



Presidenza del Consiglio dei Ministri

DIPARTIMENTO PER LE POLITICHE EUROPEE

Piano di comunicazione 2018

1. Premessa – quadro istituzionale e linee guida	p. 2
2. Scenario	p. 3
3. Pubblici di riferimento	p. 8
4. Budget	p. 9
5. Obiettivi strategici e operativi di comunicazione	p.10
6. Azioni e strumenti di comunicazione	p.13
7. Criteri di monitoraggio e valutazione dei risultati	p.17
8. Elenco delle schede allegate sulle azioni di comunicazione	p.17
9. Tavola sinottica	p.18

1. Premessa - contesto istituzionale e linee guida

Il Piano di Comunicazione del Dipartimento per le Politiche Europee tiene conto della **normativa di riferimento** sulla comunicazione istituzionale - a partire dalla legge n.150 del 2000 - e delle **linee guida** contenute nella circolare del Sottosegretario di Stato del 5 novembre 2012. Le linee guida suggeriscono un indice per il piano e indicano alcune aree di riferimento in cui devono essere inquadrati le azioni di comunicazione programmate annualmente dalle pubbliche amministrazioni. Infine, sia per i programmi di comunicazione delle Amministrazioni sia per il Piano del Governo prevedono una fase di valutazione, integrata con la progettazione, pianificazione e attuazione. Il grado di raggiungimento degli obiettivi della comunicazione va messo in relazione con il livello delle risorse investite.

Il Dipartimento per le Politiche Europee ha quindi collegato, per il 2018, gli obiettivi da definire per il bilancio di previsione con quelli da definire nella prossima Direttiva dell'azione amministrativa, che prevedono specifici indicatori di risultato e target per le azioni da programmare.

Le iniziative da programmare sono ricollegate inoltre alle quattro aree strategiche previste dalle linee guida del 2012 del Piano di comunicazione del Governo (Identità della comunità; Promozione di comportamenti cooperativi e responsabilità individuali e sociali; Diffusione della conoscenza; Campagne di servizio).

Altra indicazione strategica delle linee guida del 2012 è che le Amministrazioni si orientino sempre più verso **strumenti alternativi alle tradizionali campagne televisive** (Media sociali, Social network, Editoria digitale, Dispositivi mobili). Tale indicazione è sottolineata nella nota DIE del 4 novembre 2016 che fornisce le consuete schede da compilare con le azioni previste, che sono parte integrante di questo documento. Non essendo stata diramata, al 30 novembre 2017 una nota DIE per il 2018, si terranno presenti le ultime linee guida e schede.

Il DIE suggerisce in particolare **“iniziative, da realizzare anche col supporto di questo Dipartimento, che sfruttino il processo interattivo web 2.0 favorendo la viralizzazione su social network, blog e community”**, e informa di essere “impegnato in un'azione di *capacity building* per sviluppare *Social Media Strategies* da affiancare progressivamente alle campagne di comunicazione tradizionali”. Raccomanda, infine, di evidenziare nelle schede **“le iniziative di rilevanza strategica e di particolare utilità sociale o di interesse pubblico, aggregate in base ai temi centrali del Programma di Governo e già condivise con l'autorità politica di riferimento di ciascuna struttura”**.

Per la specificità istituzionale del Dipartimento per le Politiche Europee, questo documento tiene conto, oltre che del Programma di Governo, del quadro di riferimento istituzionale maturato delineato in ambito europeo anche attraverso le attività dell'Italia nell'UE (vedi oltre, par 2 d). e del Programma di lavoro della Commissione europea per il 2018.

Il piano di comunicazione, come ricordato sopra, deve essere inviato dalle Amministrazioni al DIE entro il 30 novembre di ogni anno. Tale scadenza comporta che il documento sia redatto quando la programmazione delle attività per l'anno successivo è in fase di perfezionamento. 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.

2. Scenario

Nella fase di realizzazione del Piano saranno dettagliati l'analisi di scenario e i pubblici di riferimento per ogni specifica azione di comunicazione individuata.

a. Contesto istituzionale

Il governo attualmente in carica, presieduto dal presidente Paolo Gentiloni, ha prestato giuramento il 12 dicembre 2016. Nel corso del consiglio dei ministri del 29 dicembre sono stati nominati i Sottosegretari di Stato alla Presidenza del Consiglio. La delega alle politiche e agli affari europei è stata attribuita all'on. Sandro Gozi, già sottosegretario alle politiche e agli affari europei dall'8 aprile 2014 al 12 dicembre 2016. Nel corso del 2018 – in data da definire - si terranno in Italia le elezioni politiche.

Il Dipartimento è la **struttura di supporto** di cui l'autorità politica si avvale per le attività inerenti all'attuazione delle politiche generali e settoriali dell'Unione europea e degli impegni assunti nell'ambito di questa, e per le azioni di coordinamento nelle fasi di predisposizione della normativa dell'Unione europea.

b. Contesto organizzativo interno del Dipartimento

Tra le principali attività, il Dipartimento per le Politiche Europee assicura:

- il coordinamento nelle fasi della **formazione della normativa europea** e del suo **recepimento nell'ordinamento italiano**;
- il funzionamento del **Comitato Interministeriale per gli Affari Europei (CIAE)**;
- la **Relazione annuale al Parlamento** sulla partecipazione dell'Italia all'UE;
- la **prevenzione del contenzioso europeo**;
- il coordinamento sui temi del **mercato interno**, quali la libera circolazione delle persone, servizi, merci e capitali, la libertà di stabilimento, gli appalti pubblici, la proprietà intellettuale, gli aiuti di Stato;
- la **comunicazione e informazione sull'UE**, in particolare sull'accesso alle politiche, ai programmi, alle opportunità, ai diritti.

Servizi offerti

Come **Centro nazionale SOLVIT**, inoltre, il Dipartimento assiste cittadini e imprese della UE in caso di problemi dovuti all'erronea applicazione delle norme europee da parte delle amministrazioni nazionali; come **Coordinatore nazionale del Sistema IMI** coordina e facilita la cooperazione amministrativa e l'assistenza reciproca tra autorità competenti nelle questioni relative al mercato interno; infine, come **Centro di assistenza sulle qualifiche professionali**, il Dipartimento informa e assiste i cittadini per il riconoscimento delle qualifiche professionali o della libera prestazione di servizi nell'UE. Infine, il Dipartimento rivolge "servizi" in prevalenza a un pubblico istituzionale: gli enti e organismi con cui collabora, gli *stakeholder*, alcune categorie professionali, attraverso attività di formazione e informazione.

Protocolli d'intesa, accordi, convenzioni sui progetti di competenza del Dipartimento:

- Commissione e Parlamento europeo, Ministero istruzione università e ricerca – **Accordo di programma per un Progetto pilota per lo sviluppo e l'attuazione della dimensione europea dell'insegnamento cittadinanza e costituzione**
- Ministero degli affari esteri - **Borse di studio in favore di cittadini italiani selezionati per il Collegio d'Europa**
- *European Institute of Public Administration* – **Formazione e informazione sui finanziamenti diretti** (Accordo 2018 in corso di definizione)

Organizzazione interna

Il Dipartimento è organizzato in tre Uffici di livello generale e sette Servizi: l'Ufficio mercato interno, competitività e affari generali, articolato in tre Servizi, l'Ufficio coordinamento delle politiche dell'Unione Europea, articolato in due Servizi, e l'Ufficio per il coordinamento in materia di aiuti di Stato, articolato in due Servizi. Alle dirette dipendenze del Capo Dipartimento opera il Servizio Informative parlamentari e Corte di Giustizia UE. Dipende funzionalmente dal Capo del Dipartimento il Nucleo della Guardia di Finanza per la repressione delle frodi nei confronti dell'Unione europea. E' operativa inoltre 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.

La sede del Dipartimento è in Largo Chigi 19, nei pressi di Palazzo Chigi.

Il Dipartimento non provvede in autonomia alle proprie esigenze di funzionamento, ad esempio per il protocollo informatico, le risorse tecnologiche, le reti telefoniche e telematiche e i sistemi informativi.

Comunicazione (tipologia e gestione della comunicazione, valutazione dell'identità e dell'immagine dell'ente, relazioni con pubblici influenti)

Nell'Ufficio mercato interno, competitività e affari generali opera il Servizio che cura la comunicazione istituzionale del Dipartimento (redazione e monitoraggio del piano di comunicazione annuale, aggiornamento del sito internet istituzionale, organizzazione di eventi istituzionali) oltre ad alcune attività di informazione istituzionale (rassegna stampa dipartimentale) e la promozione della formazione destinata a soggetti istituzionali. La comunicazione e i rapporti con i media dell'Autorità politica sono curati dallo staff del Sottosegretario, che si avvale di un Consigliere per la comunicazione.

Interlocutori di comunicazione interni ed esterni all'Amministrazione

All'interno della PCM, oltre che con il Dipartimento per l'Informazione e l'editoria, il Dipartimento si raccorda, ove possibile, con l'Ufficio Stampa e del portavoce del Presidente per le iniziative di comunicazione, in particolare la redazione del sito internet istituzionale governo.it; con l'ufficio del segretario generale, per il raccordo con il sito intranet della PCM; con l'ufficio informatica e telematica per ciò che comporta la gestione di piattaforme informatiche e web.

In materia di comunicazione, sono interlocutori istituzionali esterni del Dipartimento anche le amministrazioni e gli enti citati nel decreto di organizzazione interna e quelli con cui sono stati stipulati accordi di programma, protocolli d'intesa e convenzioni.

c. Analisi dello scenario esterno

Di seguito una sintesi dello scenario descritto nell'ultima rilevazione Eurobarometro del Parlamento europeo, a due anni dalle elezioni europee 2019.

Cresce, in generale, il sostegno all'UE da parte dei cittadini europei e per un maggior numero intervistati l'appartenenza all'Ue è vista come un fattore positivo. A esprimere questa opinione è il 57% degli europei, il 4% in più rispetto all'ultimo sondaggio di settembre 2016 e quasi allo stesso livello del 2007, prima della crisi, quando a esprimersi positivamente erano stati il 58% degli intervistati. Se invece si analizza quanto gli intervistati pensino che la propria voce conti nel proprio paese, sei europei su dieci rispondono positivamente (più 10% rispetto allo scorso anno).

Le percentuali variano significativamente da paese a paese. Per l'Italia, pur sotto la media UE, si registra un aumento di risposte positive sull'attaccamento all'Unione, con 7 punti percentuali in più rispetto all'anno scorso (48%).

Il 43% degli europei pensa che la propria voce conti a livello di Ue, un record dal 2007 a oggi, e 6 punti percentuali in più rispetto al 2016. In Italia, solo il 36% degli intervistati ha risposto positivamente, al di sotto della media EU, ma con 11 punti percentuali in più rispetto all'anno passato.

La maggioranza dei cittadini europei vuole che l'Ue faccia di più per rispondere a sfide quali la lotta al terrorismo (80%) e alla disoccupazione (78%), la protezione dell'ambiente (75%) e il contrasto all'evasione fiscale (74%). Secondo una larga maggioranza degli intervistati italiani, invece, ci sarebbe bisogno di un maggior intervento da parte dell'Unione europea su migrazione (80%), politica di sicurezza e difesa (74%), politica economica (68%), agricoltura (65%) e politica industriale (64%).

Infine, la stragrande maggioranza degli europei pensa che le diseguaglianze fra classi sociali siano significative e un terzo degli intervistati dubita che riusciremo a lasciarci la crisi alle spalle nei prossimi anni.

d. Contesto e Atti di indirizzo istituzionali

Già nella **Dichiarazione di Bratislava** sottoscritta durante la Riunione informale dei 27 capi di Stato e di Governo il 16 settembre 2016, i leader europei – accogliendo il messaggio del Presidente della Commissione europea Juncker lanciato il 14 settembre 2016 nel programma positivo per “un’Europa che protegge, dà forza e difende” – avevano convenuto sui prossimi obiettivi dell’Europa a 27 e tracciato una tabella di marcia nella direzione della dichiarazione sottoscritta a Roma il 25 marzo 2017 per la ricorrenza dei 60 anni dei Trattati di Roma.

La dichiarazione di Bratislava dedica, al paragrafo IV, una **specificata attenzione al tema della comunicazione sui temi europei**: “Dobbiamo **migliorare la comunicazione reciproca** - fra gli Stati membri, con le istituzioni dell'UE, ma soprattutto con i nostri cittadini. Dovremmo **infondere maggiore chiarezza** alle nostre decisioni. Utilizzare un linguaggio chiaro e onesto. **Concentrarci sulle aspettative dei cittadini**, mettendo in discussione con grande coraggio le soluzioni semplicistiche proposte da forze politiche estremiste o populiste”.

Il 1° marzo 2017, in vista delle celebrazioni dei 60 anni dei Trattati di Roma, la

Commissione europea ha, per parte sua, presentato il **Libro bianco sul futuro dell'Europa** dedicato alle principali sfide e opportunità che si profilano per l'Europa nel prossimo decennio. Il Libro bianco traccia l'inizio di un processo in cui l'UE a 27 deciderà il futuro dell'Unione ed è integrato da una serie di documenti di riflessione su: **dimensione sociale** dell'Europa (26 aprile 2017); gestione della **globalizzazione** (10 maggio 2017); approfondimento dell'**Unione economica e monetaria**, in base alla relazione dei cinque presidenti di giugno 2015 (31 maggio 2017); futuro della **difesa** europea (7 giugno 2017); futuro delle **finanze** dell'UE (28 giugno 2017).

Per stimolare la discussione su questi temi la Commissione europea ha ospitato e continuerà ad ospitare, insieme al Parlamento europeo e agli Stati membri interessati, una serie di **dibattiti sul futuro dell'Europa** nelle città e nelle regioni del continente.

Il 25 marzo 2017, in occasione delle celebrazioni del 60° anniversario dei Trattati di Roma, i leader di 27 Paesi UE hanno sottoscritto la **Dichiarazione di Roma**, menzionata nella Dichiarazione di Bratislava come tappa necessaria a “completare il processo avviato a Bratislava e delineare orientamenti per il nostro futuro comune”. Nella dichiarazione, i Leader convergono sulla necessità di rendere “l'Unione europea più forte e più resiliente, attraverso un'**unità** e una **solidarietà** ancora maggiori”.

Citando i 27 leader che sono saliti al Campidoglio il 25 marzo 2017 per rinnovare il loro solenne impegno reciproco e nei confronti dell'Unione europea, il Presidente della Commissione europea Juncker ha rilevato nel suo **discorso sullo Stato dell'Unione**, illustrando la lettera di intenti del 13 settembre 2017 al Presidente del Parlamento europeo e al Presidente di turno del Consiglio UE che “l'Europa ha di nuovo i venti a favore”, per cui è giunto il momento propizio per costruire “un'Europa **più unita, più forte e più democratica**”.

Il futuro dell'Europa, sostiene Juncker, non può essere deciso per decreto ma deve essere frutto di un **dibattito democratico** e fondamentalmente di un ampio consenso. Per questo la Commissione europea ha proseguito nell'impegno a favore dei dialoghi con i cittadini, organizzando in totale – dall'insediamento della Commissione - circa 312 eventi pubblici in 145 città di 27 Stati membri, in occasione dei quali i cittadini hanno potuto discutere con Commissari, deputati del Parlamento europeo e leader nazionali e locali. I dialoghi sul futuro dell'Europa hanno raggiunto un pubblico di quasi 21mila persone riunite in municipi, musei, teatri e piazze, 144mila persone connesse a sei dialoghi in diretta Facebook, 34 milioni di persone tramite media e social media. In Italia, i dialoghi organizzati dal 2016 sono stati in totale 14, di cui 3 (Roma, Torino, Norcia) da marzo 2017.

Per imprimere una direzione a questo rinnovamento e stimolare il dibattito, Juncker ha dichiarato di aderire alla proposta francese delle “Convenzioni democratiche” (vedi oltre) ed ha proposto al Presidente del Parlamento europeo Tajani, al Presidente del Consiglio europeo Tusk e ai titolari delle Presidenze di turno del Consiglio una “**Tabella di marcia**”, che delinea le tappe del percorso europeo fino a marzo 2019. “Il 2017 e il 2018 potranno diventare gli anni della speranza e del rinnovamento per l'Europa se realizzeremo la nostra agenda comune e se sapremo mostrare ai nostri cittadini che l'Unione europea è qui per proteggerli, per dar loro forza e per difenderli. Nell'attuale contesto geopolitico un'Unione come la nostra è più che mai necessaria. Come hanno affermato giustamente i leader dell'Ue riuniti a Roma per il 60° anniversario dei Trattati di Roma, siamo fermi nella convinzione che il futuro dell'Europa è nelle nostre mani e che l'Unione europea è il migliore strumento per conseguire i nostri obiettivi.’ Allora cogliamo l'attimo e impegniamoci ancor più che nel passato per rispondere alle preoccupazioni dei nostri cittadini. Il momento di agire è ora.” (dalla Lettera d'intenti).

Il 26 settembre 2017, il Presidente francese Macron ha delineato la strategia delle *Conventions démocratiques* (“**Convenzioni democratiche**”) nel suo discorso “Iniziativa per l’Europa. Per un’Europa sovrana, unita e democratica”.

Sono sei i punti chiave su cui si dovrà agire, secondo Macron, per realizzare questo progetto: **sicurezza, difesa, politica estera/aiuti allo sviluppo, transizione ecologica, innovazione digitale, economia industriale e monetaria**. Su questi sei punti chiave Macron propone di organizzare in tutti i paesi che vorranno aderire, un ampio dibattito attraverso le Convenzioni democratiche **per individuare le priorità, le preoccupazioni e le idee che alimenteranno l’Europa del futuro**. Questo dibattito, aperto libero e trasparente, dovrà essere organizzato dai Paesi che vi aderiscono per fornire idee e contenuti all’elaborazione di un nuovo progetto europeo anche in vista delle elezioni europee del 2019.

Il 27 settembre 2017, il Presidente della Repubblica francese Macron e il Presidente del Consiglio Gentiloni hanno convenuto, a **conclusione del Vertice Italo-francese di Lione**, che “L’Italia e la Francia condividono la medesima convinzione che sia venuto il momento di rilanciare il progetto europeo, al fine di affermare un’Unione europea più forte, più coerente, più democratica, capace di affrontare le molteplici sfide cui siamo confrontati, avendo cura di tenere sempre al centro della sua azione i bisogni e le aspirazioni dei cittadini europei. **A tal fine occorre promuovere un dibattito democratico per il quale il progetto di convenzioni democratiche potrà svolgere un ruolo centrale**. L’Italia e la Francia sosterranno l’istituzione di liste transnazionali alle elezioni europee del 2019”.

La dichiarazione di Roma e le conclusioni del Vertice di Lione che ispirano la Strategia di comunicazione 2018 e le iniziative che il Governo intende attivare per attuarla, sono infine in linea con:

- la risoluzione 6 – 00321 in cui la Camera dei Deputati impegna il Governo “ a continuare a svolgere un **ruolo attivo e propositivo nel dibattito in corso** sulle prospettive dell’integrazione europea e sulle possibili correzioni da apportare all’assetto, alle regole e alle procedure decisionali oltre che alle politiche dell’Unione europea, ma anzi ad esercitare pienamente il ruolo centrale che spetta al nostro Paese, insieme agli altri maggiori *partner* fondatori delle Comunità europee, per rilanciare il processo di integrazione, tenendo conto che l’Italia negli scorsi anni si è fatta promotrice di diverse iniziative per consentire all’Unione europea di migliorare la sua capacità di risposta: esemplari al riguardo appaiono le posizioni adottate dal nostro Paese in materia di politiche migratorie e le ripetute sollecitazioni ad adottare una interpretazione meno rigorosa e più flessibile delle regole in materia di *governance economica*”;
- la risoluzione 6 – 00324 in cui la Camera dei Deputati impegna il Governo “a promuovere in seno all’Unione europea **un confronto immediato e molto concreto**, salvaguardando gli interessi dell’Italia, in linea con gli indirizzi forniti dal Parlamento e a farsi portavoce della necessità di portare avanti un’ampia riflessione sul futuro dell’Unione europea, di analizzare le riserve, le critiche e le perplessità che continuano ad essere espresse sull’Unione europea, in particolare sulla sua capacità di offrire risposte tangibili, efficaci e risolutive alle problematiche sociali ed economiche dell’Unione e sullo scarso e indiretto coinvolgimento dei cittadini nelle scelte europee”;
- la risoluzione 6 – 00383, in cui la Camera dei Deputati impegna il Governo “a sostenere **verifiche periodiche sullo stato dei diritti fondamentali nell’Ue** e

miglioramento della cooperazione reciproca e l'impegno politico per la promozione della tolleranza e del rispetto – in particolare al fine di prevenire e combattere l'odio antisemita e anti-islamico – e la tutela dei diritti fondamentali, con consultazioni con la società civile e le parti interessate, nonché interlocuzioni con leader religiosi ed esponenti di organizzazioni non confessionali”.

3. 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 procederà di volta in volta a segmentazioni su progetto.

a. Pubblico interno al Dipartimento

Area politica:

- ▶ Sottosegretario, 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.

b. pubblico interno alla PCM

- ▶ personale utente del sito intranet

c. 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
- ▶ PMI/associazioni
- ▶ Camere di commercio, Confindustria
- ▶ Reti locali di informazione della Commissione europea

Istituzioni

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

4. Budget

L'approvazione delle risorse finanziarie per il Bilancio di previsione 2018 è attesa per dicembre 2017.

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 2018 contenuta in questo Piano, 123.890,45 euro, corrispondenti alla disponibilità 2017 decurtata, come da disposizioni vigenti, del 5%.

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

5. Obiettivi strategici e operativi di comunicazione

a. Obiettivi strategici del Dipartimento e strategia generale di comunicazione

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”.

Anche per il 2018 il Dipartimento ritiene prioritario incoraggiare la partecipazione attiva delle persone al dibattito sui valori e sul futuro dell'Europa e promuovere una migliore conoscenza e una maggiore consapevolezza dell'appartenenza all'UE.

La strategia di comunicazione sarà orientata al coinvolgimento di ampi settori della popolazione nel dibattito democratico sul futuro dell'Unione, dei giovani nelle iniziative di sensibilizzazione e dei professionisti appartenenti alle amministrazioni pubbliche nelle iniziative di informazione e formazione.

Le azioni saranno incentrate su **tre linee portanti**, in sintonia con la strategia del Governo italiano espressa nella Relazione programmatica al Parlamento per il 2018:

1. **Realizzazione di incontri e dibattiti pubblici partecipati sul futuro dell'Ue** per rilanciare le occasioni di confronto attivo le iniziative verso un'Unione Europea più forte e coerente;
2. **Attivazione di nuovi modelli di comunicazione online**, in grado di agevolare il dialogo con i cittadini e il coinvolgimento di Stakeholder e società civile;
3. **Prosecuzione e miglioramento dei progetti più efficaci già attivati e attivazione di nuovi progetti** su temi europei di particolare rilievo nel contesto italiano.

La pianificazione 2018 prevede quindi in generale, come più ampiamente illustrato nel seguito, una sinergia tra nuovi progetti da attivare e progetti da proseguire **in continuità con quanto realizzato nel 2016-2017 per il 60.mo Anniversario dei Trattati di Roma**, tra quelli rivelatisi particolarmente efficaci nel rilanciare l'attenzione, il dibattito pubblico e la riflessione su significato, valori e obiettivi dell'Unione Europea.

Tutte le iniziative saranno orientate a migliorare, oltre alla **qualità dell'attuale dibattito sul progetto europeo**, la **chiarezza e trasparenza** dell'informazione su opportunità, servizi, regole derivanti dall'appartenenza dell'Italia all'Unione europea, con particolare riferimento alle priorità illustrate nel Programma di lavoro della Commissione europea per il 2018. Nel quadro della strategia complessiva si potranno quindi prevedere iniziative per contribuire alla “tabella di marcia per un'Europa più unita, più forte e più democratica” proposta dal Presidente della Commissione europea.

Per ottimizzare i risultati:

- Si integrerà l'utilizzo dei media tradizionali e di internet con gli eventi, i dibattiti e gli

- 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.

In linea con le indicazioni strategiche dell'Unione europea, le iniziative vedranno un **coinvolgimento dei principali stakeholder**, individuati tra operatori di settore pubblici e privati, e delle associazioni di categoria. La strategia prevede inoltre di migliorare il coordinamento con le istituzioni, gli enti e le amministrazioni italiane.

In una logica di maggior efficienza e di contenimento della spesa, si considera particolarmente strategico, per l'efficacia della comunicazione, **rafforzare le sinergie e le collaborazioni istituzionali**, a partire da quelle con la Rappresentanza in Italia della Commissione europea e l'Ufficio di informazione del Parlamento europeo in Italia, anche attraverso specifici partenariati strategici.

Si proseguiranno anche gli **scambi di modelli e buone pratiche** con gli Stati membri e i candidati all'adesione nelle sedi formali e informali in cui i temi pertinenti sono trattati a livello europeo: Gruppo informazione del Consiglio dell'UE; Club di Venezia (organismo informale coordinato dal Segretariato generale del Consiglio dell'UE); Rete per l'italiano istituzionale, coordinata dalla DG traduzione della Commissione europea. Sempre in un'ottica di collaborazione e sinergia istituzionale, il Dipartimento supporterà iniziative congiunte con gli altri Stati fondatori dell'Unione europea e con le Presidenze di turno del Consiglio dell'UE per il 2018.

Particolarmente strategica si considera infine, la prosecuzione della formazione rivolta ai funzionari e dirigenti di tutte le amministrazioni pubbliche e a tutti coloro che, nei diversi livelli e rispettivi ambiti settoriali, sono coinvolti nella gestione e nell'impiego degli aiuti di stato. Oltre a migliorare l'efficienza delle procedure, la corretta applicazione delle regole comporta infatti una drastica riduzione del contenzioso europeo, con significativi e comprovati risparmi economici.

b. Obiettivi strategici di questo piano di comunicazione

Nell'ambito delle aree strategiche a) e c) indicate nelle linee guida del 2012 **“Identità nella Comunità”** e **“Diffusione della conoscenza”** questo piano individua due obiettivi strategici incentrati rispettivamente sulla comunicazione interistituzionale e interna e sulla comunicazione esterna.

Anche tenendo conto dello specifico mandato istituzionale del Dipartimento, i due obiettivi individuati e le azioni collegate sono pertinenti al tema **“Europa”** del Programma di Governo.

Gli obiettivi sono:

- 1. Favorire il dibattito democratico e la diffusione dei valori e delle opportunità offerte dall'Unione europea.** 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.

Questo obiettivo si inquadra nell'ambito delle aree strategiche b) e d) **“Promozione di comportamenti cooperativi e responsabilità individuali e sociali”** e **“Campagne di servizio”** delle linee guida 2012 e mira a recepire e rilanciare con specifiche azioni le strategie europee ricordate sopra. Questo obiettivo e le azioni collegate sono da ricondurre ai temi del programma di governo sempre indicato dal DIE: “Sviluppo, lavoro e competitività; Scuola e formazione; Salute e stili di vita; Diritti umani e affari sociali” e “Anniversari di interesse nazionale”.

- 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 delle aree strategiche a) e c) indicate nelle linee guida del 2012 **“Identità nella Comunità”** e **“Diffusione della conoscenza”** questo piano individua due obiettivi strategici incentrati rispettivamente sulla comunicazione interistituzionale e interna e sulla comunicazione esterna.

c. Obiettivi operativi di questo piano di comunicazione

Al primo obiettivo strategico corrispondono i seguenti obiettivi operativi:

- 1.1** Promuovere il dibattito democratico e le iniziative verso un'Unione Europea più forte e coerente
- 1.2** Proseguire i progetti più efficaci già sperimentati e sperimentarne di nuovi per migliorare la consapevolezza dei valore e delle opportunità derivanti dall'appartenenza all'UE e dei temi europei di particolare rilievo nel contesto italiano

Sono tre gli obiettivi operativi individuati per il secondo obiettivo strategico:

- 2.1** Potenziare la comunicazione *online*
- 2.2** Migliorare la comunicazione interistituzionale
- 2.3** Migliorare la comunicazione interna

d. definizione dei contenuti e delle aree tematiche

Gli obiettivi strategici e operativi di questo Piano sono stati ricondotti, come illustrato sopra, e come richiesto dal Dipartimento per l'Informazione e l'Editoria, alle aree strategiche indicate nelle linee guida 2012 e ai temi centrali del Programma di governo.

Per questa sezione del Piano prevista dalle linee guida DIE, si rimanda quindi alla tavola sinottica riportata alla fine di questo Piano.

6. Azioni e strumenti di comunicazione

In continuità con le buone pratiche attuate in particolare nel 2016-2017 in occasione dei 60 Anni dei Trattati di Roma, la strategia prevede quindi la prosecuzione e il rilancio di azioni di sensibilizzazione e informazione che collegano il tema della cittadinanza con il rispetto di determinati diritti particolarmente incisivi per la cultura, l'integrità sociale, la qualità della vita e la dignità della persona, l'applicazione concreta delle norme europee e le principali opportunità offerte dal mercato unico.

Le principali iniziative programmate per il 2018 sono raggruppate, in coerenza con le linee strategiche e gli obiettivi individuati sopra, secondo lo schema riportato in appendice, e comprendono la realizzazione di progetti per:

1.1 Promuovere il dibattito democratico e le iniziative verso un'Unione Europea più forte e coerente

Per favorire l'informazione e promuovere il dibattito sui valori e interessi condivisi a livello europeo, l'obiettivo primario sarà di **realizzare incontri partecipati coinvolgendo la cittadinanza nell'elaborazione di una tabella di marcia per il rilancio del progetto UE**. Il progetto sarà elaborato anche sulla base di temi comuni da definire tra tutti i Paesi dell'UE che promuovono iniziative simili e associando le Istituzioni europee e altri organi quali il Comitato delle Regioni. Tale attività comporterà la progettazione di molteplici iniziative di comunicazione e l'organizzazione di eventi anche di alto livello istituzionale.

1.1.1 Si prevede la possibilità di collaborare con le istituzioni europee, e in particolare con la Rappresentanza in Italia della Commissione europea e con l'Ufficio di informazione in Italia del Parlamento europeo nell'organizzazione di **“Dialoghi con i cittadini”** e di **“Dibattiti sul futuro dell'Europa nei Parlamenti, nelle città e nelle regioni”** che si terranno in Italia per accompagnare la “tabella di marcia” illustrata e proposta dal Presidente Juncker fino al 2019. Il 2019, infatti, oltre ad essere l'orizzonte temporale delle elezioni europee è anche quello della fine del mandato dell'attuale Commissione e del Libro bianco sul futuro dell'Europa. Nell'ambito di queste linee potranno essere ricomprese **iniziative per migliorare la conoscenza del sistema rappresentativo UE** anche nella prospettiva di una sua variazione in vista delle elezioni al Parlamento europeo del 2019, sulle quali il Parlamento europeo darà informazioni dettagliate circa la sensibilizzazione dei cittadini già dai prossimi mesi. Da notare, in proposito, che l'adesione alla proposta italiana sulla costituzione di possibili “liste transnazionali” per le elezioni europee è presente sia nel percorso delineato dalla tabella di marcia della Commissione europea sia nel progetto delle “Convenzioni democratiche” europee proposte dal Governo Francese, che potranno essere avviate anche nel nostro Paese, sempre con l'obiettivo di rilanciare il dibattito e le iniziative verso un'Unione Europea più forte e coerente. Il Presidente Juncker, nel suo discorso sullo Stato dell'Unione, ha peraltro anche dichiarato di voler aderire all'idea di organizzare **“Convenzioni democratiche”** nei Paesi che seguiranno la proposta del Presidente francese. Un nuovo Partenariato strategico con le istituzioni europee potrà quindi essere studiato in tale contesto.

1.2 Proseguire i progetti più efficaci già sperimentati e sperimentarne di nuovi per migliorare la consapevolezza dei valore e delle opportunità derivanti dall'appartenenza all'UE e dei temi europei di particolare rilievo nel contesto italiano

Si continuerà a promuovere la conoscenza attiva dell'UE tra i giovani e a valorizzarne idee e proposte a partire dall'edizione 2017-2018 della piattaforma "Europa=Noi" per gli insegnanti con nuovi contenuti e un nuovo concorso Trivia per gli studenti delle scuole <http://www.educazionedigitale.it/europanoi/>. Oltre alle iniziative informative e formative sul territorio rivolte a soggetti pubblici e alle associazioni pubbliche e private sulle opportunità offerte dai Finanziamenti diretti dell'UE per la programmazione 2014-2010 e ai seminari dedicati agli insegnanti delle scuole di ordine e grado, proseguiranno nel 2018 le attività previste nell'Accordo di Programma sottoscritto nel 2015 dal Governo italiano con le rappresentanze italiane delle istituzioni UE 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. Gli studenti delle scuole e delle università potranno 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"). Si proseguiranno le iniziative congiunte con le rappresentanze italiane del Parlamento europeo e della Commissione europea, anche in riferimento al 2018 Anno europeo del Patrimonio culturale. Si prevede inoltre di proseguire i progetti per illustrare le opportunità offerte dalla UE (a partire dalla possibilità di presentare progetti per usufruire dei fondi diretti) attraverso cicli di seminari rivolti a soggetti pubblici e alle associazioni pubbliche e private e pagine web di informazione. Gli incontri territoriali seguiranno nel 2018 la nuova formula dei "Laboratori di progettazione europea". Saranno riprogrammate, infine, le due campagne di comunicazione con spot radio-tv, per il 9 maggio – Festa dell'Europa e per il 20 maggio- Giornata nazionale del malato oncologico. Di seguito il dettaglio.

- 1.2.1 Proseguire il **Progetto Europa=NOI nelle scuole** per gli insegnanti delle scuole primarie e secondarie di 1° e di 2° grado per diffondere e rafforzare la consapevolezza sui temi dei diritti fondamentali e della cittadinanza europea. Il progetto prevede l'aggiornamento della piattaforma didattica digitale "Europa=NOI", sua promozione sul territorio, la premiazione del concorso online "Trivia Quiz" destinato agli studenti. In tale quadro potrà anche essere rivisitato l'Accordo di Programma sulla dimensione europea della cittadinanza nelle scuole firmato a dicembre 2015.
- 1.2.2 Rinnovare le **Borse di studio per il Collegio d'Europa** destinate ai cinque migliori studenti di nazionalità italiana dell'anno scolastico 2016-2017, per sostenere la formazione europea di studenti italiani presso istituzioni accademiche europee, e favorire, in prospettiva, una presenza sempre più qualificata di cittadini italiani all'interno delle istituzioni europee.
- 1.2.3 Proseguire le iniziative **sul territorio** per favorire un maggiore accesso ai **finanziamenti gestiti direttamente dalla Commissione europea** nella programmazione 2014-2020 attraverso la nuova formula dei **"Workshop di progettazione europea"** in collaborazione con EIPA – European Institute for Public Administration. I workshop si inquadrano nel progetto **"Una regione compiutamente europea"** inaugurato nel 2017 in Abruzzo, che prevede un ciclo di incontri in ogni regione coinvolta, per promuovere una piattaforma di dialogo con il territorio e avvicinarlo all'Europa. L'obiettivo è offrire un nuovo modello basato sulla collaborazione, che consenta alle parti coinvolte (enti locali, imprese, scuole, università, società civile, organizzazioni non governative e cittadinanza) di mettere a disposizione soluzioni locali, presentando il punto di vista regionale e urbano, sulle

sfide che una “Regione Compiutamente Europea” deve saper trasformare in opportunità per il progresso economico e sociale. Il progetto vedrà nel 2018 il coinvolgimento progressivo delle altre regioni dell’area adriatico-ionica secondo il seguente calendario di massima: febbraio, Veneto (Verona), e, a seguire, Emilia-Romagna (Bologna), Marche, Sicilia (Messina), Friuli-Venezia-Giulia (Trieste), Calabria. In ogni regione coinvolta si terranno quattro workshop formativi tagliati sulle specifiche esigenze del territorio per approfondire i temi della progettazione europea. I partecipanti, supportati da esperti che modereranno il laboratorio di progettazione, lavoreranno alla redazione di una proposta progettuale da candidare all’interno di uno dei programmi finanziati direttamente dall’UE. Durante tutta la durata dei laboratori sarà esposta la Mostra multimediale “L’Italia in Europa. L’Europa in Italia”, dedicata alla storia dell’integrazione europea (vedi punto 1.2.4).

- 1.2.4 Proseguire la **promozione sul territorio delle Mostre fotografiche “L’Italia in Europa, l’Europa in Italia” e della mostra documentale “Ever Closer Union – Un’Europa sempre più unita”** dedicate all’aggiornamento e approfondimento sul tema “l’Italia in Europa” e alla storia dell’integrazione europea anche in collaborazione con altre istituzioni italiane ed europee.
- 1.2.5 Realizzare **eventi congiunti** con Rapp. Comm. UE e Ufficio Parl. UE, EUI su temi strategici del Programma di lavoro UE, quali: Strategia beni e servizi; consultazioni pubbliche promosse dalla Commissione europea; Unione monetaria, ecc.. Le iniziative potranno essere programmate anche in occasione del **2018 Anno europeo del Patrimonio culturale**. Tale attività prevede una particolare attenzione al ruolo del patrimonio culturale nel migliorare la fiducia, il riconoscimento reciproco e la coesione sociale tra i cittadini richiamato nella Decisione del 17 maggio 2017 che istituisce l’Anno europeo. Questa appare infatti in piena continuità con la dichiarazione di Bratislava, la Dichiarazione di Roma del 25 marzo 2017, il libro bianco sul futuro dell’UE e l’intera linea di comunicazione tenuta nel 2016-2017 sul 60mo anniversario dei Trattati di Roma e il ruolo chiave del nostro Paese nel costruire, sostenere e riprogettare l’Unione europea.
- 1.2.6 Partecipare a Roma e sul territorio a **fiere e manifestazioni istituzionali** organizzate da partner istituzionali (Forum PA, maggio 2018, evento destinato ai funzionari delle amministrazioni centrali e locali, e altre fiere e manifestazioni di interesse).
- 1.2.8 **Campagna per il 9 maggio 2018 – Festa dell’Europa** (spot radio -TV, social media, Eventi) da realizzare come negli anni precedenti in coordinamento con il Dip. Informazione Editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri – *vedi scheda allegata*.
- 1.2.7 **Campagna per il 20 maggio 2018 - XIII Giornata nazionale del malato oncologico** (spot TV, web) da realizzare in coordinamento con il Dip. Informazione Editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri. Come ogni anno, la sensibilizzazione e informazione sul reinserimento dei malati oncologici nel tessuto sociale e lavorativo figura tra i temi di particolare interesse per politiche informative di tutti gli Stati Membri dell’Unione – *vedi scheda allegata*.

2.1 Potenziare la 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.

2.1.1 Una specifica attenzione sarà rivolta alla **completa rivisitazione del sito internet istituzionale**, riformulato nel linguaggio per renderlo più chiaro ed accessibile e integrato con strumenti in grado di agevolare il dialogo con i cittadini, gli Stakeholder e la società civile quali schede rapide di sondaggio online e moduli di contatto. Il progetto, iniziato nel 2017 con lo studio di fattibilità e progettazione di un nuovo **sito multilingue**, proseguirà nel 2018 con la sua pubblicazione su www.politicheeuropee.gov.it. Il multilinguismo del nuovo sito internet favorirà la diffusione delle informazioni all'estero e nelle comunità di madrelingua non italiana presenti nel nostro Paese. In tale ambito potrà proseguire anche la collaborazione con in sede europea per la creazione di piattaforme di servizi multilingui (progetto ELRC – European Language Resource Coordination della Commissione europea) e la collaborazione con la rete REI della DGT della Commissione europea e l'Università UNINT, Master europeo in Traduzione.

2.2 Migliorare la comunicazione interistituzionale

2.2.1 Potenziare la **rete di referenti esterna** per la comunicazione istituzionale del Dipartimento, per rendere più collaborativa, veloce, chiara ed efficiente la circolazione delle informazioni e sviluppare progetti comuni.

2.2.2 Organizzare incontri/eventi istituzionali di **networking** (Club di Venezia, sessione plenaria autunnale e altre iniziative da definire).

2.2.3 Organizzare seminari e workshop nelle sedi istituzionali sui temi di competenza del Dipartimento

2.3 Migliorare la comunicazione interna

2.3.1 Migliorare l'efficacia della **rete di referenti interna** per la comunicazione istituzionale del Dipartimento, per rendere più veloce, chiara ed efficiente la circolazione delle informazioni stabilendo protocolli di circolazione e validazione delle notizie e materiali destinati alla diffusione esterna.

2.3.2 Condividere **linee di stile** per i testi prodotti all'interno dell'Amministrazione, in particolare di quelli contenenti informazioni rivolte all'esterno, in considerazione della loro destinazione e funzione.

In merito ai possibili temi centrali del programma di Governo (anniversari di interesse nazionale; Riforme istituzionali; Europa; Sviluppo, lavoro e competitività; Fisco, agevolazioni e sgravi contributivi; Cultura, scuola e formazione; Salute e stili di vita; Diritti umani e affari sociali; Sicurezza), le azioni riferite potranno essere raggruppate, come richiesto dal Dipartimento per l'Informazione e l'Editoria, anche secondo i seguenti ambiti:

- **Europa**: tutte le iniziative, ma in particolare quella del **9 Maggio – festa per l'Europa** (ob.1) e il **sito internet e la comunicazione web istituzionale** (ob.2)
- **Scuola, cultura e formazione, Diritti umani e affari sociali**: iniziative sulle **Convenzioni democratiche** e sulla **Cittadinanza europea nelle scuole** (ob.1)

- **Sviluppo, lavoro e competitività**: iniziative su **Mercato unico digitale e mercato interno, professioni; Finanziamenti diretti; Disciplina degli aiuti di Stato** (ob.1)
- **Anniversari di interesse nazionale**: eventuali iniziative per **L'Anno europeo del Patrimonio culturale** (ob.1)
- **Salute e stili di vita**: **20 maggio 2018 - XIII Giornata nazionale del Malato oncologico** (ob.1)

Le azioni evolveranno con l'evolversi del piano e saranno dettagliate e programmate in singoli documenti di progetto. Per la definizione degli obiettivi di comunicazione, il punto di partenza sono state, come si è visto, le linee guida e priorità indicate dal DIE che, collegate con i temi chiave del programma di Governo e il mandato istituzionale del DPE e limitate dai vincoli di budget, hanno generato la tavola sinottica di raccordo tra gli obiettivi strategici, gli obiettivi operativi, le azioni e gli strumenti, riportata in calce al Piano. La tavola rappresenta dunque in una forma estremamente sintetica lo svolgimento logico del Piano di comunicazione, a cui saranno collegati il monitoraggio e la misurazione dei risultati di comunicazione.

7. Criteri di 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, ecc.). L'attuazione del piano di comunicazione sarà monitorata con cadenza mensile, per agevolare la pianificazione delle azioni di dettaglio e le ottimizzazioni e variazioni in corso d'opera.

8. Elenco delle schede allegare sulle singole azioni di comunicazione

Le schede - compilate secondo il modello fornito dal Dipartimento per l'Informazione e l'editoria - allegare a questa versione del Piano di comunicazione riguardano le campagne che comportano la pianificazione degli spazi concessi gratuitamente sulle reti radiotelevisive pubbliche. Le altre azioni sono descritte nelle pagine precedenti.

Schede allegare (campagne di comunicazione che prevedono la programmazione di spot Tv, in ordine cronologico):

1. **Campagna 9 maggio 2018** – Festa dell'Europa (spot radioTV, web e social media, Eventi)
2. **Campagna 20 maggio 2018** – XIII Giornata nazionale del malato oncologico (spot TV, web)

9. Tavola sinottica 2018

Obiettivi strategici	Obiettivi operativi	Azioni e strumenti <i>In giallo le azioni che prevedono anche campagne con spot radio-tv</i>	Real. (SI/NO)	Costi stimati (Iva incl.) Capitolo 342
<ul style="list-style-type: none"> ■ Aree strategiche: Identità della Comunità - Diffusione della conoscenza ; Promozione di comportamenti cooperativi e responsabilità individuali e sociali - Campagne di servizio ■ Programma di Governo: Europa, Anniversari di interesse nazionale, Sviluppo, lavoro e competitività; Fisco, agevolazioni e sgravi contributivi; Cultura, scuola e formazione; Salute e stili di vita; Diritti umani e affari sociali 				
1. Favorire il dibattito democratico e la diffusione dei valori e delle opportunità offerte dall'Unione europea.	1.1 Dibattito per un'Europa più democratica	1.1.1 “Incontri e dibattiti pubblici partecipati”		28.000
	1.2 Progetti su valori e opportunità UE	1.2.1 “Europa=Noi”		10.000
		1.2.2 Premiazioni Collegio Europa		5.000
		1.2.3 Workshop sulla progettazione europea		30.000
		1.2.4 Mostre fotografiche e documentali (contratto del 15/01)		11.000
		1.2.5 Eventi congiunti su temi strategici UE e Anno europeo		
		1.2.6 Fiere e manifestazioni (ForumPA 2018)		
		1.2.7 Campagna “9 maggio Festa dell’Europa”		
		1.2.8 Campagna “20 maggio XIII Giorn. Mal. Oncologico”		
<ul style="list-style-type: none"> ■ Aree strategiche: Identità nella Comunità; Diffusione delle conoscenze 				
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		25.000
	2.2 Comunicazione interistituzionale	2.2.1 Rete di referenti esterna		
		2.2.1 Nuovo accordo di programma con le istituzioni UE e IT		
		2.2.2 Networking (Club di Venezia)		10.000
		2.2.3 Seminari e workshop su temi Dip.		
	2.3 Comunicazione interna	2.3.1 Rete referenti interna		
		2.3.2 Linee di stile		
Totale spese previste sul cap. 342				119.000
Capienza capitolo 342 per il 2018				122.890
Somma disponibile per altre attività non programmate				4.890