborazione con il MIUR e gli Uffici scolastici regionali

ANNO EUROPEO dei CITTADINI

PRESENTAZIONE DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Si vuole promuovere l'integrazione sociale e la partecipazione attiva alla vita della città attraverso lo sport, veicolo di integrazione sociale e di valori civici
TITOLO DELL'INIZIATIVA	Scuola in città
MODALITÀ DI COMUNICAZIONE	Il progetto si svolge in due fasi: - attività nella scuola: distribuzione di un kit didattico e un kit sportivo per praticare discipline multi sportive abbinando l'attività sportiva a momenti di formazione civica ed umana - attività nelle piazze: organizzazione di tornei sportivi e altre iniziative per promuovere l'integrazione sociale e comportamenti che richiamano alla cittadinanza attiva
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI	Obiettivo: diffondere attività e iniziative che per facilità di linguaggio e capacità di coinvolgimento rappresentano un efficace strumento di integrazione, coesione sociale e cittadinanza attiva Target: ragazzi di età compresa tra i 15 e i 19 anni (studenti, immigrati, popolazione cittadina) Contenuti: lo sport esercita una forte attrattiva sui cittadini ed è fonte di valori importanti come lo spirito di gruppo, la solidarietà, la tolleranza e può essere uno strumento efficace per promuovere e rafforzare la cittadinanza attiva
PERIODO DI DIFFUSIONE	2013
BUDGET DEDICATO	Fondi europei: € 20.000,00 * * <i>Stanziamiento 2012 per iniziativa da svolgersi nel 2013</i>
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	È prevista attività di monitoraggio
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	Progetto realizzato con il Partenariato di gestione (Parlamento europeo, Commissione europea, Dipartimento per le politiche europee in collaborazione con il Ministero degli Affari esteri) CSI (Centro Sportivo Italiano); USIP (Unione Sportive Sport per tutti); AICS (associazione Italiana Cultura e Sport); Unione Sportiva ACLI

ANNO EUROPEO dei CITTADINI

PRESENTAZIONE DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Iniziativa diretta ad informare il pubblico sulle tematiche dei diritti fondamentali dell'Unione europea e del concetto di cittadinanza europea. Il progetto si basa su un'azione di comunicazione interattiva e multiplatforma attivata con un concorso a premi diffuso attraverso la rete web
TITOLO DELL'INIZIATIVA	Nuovi talenti per l'Europa
MODALITÀ DI COMUNICAZIONE	<p>Selezione del miglior audiovisivo divulgativo/promozionale di durata massima di tre minuti, realizzato in lingua italiana e dedicato alla diffusione dei valori della cittadinanza.</p> <p>Il progetto avrà due principali canali di comunicazione: utilizzerà l'interattività del web e la potenza divulgativa della televisione tradizionale dandogli spazio all'interno di alcune trasmissioni televisive</p> <p>Sito web www.europa.nuovitalenti.rai.it</p>
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI	<p>Obiettivo: favorire una maggiore sensibilizzazione sul tema dei diritti della cittadinanza e dell'identità europea</p> <p>Target: pubblico giovane di età compresa tra i 18 e i 30 anni</p> <p>Contenuti: l'audiovisivo dovrà contenere esempi chiari di vita quotidiana che dimostrino come l'esercizio dei diritti fondamentali dei cittadini europei risenta delle decisioni prese a livello Ue e come gli stessi cittadini possano intervenire sia nella formazione che nell'applicazioni di tali decisioni e provvedimenti normativi.</p>
PERIODO DI DIFFUSIONE	Primo semestre 2013
BUDGET DEDICATO	Fondi europei: € 120.000,00
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	Monitoraggio dei dati di accesso al sito; presenze nei programmi televisivi
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	<p>Progetto realizzato con il Partenariato di gestione (Parlamento europeo, Commissione europea, Dipartimento per le politiche europee in collaborazione con il Ministero degli Affari esteri)</p> <p>RAI</p>

ANNO EUROPEO dei CITTADINI

PRESENTAZIONE DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	I cittadini dialogano con le istituzioni per trasmettere e far conoscere le attività dell'Unione europea e i vantaggi dell'appartenenza ad essa e per il rafforzamento dell'identità europea
TITOLO DELL'INIZIATIVA	L'Europa è in città
MODALITÀ DI COMUNICAZIONE	5 incontri sul territorio organizzati nelle 5 circoscrizioni elettorali tra le istituzioni (Governo, Parlamento europeo, Commissione europea ecc.) e i cittadini. Sito web www.europaincitta.eu
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI	Obiettivo: creare momenti di aggregazione e di dialogo con le istituzioni per informare la cittadinanza in modo mirato e completo sul valore aggiunto di essere cittadini europei Target: i cittadini ed in particolare i giovani; le istituzioni, gli stakeholders e gli enti pubblici locali; mass media e opinion leader Contenuti: informare i cittadini su tematiche specifiche di livello europeo coinvolgendoli in modo diretto; favorire l'incontro con le istituzioni
PERIODO DI DIFFUSIONE	2013
BUDGET DEDICATO	Fondi europei: € 72.010,00 * * <i>Stanziamiento 2012 per iniziativa da svolgersi nel 2013</i>
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	Attività di monitoraggio - Questionario di <i>customer satisfaction</i>
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	Progetto realizzato con il Partenariato di gestione (Parlamento europeo, Commissione europea, Dipartimento per le politiche europee in collaborazione con il Ministero degli Affari esteri) Anci, Europe direct, Enti locali, Istituti universitari, Associazioni di categoria

ANNO EUROPEO dei CITTADINI

PRESENTAZIONE DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Due incontri accademici e didattici tenuti da personalità istituzionali, docenti universitari ed esperti nelle politiche dell'Ue connesse alle più importanti tematiche inerenti i valori identitari, la cultura dell'Europa, la cittadinanza europea
TITOLO DELL'INIZIATIVA	Lezioni d'Europa
MODALITÀ DI COMUNICAZIONE	Lectio brevis Sito web www.lezionieuropa.it
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI	Obiettivo: creare nell'opinione pubblica una sempre maggiore consapevolezza dei vantaggi derivanti dall'appartenenza all'Ue, diffondendo le informazioni relative ai valori e ai diritti che sono alla base della cittadinanza europea. Target: i cittadini ed in particolare i giovani (studenti della scuola secondaria e universitari) Contenuti: progetto di formazione e divulgazione allargata
PERIODO DI DIFFUSIONE	2013
BUDGET DEDICATO	Fondi europei: € 31.086,00
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	Attività di monitoraggio - Questionario di <i>customer satisfaction</i>
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	Progetto realizzato con il Partenariato di gestione (Parlamento europeo, Commissione europea, Dipartimento per le politiche europee in collaborazione con il Ministero degli Affari esteri) Europe Direct

PRESENTAZIONE DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	In occasione dell'Anno europeo della cittadinanza si vuole dare spazio e voce ai giovani protagonisti collegando l'informazione all'esperienza vissuta
TITOLO DELL'INIZIATIVA	Cnr/Erasmus – Anno europeo della cittadinanza – Concorso “foto-racconto interattivo sul sentirsi cittadini europei”
MODALITÀ DI COMUNICAZIONE	<p>Il progetto consiste:</p> <p>a) nella realizzazione di un foto-racconto virale e interattivo rivolto ai giovani con lo scopo di accrescere la loro conoscenza e consapevolezza degli obiettivi, caratteristiche, prospettive e opportunità che il progetto Erasmus può offrire. Questo primo spot, nell'evidenziare gli aspetti sostanziali che Erasmus offre, segna soprattutto il lancio di un concorso che si svilupperà sui temi dell'Anno europei della Cittadinanza;</p> <p>b) nella realizzazione e uso di una piattaforma web che funga da “concentratore” di social network e risorse on-line per facilitare la diffusione virale dei messaggi da veicolare e del concorso previsto e per facilitare la raccolta e l'analisi socio-culturale dei messaggi presenti sulle reti sociali sul sentirsi cittadini europei;</p> <p>c) nella organizzazione di un concorso a premi fra gli studenti delle ultime classi delle scuole secondarie superiori e delle università per la produzione di foto-racconti sul sentirsi cittadini europei</p> <p>NOTA: sarà necessario interagire con il DIE per la programmazione degli spazi di diffusione sui mezzi radiofonici e televisivi della Rai</p>
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI	<p>Obiettivo: richiamare l'attenzione sui temi dell'Anno europeo dei cittadini</p> <p>Target: giovani delle ultime classi della scuola secondaria e studenti universitari</p> <p>Contenuti: percorso logico che lega l'informazione relativa alle opportunità e all'esperienza del programma Erasmus</p>
PERIODO DI DIFFUSIONE	<p>La premiazione del vincitore del concorso è prevista nel mese di maggio 2013.</p> <p>L'Analisi sociologica sui prodotti sarà presentata nel mese di giugno 2013</p>
BUDGET DEDICATO	<p>Fondi europei: € 70.000,00 *</p> <p><i>* Stanziamento 2012 per iniziativa da svolgersi nel 2013</i></p>

AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	<p>Nel progetto è prevista la raccolta ed analisi socio-culturale dei messaggi sul sentirsi cittadini europei presenti sulle reti sociali. In particolare sui foto-racconti prodotti e selezionati e la comunicazione virale che ne scaturirà sarà operata un'analisi della comunicazione sul sentirsi cittadini europei dei giovani (facilitata dall'uso previsto della piattaforma web). L'analisi e l'estrazione di informazioni di carattere socio-culturale si avvarrà di tecnologie di convergenza dell'informazione e algoritmi di text mining</p>
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	<p>Progetto realizzato con il Partenariato di gestione (Parlamento europeo, Commissione europea, Dipartimento per le politiche europee in collaborazione con il Ministero Affari esteri)</p> <p>CNR. Agenzia LLP/Erasmus</p> <p>Eventuale collaborazione con il Dipartimento per l'informazione e l'editoria per la diffusione degli spot, sia televisivi che radiofonici, negli spazi gratuiti della Rai per le pubbliche amministrazioni.</p>

ANNO EUROPEO dei CITTADINI

<p>PRESENTAZIONE DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE</p>	<p>L'iniziativa rientra negli eventi relativi all'Anno europeo della cittadinanza e vuole informare e sensibilizzare in merito ai più importanti diritti connessi alla cittadinanza nell'ambito dell'Ue</p> <p>Finalità principale: rafforzare la consapevolezza dei diritti connessi alla cittadinanza dell'Unione allo scopo di aiutare i cittadini ad esercitare pienamente il loro diritto di circolare e di soggiornare liberamente sul territorio degli Stati membri.</p>
<p>TITOLO DELL'INIZIATIVA</p>	<p>Campagna pubblicitaria sui diritti della cittadinanza</p>
<p>MODALITÀ DI COMUNICAZIONE</p>	<p>Campagna pubblicitaria multimediale composta da:</p> <ul style="list-style-type: none"> - n.3 spot audiovisivi di 45 secondi (riducibili a 35 secondi) e adattamento per la diffusione sui social network - n.3 spot radiofonici di 45 secondi (riducibili a 35 secondi) - realizzazione di video virali - ideazione di layout grafico per annunci su quotidiani e periodici e adattabili per affissioni - banner e altri format per la presenza su internet <p>NOTA: sarà necessario interagire con il DIE per la programmazione degli spazi di diffusione sui mezzi radiofonici e televisivi della Rai</p>
<p>OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI</p>	<p>Obiettivo della Campagna: garantire la sensibilizzazione, promozione e diffusione di tutte le opportunità offerte dal riconoscimento e dalla pratica dei diritti della cittadinanza</p> <p>Target: cittadinanza europea in generale con particolare riguardo ai giovani e alle PMI</p> <p>Contenuti: saranno sviluppati tre macrotemi.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) diritti fondamentali dell'Unione europea 2) diritti della cittadinanza europea e in particolare diritto di voto 3) promozione del mercato unico
<p>PERIODO DI DIFFUSIONE</p>	<p>2013 (con possibilità di proseguire nel 2014)</p>
<p>BUDGET DEDICATO</p>	<p>Fondi europei complessivi stanziati per due annualità: € 600.000,00</p>

<p>AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE</p>	<p>È previsto il monitoraggio della Campagna a cura dell'impresa aggiudicataria della gara. In particolare dovrà svolgere il controllo delle uscite sui media, la raccolta dei giustificativi e certificazioni di messa in onda e un resoconto dettagliato degli indici di ascolto delle trasmissioni radiotelevisive, l'indice <i>Gross Rating Pint</i> al fine di misurare le percentuali di pubblico raggiunte ovvero il <i>Click through rate</i> al fine di misurare l'efficacia della campagna web.</p> <p>A conclusione dell'azione di diffusione media, al fine di testare il gradimento, l'efficacia e il ricordo della Campagna, l'impresa aggiudicataria realizzerà un report di analisi e valutazione "post" test dei risultati di carattere quantitativo e qualitativo.</p>
<p>SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI</p>	<p>Progetto realizzato con il Partenariato di gestione (Parlamento europeo, Commissione europea, Dipartimento per le politiche europee in collaborazione con il Ministero degli Affari esteri)</p> <p>Eventuale collaborazione con il Dipartimento per l'informazione e l'editoria per la diffusione degli spot, sia televisivi che radiofonici, negli spazi gratuiti della Rai per le pubbliche amministrazioni.</p>

ANNO EUROPEO dei CITTADINI

PRESENTAZIONE DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Riuscire a spiegare ai cittadini in maniera diretta e semplice i diritti connessi alla cittadinanza europea ed in particolare la democrazia partecipativa
TITOLO DELL'INIZIATIVA	Cittadini europei si diventa
MODALITÀ DI COMUNICAZIONE	<p>Campagna di comunicazione nazionale sull'iniziativa dei Cittadini europei</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2 workshop presso sedi universitarie - pagine internet dedicate al progetto - vademecum sull'utilizzo dell'Ice in Italia - sondaggio dedicato all'analisi delle conoscenze e livelli di gradimento ed aspettativa relativi ad alcune misure del Trattato di Lisbona incentrate sulla cittadinanza europea - evento finale presso Università di Roma
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI	<p>Obiettivi: far crescere l'attenzione intorno al nuovo strumento dell'ICE (Iniziativa dei Cittadini Europei); stimolare la nascita di un dibattito sinergico sul principio della democrazia partecipativa; supportare con un'informazione puntuale le esigenze dei soggetti vari a partecipare ad iniziative specifiche; contribuire a realizzare una rete tra i soggetti italiani più interessati a partecipare al "<i>policy making</i>" dell'Ue</p> <p>Target: rappresentanti di organizzazioni varie della società civile, studenti, ricercatori, docenti universitari</p> <p>Contenuti: il progetto si propone come contributo alla diffusione delle novità del Trattato di Lisbona che hanno un impatto specifico sul rafforzamento della coscienza e su un esercizio più attivo e partecipato della cittadinanza europea</p>
PERIODO DI DIFFUSIONE	2013
BUDGET DEDICATO	<p>Fondi europei: € 17.850,00 *</p> <p>* <i>Stanziamiento 2012 per iniziativa da svolgersi nel 2013</i></p>
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	È prevista attività di monitoraggio
SINERGIE CON	Progetto realizzato con il Partenariato di gestione (Parlamento

ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	europeo, Commissione europea, Dipartimento per le politiche europee in collaborazione con il Ministero Affari esteri) CIME
PRESENTAZIONE DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Realizzazione di attività di informazione sull'Unione europea e, in particolare, sul concetto di cittadinanza europea e sulle opportunità per i giovani che derivano dallo status di cittadini europei
TITOLO DELL'INIZIATIVA	Campagna radio con interviste tematiche
MODALITÀ DI COMUNICAZIONE	Spazi dedicati all'interno del palinsesto per informare sulle opportunità offerte dalle iniziative europee e per diffondere tutte le notizie utili attinenti
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI	Obiettivi: il progetto vuole stimolare l'interazione con i giovani, attraverso modalità specifiche, utilizzando il mezzo radiofonico, ascoltato dal 54,4% della popolazione di età superiore a 14 anni. Target: popolazione di età compresa tra i 15 e i 25 anni Contenuti: le attività informative saranno esercitate attraverso brevi interviste, "pillole" informative sulle opportunità offerte ai giovani e sui mezzi di diffusione che le supportano (siti web dedicati ecc.)
PERIODO DI DIFFUSIONE	I 20 passaggi radiofonici, di 40 secondi ciascuno, saranno previsti in base ai palinsesti nel corso del 1° semestre 2013
BUDGET DEDICATO	Fondi europei: € 40.000,00* <i>* Stanziamento 2012 per iniziativa da svolgersi nel 2013</i>
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	È prevista attività di monitoraggio
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	Progetto realizzato con il Partenariato di gestione (Parlamento europeo, Commissione europea, Dipartimento per le politiche europee in collaborazione con il Ministero degli Affari esteri) Maggiori emittenti radiofoniche (selezionate su base Dati GFK Eurisko)

PRESENTAZIONE DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Storia dell'integrazione europea in 250 scatti
TITOLO DELL'INIZIATIVA	L'Italia in Europa – L'Europa in Italia
MODALITÀ DI COMUNICAZIONE	Mostra fotografica itinerante Nel 2013 la sarà allestita a Trapani, Crotone, Cosenza, L'Aquila, Trento, Venezia, Campobasso, Potenza, Lecce, Verona, Cuneo
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI	Obiettivo: far conoscere, attraverso l'aiuto di immagini storiche, non solo l'Europa e l'azione dell'Italia al suo interno, ma soprattutto il "valore aggiunto" dell'essere cittadini europei Target: la cittadinanza Contenuti: la mostra ritrae i momenti più salienti dell'integrazione europea dalla Guerra fredda ad oggi. Il percorso fotografico prende inizio dagli accordi presi 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
PERIODO DI DIFFUSIONE	2013
BUDGET DEDICATO	Fondi europei: € 15.000 per il trasporto della Mostra
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	È prevista attività di monitoraggio
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	Progetto realizzato con il Partenariato di gestione (Parlamento europeo, Commissione europea, Dipartimento per le politiche europee in collaborazione con il Ministero degli Affari esteri) Enti locali, Europe Direct

ANNO EUROPEO dei CITTADINI

PRESENTAZIONE DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Illustrare la nascita e l'evoluzione del concetto di cittadinanza in Europa dal periodo classico (Grecia e Roma antica) fino alla costituzione dell'Unione europea
TITOLO DELL'INIZIATIVA	Mostra fotografica sul concetto di cittadinanza europea dall'antichità ai nostri giorni
MODALITÀ DI COMUNICAZIONE	Realizzazione di una mostra fotografica itinerante tramite una serie di pannelli mobili
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI	<p>Obiettivo: 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 riporteranno testi e documenti riguardanti la nascita della democrazia 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 XIX secolo e soffermarsi nel periodo della creazione giuridica dell'Europa fino ai nostri giorni.</p>
PERIODO DI DIFFUSIONE	La Mostra sarà presentata nel mese di maggio 2013 in occasione degli eventi per la Festa dell'Europa
BUDGET DEDICATO	<p>Fondi europei per la realizzazione : € 32.338,00 *</p> <p>Fondi europei per il trasporto: € 10.000</p> <p><i>* Stanziamento 2012 per iniziativa da svolgersi nel 2013</i></p>
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	È prevista attività di monitoraggio
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	<p>Progetto realizzato con il Partenariato di gestione (Parlamento europeo, Commissione europea, Dipartimento per le politiche europee in collaborazione con il Ministero degli Affari esteri)</p> <p>MIBAC</p>

ANNO EUROPEO dei CITTADINI

PRESENTAZIONE DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Incontri tematici sul territorio volti a rilevare percezioni, attese, esigenze e posizioni degli stakeholders nei confronti dell'Unione europea in materia di lavoro, sicurezza ed impiego sostenibile delle risorse
TITOLO DELL'INIZIATIVA	Citizens dialogue meetings
MODALITÀ DI COMUNICAZIONE	<ul style="list-style-type: none"> - individuazione degli stakeholders di riferimento - preparazione delle basi dati anagrafiche dei soggetti che parteciperanno agli incontri - individuazione e formazione dei partecipanti agli enti - individuazione e formazione di un team di circa 25 facilitatori che agiscano a loro volta come promotori sul territorio - cura degli aspetti comunicativi per assicurare la partecipazione efficace degli stakeholders agli eventi
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI	<p>Obiettivo: diffusione delle informazioni sulle tematiche dell'Occupazione, della sicurezza e dell'impiego sostenibile delle risorse</p> <p>Target: stakeholders</p> <p>Contenuti: la partecipazione al progetto riguarda un servizio di formazione intervento-organizzativa di carattere specialistico avente ad oggetto la formazione e preparazione del pubblico partecipante agli eventi in programma a Napoli, Torino ed Urbino previsti dal progetto della Commissione europea "Citizens dialogue meetings in Italy"</p>
PERIODO DI DIFFUSIONE	I tre eventi in programma sul territorio - Napoli, Torino e Urbino si concluderanno nel primo semestre 2013
BUDGET DEDICATO	<p>Fondi europei: € 38.610,00 *</p> <p><i>* Stanziamento 2012 per iniziativa da svolgersi nel 2013</i></p>
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	Saranno effettuate rilevazioni circa le percezioni e le posizioni degli stakeholders ai diversi livelli di attuazione del progetto con modalità interattive come questionari ed eventuali interviste dirette
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	<p>Progetto realizzato con il Partenariato di gestione (Parlamento europeo, Commissione europea, Dipartimento per le politiche europee in collaborazione con il Ministero degli Affari esteri)</p> <p>Maggioli Spa</p>

PRESENTAZIONE DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Partecipazione al Salone del Libro di Torino
TITOLO DELL'INIZIATIVA	Salone del Libro di Torino 2013
MODALITÀ DI COMUNICAZIONE	Stand, Mostra fotografica, Convegno
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI	Obiettivi: Contenuti: Target:
PERIODO DI DIFFUSIONE	2013
BUDGET DEDICATO	Fondi europei: € 30.000,00 * <i>* Stanziamento 2012 per iniziativa da svolgersi nel 2013</i>
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	È prevista attività di monitoraggio
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	Progetto realizzato con il Partenariato di gestione (Parlamento europeo, Commissione europea, Dipartimento per le politiche europee in collaborazione con il Ministero degli Affari esteri)

ANNO EUROPEO dei CITTADINI

PRESENTAZIONE DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Partecipazione al Festival d'Europa a Firenze
TITOLO DELL'INIZIATIVA	In corso di definizione
MODALITÀ DI COMUNICAZIONE	In corso di definizione
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI	Obiettivi: Contenuti: Target: la cittadinanza ed in particolare i giovani
PERIODO DI DIFFUSIONE	2013
BUDGET DEDICATO	Fondi europei: € 30.000,00
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	È prevista attività di monitoraggio
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	Progetto realizzato con il Partenariato di gestione (Parlamento europeo, Commissione europea, Dipartimento per le politiche europee in collaborazione con il Ministero degli Affari esteri)

ANNO EUROPEO dei CITTADINI

PRESENTAZIONE DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Strumento informativo sui temi dell'Unione europea ed in particolare sulle opportunità offerte dalla cittadinanza europea
TITOLO DELL'INIZIATIVA	Smartstudent
MODALITÀ DI COMUNICAZIONE	Sito web www.smartstudent.it
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI	<p>Obiettivi: promuovere una maggiore conoscenza e consapevolezza dei valori fondamentali dell'Unione europea, delle sue istituzioni, delle attuali politiche europee, dei programmi e delle opportunità per i giovani</p> <p>Target: studenti universitari e neolaureati</p> <p>Contenuti: nel portale si trovano tutte le informazioni per capire come le istituzioni europee interagiscono con quelle nazionali, in particolare le opportunità offerte agli studenti universitari e ai neolaureati (programmi di studio, stage, tirocini ecc.)</p>
PERIODO DI DIFFUSIONE	2013
BUDGET DEDICATO	<p>Fondi europei: € 20.000*</p> <p><i>* Stanziamento 2011 per iniziative che proseguono 2013</i></p>
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	È prevista attività di monitoraggio
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	Progetto realizzato con il Partenariato di gestione (Parlamento europeo, Commissione europea, Dipartimento per le politiche europee in collaborazione con il Ministero degli Affari esteri)

PRESENTAZIONE DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Portale per mettere in contatto tra loro le associazioni di volontariato per dialogare e condividere i propri progetti sul web
TITOLO DELL'INIZIATIVA	Volontario in Europa
MODALITÀ DI COMUNICAZIONE	Sito web www.volontarioineuropa.eu
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI	<p>Obiettivi: far emergere le associazioni di volontariato e le organizzazioni di terzo settore che operano al fine di rafforzare il sentimento di cittadinanza europea, promuovere il senso di appartenenza all'U e i valori europei</p> <p>Target: cittadinanza</p> <p>Contenuti: nel portale sono inseriti tutti i progetti che promuovono il senso di appartenenza dei cittadini all'Ue e che coinvolgono i cittadini di altri Stati membri</p>
PERIODO DI DIFFUSIONE	2013
BUDGET DEDICATO	<p>Fondi europei: € 20.000*</p> <p><i>* Stanziamento 2011 per iniziative che proseguono nel 2013</i></p>
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	È prevista attività di monitoraggio
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	Progetto realizzato con il Partenariato di gestione (Parlamento europeo, Commissione europea, Dipartimento per le politiche europee in collaborazione con il Ministero degli Affari esteri)

ANNO EUROPEO dei CITTADINI

PRESENTAZIONE DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Portale che da accesso a tutte le informazioni concernenti le tematiche indicate nelle 4 macroaree e il rinvio ai link utili per documentarsi sugli Stati membri e sulle campagne di comunicazione promosse dal Dipartimento
TITOLO DELL'INIZIATIVA	Vivieuropa
MODALITÀ DI COMUNICAZIONE	Sito web www.vivieuropa.it
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI	<p>Obiettivi: informare la cittadinanza relativamente ai diritti e alle libertà dei cittadini, fornendo notizie utili su famiglia e sociale, giustizia e sicurezza, salute e benessere, istruzione e formazione professionale, ricerca, stage, tirocini, opportunità di lavoro, opportunità per le imprese, riconoscimenti professionali, trasferimenti, turismo ecc.</p> <p>Target: cittadinanza ed in particolare i giovani</p> <p>Contenuti: il sito è strutturato in 4 sezioni principali che individuano 4 macroaree di accesso ai contenuti: 1.Essere cittadino europeo; 2. Studiare; 3.Lavorare e fare impresa; 4. Viaggiare</p>
PERIODO DI DIFFUSIONE	2013
BUDGET DEDICATO	Il sito non ha costi essendo aggiornato e gestito all'interno del Dipartimento
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	È prevista attività di monitoraggio
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	

MERCATO INTERNO

PRESENTAZIONE DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Sito che offre informazioni sulle attività promosse dal Dipartimento in tema di mercato interno
TITOLO DELL'INIZIATIVA	Lavorare in Europa
MODALITÀ DI COMUNICAZIONE	Sito web www.lavorareineuropa.eu
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI	<p>Obiettivi: il sito vuole far conoscere le attività che promuove l'Unione europea per facilitare lo svolgimento delle attività professionali e imprenditoriali nel mercato unico europeo e per far conoscere le opportunità per lavorare in Europa</p> <p>Target: cittadinanza ed in particolare giovani, ricercatori, personale delle amministrazioni pubbliche, Pmi, Ong, Enti pubblici ecc.</p> <p>Contenuti: sul sito si trovano informazioni riferite in particolare a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - direttiva servizi - Solvit - qualifiche professionali - finanziamenti diretti
PERIODO DI DIFFUSIONE	2013
BUDGET DEDICATO	<p>Fondi nazionali: € 11.979 *</p> <p><i>*Stanziamiento 2012 per attività che proseguono nel 2013. Lo stanziamento comprende anche l'aggiornamento del sito www.direttivaservizi.eu</i></p>
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	È prevista attività di monitoraggio
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	

MERCATO INTERNO

PRESENTAZIONE DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Sito che offre notizie costantemente aggiornate in tema di mercato interno per fornire agli utenti un valido strumento di consultazione per accedere alle informazioni utili, alla documentazione di interesse, ai siti istituzionali e agli help desk delle istituzioni competenti per materia
TITOLO DELL'INIZIATIVA	Direttiva sui servizi nel mercato interno
MODALITÀ DI COMUNICAZIONE	Sito web www.direttivaservizi.eu
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI	<p>Obiettivi: il sito vuole far conoscere le attività che promuove l'Unione europea per facilitare lo svolgimento delle attività professionali e imprenditoriali nel mercato unico europeo e per far conoscere le opportunità di lavoro in Europa</p> <p>Target: cittadinanza ed in particolare al personale delle amministrazioni pubbliche, ad imprese, professionisti, consulenti, consumatori, associazioni di categoria ecc.</p> <p>Contenuti: sul sito si trovano informazioni riferite in particolare a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - piattaforma e-learning - seminari - normativa - documenti
PERIODO DI DIFFUSIONE	2013
BUDGET DEDICATO	<p>Fondi nazionali: € 23.760 + 11.979*</p> <p>* <i>Stanziamiento 2011 per iniziative che proseguono nel 2013.</i></p> <p><i>Lo stanziamento comprende anche l'aggiornamento del sito www.finanziamentidiretti.eu e la strutturazione del dominio www.lavorareineuropa.eu</i></p>
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	È prevista attività di monitoraggio
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	

MERCATO INTERNO

PRESENTAZIONE DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Il sito offre notizie in tema di finanziamenti diretti per fornire agli utenti un valido strumento di consultazione per accedere alle informazioni utili
TITOLO DELL'INIZIATIVA	Finanziamenti diretti
MODALITÀ DI COMUNICAZIONE	Sito web www.finanziamentidiretti.eu
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI	<p>Obiettivi: offrire informazioni costantemente aggiornate sui finanziamenti direttamente erogati dalle istituzioni europee, divisi per settore di azione. Sono previsti anche incontri sul territorio</p> <p>Target: cittadinanza ed in particolare i giovani, i ricercatori, le Pmi, le Ong, gli enti pubblici</p> <p>Contenuti: sul sito si trovano informazioni utili per partecipare a programmi su obiettivi specifici (ambiente, ricerca, salute, competitività e innovazione)</p>
PERIODO DI DIFFUSIONE	2013
BUDGET DEDICATO	<p>Fondi nazionali: € 23.760*</p> <p>* <i>Stanziamiento 2011 per iniziative che proseguono nel 2013.</i></p> <p><i>Lo stanziamento comprende anche l'aggiornamento del sito www.direttivaservizi.eu</i></p>
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	È prevista attività di monitoraggio
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	SSPAL - EIPA

MERCATO INTERNO

PRESENTAZIONE DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	È un'iniziativa del Dipartimento per le politiche europee nell'ambito del progetto "Servizi pubblici e aiuti di Stato: la disciplina applicabile". I servizi pubblici a rilevanza economica sono noti nell'ordinamento comunitario come SIEG (Servizi di interesse economico generale)
TITOLO DELL'INIZIATIVA	Servizi di Pubblica Utilità
MODALITÀ DI COMUNICAZIONE	Sito web www.servizidipubblicautilita.eu
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI	<p>Obiettivi: informare tutti gli operatori sui servizi pubblici a rilevanza economica</p> <p>Target: cittadinanza ed in particolare operatori pubblici e privati e studenti</p> <p>Contenuti: il sito web si costituisce in cinque sezioni 1. Corso e-learning; 2. Eventi; 3. Normativa; 4. Documenti; 5. rinvio ad altri link; 6. chi siamo.</p> <p>Quest' anno si procederà solo all'aggiornamento del sito</p>
PERIODO DI DIFFUSIONE	2013
BUDGET DEDICATO	<p>Fondi nazionali: € 38.720 *</p> <p><i>* Stanziamento 2012 per attività che proseguono nel 2013</i></p>
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	È prevista attività di monitoraggio
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	

MERCATO INTERNO

PRESENTAZIONE DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Giornate formative IMI-SOLVIT
TITOLO DELL'INIZIATIVA	Accordo di programma ANCI-DPE
MODALITÀ DI COMUNICAZIONE	5 seminari informativi
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI	<p>Obiettivi: formare sull'utilizzo del sistema Imi e sul funzionamento della rete europea Solvit</p> <p>Target: cittadinanza ed in particolare funzionari della pa nazionale, regionale e locale</p> <p>Contenuti: l'attività di formazione prevede:</p> <ul style="list-style-type: none"> - realizzazione di una campagna di comunicazione finalizzata alla conoscenza del progetto anche attraverso o canali web e la diffusione di inviti ad amministrazioni, enti ed associazioni interessate; - assistenza tecnico-operativa nell'organizzazione e realizzazione dei seminari
PERIODO DI DIFFUSIONE	2013
BUDGET DEDICATO	<p>Fondi nazionali: € 15000 *</p> <p><i>* Stanziamento 2012 per iniziative che proseguono nel 2013</i></p>
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	È prevista attività di monitoraggio
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	ANCI

MERCATO INTERNO

PRESENTAZIONE DELL'INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE	Protocollo di intesa con EIPA per il coordinamento, la progettazione, la realizzazione, la gestione ed il controllo delle qualità del progetto di formazione
TITOLO DELL'INIZIATIVA	Accordo di collaborazione con EIPA (European Institute of Public Administration)
MODALITÀ DI COMUNICAZIONE	<ul style="list-style-type: none"> - 10 incontri formativi (programma <i>Horizon 2020</i>, tecniche del <i>Project Cycle Management</i> e <i>gestione del budget</i> dei Fondi diretti) - aggiornamento corsi on line <i>Project Cycle Management</i> e <i>Budget di progetto</i>
OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI	<p>Obiettivi: fornire informazione e formazione in merito alla redazione di una proposta finanziaria nell'ambito di un progetto finanziato dalla Commissione europea</p> <p>Target: cittadinanza ed in particolare funzionari della amministrazioni nazionali e delle imprese</p> <p>Contenuti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - realizzazione di percorsi di sensibilizzazione e formazione finalizzati a presentare il programma <i>Horizon 2020</i>; - creazione e diffusione di materiali informativi e didattici - realizzazione di iniziative per la formazione di pubbliche amministrazioni nazionali, imprese e cittadinanza sulle procedure tecniche generali per la progettazioni incluso il quadro logico e la stesura dei budget di progetti finanziati dalla Ce
PERIODO DI DIFFUSIONE	2013
BUDGET DEDICATO	<p>Fondi nazionali: € 35000*</p> <p>*Stanziamiento 2012 per iniziative che proseguono nel 2013</p>
AZIONI DI MONITORAGGIO E INDICATORI DI VALUTAZIONE	È prevista attività di monitoraggio
SINERGIE CON ALTRI MINISTERI O ALTRI ENTI	EIPA

ALTRE INFORMAZIONI

CONVENZIONI RAI	Convenzione per il Progetto “Nuovi talenti per l’Europa”
CONVENZIONI CON ENTI PUBBLICI O PRIVATI, CONVENZIONI CON AGENZIE TECNICHE DI SUPPORTO ISTITUZIONALE	Accordo con SSPAL Accordo con ANCI Accordo con EIPA Accordo con ASSONIME Accordo con ASFOR Accordo con LUISS
CONVENZIONI CON AGENZIE DI STAMPA E DI INFORMAZIONE	
PRESENZA DI SITI WEB CHE AFFIANCANO QUELLO ISTITUZIONALE	www.vivieuropa.it www.direttivaservizi.eu www.volontarioineuropa.eu www.finanziamentidiretti.eu www.smartstudent.it www.europaincitta.eu www.lezionideuropa.it www.lavorareineuropa.eu www.servizi dipubblicautilita.eu
EVENTUALE PREVISIONE DI MONITORAGGIO	Azioni di monitoraggio e valutazione
PRODOTTI INFORMATIVI E DOCUMENTALI	Trattato di Lisbona – 1500 copie “Un nuovo trattato per l’Europa: il Trattato di Lisbona” - 1500 copie “A scuola d’Europa – Agenda per gli insegnanti” – 2000 copie Relazione annuale - 500 copie Catalogo mostra “L’Europa in Italia, l’Italia in Europa. Storia dell’integrazione europea in 250 scatti” - 1000 copie

PARTECIPAZIONE A FIERE E MANIFESTAZIONI

MANIFESTAZIONE	Costo ipotizzato per l'anno 2013
CLUB di VENEZIA	€ 10.000 Fondi Dipartimento 2013
SALONE DEL LIBRO TORINO	€ 30.000 Fondi Partenariato di gestione 2012
Eventi "FESTA DELL'EUROPA" – Firenze /Roma	€ 55.000 Fondi Partenariato di gestione 2013
Partecipazione FORUM P.A.	€ 10.000 Fondi Dipartimento 2013
Mostra itinerante "L'EUROPA IN ITALIA, L'ITALIA IN EUROPA. STORIA DELL'INTEGRAZIONE EUROPEA IN 250 SCATTI" - Tappe di presentazione in diverse città italiane	€ 15.000 Fondi partenariato di gestione 2013 (per il trasporto)
Mostra fotografica "IL CONCETTO DI CITTADINANZA EUROPEA DALL'ANTICHITA' AI NOSTRI GIORNI"	€ 32.338 Fondi partenariato di gestione 2012 (per la realizzazione) € 10.000 Fondi partenariato di gestione 2013 (per il trasporto)
TOTALE FIERE E MANIFESTAZIONI	€ 20.000 Fondi Dipartimento 2013 € 62.338 Fondi Partenariato 2012 € 80.000 Fondi Partenariato 2013

PARTECIPAZIONE A CONVEGNI, SEMINARI ED ALTRI EVENTI. Diversi	€ 10.000 (per la predisposizione del materiale di supporto alla realizzazione degli convegni, seminari ed altro). Fondi Dipartimento 2013
---	---

DATI INFORMATIVI

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