

CENTRI DI INFORMAZIONE EUROPE DIRECT 2009-2012

ALLEGATO A: PIANO D'AZIONE PER IL 2010¹

1. OBIETTIVI DELL'AZIONE²

- a) Descrivere gli obiettivi del centro per il 2010 e spiegare come essi contribuiranno a portare a termine la missione generale dei centri EUROPE DIRECT.

Il territorio del Veneto per la sua collocazione geografica e Venezia per tradizione sono un punto di riferimento privilegiato per il **contatto tra culture diverse**. Il Comune di Venezia non è nuovo ad iniziative di cooperazione internazionale e da sempre persegue obiettivi che si collocano in una prospettiva interculturale. Bene si integrano questi obiettivi con quelli della UE sull'avvenire dell'Europa e di conseguenza con quelli della rete Europe Direct.

Obiettivo generale del Comune di Venezia, ente ospitante, è dare **continuità** al servizio informativo europeo ai cittadini, tenendo attivo un apposito sportello che di fatto esiste da un decennio, dal 1998 come IPE e dal 2004 come Antenna Europe Direct.

Con riferimento alle indicazioni del Piano D (dialogo, dibattito, democrazia) del Piano d'azione della Commissione Europea relativo al miglioramento della comunicazione sull'Europa, del Libro bianco sulla strategia di comunicazione e le priorità annuali di comunicazione della Commissione, il centro ha il ruolo di **intermediario** tra l'Unione Europea ed i cittadini a livello locale, affinché si sentano cittadini europei. Diffonde informazioni adattate alle necessità locali e regionali (concetto di "prossimità coi cittadini"), promuove la partecipazione dei cittadini in un "dialogo permanente" sulle politiche europee e struttura il processo di feedback dai cittadini alle istituzioni in una comunicazione a due vie ("ED come orecchio dell'UE").

L'antenna ha come primo obiettivo il **servizio informativo** di sportello fisico e virtuale (telefono, e-mail, sito web, e-newsletter quindicinale), che oltre allo sportello situato presso la struttura ospite si avvale delle strutture di comunicazione dei diversi Enti partner con cui è in rete su tutto il territorio regionale. Resterà attivo infatti a disposizione del cittadino e della nostra rete di sportelli il gestionale, **VE.net.On line** per l'inserimento delle richieste di informazione poste dai cittadini a cui rispondono gli operatori dell'antenna e gli altri partner specializzati nel settore produttivo (Unioncamere Veneto - Eurosportello e Camera di Commercio di Venezia) e che costituisce inoltre una banca dati a disposizione degli operatori decentrati degli sportelli dei partner.

Per il 2010 il centro continuerà a tenere attiva la **rete di partner** istituzionali significativi per il Veneto anche allo scopo di rafforzare l'effetto moltiplicatore e l'autorevolezza dell'antenna nel dialogo pubblico (progetto di cooperazione firmato per il quadriennio 2009-2012). L'attività di networking abbraccerà le altre reti europee CDE, EEN, ECC-net, Solvit presenti sul nostro territorio e le Rappresentanze in Italia di Commissione e Parlamento Europeo.

La rete di partner che continuerà a far capo all'Antenna Europe Direct Venezia Veneto è in concreto costituita da sportelli decentrati di informazione, aperti presso sedi istituzionali del territorio della regione del Veneto, già conosciute e utilizzate dai cittadini, ed è caratterizzata in ogni sede da **un'immagine coordinata** che fa riferimento al logo Europe Direct e dalla presenza dei materiali informativi messi a disposizione dalla Commissione.

L'antenna ha come ulteriore obiettivo quello di rafforzare il dialogo con i **mass-media** e gli altri opinion maker, anche attraverso l'autorevole ufficio stampa del Comune

¹ Da presentare su carta intestata della struttura ospite

² 2 pagine al massimo.

di Venezia, perché veicolino risultati concreti per i cittadini, focalizzati sulle priorità annuali.

Il centro intensificherà la sua partecipazione in **manifestazioni** di massa per aumentare la notorietà dell'ufficio e di conseguenza gli accessi allo sportello e per tenere viva la dimensione europea. Si concentrerà sull'organizzazione di eventi specifici per approfondire le tematiche europee, in primis le priorità di comunicazione della Commissione per i prossimi quattro anni e per stimolare un dibattito qualificato.

Rispetto ai mass-media e alle manifestazioni aumenterà la nostra collaborazione con gli **altri centri della rete ED**, in particolare presenti nel Veneto, anche attraverso eventuali protocolli di intesa su attività congiunte.

Obiettivo primario dell'ufficio resta per il prossimo 2010 il target dei **giovani**, cittadini europei del futuro, raggiungendo le varie fasce di età attraverso la titolarità dello sportello **Eurodesk** - PLD di Venezia, la collaborazione con il CDE dell'Università Ca' Foscari di Venezia, con IUAV Università di Architettura di Venezia e con l'ESU Venezia - Azienda Regionale per il Diritto al Studio Universitario e il contatto diretto con gli studenti delle scuole di ogni ordine e grado di concerto con l'ufficio comunale che si occupa di organizzare e gestire i diversi percorsi progettuali per le scuole. Per raggiungere il pubblico giovanile sarà importante l'**USR-Ufficio Scolastico Regionale Veneto**, nuovo partner della sub-rete veneta, e l'adesione alla **Rete Euroguidance Italia**, che opera su incarico della Commissione Europea - DG Istruzione e Cultura e del Ministero del Lavoro, della Salute e delle Politiche Sociali - DG Politiche per l'Orientamento e la Formazione, per facilitare l'organizzazione di un'esperienza giovanile all'estero, aprendo uno sportello di orientamento con il supporto fornito dal Centro Risorse Nazionale per l'Orientamento. L'obiettivo giovani verrà raggiunto sia attraverso il percorso didattico, sia nelle occasioni di aggregazione extrascolastiche legate allo sport, veicolo sano e apprezzato dai ragazzi, sia stimolando i viaggi per conoscere l'Europa.

Da ultimo, obiettivo costante sarà quello degli **stranieri**, motivato dalla presenza nel nostro territorio regionale di un sempre maggior numero di cittadini provenienti dai paesi entrati per ultimi a far parte dell'Unione e dai paesi di prossima entrata. Verrà dunque rafforzata la collaborazione con lo **sportello cittadini comunitari** che l'anagrafe comunale ha attivo (informazioni semplici e concrete, materiali informativi nella lingua del paese membro di provenienza compatibilmente con i prodotti tradotti dalla DG Traduzione).

Ci sono poi altre categorie di interlocutori particolari come gli **operatori delle PPAA** locali, il **mondo imprenditoriale** e i **docenti** sia della scuola dell'obbligo sia universitari che hanno esigenze informative specifiche sui programmi e i finanziamenti comunitari, che spingono il centro ED a un'attività non solo informativa ma formativa più approfondita e qualificata (corsi e seminari).

- b) Spiegare in che modo le attività previste sono rilevanti per le priorità di comunicazione della Commissione per il 2010³, considerando ogni possibile informazione aggiuntiva che la Rappresentanza in Italia può fornire.

Il centro Europe Direct Venezia Veneto diffonde le priorità annuali di comunicazione della Commissione innanzitutto attraverso la regolare **attività di sportello** (le informazioni date all'utenza, anche sul sito web, la distribuzione dei materiali informativi che l'Ufficio delle pubblicazioni dell'UE trasmette), ma anche attraverso l'attività nelle scuole con i percorsi didattici per i giovani e attraverso l'organizzazione di specifici eventi mirati a singole priorità.

³ Le strutture ospiti sono incoraggiate a consultare la STRATEGIA POLITICA ANNUALE DELLA COMMISSIONE http://ec.europa.eu/atwork/synthesis/index_it.htm

Per il 2010 l'antenna si baserà sulle seguenti priorità d'azione, presentate dalla Commissione Europea nel documento "**Strategia politica annuale per il 2010**" COM(2009) 73 del 18.02.2009.

La priorità **ripresa economica e sociale**, anche alla luce dell'*Anno europeo della lotta alla povertà e all'esclusione sociale* e dello stimolo al mercato unico, alle PMI e alla concorrenza, ha rilevanza nelle seguenti attività:

- Corso di euroformazione - ciclo di lezioni su diritto comunitario, istituzioni europee ed europaerogettazione in collaborazione con Unioncamere Veneto - Eurosportello e Camera di Commercio di Venezia, partner della subrete veneta che hanno come target principale il mondo produttivo, in primis le PMI e la loro competitività;
- Open Days 2010 - Local Event Veneto sulla tematica della lotta alla povertà e all'esclusione sociale in collaborazione con la Regione Veneto (collaborazione attiva dal 2008);
- Attività formativa nelle scuole (tra i temi in programma la formazione continua come leva per superare la crisi economica);
- E-newsletter quindicinale Informaeuropa su bandi per finanziamenti a cittadini e imprese.

La priorità **cambiamento climatico ed Europa sostenibile**, post Copenaghen 2009, vista in un'ottica orientata all'economia sostenibile e alla riduzione dei consumi e degli sprechi, è tema principale di:

- Convegno sui cambiamenti climatici e il consumo sostenibile, in collaborazione con le Associazioni Consumatori attive nel territorio veneziano e la Rappresentanza a Milano della CE;
- Prodotto editoriale dell'antenna per le scuole elementari (sulla logica del consumo *responsabile*).

Mettere il cittadino al primo posto è una priorità del 2010 citata anche dal Presidente Barroso negli "Orientamenti politici della Commissione" (libera circolazione, spazio comune di giustizia, sicurezza dal terrorismo, mobilità transfrontaliera) ma anche una logica propria della *ratio* Europe Direct, reificata nelle seguenti attività:

- Convegno "Le culture dell'Europa, l'Europa delle culture", in collaborazione con l'Università Ca' Foscari di Venezia, sulla tematica base europea dell'interculturalità espressa dal motto europeo "Uniti nella diversità" (dopo il 2008 Anno Europeo dell'interculturalità);
- Concerto per la Festa dell'Europa, esecuzione per pianoforte della Nona Sinfonia di Beethoven da cui è tratto l'inno europeo, (stimolo all'identificazione dei cittadini nei simboli europei);
- Corso-concorso "Conosci, ascolta e vivi l'Europa" con la Provincia di Belluno, partner della subrete veneta, che premia i giovani delle scuole superiori partecipanti con un viaggio a Bruxelles (stimolo alla mobilità transfrontaliera);
- Candidatura dell'antenna come organizzazione di accoglienza allo SVE - Servizio Volontario Europeo (stimolo alla mobilità transfrontaliera);
- Attività conseguenti all'inserimento dell'antenna nel PDC – Piano di Comunicazione del POR VENETO FESR 2007-2013 (finanziamenti concreti a cittadini ed enti locali);
- Incontri con i cittadini nelle loro occasioni di aggregazione e di vita quotidiana (nelle scuole, nelle manifestazioni culturali e sportive, nelle fiere, ecc.).

Il 2010 inoltre vedrà finalmente l'entrata in vigore del **Trattato di Lisbona**, per il quale l'antenna ha in programma le seguenti attività:

- Attività formativa nelle scuole (sulla scia del Seminario organizzato dall'antenna nel 2008 sul Trattato di Lisbona);
- Progetto "UE x te" con Eurodesk per i giovani delle scuole medie superiori;
- Convegno "Le culture dell'Europa, l'Europa delle culture", in collaborazione con l'Università Ca' Foscari di Venezia, alla luce dello spirito introdotto dal nuovo art. 3 par. 3

u.c. NTUE (Trattato di Lisbona), alla stregua del quale la UE “rispetta la ricchezza della sua diversità culturale e linguistica”.

Si veda dettaglio delle attività 2009 nel punto 4.

2. IMPATTO DEL CENTRO D'INFORMAZIONE NELLA REGIONE⁴

- a) Descrivere le esigenze generali di informazione sull'UE della comunità, analizzando le caratteristiche locali/regionali, e spiegare in che modo tali esigenze saranno soddisfatte dalle attività previste

Il Comune di Venezia ha un'esperienza decennale di contatto col cittadino sulle tematiche europee (fin dal 1998 con l'IPE - Info Point Europa). La comunità veneta ha un'esigenza di informazione sull'UE di tipo basilare a partire dagli stati membri, dalle istituzioni europee e dalla legislazione comunitaria con delle carenze spesso di “**educazione civica europea**”. Lo sportello informativo dell'antenna persegue costantemente quest'attività di “educazione civica europea” attraverso le risposte agli utenti, la consultazione dei siti web comunitari e la diffusione delle pubblicazioni dell'UE.

I cittadini hanno **esigenze informative concrete**, sentono il bisogno cioè di capire le implicazioni pratiche dell'Unione Europea per riuscire a cogliere tutte le opportunità offerte dall'orizzonte europeo. Bene lo sa la Commissione europea che continua a evidenziare come priorità politica 2010 “Il cittadino al primo posto” come già nel 2009. E' impegno del centro Europe Direct, insieme alla Rappresentanza italiana, stimolare i media locali a tradurre i temi europei nel linguaggio della concretezza locale, a calarli nel contesto territoriale attraverso la collaborazione con gli uffici stampa degli enti partner dell'antenna.

Le esigenze informative si diversificano poi a seconda dei **target di pubblico**.

I **giovani** hanno maggiore sete di conoscenza europea funzionale all'apertura dei loro orizzonti futuri nella mobilità, nel lavoro e nello scambio interculturale. E' dunque a loro che si rivolge primariamente Europe Direct Venezia Veneto attraverso la scelta di essere titolare dello sportello Eurodesk - PLD di Venezia, la collaborazione con il CDE dell'Università Ca' Foscari di Venezia e con IUAV Università di Architettura di Venezia e il contatto diretto con gli studenti delle scuole di ogni ordine e grado. L'obiettivo giovani verrà raggiunto sia attraverso i percorsi didattici accolti dalle scuole, sia nelle occasioni di aggregazione extrascolastiche (per esempio musica e sport), sia stimolando i viaggi per conoscere l'Europa. Per raggiungere il pubblico giovanile è strategico l'**USR-Ufficio Scolastico Regionale Veneto**, nuovo partner della sub-rete veneta, e l'adesione alla **Rete Euroguidance Italia**, aprendo uno sportello di orientamento con il supporto fornito dal Centro Risorse Nazionale per l'Orientamento.

Gli **stranieri** sono portatori di interesse rilevanti nel Veneto, dato il sempre maggior numero di cittadini provenienti dai paesi recentemente entrati a far parte dell'Unione e dai paesi che vi entreranno in futuro. Questo target ha esigenze informative specifiche e problemi pratici a cui l'antenna del Comune di Venezia intende rispondere concretamente rafforzando la collaborazione con lo sportello dei cittadini comunitari che l'anagrafe comunale ha attivato recentemente (informazioni semplici e concrete, materiali informativi nella lingua del paese membro di provenienza compatibilmente con i prodotti tradotti dalla DG Traduzione).

Ci sono poi altre categorie di interlocutori particolari come gli **operatori delle PPAA** locali, il **mondo imprenditoriale** e i **docenti** sia della scuola dell'obbligo che universitari che hanno esigenze informative specifiche, sui programmi e i finanziamenti

⁴ 3 pagine al massimo.

comunitari, che spingono il centro ED a un'attività non solo informativa ma formativa più approfondita e qualificata (corsi e seminari).

b) Spiegare in che modo le attività previste garantiscono la visibilità del centro nell'ambito della comunità locale/regionale

Il centro per il 2010, in linea con il quadriennio 2009-2012, ha come obiettivo strategico l'aumento della **notorietà percepita** dal suo target, identificato non solo con i cittadini veneziani ma anche veneti, in particolare i giovani. La dimensione veneta della visibilità è garantita dalla rete di partner istituzionali.

La visibilità sarà curata a vari livelli.

Visibilità con le istituzioni. A livello istituzionale l'Antenna tesse una fitta rete di relazioni interne con altri Servizi del Comune di Venezia utili per l'attività del centro, come gli URP decentrati, il Servizio CPM Editoria per la comunicazione e l'Ufficio Stampa, e per l'organizzazione di manifestazioni specifiche come l'Ufficio Cerimoniale e l'Area produzione culturale o sportiva, prolifiche di iniziative di qualità.

La rete relazionale non è solamente interna ma soprattutto esterna con i partner della sua subrete veneta fidelizzati con la firma del progetto di cooperazione quadriennale da parte dei loro vertici. Il partenariato coinvolto è composto da autorevoli Enti pubblici, significativi nel territorio veneto (Regione, Province, Comuni, Prefetture, Unioncamere, Università, ESU, USR-Ufficio Scolastico Regionale, ecc.) e ha una continuità dal quadriennio precedente 2005-2008 con sempre nuovi partner significativi. La visibilità e credibilità dell'antenna presso questi enti è tale che il nostro ufficio viene coinvolto nei tavoli di concertazione su progetti di comunicazione di ampio respiro come gli OPEN DAYS European Week of Regions and Cities (coorganizzazione degli eventi a livello regionale "Europe in my Region" nel 2008 e 2009).

Visibilità con i media. A livello mediatico l'antenna usufruisce della collaborazione dell'ufficio stampa del Comune di Venezia e del portavoce del sindaco quando interviene alle nostre iniziative. Anche i nostri partner collaborano con i loro uffici stampa e canali comunicativi nelle iniziative congiunte. Il centro inoltre è in grado di organizzare campagne pubblicitarie sulla stampa o altri mezzi di comunicazione di massa (radio, affissioni fisse/mobili).

Visibilità con i cittadini. L'Antenna Europe Direct è visibile presso tutti gli sportelli fisici e virtuali della rete veneta con un'immagine grafica coordinata tra tutti i partner della subrete: link reciproci tra siti web, dépliant informativo che spiega i servizi disponibili e declina tutti i punti informativi, totem identificativo della rete, gadget e materiale promozionale caratterizzato sempre dalla simbologia europea, ecc. Tutto il materiale informativo realizzato dall'antenna pone un'attenzione particolare alla leggibilità per garantire la fruibilità anche a persone con difficoltà visive (la dimensione del carattere, la chiarezza del font, il contrasto tra sfondo e testo, ecc.).

La strategia di visibilità dell'antenna è quella di partecipazione a manifestazioni con ampio coinvolgimento di pubblico per aumentare la notorietà dell'ufficio e conseguentemente l'afflusso allo sportello (presentazione dell'ED da parte di autorità/speaker, stand informativi, distribuzione di gadget UE associati a materiali informativi, caratterizzazione con i simboli UE degli spazi dedicati agli eventi). Per il 2010, in continuità con il 2009, ci concentreremo su iniziative di carattere sportivo, apprezzate particolarmente dal target giovanile (per esempio VeniceMarathon, Premio Atleta dell'Anno, StimoLoSport, ecc).

Alla strategia quantitativa dei contatti si aggiunge la strategia qualitativa che prevede l'organizzazione di manifestazioni specifiche (seminari, convegni, corsi, spettacoli), concentrate su temi e priorità europee, aperte alla cittadinanza, che normalmente riscontrano un successo di pubblico tale da saturare la location prescelta. Tutte le

manifestazioni vengono organizzate in luoghi accessibili per garantire la partecipazione anche a persone con mobilità ridotta.

La visibilità al pubblico di un evento però non è data solo dagli invitati presenti, ma anche dal piano di diffusione della notizia con decine di migliaia di contatti unitari tra inviti distribuiti, mailing postale ed e-mail digitale, affissioni, siti web della rete dei partner e della Rappresentanza, solitamente a costo prossimo allo zero per il finanziamento europeo, con risorse dell'ente ospitante. Il piano di diffusione degli eventi viene studiato ad hoc a seconda del target a cui è rivolto.

I contatti con il pubblico sono continuativi attraverso il nostro sito web nel portale del Comune di Venezia e attraverso le 2 e-newsletter quindicinali, una sui bandi europei per l'erogazione di cofinanziamenti (in collaborazione sinergica con la Regione Veneto, la Provincia di Venezia, la Camera di Commercio di Venezia, Unioncamere Veneto-Eurospertello inserito nella rete EEN l'Ufficio e Relazioni Internazionali del Comune di Venezia) e una su informazioni e opportunità per il target giovanile (in collaborazione con Eurodesk-PLD Venezia).

Citiamo solo la risonanza di ogni iniziativa che la **visibilità della città di Venezia** dà a livello italiano e internazionale (interesse mediatico di manifestazioni al Gran Teatro La Fenice o in famosi palazzi veneziani). Città d'arte di fama internazionale, con un'offerta culturale straordinariamente variegata e complessa, Venezia ospita inoltre numerose istituzioni e centri di ricerca di livello regionale, nazionale ed internazionale che costituiscono ambiti di eccellenza e attirano un gran numero di professionisti, docenti, ricercatori. Ampia la proposta formativa di livello universitario e post-universitario, importanti i progetti nell'ambito della ricerca e dell'innovazione.

- c) Descrivere in che modo le attività previste garantiscono un effetto moltiplicatore, identificando i partner principali dell'organizzazione e descrivendo la sua esperienza nella networking

L'area geografica di riferimento dell'Antenna Europe Direct Venezia Veneto è quella dell'intera regione. Per il quadriennio 2009-2012 il centro continuerà, infatti, a tenere attiva la **rete di partner** istituzionali significativi per il Veneto, già creata nel quadriennio precedente e arricchita da nuove adesioni significative, anche allo scopo di rafforzare l'effetto moltiplicatore e l'autorevolezza dell'antenna nel dialogo pubblico. I subrelay sul territorio veneto hanno dato adesione formale all'antenna con un progetto di cooperazione approvato da rispettivi provvedimenti pubblici. Gli Enti partner contribuiscono alla rete sia nell'attività di sportello (informazioni e materiali in distribuzione) sia nell'organizzazione di iniziative ed eventi [si veda di seguito dettaglio della rete di partner].

Rispetto ai mass-media e alle manifestazioni aumenterà la nostra collaborazione con gli **altri centri della rete ED**, in particolare presenti nel Veneto. In tal senso parte del programma 2010 è concertato con il nuovo Europe Direct della Provincia di Verona e lo Europe Direct di Veneto Agricoltura su attività congiunte in un'ottica di focalizzazione sul target cittadino da parte del nostro ED e sul target rurale da parte dell'ED di Veneto Agricoltura.

L'effetto moltiplicatore è evidente nella titolarità del Comune di Venezia dello sportello **Eurodesk - PLD di Venezia** che crea "economie di scala informative" con l'antenna attraverso un coordinamento quotidiano. Eurodesk Venezia ha a sua volta attiva una rete relazionale ampia con le Università veneziane (Ca' Foscari e IUAV), con gli Informagiovani, con le associazioni giovanili che operano sul territorio locale, con la rete degli operatori di strada (REDS) e con i Centri per l'Impiego.

L'attività di networking abbraccerà le **altre reti europee** CDE, EEN (presso Unioncamere Veneto - Eurospertello che è nostro partner subrelay), ECC-net, Solvit

presenti sul nostro territorio e le Rappresentanze in Italia di Commissione e Parlamento Europeo.

La rete dei punti informativi che fa capo allo sportello ED sarà costituita dall'antenna con sede a Venezia e dagli sportelli decentrati dei partner aperti presso sedi istituzionali conosciute ed utilizzate dai cittadini per un totale di ben 33 punti. I punti di informazione, individuati da una segnaletica ben visibile, saranno collocati presso le strutture degli sportelli di informazione già esistenti negli enti e sarà garantita la massima accessibilità. **L'articolazione territoriale** dei punti di informazione decentrati sarà la seguente:

- Comune di Venezia (2 sportelli);
- Regione Veneto (7 sportelli provinciali);
- Province di Belluno (1 sportello), Padova (3 sportelli), Treviso (1 sportello), Rovigo (1 sportelli) e Venezia (8 sportelli);
- Prefettura di Venezia (1 sportello);
- Unioncamere Veneto - Eurosportello (1 sportello) e la Camera di Commercio di Venezia (2 sportelli);
- Comuni di Chioggia (2 sportello), Asolo (1 sportello), Bassano del Grappa (1 sportello);
- Università IUAV di Venezia (1 sportello);
- URS Ufficio Scolastico Regionale Veneto(1 sportello) nuovo partner 2010.

3. SERVIZI DELL'INFORMAZIONE⁵

Descrivere in che modo saranno forniti i servizi d'informazione obbligatori, inclusi gli orari di apertura, l'accesso del pubblico al centro, il funzionamento del servizio di domande e risposte, e l'assistenza al pubblico. Se del caso, specificare il livello di partecipazione di altre organizzazioni.

L'Antenna Europe Direct gestirà l'attività di sportello e di animazione sul territorio continuando il lavoro fatto in questi anni, forte quindi della sua decennale esperienza porterà avanti il **servizio informativo** attraverso uno sportello fisico e virtuale. Sarà possibile comunicare con gli operatori direttamente allo sportello oppure attraverso telefono, fax, e-mail e via web con l'apposito gestionale VE.net.On line (compilando le maschere dedicate nel sito) e raccogliere informazioni attraverso il sito web (www.comune.venezia.it/europedirect) e **2 e-newsletter quindicinali**, una sui bandi europei per l'erogazione di cofinanziamenti (in collaborazione sinergica con la Regione Veneto, la Provincia di Venezia, la Camera di Commercio di Venezia, Unioncamere Veneto-Eurosportello inserito nella rete EEN e l'Ufficio Relazioni Internazionali del Comune di Venezia) e una su informazioni e opportunità per il target giovanile (in collaborazione con Eurodesk-PLD Venezia).

Lo sportello per continuità manterrà lo stesso **orario di apertura** dello scorso quadriennio: tutti i giorni, dal lunedì al venerdì dalle 9.00 alle 13.00, il martedì e il giovedì anche dalle 15.00 alle 17.00 (per un totale di 24 ore/settimana). Data la peculiarità del nostro territorio, il giovedì si riceve su appuntamento presso la sede Urp di Mestre.

Resteranno attivi una casella di posta elettronica dedicata infoeuropa@comune.venezia.it, condivisa da tutti gli operatori ED, e 2 numeri di telefono pubblici dello sportello, di cui un **numero verde gratuito** 800.496.200 (a carico del Comune di Venezia), a cui il personale ED risponde anche fuori dall'orario di apertura al pubblico dell'ufficio.

⁵ 2 pagine al massimo.

Gli operatori rispondono alle domande dei cittadini con le proprie conoscenze professionali e in sinergia con i centri di contatto Europe Direct 0080067891011. Vengono inoltre costantemente consultati e monitorati data base tematici (Europa, Eur-Lex, Ted, Eur-op, ecc...) per aggiornamento e formazione.

Il **personale** allo sportello sarà composto da personale del Comune di Venezia a tempo indeterminato (2 persone a tempo pieno e 1 a tempo parziale 50%), una collaboratrice esterna per le attività rivolte al target giovanile e la responsabile che dividerà la propria attività tra questo servizio e gli altri sportelli di comunicazione al cittadino di cui è responsabile.

La **sede principale** dell'antenna rimane posizionata al piano terra della sede municipale a Venezia, vicino all'ingresso, adiacente all'URP Ufficio Relazione con il Pubblico e allo sportello "Città per tutti", già Informahandicap, accessibile a persone con mobilità ridotta e identificata con un totem 1x2mt autoportante, creato appositamente per dare visibilità al servizio con il logo ED; il totem è inoltre dotato di tasche contenitori, costantemente riempite di materiali, per fornire anche fuori dell'orario di sportello il nostro dépliant informativo e altri materiali forniti dalle Istituzioni europee.

Lo sportello è organizzato con uno spazio per ricevere i cittadini con una postazione pc-internet dedicata al pubblico, oltre alle postazioni di lavoro degli operatori. I cittadini possono ricevere le informazioni direttamente dall'operatore oppure consultare internet, autonomamente o guidati, nella postazione a loro dedicata per navigare gratuitamente. Tutte le postazioni sono dotate di computer, collegamento internet, stampante, fax e fotocopiatrice. L'ufficio contempla anche un ampio schermo al plasma per proiettare immagini delle iniziative fatte dall'antenna e video inviati dalla Commissione Europea. All'interno dello spazio dedicato allo sportello è inoltre presente un zona rifornita di materiali in esposizione e uno spazio per la lettura. Per lo stoccaggio di materiali di informazione e le sale riunioni, multimediali e non, vengono utilizzati spazi che sono condivisi con altri uffici.

I nostri materiali informativi non verranno distribuiti solo all'interno dello sportello dell'antenna, ma anche presso l'URP Ufficio Relazioni con il Pubblico della sede di Venezia e di Mestre, dove è presente un'apposita zona di distribuzione di materiali (circa 40.000 contatti annui).

Accessibilità. Tutte le iniziative ED vengono organizzate in luoghi accessibili per garantire la partecipazione anche a persone con mobilità ridotta. Anche il materiale informativo realizzato dall'antenna pone un'attenzione particolare alla leggibilità per garantire la fruibilità a persone con difficoltà visive (la dimensione del carattere, la chiarezza del font, il contrasto tra sfondo e testo).

Sito web. L'antenna manterrà il proprio **sito web** ospitato dal portale ufficiale del Comune di Venezia (www.comune.venezia.it/europedirect). Da 2009 il sito è stato reingegnerizzato e ampliato, è stata riprogettata la mappa delle pagine e l'impostazione grafica ha subito un restyling. Anche nel corso del 2010 il sito verrà ampliato, in particolare nella nuova Area Riservata ai partner della subirete veneta. Gli operatori ne gestiranno direttamente le pagine, cureranno l'aggiornamento periodico, inseriranno le news dall'Europa e informeranno i navigatori sugli eventi organizzati dallo sportello e dalla sua rete. Il numero dei contatti al sito è in continua crescita, circa 20.000 contatti nel 2009. Le attività di maggiore rilevanza continueranno inoltre ad essere pubblicizzate anche nella homepage del portale del Comune (contatti medi quotidiani 10.000). I siti web dei partner hanno una pagina dedicata all'antenna e il link al nostro sito.

Sportelli decentrati. I servizi informativi dall'Antenna Venezia Veneto sono moltiplicati a livello regionale dalla **rete dei partner veneti**, fidelizzati già dal quadriennio precedente (con nuove adesioni significative per il quadriennio 2009-2012). Resterà attivo infatti a disposizione del cittadino e della nostra rete di sportelli il gestionale, **VE.net.On line**, per l'inserimento delle richieste di informazione poste dai

cittadini a cui rispondono gli operatori dell'antenna e gli altri partner specializzati nel settore produttivo (Unioncamere Veneto - Eurosportello e la Camera di Commercio di Venezia) e che costituisce inoltre una banca dati a disposizione degli operatori decentrati degli sportelli dei partner. Il gestionale permette il monitoraggio delle richieste dei cittadini e la conseguente analisi delle domande e dei suggerimenti pervenuti. La rete di partner che continuerà a far capo all'Antenna Europe Direct Venezia Veneto è in concreto costituita da sportelli decentrati di informazione, aperti presso sedi istituzionali del territorio della regione del Veneto, già conosciute e utilizzate dai cittadini, ed è già caratterizzata in ogni sede da **un'immagine coordinata** che fa riferimento al Logo Europe Direct e dalla presenza dei materiali informativi messi a disposizione della Commissione. (per il dettaglio dell'**articolazione territoriale** dei partner si rimanda al punto 2c):

L'antenna aggiornerà e ristamperà un **dépliant informativo sui servizi ED**, realizzato all'inizio del 2009, e sugli sportelli a disposizione dei cittadini, compresi quelli decentrati della subrete dei partner veneti in modo da evidenziare ai fruitori la concretezza della rete. Il dépliant sarà prodotto in grande tiratura per essere distribuito presso gli sportelli elencati nel dépliant stesso.

Il centro organizzerà una **riunione di rete annuale** con tutti i partner della subrete veneta per condividere le priorità di comunicazione UE, per formare il personale addetto agli sportelli ED decentrati e per programmare le attività e manifestazioni comuni.

La responsabile dell'ufficio o un operatore parteciperanno regolarmente alle **riunioni della rete nazionale ED**, portando le esperienze delle attività che vengono svolte a livello locale, confrontandosi con gli operatori degli altri sportelli per condividere e migliorare le attività da svolgere e mettendosi a disposizione delle Rappresentanze in Italia della Commissione per manifestazioni locali.

Continuando l'attività di questi anni verranno costantemente aggiornate le **intranet ED italiana ed europea** con le relazioni mensili e altre notizie che consentano alla Rappresentanza di monitorare l'attività dell'antenna.

Nelle manifestazioni e nelle altre attività di sensibilizzazione l'antenna continuerà a coinvolgere gli **europarlamentari locali, i TeamEurope e le Rappresentanze italiane** ad intervenire come relatori, per rafforzare l'attività di networking interno alla rete europea.

La collaborazione con la Regione Veneto ha ricevuto un impulso nuovo, arricchita infatti da un coinvolgimento di tutti gli sportelli URP nelle 7 province e dalla fornitura dei suoi materiali prodotti sull'UE che avranno così un affidabile canale di distribuzione. La Regione inoltre ha inserito l'antenna nel **Piano di Comunicazione del POR FESR 2007-2013** e nelle attività che ne conseguiranno, in primis come punto informativo per un effetto moltiplicatore nella diffusione dei messaggi.

Tra i nuovi partner della subrete veneta dal 2010 è particolarmente strategico l'**USR-Ufficio Scolastico Regionale Veneto** con la sua organizzazione capillare nelle 7 province venete e i suoi contatti autorevoli presso le scuole di ogni ordine e grado della regione Veneto.

L'Antenna Europe Direct, rispetto ai servizi d'informazione obbligatori, non si limiterà a offrire informazioni generali sull'UE, rappresentando per i cittadini un punto di entrata nell'Unione, ma si spingerà anche alla partecipazione a **manifestazioni con ampio coinvolgimento di pubblico** per aumentare la visibilità dell'ufficio e conseguentemente l'afflusso allo sportello (presentazione dell'ED al pubblico, stand informativi, distribuzione di gadget UE associati a materiali informativi, caratterizzazione con i simboli UE degli spazi dedicati agli eventi).

4. COMUNICAZIONE E SENSIBILIZZAZIONE⁶

Scegliere uno o più dei seguenti servizi⁷ e descrivere le attività specifiche previste per ognuno. La descrizione delle singole attività **deve contemplare le informazioni seguenti:**

- Obiettivo e principali messaggi da comunicare
- Target e loro esigenze di informazione
- Calendario dell'attività, il più specifico possibile
- Mezzi di comunicazione che verranno utilizzati
- Livello di coinvolgimento di altri partners o stakeholders, se applicabile
- Indicatori specifici per valutare la realizzazione soddisfacente dell'azione,
- Risultati previsti dell'azione,
- Un chiaro riferimento all'uso dei moduli relativi all'importo forfettario selezionati nel bilancio dell'azione.

- a) Manifestazioni e prodotti di informazione destinati al **pubblico** (ad es: conferenze, seminari, fiere, pubblicazioni, prodotti audiovisivi, ecc.)

Servizi di informazione di base per il pubblico (Modulo 1) - descrizione nel punto 3.

Sito Internet (Modulo 2) NON richiediamo l'importo forfettario perché valutiamo di svolgere l'azione con risorse interne - descrizione nel punto 3.

E-newsletter (Modulo 3) NON richiediamo l'importo forfettario perché valutiamo di svolgere l'azione con risorse interne - descrizione nel punto 3.

Convegno "Le culture dell'Europa, l'Europa delle culture" (Modulo 7)

Calendario: fine novembre 2010

Indicatori: numero di partecipanti desunto da nominativi registrati all'accoglienza, materiale informativo distribuito, questionario distribuito e riconsegnato, fotografie

Risultati previsti: partecipazione di almeno 100 persone

Obiettivo: approfondire il rapporto tra l'Europa e le sue culture alla luce dello spirito introdotto dal nuovo art. 3 par. 3 u.c. NTUE (Trattato di Lisbona), secondo il quale la UE "rispetta la ricchezza della sua diversità culturale e linguistica" e vigila su salvaguardia e rispetto del suo patrimonio culturale.

La prima sessione (Le culture dell'Europa) affronterà il problema dell'emergere delle identità culturali e linguistiche regionali in ambito europeo e del loro rapporto con i nuovi strumenti universali approntati in sede UNESCO per la tutela dell'identità culturale (Convenzione del 2005) e del patrimonio intangibile (Convenzione del 2003). Si tratta di una sessione marcatamente interdisciplinare, che darà particolare spazio a profili antropologici, filosofici e culturali, oltre che di diritto internazionale.

Nella seconda sessione (L'Europa delle culture) l'attenzione si sposterà più decisamente sulle politiche e sugli strumenti della UE in campo culturale. Verranno messo in rilievo, oltre a profili di diritto comunitario (e di diritto interno), importanti profili economici, a partire dal ruolo della cultura nella competizione globale, in particolare per quanto può riguardare la UE.

Target: cittadini veneti, Enti locali, studenti universitari e delle scuole medie superiori

Esigenze d'informazione del target: conoscere il rapporto tra l'Europa e le sue culture, sentirsi parte tutelata della cultura europea

Messaggi principali: riconoscimento e tutela delle identità culturali e linguistiche

⁶ 4 pagine al massimo.

⁷ Cancellando le categorie non applicabili.

europee, politiche e strumenti della UE in campo culturale

Mezzi di comunicazione: distribuzione di inviti a mailing list ed e-mailing list specifiche, manifesti/locandine in affissione, comunicati stampa a redazioni di testate e radio-televisioni locali, news nel sito web ED e link nella home page del Comune di Venezia e di altri partner sul territorio

Cooperazioni: Parlamento Europeo - Ufficio a Milano (convegno inserito nei "Forum dei Cittadini"), CDE-Università Ca' Foscari di Venezia, altri Europe Direct veneti (di Veneto Agricoltura e della Provincia di Verona)

Livello di cooperazione: regionale

Media obiettivo di cooperazione: media veneti (carta stampata, radio e tv)

Azioni di cooperazione coi media: comunicati stampa a redazioni di testate e radio-televisioni venete

Open Days – Local Event Veneto (Modulo 7)

Calendario: ottobre 2010

Indicatori: numero di partecipanti desunto da nominativi registrati all'accoglienza, materiale informativo distribuito, questionario distribuito e riconsegnato, fotografie

Risultati previsti: partecipazione di 100 persone

Obiettivo: disseminare a livello regionale decentrato le tematiche sviluppate negli Open Days a Bruxelles che per il 2010 saranno incentrati sulla lotta alla povertà e sull'inclusione sociale in linea con l'Anno Europeo

Target: cittadini, Enti locali, studenti, società civile

Esigenze d'informazione del target: partecipazione attiva dei cittadini, sviluppo regionale e consumi sostenibili, ricerca e innovazione, dialogo interculturale e protezione sociale

Mezzi di comunicazione: distribuzione di inviti a mailing list ed e-mailing list specifiche, manifesti/locandine in affissione, comunicati stampa a redazioni di testate e radio-televisioni locali, news nel sito web ED e link nella home page del Comune di Venezia e di altri partner sul territorio, in primis la Regione del Veneto

Cooperazioni: Regione del Veneto, altri partner della subrete veneta

Livello di cooperazione: regionale

Media obiettivo di cooperazione: media veneti (carta stampata, radio e tv)

Azioni di cooperazione coi media: comunicati stampa a redazioni di testate e radio-televisioni venete

Concerto per la Festa dell'Europa (Modulo 11)

Calendario: 9 maggio 2010

Indicatori: numero di partecipanti desunto da nominativi registrati all'accoglienza, materiale informativo distribuito, biglietti venduti, fotografie

Risultati previsti: partecipazione di almeno 100 persone

Obiettivo: celebrare il 9 maggio, Festa dell'Europa con l'esecuzione della Nona Sinfonia di Beethoven per pianoforte che culmina nell'Inno alla Gioia, proclamato Inno Europeo; diffondere la cultura dei simboli europei (inno, festa, ecc.). L'iniziativa per la Festa dell'Europa ha una componente artistica-ludica prevalente rispetto alla componente informativa-didattica per sottolineare il momento di festa condiviso in tutti gli Stati membri (diversamente dalle altre iniziative del programma annuale a carattere informativo-formativo), impronta questa seguita con continuità già dal 2008.

Target: tutta la cittadinanza

Esigenze d'informazione del target: conoscere la cultura dei simboli europei (inno, festa, ecc.); percepire l'Unione Europea attraverso momenti piacevoli e positivi

Messaggi principali: simboli europei (inno europeo e festa dell'Europa), riconoscimento delle identità culturali europee e del motto europeo "Uniti nella diversità"

Mezzi di comunicazione: distribuzione di inviti a mailing list ed e-mailing list specifiche, manifesti/locandine in affissione, comunicati stampa a redazioni di testate e radio-televisioni locali, news nel sito web ED e link nella home page del Comune di Venezia e

di altri partner sul territorio

Cooperazioni: Associazioni culturali e musicali locali, Associazione Amici della Musica di Mestre

Livello di cooperazione: locale

Media obiettivo di cooperazione: media veneti (carta stampata, radio e tv)

Azioni di cooperazione coi media: comunicati stampa a redazioni di testate e radio-televisioni venete

- b) Manifestazioni e prodotti di informazione per gruppi **destinatari specifici** (ad es: scuole/ gruppi giovanili, imprenditori, agricoltori, candidati a progetti finanziati dall'UE, ecc.)

TARGET GIOVANI in età di scuola elementare

Quaderno del Piccolo Consumatore (Modulo 5)

Ideazione, produzione e stampa di un prodotto didattico per i bambini dell'ultimo anno della scuola primaria. Il prodotto stampato consiste in una pubblicazione di circa 20 pagine che propone un percorso didattico di educazione al consumo consapevole e sostenibile strutturato in 7 racconti, uno per ogni giorno della settimana, che accompagna il bambino a scoprire il valore delle risorse economiche e ambientali. Ogni fiaba-racconto avrà un tema specifico di rilevanza europea (risparmio di acqua ed energia, inquinamento dai trasporti, raccolta differenziata dei rifiuti ecc.) con un riquadro informativo anche per i genitori (per una lettura congiunta genitore-figlio del prodotto didattico).

Calendario: distribuzione novembre 2010

Indicatori: numero di pubblicazioni distribuite nelle classi delle scuole elementari del Comune di Venezia (pari a circa 100 classi)

Risultati previsti: distribuzione di 3.000 copie della pubblicazione

Obiettivo: informare i ragazzi sui principi del consumo sostenibile con linguaggio facile; fornire pratici consigli nell'intento di stimolare la curiosità e attivare semplici comportamenti quotidiani che possono fare la differenza nella lotta ai cambiamenti climatici

Target: bambini della scuola primaria (il quinto anno) del Comune di Venezia

Esigenze d'informazione del target: avere informazioni con un linguaggio facile e con supporti appetibili; essere stimolati in modo divertente sulle azioni della vita quotidiana

Messaggi principali: contribuire a stimolare la consapevolezza su temi globali come l'ambiente, il risparmio energetico e la limitatezza delle risorse. È indispensabile che i consumi di tutti siano orientati alla sostenibilità. L'importanza delle piccole azioni e dei gesti quotidiani.

Mezzi di comunicazione: conferenza stampa, comunicati stampa a redazioni di testate e radio-televisioni locali, news nel sito web ED e link nella home page del Comune di Venezia e di altri partner sul territorio, lettere alle scuole elementari del Comune di Venezia e ai dirigenti scolastici a firma dell'Assessore

Cooperazioni: Assessorato alla Tutela dei Diritti dei Consumatori del Comune di Venezia, Associazioni Consumatori venete, Assessorato Politiche Educative del Comune di Venezia, Scuole primarie del Comune di Venezia

Livello di cooperazione: locale

Media obiettivo di cooperazione: media locali (carta stampata, radio e tv)

Azioni di cooperazione coi media: conferenza stampa, comunicati stampa a redazioni di testate e radio-televisioni locali

TARGET GIOVANI in età di scuola media inferiore

“In viaggio per l'Europa” - itinerari educativi (Modulo 11)

Gioco a squadre nelle scuole che consiste in un quiz sulla cultura degli Stati membri e che si concretizza nell'allestimento di un grande *tappeto-puzzle* in gommapiuma che raffigura i 27 Paesi dell'Unione Europea su cui gli studenti si spostano (il gioco è frutto del progetto

di rete degli ex Info Point Europa denominato LargEurope). Al gioco sono abbinati dei moduli formativi su istituzioni e simboli dell'Unione. Il gioco didattico e i moduli formativi sono svolti nelle classi dal personale dell'antenna.

Calendario: gennaio-maggio 2010

Indicatori: numero di studenti partecipanti desunto da nominativi registrati negli incontri, materiale informativo distribuito, fotografie

Risultati previsti: partecipazione di circa 350 studenti (15 classi)

Obiettivo: ideare un percorso ludico-didattico finalizzato alla conoscenza di una cultura europea, che porta lo studente ad approfondire *la dimensione multiculturale*, non solo delle città europee, ma anche dei cittadini che le vivono

Target: ultime classi delle scuole medie inferiori venete

Esigenze d'informazione del target: acquisire conoscenze sulle Istituzioni europee, sulla storia, la geografia e la cultura dei Paesi dell'Unione Europea; approfondire il concetto del valore del multiculturalismo e dell'integrazione tra popoli

Messaggi principali: far comprendere ai ragazzi il significato e l'importanza di essere oggi cittadini europei, il valore delle diverse culture esistenti in Europa e la possibilità di vivere il multiculturalismo accettando le diverse realtà

Mezzi di comunicazione: news nel sito web del Comune di Venezia (sezione dell'antenna e della pubblica istruzione) e di altri partner sul territorio, comunicazione con le scuole coinvolte

Cooperazioni: Ufficio Itinerari Educativi del Comune di Venezia (il gioco è inserito tra le proposte formative che le scuole possono scegliere annualmente), Provincia di Belluno

Livello di cooperazione: veneto

Media obiettivo di cooperazione: media locali (carta stampata, radio e tv)

Azioni di cooperazione coi media: comunicati stampa a redazioni di testate e radio-televisioni locali

PROGETTO FUTURO: Dato il notevole riscontro degli insegnanti che richiedono l'attività didattica "In viaggio per l'Europa" presso le loro scuole, stiamo progettando con l'USR – Ufficio Scolastico Regionale Veneto la creazione di uno "Spazio Europa", presso una scuola della terraferma veneziana, dove invece ospitare le classi di ragazzi in un unico spazio fisico polifunzionale che contribuisca all'informazione, alla formazione e alla partecipazione dei giovani cittadini europei nel dialogo sul passato, il presente e il futuro dell'Europa. Tale progetto prende spunto dallo Spazio Europa di Roma presso la Rappresentanza.

TARGET GIOVANI in età di scuola media inferiore

"Progetto Schuman" (Modulo 11)

Il progetto prevede degli incontri formativi-informativi nelle scuole aderenti che sfocino nella produzione da parte degli alunni di elaborati che verranno selezionati da un'apposita commissione e premiati in un evento finale

Calendario: evento finale a ridosso del 9 maggio 2010 Festa dell'Europa (fase preparatoria nei mesi precedenti); incontri formativi-informativi tra febbraio-aprile

Indicatori: numero di scuole contattate, classi partecipanti al concorso, numero dei ragazzi delle classi coinvolte (tavole rotonde ed evento finale)

Risultati previsti: partecipazione di circa 50 classi, produzione di 50 elaborati sul tema proposto dal concorso di idee

Obiettivo: coinvolgere attivamente il mondo scolastico in un concorso che funga da occasione ed incentivo per parlare dell'Europa; svolgere all'interno delle scuole attività di formazione, informazione ed incontro con persone che lavorano a contatto con le Istituzioni comunitarie

Target: tutte le scuole medie inferiori venete

Esigenze d'informazione del target: avere delle informazioni di base sull'ordinamento e la struttura istituzionale dell'Unione e su temi proposti dai ragazzi

Messaggi principali: significato di cittadinanza europea attiva
Mezzi di comunicazione: distribuzione di inviti a mailing list ed e-mailing list specifiche, manifesti/locandine in affissione, comunicati stampa a redazioni di testate e radio-televisioni locali, news nel sito web ED e link nella home page del Comune di Venezia e di altri partner sul territorio, campagne pubblicitarie
Cooperazioni: Regione Veneto, Unioncamere Veneto - Eurosportello inserito nella rete EEN, Europe Direct Veneto di Veneto Agricoltura
Livello di cooperazione: regionale
Media obiettivo di cooperazione: media veneti (carta stampata, radio e tv)
Azioni di cooperazione coi media: comunicati stampa a redazioni di testate e radio-televisioni venete

TARGET GIOVANI in età di scuola media superiore

“Conosci, ascolta e vivi l’Europa” - corso-concorso (Modulo 7)

Incontri formativi-informativi nelle classi medie superiori, finalizzati alla produzione di elaborati, che verranno selezionati da una commissione, i cui vincitori riceveranno come premio un viaggio a Bruxelles per circa 20 ragazzi per conoscere da vicino le Istituzioni europee

Calendario: gennaio-febbraio 2010

Indicatori: numero degli studenti delle classi superiori partecipanti agli incontri (desunto da nominativi registrati agli incontri, materiale informativo distribuito, questionario distribuito e riconsegnato, fotografie), numero elaborati in concorso per il viaggio

Risultati previsti: partecipazione agli incontri di circa 8 classi; presentazione di almeno 8 elaborati

Obiettivo: avvicinare il mondo della scuola all'Europa, diffondere la conoscenza del Trattato di Lisbona, far conoscere le Istituzioni europee e le opportunità offerte ai giovani dall'UE con particolare riferimento ai progetti nell'ambito di Youth in Action Program

Target: le ultime classi delle scuole medie superiori della Provincia di Belluno

Esigenze d'informazione del target: conoscenza delle opportunità di formazione e lavoro in ambito comunitario; informazioni sulle Istituzioni europee e la storia dell'Unione europea

Messaggi principali: la cittadinanza europea; i valori su cui si basa l'Unione ed il nuovo Trattato di Lisbona; l'Unione Europea come opportunità di crescita e di apertura

Mezzi di comunicazione: news nel sito web ED e link nella home page del Comune di Venezia e della Provincia di Belluno, comunicazione con le scuole coinvolte

Cooperazioni: Provincia di Belluno, partner della nostra subrete veneta, in particolare il Servizio Comunicazione al Cittadino e il Servizio Politiche Giovanili

Livello di cooperazione: regionale (tra Venezia e Belluno)

Media obiettivo di cooperazione: media locali (carta stampata, radio e tv)

Azioni di cooperazione coi media: comunicati stampa a redazioni di testate e radio-televisioni locali

TARGET GIOVANI in età di scuola media superiore

Progetto “UE x TE” (Modulo 11)

Il progetto, coordinato a livello nazionale con la rete Eurodesk e proposto dalla Rappresentanza italiana, rappresenta la seconda edizione del primo fortunato progetto nazionale del 2009 a cui anche l'antenna del Comune di Venezia aveva partecipato. Anche quest'anno il progetto prevede di replicare a livello locale un'attività informativa-partecipativa a gruppi di giovani di età compresa tra i 14 e i 19 anni, inclusi gruppi informali.

Calendario: febbraio- maggio 2010 la fase di incontri coi giovani (prima di febbraio si svolgerà la fase formativa e di coordinamento e dopo maggio la fase consuntiva dei risultati)

Indicatori: numero di giovani coinvolti nell'iniziativa (desunto da nominativi registrati

negli incontri, materiale informativo distribuito, questionario distribuito e riconsegnato, fotografie), partecipazione attiva da parte dei giovani alle attività proposte

Risultati previsti: partecipazione agli incontri di circa 200 giovani

Obiettivo: avvicinare i giovani all'Unione Europea; migliorare la comprensione da parte dei giovani del ruolo svolto dalle Istituzioni dell'UE a favore della gioventù, del Trattato di Lisbona, delle novità nella *governance* comunitaria, dei programmi europei in favore della cittadinanza attiva, del volontariato, dell'istruzione e della formazione dei giovani

Target: giovani veneti di età compresa tra i 14 e i 19 anni. I gruppi saranno formati sia all'interno degli istituti scolastici e delle università, sia nei diversi luoghi dell'aggregazione e dell'associazionismo giovanile

Esigenze d'informazione del target: colmare il deficit comunicazionale e coinvolgere i cittadini, in particolare i giovani, nel diventare testimoni consapevoli delle opportunità disponibili nell'Unione Europea di oggi

Messaggi principali: cittadinanza attiva, educazione, formazione e il disegno socio-istituzionale che meglio rifletta le aspettative dei giovani sull'Europa del futuro

Mezzi di comunicazione: news nel sito web ED e link nella home page del Comune di Venezia e di altri partner sul territorio, e-newsletter con target giovanile, incontri con i referenti delle scuole medie superiori che verranno coinvolti nell'iniziativa e con le strutture attive sulle politiche giovanili e sui progetti di mobilità giovanile internazionale

Cooperazioni: Rappresentanza della Commissione Europea in Italia, rete Eurodesk, scuole medie superiori, strutture attive sulle politiche giovanili e sui progetti di mobilità giovanile internazionale

Livello di cooperazione: regionale

Media obiettivo di cooperazione: media locali (carta stampata, radio e tv)

Azioni di cooperazione coi media: comunicati stampa a redazioni di testate e radio-televisioni locali

- c) Manifestazioni e attività di networking per gli **operatori istituzionali** e moltiplicatori (ad es: altri centri EUROPE DIRECT, reti della Commissione, ufficio informazioni del Parlamento europeo, parlamentari europei, autorità locali, ONG, altri vettori attivi dell'informazione, ecc.)

Corso di formazione europea - ciclo di lezioni (Modulo 9)

Calendario: febbraio-maggio 2010

Indicatori: numero di partecipanti desunto da nominativi registrati all'accoglienza, materiale informativo distribuito, questionario distribuito e riconsegnato, fotografie

Risultati previsti: partecipazione di 200 persone complessive

Obiettivo: introdurre i temi europei della storia, delle istituzioni, del processo legislativo, della programmazione 2007-2013 e della modalità di partecipazione attraverso elementi di europrogettazione

Target: cittadini veneti, Enti locali, laureandi e laureati, imprenditori, professionisti (avvocati commercialisti), funzionari delle Camere di Commercio, operatori degli sportelli decentrati dei partner della subrete veneta

Esigenze d'informazione del target: approfondire il ruolo dell'UE nel tessuto economico, valorizzare la competitività imprenditoriale

Mezzi di comunicazione: distribuzione di inviti a mailing list ed e-mailing list specifiche, manifesti/locandine in affissione, comunicati stampa a redazioni di testate e radio-televisioni locali, news nel sito web ED e link nella home page del Comune di Venezia e di altri partner sul territorio

Cooperazioni: Unioncamere Veneto - Eurosportello inserito nella rete EEN (ciclo di lezioni analogo presentato già nel 2008 e 2009), Camera di Commercio di Venezia, altri partner della subrete veneta di Europe Direct del Comune di Venezia

Livello di cooperazione: regionale

Media obiettivo di cooperazione: media veneti (carta stampata, radio e tv)
Azioni di cooperazione coi media: comunicati stampa a redazioni di testate e radio-televisioni locali

TARGET CONSUMATORI

Convegno sui cambiamenti climatici e il consumo sostenibile (Modulo 9)

Convegno sull'ambiente e il consumo sostenibile ed informato per le Istituzioni locali, i cittadini consumatori e gli studenti dalle scuole dell'obbligo all'università. La tematica ambientale alla luce dello scenario internazionale post Copenhagen 2009 verrà affrontata da diverse angolature: dagli impegni presi dai governi alle problematiche dei trasporti, dalle politiche produttive al ruolo degli stili di vita delle popolazioni.

Calendario: aprile 2010

Indicatori: numero di partecipanti desunto da nominativi registrati all'accoglienza, materiale informativo distribuito, questionario distribuito e riconsegnato, fotografie

Risultati previsti: partecipazione di 200 persone

Obiettivo: approfondire la conoscenza dei risultati di Copenhagen 2009; sensibilizzare sulla tematica ambientale; discutere gli effetti di un'Europa unita per i consumatori (mercato unico); informare i cittadini sui loro diritti come euro-consumatori; far percepire l'azione concreta dell'Unione in tematiche di interesse quotidiano; stimolare l'impegno personale alla lotta contro i cambiamenti climatici attraverso stili di vita sostenibili

Target: cittadinanza tutta, studenti veneti dalle scuole dell'obbligo all'università, Istituzioni locali, Associazioni dei Consumatori venete

Esigenze d'informazione del target: avere risposte concrete dall'UE con soluzioni che abbiano un'incidenza diretta sulla vita quotidiana; avere informazioni sulle politiche ambientali mondiali post Copenhagen 2009

Messaggi principali: i risultati di Copenhagen 2009; i diritti degli euro-consumatori; l'importanza dell'impegno personale alla lotta contro i cambiamenti climatici attraverso stili di vita sostenibili

Mezzi di comunicazione: distribuzione di inviti a mailing ed e-mailing list specifiche, manifesti/locandine in affissione, comunicati stampa a redazioni di testate e radio-televisioni locali, news nel sito web ED e link nella home page del Comune di Venezia e di altri partner sul territorio

Cooperazioni: Rappresentanza a Milano della Commissione Europea, Ufficio a Milano del Parlamento Europeo, Europarlamentari italiani, Assessorato alla tutela dei diritti dei consumatori del Comune di Venezia, Associazioni Venete dei Consumatori

Livello di cooperazione: regionale

Media obiettivo di cooperazione: media veneti (carta stampata, radio e tv)

Azioni di cooperazione coi media: conferenza stampa e comunicati stampa a redazioni di testate e radio-televisioni venete

PROGETTO CORRELATO: In un'ottica di continuità con il 2008 e 2009, continuerà anche nel 2010 il progetto "L'Arte del Consumatore: gli esperti rispondono" con l'evoluzione del ciclo di conferenze da dibattiti in sala ad un dialogo on-line sempre tra esperti e legali delle Associazioni Consumatori veneziane e cittadini consumatori. In un determinato giorno ed orario, infatti, periodicamente, gli esperti delle Associazioni Consumatori saranno disponibili a dialogare con gli utenti del forum su un argomento dato in un forum del sito web del Comune di Venezia.

- d) Manifestazioni e cooperazione con i **mezzi di comunicazione locali e regionali** (ad es: concorsi per giornalisti, programmi radiotelevisivi specifici, pubblicazioni regolari sulla stampa, ecc.)

TARGET GIOVANI in età di scuola media superiore

Progetto "Giovane Parlamento Europeo – EU-Too, young people on Air (Modulo 11)

Il progetto, in linea di continuità con l'iniziativa del 2008 e 2009, parte dai risultati del

dibattito tra giovani di diversi paesi UE sulle tematiche dell'immigrazione, dipendenze-salute, rischi ambientali (alle quali hanno partecipato anche rappresentanti del mondo della comunicazione). Tali tematiche verranno ulteriormente approfondite inserendole nel dibattito dell'Anno Europeo contro la povertà e l'esclusione sociale. Grazie al coinvolgimento di emittenti televisive locali, l'iniziativa punta a trasformare i pensieri, le opinioni e le proposte dei giovani in trasmissioni televisive co-prodotte dai giovani stessi. I prodotti intermedi verranno mano a mano pubblicati sulla piattaforma on line <http://nuke.young-parliament.eu/> e pubblicizzati al grande pubblico durante un evento conclusivo che si terrà a maggio a Venezia.

Calendario: gennaio-giugno 2010 (il dibattito sui temi è avvenuto nei mesi precedenti tra ottobre e dicembre 2009)

Indicatori: numero dei giovani coinvolti (desunto da nominativi registrati negli incontri, materiale informativo distribuito, fotografie), partecipazione attiva da parte dei giovani alle attività proposte, numero e tipologia episodi televisivi realizzati.

Risultati previsti: partecipazione di almeno 30 giovani alla realizzazione di prodotti televisivi (numero contenuto per esigenze di produzione) e di 100 giovani all'incontro conclusivo

Obiettivo: promuovere la cittadinanza europea attiva dei ragazzi; rendere i giovani protagonisti dell'informazione.

Target: tutti i giovani europei, con particolare riguardo ai giovani svantaggiati e deboli soprattutto attraverso il coinvolgimento di soggetti territoriali pertinenti ed impegnati in tematiche socio-culturali differenti (immigrazione, educazione, disabilità, sport, ecc.)

Esigenze d'informazione del target: avere accesso ad informazioni efficaci, complete, oggettive, comprensibili ed affidabili per ampliare le possibilità di scelta e promuovere l'autonomia e le capacità personale

Messaggi principali: apertura, partecipazione, responsabilità, efficacia, investimento, coerenza, affermazione, incontro con l'altro.

Mezzi di comunicazione: comunicati stampa a redazioni di testate e radio-televisioni locali, news nel sito web ED e link nella home page del Comune di Venezia e di altri partner sul territorio, e-newsletter con target giovanile, incontri dedicati nelle scuole e in ambienti più informali (parchi, piazze, ecc.) promossi dai giovani, dove "giovani incontrano giovani", piattaforma on-line di discussione in inglese <http://nuke.young-parliament.eu/>

Cooperazioni: Co.Ge.S.-Società Cooperativa Sociale di Venezia, indicata dal Centro di Servizio per il Volontariato della Provincia di Venezia (progetto analogo nel 2007, 2008 e 2009 già in collaborazione con l'ED)

Livello di cooperazione: europeo

Media obiettivo di cooperazione: media veneti (carta stampata, radio e tv)

Azioni di cooperazione coi media: comunicati stampa a redazioni di testate e radio-televisioni locali, produzione di format televisivi che verranno messi in onda a partire da febbraio 2010.

ACCLUDIAMO I SEGUENTI DOCUMENTI:

ALLEGATO A:

- 1) Piano d'azione per il 2010
- 2) CVs dei membri dello staff del Centro
- 3) Descrizione delle infrastrutture disponibili