

**ALLEGATO 1**  
**SCHEMA**  
**CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE 1.1**

<b>TITOLO</b>	<b>Conoscere i Trattati per un'Europa più forte e più equa</b>
<b>ANALISI DELLO SCENARIO</b>	L'esigenza segnalata nel documento del governo "una Politeia per un'Europa più forte e più equa" è di non limitarsi, nella situazione attuale che presenta diverse criticità per il progetto europeo, a fissare con il tipico approccio tecnico regole di <i>governance</i> , ma di orientarsi verso l'approccio politico di una <i>politeia</i> , una visione concordata per perseguire il bene comune europeo. Perché ciò si possa realizzare in futuro, è necessario <b>educare i giovani, oltre che istruirli</b> , dando vita in prospettiva a una scuola europea di ogni ordine e grado nella quale trovi spazio una <b>comune cultura</b> , mantenendo viva la coscienza dell'immenso patrimonio culturale di cui dispongono tutti i paesi membri, come stabilisce il Trattato. <b>Fatta l'Europa, il perno essenziale per "fare gli europei" è la scuola</b> , come testimonia il successo del progetto Erasmus. Occorre quindi ripartire dalla 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 <b>conoscere, analizzare e ripensare le vicende che sono seguite alla firma del Trattato di Maastricht</b> : 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.
<b>OBIETTIVI</b>	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 <b>promuovere in particolare tra i giovani una migliore conoscenza degli atti fondanti dell'UE</b> . Questo obiettivo è considerato condizione imprescindibile per poter incoraggiare una partecipazione consapevole e attiva al dibattito sui valori e sul futuro dell'Europa.
<b>TARGET</b>	Target primario: coinvolgimento del <b>maggior numero possibile di giovani delle scuole (principalmente scuola secondaria di secondo grado) e delle università</b> nelle iniziative di approfondimento e sensibilizzazione. Target secondario: coinvolgimento di <b>stakeholder e cittadinanza</b> .
<b>AREE TEMATICHE E CONTENUTI</b>	Area: Promozione di comportamenti positivi. Contenuti: <b>Nuovi strumenti e contenuti multimediali dedicati ai Trattati europei e nuova edizione del concorso online "Trivia Quiz" con domande sui Trattati</b> per gli studenti sulla promozione di un <b>concorso nazionale</b> per le classi della scuola secondaria di II grado. Gli studenti delle scuole e delle università potranno, inoltre, essere coinvolti nella visita di <b>mostre itineranti sull'integrazione europea anche interattive</b> ("L'Italia in Europa, l'Europa in Italia"; "Ever Closer Union – Un'Europa sempre più unita"). Prosecuzione, con una formula rinnovata, dei progetti per illustrare le <b>opportunità offerte dalla UE</b> (ad esempio le possibilità di usufruire dei fondi diretti) attraverso cicli di <b>seminari</b> 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 uno <b>spot radio tv per il 9 maggio – Festa dell'Europa</b> , con possibilità di produrne una nuova versione.

<b>MEZZI DI COMUNICAZIONE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Spazi gratuiti sulle reti RAI</li> <li>– Concorsi per le scuole, premi di studio per Collegio Europa</li> <li>– Piattaforma didattica “Europa=noi” <a href="http://www.educazionedigitale.it/europanoi/">http://www.educazionedigitale.it/europanoi/</a>: (video-lezioni, area collaborativa, guida per gli insegnanti, Trivia Quiz online...)</li> <li>– Sito web <a href="http://www.politicheeuropee.gov.it">www.politicheeuropee.gov.it</a>; newslewtter, social media istituzionali</li> <li>– Conferenze, convegni, incontri</li> <li>– Fiere, eventi, mostre</li> <li>– Conferenze stampa, interviste</li> </ul>
<b>MONITORAGGIO E VALUTAZIONE DEI RISULTATI</b>	Statistiche degli accessi ai siti internet e ai servizi web, eventuale analisi di segnalazioni se previsto nei servizi di <i>customer care</i> , questionari di gradimento dei corsi, indice GRP – gross rating point fornito dal DIE per le campagne TV, ecc.
<b>PERIODO DI DIFFUSIONE</b>	<p>Spot radio-TV: 26 aprile - 9 maggio 2019</p> <p>Concorso: novembre 2018-marzo 2019</p> <p>Piattaforma Europa=noi: gennaio-giugno 2019</p> <p>Web e social media, incontri, eventi: gennaio-dicembre 2019</p>
<b>BUDGET</b>	<p>Complessivi €65.000 sul cap 342 del Dip. Politiche europee, di cui:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Progetto Europa=NOI, concorsi e iniziative per le scuole 15.000</li> <li>– Nuovo accordo di programma con le istituzioni UE e IT 5.000</li> <li>– Premi di studio Collegio Europa 5.000</li> <li>– Iniziative su partecipazione dell’Italia all’Ue + cittadinanza 10.000</li> <li>– Mostre 15.000</li> <li>– Fiere e manifestazioni (ForumPA, The State of the Union...) 10.000</li> <li>– 9 maggio Festa dell’Europa (eventuale nuovo spot radio-tv) 5.000</li> </ul>
<b>SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– MIUR</li> <li>– Dipartimento per le politiche di coesione (progetto “a scuola di opencoesione”)</li> <li>– Rappresentanza in Italia della Commissione europea</li> <li>– Ufficio di informazione in Italia del Parlamento europeo</li> <li>– European University Institute - EUI</li> </ul>

**ALLEGATO 2**  
**SCHEDA**  
**CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE 1.2**

<b>TITOLO</b>	<b>#StavoltaVoto</b>
<b>ANALISI DELLO SCENARIO</b>	Secondo l’ultimo Eurobarometro, a pochi mesi dal rinnovo del Parlamento europeo e dell’avvio del nuovo ciclo istituzionale UE, mentre nella maggior parte degli Stati membri cresce l’apprezzamento per l’Unione Europea, gli intervistati in Italia sono i meno entusiasti dell’appartenenza all’Unione europea anche se il 65% degli italiani si dichiara favorevole all’euro. 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. Cresce in Europa la

	<p>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% ancora non sa dire quando si voterà.</p>
<b>OBIETTIVI</b>	<p>Per favorire una corretta informazione e incoraggiare la partecipazione democratica al voto, si ritiene opportuna la promozione di una campagna istituzionale in vista delle elezioni europee, che si terranno in Italia il 26 maggio 2019. L'iniziativa sarà progettata in collaborazione e a supporto delle azioni del Parlamento e della Commissione europea.</p>
<b>TARGET</b>	<p>Target: cittadini elettori, in particolare i giovani e, tra questi, coloro che per la prima volta eserciteranno il diritto di voto.</p>
<b>AREE TEMATICHE E CONTENUTI</b>	<p>Area: Promozione di comportamenti positivi; campagna di utilità sociale  Contenuti: In linea con la strategia complessiva del Dipartimento, di incoraggiare una migliore conoscenza della storia e della cultura dell'Unione Europea, si potranno promuovere azioni ispirate alla <b>ricorrenza dei 40 anni del Parlamento europeo</b>, unica istituzione europea a suffragio diretto, nel 1979. La campagna istituzionale di comunicazione integrata sarà realizzata in collaborazione con le istituzioni sopra citate e a supporto della campagna europea, la cui programmazione di dettaglio sarà delineata entro la fine del 2018. In particolare, si collaborerà con le istituzioni europee alla realizzazione della <b>versione italiana dello spot radio-tv della campagna istituzionale europea #StavoltaVoto</b> nei mesi di gennaio-marzo e alla sua programmazione nel mese di maggio.</p>
<b>MEZZI DI COMUNICAZIONE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Spazi gratuiti sulle reti RAI</li> <li>- Sito web <a href="http://www.politicheeuropee.gov.it">www.politicheeuropee.gov.it</a>; newsletter, social media istituzionali</li> <li>- Conferenze, convegni, incontri, eventi</li> </ul>
<b>MONITORAGGIO E VALUTAZIONE DEI RISULTATI</b>	<p>Statistiche degli accessi ai siti internet e ai servizi web, eventuale analisi di segnalazioni se previsto nei servizi di <i>customer care</i>, questionari di gradimento, indice GRP – gross rating point fornito dal DIE per le campagne TV, ecc.</p>
<b>PERIODO DI DIFFUSIONE</b>	<p>Spot radio-TV: 13- 26 maggio 2019  Web e social media, incontri, eventi: gennaio-maggio 2019</p>
<b>BUDGET</b>	<p>Non sono previsti costi sul cap.342 del Dip. Politiche Europee</p>
<b>SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rappresentanza in Italia della Commissione europea</li> <li>- Ufficio di informazione in Italia del Parlamento europeo</li> <li>- European University Institute - EUI</li> </ul>