



Presidenza del Consiglio dei Ministri

DIPARTIMENTO PER LE POLITICHE EUROPEE

Piano di comunicazione 2019

| | |
|------------------------------------------------|------|
| 1. Analisi dello scenario | p. 2 |
| 2. Temi prioritari e campagne di comunicazione | p. 3 |
| 3. Obiettivi | p. 4 |
| 4. Target (pubblici di riferimento) | p. 5 |
| 5. Contenuti e mezzi di comunicazione | p. 5 |
| 6. Monitoraggio e valutazione dei risultati | p. 7 |
| 7. Risorse finanziarie | p. 7 |
| 8. Tavola sinottica | p. 8 |

Premessa

Questa versione del piano di comunicazione del Dipartimento è redatta secondo le linee guida diffuse dal Dip. Informazione Editoria durante la riunione di coordinamento del 22 novembre 2018. Una versione estesa del Piano è disponibile presso il Dip. Politiche Europee. Gli aggiornamenti del piano terranno conto delle eventuali variazioni del contesto e definiranno la programmazione. Le azioni di dettaglio saranno realizzate anche in base a esigenze che potranno manifestarsi solo in corso d'opera. Le eventuali variazioni e nuove azioni saranno motivate e comunicate al DIE. Nella fase di realizzazione del Piano saranno dettagliati l'analisi di scenario e i pubblici di riferimento per ogni specifica azione di comunicazione individuata.

1. Analisi dello scenario

a. Competenze del Dipartimento

Il governo attualmente in carica, presieduto dal Presidente Giuseppe Conte, ha prestato giuramento il 1 giugno 2018. Ministro agli Affari Europei è stato nominato il Professor Paolo Savona. Il Dipartimento per le Politiche Europee non ha subito riorganizzazioni rispetto all'assetto definito Decreto del 25 maggio 2016; Il Dipartimento si definisce: "struttura di supporto di cui l'autorità politica si avvale per l'attuazione di attività inerenti le politiche generali e settoriali dell'Unione europea, nonché degli impegni assunti nell'ambito di questa. E', inoltre, di supporto nelle azioni di coordinamento e nelle fasi di predisposizione della normativa dell'Unione europea".

Il Dipartimento ha, tra le proprie competenze (Decreto del 25 maggio 2016):

- "l'informazione e la comunicazione sulle attività dell'Unione europea e sulla partecipazione ad essa dell'Italia, e in particolare la diffusione delle notizie relative alla normativa di adeguamento dell'ordinamento interno alle norme dell'Unione europea che conferiscono diritti ai cittadini dell'Unione o ne agevolano l'esercizio in materia di libera circolazione delle persone e dei servizi";
- "l'informazione e l'assistenza ai cittadini nelle materie rilevanti per l'Unione europea, promuovendone l'accesso alle politiche, ai programmi e alle normative dell'Unione, d'intesa con le istituzioni nazionali ed europee e con gli organi di informazione";
- "la formazione di operatori pubblici e privati sulle politiche, i programmi e la normativa dell'Unione europea, anche al fine di favorire una presenza sempre più qualificata di funzionari italiani all'interno delle istituzioni europee".

Dal 27 giugno 2018 è alle dirette dipendenze del Ministro la Struttura di missione istituita con DPCM del 28 luglio 2006 "per prevenire l'insorgere del contenzioso comunitario e rafforzare il coordinamento delle attività volte alla risoluzione delle procedure d'infrazione".

b. Contesto e atti di indirizzo istituzionali

Nella **Dichiarazione di Bratislava** del 16 settembre 2016, i leader europei avevano convenuto sui prossimi obiettivi dell'Europa a 27 e tracciato una tabella di marcia verso la Dichiarazione di Roma, sottoscritta il 25 marzo 2017, in occasione delle celebrazioni del 60° anniversario dei Trattati di Roma. In questa occasione, i leader di 27 Paesi UE hanno convenuto sulla necessità di rendere "l'Unione europea più forte e più resiliente, attraverso un'**unità** e una **solidarietà** ancora maggiori". Per stimolare la discussione sul futuro dell'UE, la Commissione europea ha ospitato e continuerà ad ospitare, insieme al Parlamento europeo e agli Stati membri interessati, una serie di **dibattiti (Dialoghi con i cittadini)** nelle città e nelle regioni del continente.

Il 7 settembre 2018 il ministro per gli affari europei, Paolo Savona, ha redatto e inviato a Bruxelles il documento di proposte "**Una Politeia per un'Europa diversa, più forte e più equa**". L'esigenza segnalata è di non limitarsi a fissare regole di *governance*, con il tipico approccio tecnico al problema, ma di orientarsi verso un approccio politico, ossia una *politeia* concordata per il perseguimento del bene comune europeo. Perché ciò si possa realizzare in futuro, è necessario **educare i giovani, oltre che istruirli**, dando vita in prospettiva a una scuola europea di ogni ordine e grado nella quale trovi spazio una **comune cultura**, mantenendo viva la coscienza dell'immenso patrimonio culturale di cui dispongono tutti i paesi membri, come stabilisce il Trattato. **Fatta l'Europa, il perno essenziale per "fare gli europei" è la scuola**, come testimonia il successo del progetto Erasmus. Occorre quindi ripartire da quella concezione di un'Europa di pace

e di benessere che mosse i Padri fondatori della Comunità, poi l'Unione, e trovò grande consenso presso la pubblica opinione, e conoscere, analizzare e ripensare le vicende che sono seguite alla firma del Trattato di Maastricht: se l'Unione europea non sarà in grado di trasmettere il messaggio che è un'organizzazione che offre opportunità, e non solo vincoli, tutti ne patiranno. La conclusione del documento presentato dal governo italiano è che questo assumerà tutte le iniziative per dare vita a un **Gruppo di lavoro ad alto livello** con lo scopo di sottoporre al Consiglio europeo, prima delle prossime elezioni, suggerimenti utili a **perseguire il bene comune e a migliorare il benessere di tutti i cittadini europei**, la politeia che manca al futuro dell'Unione e alla coesione tra gli Stati membri.

Il 12 settembre, infine, il Presidente della Commissione europea Jean-Claude Juncker ha pronunciato il **discorso sullo stato dell'Unione** sottolineando il fatto che l'Unione europea deve prendersi maggiormente cura della sua **dimensione sociale**. Il Presidente ha inoltre richiamato l'attenzione sul significato delle **elezioni europee** dell'anno prossimo per la democrazia europea.

c. Scenario esterno

Di seguito una sintesi dello scenario descritto nell'ultima rilevazione Eurobarometro del Parlamento europeo a sei mesi dalle elezioni europee (rilevazioni condotte tra l'8 e il 26 settembre 2018 da Kantar Public in tutti e 28 gli Stati membri, con un campione di 27.474 europei di 16 anni o più, intervistati con metodologia *face to face*).

Mentre cresce l'apprezzamento per l'Unione Europea nella maggior parte degli Stati membri, il 65% degli italiani si dichiara favorevole all'euro, ma gli intervistati in Italia sono i meno entusiasti dell'appartenenza all'Unione europea: il 43% degli italiani intervistati pensa che l'Italia abbia tratto beneficio dall'essere membro UE, il dato più basso di tutti i paesi europei. Questo dato è comunque in crescita di 4 punti percentuali rispetto a settembre 2017, e mostra una tendenza positiva negli ultimi anni.

Per quanto riguarda l'immagine del Parlamento europeo, un terzo degli intervistati (32%) ha un'opinione positiva, un quinto (21%) esprime un parere negativo e una maggioranza relativa (43%) rimane neutrale. Il 48% degli intervistati vorrebbe che l'UE svolgesse un ruolo più significativo in futuro, mentre il 27% preferirebbe fosse ridimensionato. Cresce la consapevolezza delle elezioni europee del prossimo anno, con il 41% che identifica correttamente la data nel Maggio 2019 - un aumento di nove punti percentuale rispetto ad un'indagine analoga di sei mesi fa, e il 51% degli intervistati si dichiara interessato alla tornata elettorale europea. Tuttavia, il 44% degli europei (il 34% degli intervistati in Italia) ancora non sa dire quando si voterà.

L'immigrazione è al primo posto nell'agenda dei temi prioritari per l'imminente campagna elettorale (50%), seguita dall'economia (47%) e dalla disoccupazione giovanile (47%), mentre la lotta al terrorismo scende al quarto posto con il 44%. Priorità simili anche per i cittadini italiani, anche se l'immigrazione è percepita come tema chiave da ben il 71% degli intervistati. Seguono l'economia con il 62% e la disoccupazione giovanile al 59%.

2. Temi prioritari e campagne di comunicazione

Per favorire la conoscenza della partecipazione - attuale e storica - dell'Italia all'Unione europea e migliorare la consapevolezza dei diritti e doveri di cittadinanza, il Dipartimento ritiene prioritario promuovere una **campagna di comunicazione rivolta in particolare ai giovani per una migliore conoscenza degli atti fondanti dell'UE**; questo obiettivo è considerato condizione imprescindibile per poter incoraggiare una partecipazione consapevole e attiva al dibattito sui valori e sul futuro dell'Europa.

Prioritaria sarà inoltre la promozione di una **campagna di comunicazione istituzionale per favorire la partecipazione al voto in occasione delle prossime elezioni europee**, che si terranno in tutti gli Stati membri tra il 23 e il 26 maggio 2019.

La strategia di comunicazione sulla conoscenza dell'UE e del ruolo dell'Italia nelle sue politiche sarà orientata, pertanto, al coinvolgimento del maggior numero possibile di giovani delle scuole e delle università nelle iniziative di approfondimento e sensibilizzazione, al coinvolgimento dei professionisti appartenenti alle amministrazioni pubbliche nelle iniziative di informazione e formazione, alla promozione della campagna istituzionale in vista delle elezioni europee per sensibilizzare alla partecipazione democratica.

In sintonia con la strategia del Governo italiano espressa nella Relazione programmatica al Parlamento per il 2019, le azioni saranno incentrate su **due campagne di comunicazione**:

1. **Promozione della conoscenza dei Trattati UE nelle scuole e nelle Università**, con azioni in grado di favorire l'accesso alle fonti e la fruizione approfondita di queste da parte degli studenti;
2. **Promozione di una corretta informazione in vista delle elezioni europee** per sensibilizzare gli elettori alla partecipazione.

Una terza linea di azione strategica prevede il miglioramento della comunicazione su mandato, servizi e temi istituzionali di competenza del Dipartimento, in particolare della comunicazione *online ma anche* interistituzionale e interna, per agevolare il dialogo con i cittadini e il coinvolgimento di stakeholder e società civile.

Per ottimizzare i risultati:

- Si integrerà l'utilizzo dei media tradizionali e di internet con eventi, dibattiti e incontri sul territorio;
- Si potenzieranno le sinergie già operative tra le amministrazioni, gli enti e i soggetti pubblici italiani, con gli altri Stati dell'UE e con le organizzazioni e le istituzioni UE, avviandone all'occorrenza di nuove.

3. Obiettivi

Questo piano individua due obiettivi strategici incentrati rispettivamente sulla comunicazione esterna e sulla comunicazione interistituzionale e interna.

Gli obiettivi strategici sono:

1. **Favorire la conoscenza della partecipazione - attuale e storica - dell'Italia all'Unione europea e migliorare la consapevolezza dei diritti e doveri di cittadinanza.** L'obiettivo mira in particolare a migliorare la consapevolezza dei diritti fondamentali e la conoscenza dei valori europei, delle politiche europee e delle opportunità offerte dall'UE ai cittadini, ai consumatori, ai professionisti, ai giovani, a chi desidera accedere ai progetti finanziati direttamente con programmi della Commissione europea. Strumento fondamentale di conoscenza sono, in particolare per i giovani, i Trattati europei in vigore, che vanno resi leggibili e accessibili al numero più ampio possibile di studenti e cittadini.

Questo obiettivo si inquadra nell'ambito delle aree strategiche **“Promozione di comportamenti positivi e responsabilità individuali e sociali”** e **“Campagne di servizio”** delle linee guida DIE e mira a recepire e rilanciare con specifiche azioni le strategie europee ricordate sopra.

2. **Migliorare la conoscenza su mandato, servizi e temi istituzionali di competenza del Dipartimento** Rendere più efficaci le sinergie interne ed esterne e gli strumenti di comunicazione istituzionale del Dipartimento è infatti all'obiettivo cardine di migliorare la conoscenza della popolazione italiana sull'Unione europea. Questo obiettivo è incentrato sulla

comunicazione interistituzionale, interna, istituzionale, punta a garantire una migliore comunicazione sui temi UE e si realizza migliorando il coordinamento interno, rafforzando le sinergie istituzionali e potenziando la “cassetta degli attrezzi” del Dipartimento sia nella comunicazione istituzionale sul web sia attraverso un’immagine e linea editoriale istituzionale maggiormente accessibile e più facilmente riconoscibile.

Questo obiettivo si inserisce nell’ambito dell’area strategiche indicata nelle linee guida DIE “**Identità nella Comunità**”.

Al primo obiettivo strategico corrispondono due obiettivi operativi:

- 1.1 Migliorare nella popolazione, e in particolare tra i giovani, la conoscenza dei Trattati UE
- 1.2 Promuovere l’informazione istituzionale per favorire la partecipazione democratica alle prossime elezioni europee

Al secondo obiettivo strategico corrispondono due obiettivi operativi:

- 2.1 Potenziare la comunicazione *online*
- 2.2 Migliorare la comunicazione interna e interistituzionale.

4. Target (pubblici di riferimento)

La derivazione dei pubblici dallo scenario è un work in progress e rispetta le segmentazioni abbozzate in questa prima versione del piano. In base alle azioni individuate, si procede di volta in volta a segmentazioni su progetto.

b. Pubblico interno al Dipartimento

Area politica:

- ▶ Ministro, Sottosegretario, rispettivi staff

Area amministrativa:

- ▶ Direttori degli uffici e delle strutture
- ▶ Dirigenti dei servizi
- ▶ Funzionari referenti di comunicazione dei vari uffici
- ▶ Funzionari referenti di comunicazione che sono anche operatori di comunicazione (Solvit, ecc.)
- ▶ altri funzionari, senza competenze o ruoli assegnati di comunicazione.

c. pubblico interno alla PCM

- ▶ personale utente del sito intranet

d. pubblico esterno

Cittadini

- ▶ Studenti della scuola primaria e secondaria di I e di II grado
- ▶ cittadini utenti degli spazi web e dei canali di informazione istituzionali del Dipartimento e del Governo

Influencer e stakeholder

- ▶ media (quotidiani, periodici, stampa specialistica e locale, Tv nazionali e locali, radio nazionali e locali, internet)
- ▶ insegnanti della scuola primaria e secondaria di I e di II grado/professori universitari
- ▶ PMI/associazioni
- ▶ Camere di commercio, Confindustria
- ▶ Reti locali di informazione della Commissione europea
- ▶ Club di Venezia (organismo informale che riunisce i responsabili della comunicazione degli Stati membri e candidati, aperto alle istituzioni, agli organi e organismi dell’UE e internazionali, all’eorganizzazioni indipendenti, alle associazioni)

Istituzioni

- ▶ Istituzioni e organismi UE e loro rappresentanza in Italia
- ▶ Ministeri
- ▶ Autonomie locali
- ▶ Altri Dipartimenti PCM

5. Contenuti e mezzi di comunicazione

Le principali iniziative programmate per il 2019 evolveranno con l’evolversi del piano e saranno dettagliate e programmate in singoli documenti di progetto. In coerenza con le linee strategiche e gli obiettivi individuati sopra, sono raggruppate, secondo lo schema riportato in appendice, e comprendono la realizzazione dei seguenti progetti:

1.1 Conoscenza dei Trattati UE (vedi scheda allegata)

Sotto lo slogan “Conoscere i Trattati per un’Europa più forte e più equa” si raggrupperanno tutte le azioni per favorire una conoscenza effettiva e approfondita dei Trattati europei e promuovere il dibattito sui valori e interessi condivisi a livello europeo (mezzi: piattaforma “Europa=noi, sito web, newsletter e social media, eventi, spot per il 9 maggio Festa dell’Europa).

A tal fine, si continuerà a **promuovere nelle scuole di ogni ordine e grado la piattaforma didattica “Europa=Noi”** per gli insegnanti. Per l’anno scolastico 2018-2019, **la piattaforma sarà integrata con strumenti** e contenuti dedicati ai Trattati europei e **una nuova edizione del concorso online “Trivia Quiz”** per gli studenti (<http://www.educazionedigitale.it/europanoi/>). La piattaforma sarà dotata di una nuova **area collaborativa per gli insegnanti** associata ad un meccanismo premiante per coloro che la utilizzeranno nei percorsi formativi dedicati alle classi; verranno programmati dei **webinar di approfondimento** e gli insegnanti avranno la possibilità di **scambiare materiali e buone pratiche**. Le guide e i quaderni operativi verranno aggiornati e integrati con **ulteriori dettagli sui contenuti e gli strumenti offerti dalla piattaforma**. Per quanto riguarda i **Trattati europei**, la piattaforma verrà integrata con una **nuova sezione didattica per le ultime classi della secondaria di secondo grado**, con suggerimenti e istruzioni per gestire le lezioni in “flipped classroom”. La sezione conterà anche **video-lezioni, infografiche, la versione e-book dei Trattati e altri materiali** che saranno **disponibili anche online sul sito web del Dipartimento per le Politiche Europee e sulle piattaforme delle istituzioni partner, a partire dallo stesso MIUR**.

Inoltre, sarà **rafforzata la cooperazione istituzionale con la rappresentanza in Italia della Commissione europea e con l’Ufficio di informazione del Parlamento europeo** in Italia attraverso l’Accordo di Programma sottoscritto nel 2015 dal Governo italiano per lo sviluppo e l’attuazione della dimensione europea dell’insegnamento di “Cittadinanza e Costituzione” nelle scuole di ogni ordine e grado entro il 2020. Nello stesso ambito, **proseguirà la collaborazione istituzionale con il Ministero dell’Istruzione, Università e ricerca (MIUR)** con la promozione di **un concorso per le classi della scuola secondaria di II grado**. Insieme al MIUR sarà promosso un **concorso nazionale per le scuole secondarie di secondo grado**, con scadenza a marzo 2019, dedicato ai Trattati. Insieme al Dipartimento per la Coesione territoriale, verranno coinvolte anche le classi interessate dal progetto **“a scuola di opencoesione”**, i cui insegnanti saranno incoraggiati ad utilizzare i materiali disponibili sulla piattaforma attraverso lezioni e webinar e attraverso una menzione speciale per la migliore classi di “a scuola di opencoesione” partecipante al Trivia Quiz 2019.

Le **premiazioni** avverranno, per quanto possibile, in concomitanza del 9 maggio, Festa dell’Europa, le cui azioni saranno funzionali alle iniziative strategiche per la conoscenza dei Trattati (vedi oltre).

Gli studenti delle scuole e delle università potranno, inoltre, essere coinvolti nella visita di **mostre itineranti** anche interattive (“L’Italia in Europa, l’Europa in Italia”; “Ever Closer Union – Un’Europa sempre più unita”). Le sinergie potranno essere ulteriormente estese all’EUI-European University Institute, proseguendo i progetti già attivati per promuovere la conoscenza attiva dei Trattati UE attraverso ricerche basate su materiali di archivio custoditi a Fiesole.

Si prevede inoltre di proseguire, con una formula rinnovata, l’attribuzione in collaborazione con il Ministero degli Affari Esteri di premi di studio agli studenti del Collegio d’Europa e, attraverso varie collaborazioni istituzionali, i **progetti per illustrare le opportunità offerte dalla UE (ad esempio le possibilità di usufruire dei fondi diretti)** con cicli di seminari rivolti a soggetti pubblici e alle associazioni pubbliche e private e pagine web di informazione, focalizzandoli sui temi della partecipazione dell’Italia all’UE e dei diritti e doveri di cittadinanza.

Sarà infine riprogrammato, con possibilità di produzione di una nuova versione, lo spot radio-tv per il **9 maggio – Festa dell’Europa**.

1.2 Elezioni europee (vedi scheda allegata)

In vista delle elezioni europee (la consultazione elettorale è attesa in Italia per il 26 maggio 2019) sarà realizzata una campagna di comunicazione istituzionale integrata per favorire una corretta informazione e incoraggiare la partecipazione democratica al voto. (mezzi: spot radioTV, sito web, newsletter e social media, eventi)

In linea con la strategia complessiva del Dipartimento, di incoraggiare una migliore conoscenza della storia e della cultura dell'Unione Europea, si potranno promuovere iniziative e in particolare eventi ispirati alla ricorrenza dei **40 anni dalla prima consultazione elettorale** per il Parlamento europeo, unica istituzione europea a suffragio diretto, nel 1979. Si collaborerà, inoltre, con le istituzioni europee alla realizzazione della versione italiana dello spot radio-tv della campagna istituzionale europea **#StavoltaVoto** nei mesi di gennaio-marzo e alla sua programmazione nel mese di maggio in coordinamento con il Dip. Informazione Editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri.

2.1 Comunicazione online

Si prevede di sviluppare nuovi modelli di comunicazione online, in grado di agevolare il dialogo con i cittadini e il coinvolgimento di Stakeholder e società civile. I dettagli sono disponibili presso il Dip. Politiche europee, nella versione estesa di questo Piano.

2.2 Comunicazione interna e interistituzionale

Il Dipartimento continuerà a promuovere azioni per **migliorare la comunicazione interna ed interistituzionale** incrementando quindi la **consistenza e qualità della comunicazione rivolta ai cittadini**. Potranno essere organizzati **eventi congiunti** con la Rappresentanza della Commissione europea in Italia, l'Ufficio di informazione del Parlamento europeo in Italia e l'EUI su temi strategici del Programma di lavoro UE, in particolare quelli oggetto di consultazioni pubbliche promosse dalla Commissione europea. Le iniziative potranno essere programmate anche in occasione dei **Dialoghi con i cittadini** organizzati con le istituzioni UE e per **Matera, Capitale europea della cultura 2019**.

6. Monitoraggio e valutazione dei risultati

La misurazione del raggiungimento degli obiettivi di comunicazione e dunque la valutazione complessiva dell'attività sarà effettuata con risorse interne al Dipartimento, utilizzando gli strumenti a disposizione della PCM e dei partner istituzionali (statistiche degli accessi ai siti internet e ai servizi web, eventuale analisi di segnalazioni se previsto nei servizi di *customer care*, questionari di valutazione dei corsi, indice GRP – *gross rating point* fornito dal DIE per le campagne TV, ecc.). Per agevolare la pianificazione delle azioni di dettaglio, le ottimizzazioni e le variazioni in corso d'opera, il piano di comunicazione sarà monitorato con cadenza mensile.

7. Risorse finanziarie

Il dettaglio delle stime di spesa per ogni azione qui ipotizzata è riportato nella tavola sinottica in calce a questo Piano e nelle schede allegate sulle due campagne di comunicazione e potrà essere consolidato a mano a mano che procederà la pianificazione operativa.

Alla data di consegna di questo Piano, il Dipartimento per le politiche europee stima di poter disporre, per la strategia complessiva di comunicazione e informazione 2019 contenuta in questo Piano, di 117.695,93 euro, corrispondenti alla disponibilità 2018 decurtata, come da disposizioni vigenti, del 5%. L'approvazione delle risorse finanziarie per il Bilancio di previsione 2019 è attesa per dicembre 2018.

8. Tavola sinottica 2019

| Temi strategici e prioritari | Obiettivi operativi | Contenuti, azioni e mezzi | Real. (SI/NO) | Costi stimati (Iva incl.) Capitolo 342 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|------------------|----------------------------------------------|
| ■ Aree: Promozione di comportamenti positivi ; Campagne di servizio | | | | |
| 1. Favorire la conoscenza della partecipazione - attuale e storica - dell'Italia all'Unione europea e migliorare la consapevolezza dei diritti e doveri di cittadinanza | 1.1 Conoscere i Trattati per un'Europa più forte e più equa (Campagna integrata) | 1.1.1 Progetto Europa=NOI, concorsi e iniziative per le scuole | | 15.000 |
| | | 1.1.2 Nuovo accordo di programma con le istituzioni UE e IT | | 5.000 |
| | | 1.1.3 Premi di studio Collegio Europa | | 5.000 |
| | | 1.1.4 Iniziative su partecipazione dell'Italia all'Ue + cittadinanza | | 10.000 |
| | | 1.1.5 Mostre (L'Italia in Europa, Ever Closer Union...) | | 15.000 |
| | | 1.1.6 Fiere e manifestazioni (ForumPA, The State of the Union...) | | 10.000 |
| | | 1.1.7 9 maggio Festa dell'Europa (spot radio-tv) | | 5.000 |
| | 1.2 Elezioni europee (Campagna integrata) | 1.2.1 Iniziative per 40 anni del Parlamento europeo | | |
| | | 1.2.2 #StavoltaVoto (spot radio-tv, web & social) | | |
| ■ Area: Identità della Comunità | | | | |
| 2 Migliorare la conoscenza su mandato, servizi e temi istituzionali di competenza del Dipartimento | 2.1 Comunicazione online | 2.1.1 Sito internet multilingue e servizi collegati | | 20.000 |
| | 2.2 Comunicazione interna e interist. | 2.2.1 Networking (Club di Venezia) | | 10.000 |
| | | 2.2.2 Seminari e workshop su temi Dip. e temi strategici UE | | 10.000 |
| | | 2.2.3 Rete di referenti esterna | | |
| | | 2.2.4 Rete referenti interna | | |
| | | 2.2.5 Linee di stile e immagine coordinata del Dipartimento | | |
| Totale spese previste sul cap. 342 | | | | 105.000 |
| Capienza stimata capitolo 342 per il 2019 | | | | 117.695,93 |
| Somma disponibile per altre attività non programmate | | | | 12.695,93 |

