

(Codice interno: 289093)

DELIBERAZIONE DEL CONSIGLIO REGIONALE n. 120 del 16 dicembre 2014

Programma di iniziative per l'anno 2014 della Commissione regionale per la realizzazione delle pari opportunità tra uomo e donna. Articolo 7, comma 2, legge regionale 30 dicembre 1987, n. 62 "Istituzione della Commissione regionale per la realizzazione delle pari opportunità tra uomo e donna". (Proposta di deliberazione amministrativa n. 105)

[Servizi sociali]

IL CONSIGLIO REGIONALE DEL VENETO

VISTO l'articolo 7 della legge regionale 30 dicembre 1987, n. 62 recante "Istituzione della Commissione regionale per la realizzazione delle pari opportunità tra uomo e donna", il quale prevede che il Consiglio regionale, su proposta della Giunta regionale, formulata sulla base delle indicazioni rese dalla Commissione citata, approva un programma di iniziative in materia di pari opportunità fra uomo e donna, determinando obiettivi e priorità e i mezzi per attuarle;

PRESO ATTO che la Commissione in questione è stata da ultimo nominata con decreto del Presidente della Giunta regionale n. 118 del 1° luglio 2011;

VISTA la proposta formulata dalla Giunta regionale nella seduta del 29 settembre 2014 con deliberazione n. 142/CR relativa all'argomento indicato in oggetto;

VISTO il parere favorevole espresso all'unanimità dalla Sesta Commissione consiliare nella seduta del 23 ottobre 2014;

UDITA la relazione della Sesta Commissione consiliare, relatore il consigliere Fasoli ROBERTO;

PRESO ATTO che il programma predisposto per l'anno 2014 comporta una spesa complessiva di euro 100.000,00 disponibili all'upb U0242 "Pari opportunità" capitolo n. 70012 "Spese per la Commissione regionale per la realizzazione delle pari opportunità tra uomo e donna - legge regionale 62/1987" del bilancio di previsione per l'esercizio finanziario 2014;

con votazione palese,

delibera

- 1) di approvare, ai sensi dell'articolo 7 della legge regionale 30 dicembre 1987, n. 62, il programma d'iniziative regionali in materia di pari opportunità fra uomo e donna per l'anno 2014, nel testo allegato al presente provvedimento (allegato A), del quale costituisce parte integrante, con la previsione di spesa complessiva di euro 100.000,00;
- 2) di disporre la pubblicazione della presente deliberazione nel Bollettino Ufficiale della Regione del Veneto (BURVET) ai sensi della legge regionale 27 dicembre 2011, n. 29.

ALLEGATO A

pag. 1/10

**PROGRAMMA ANNO 2014**

Commissione regionale
per la realizzazione delle Pari Opportunità
tra uomo e donna

Legge Regionale n. 62 del 30 dicembre 1987

ALLEGATO A	pag. 2/10
-------------------	-----------

SOMMARIO

PREMESSA	3
A. INIZIATIVE DI STUDIO E RICERCA	4
1. CITTA' INTELLIGENTI IN OTTICA DI GENERE.....	4
B. INIZIATIVE DI PROMOZIONE E DIVULGAZIONE	5
1. LE PARITA' NEI SOCIAL: campagna di comunicazione sociale.....	5
2. COMUNICAZIONE INTERNA ED ESTERNA	6
C. INIZIATIVE IN RETE E CONFRONTO	8
1. POST ELEZIONE - COME CONTINUA LA COMUNICAZIONE? Incontri di informazione e approfondimento per neo elette.	8
D. FUNZIONAMENTO DELLA COMMISSIONE	9
RIEPILOGO FINANZIARIO.....	10

ALLEGATO A

pag. 3/10

PREMESSA

In questa legislatura 2010-2015 la Commissione per la realizzazione delle Pari Opportunità tra uomo e donna della Regione del Veneto ha stabilito di operare in continuità di obiettivi e azioni per rafforzare il “codice valoriale” individuato e per consolidare la riconoscibilità della Commissione stessa.

Tale scelta di continuità nasce, anche, da positivi riscontri raccolti nelle numerose occasione di incontro sul territorio in merito al percorso intrapreso dalla Commissione, incentrato sul sostegno e la valorizzazione delle differenze di genere, quale valore aggiunto che la componente femminile può dare alla società.

Questa strategia di relazione e confronto con il territorio veneto è considerata dalla Commissione un’importante modalità di azione per mantenere viva l’attenzione sui temi delle Pari Opportunità. Peraltro è indiscutibile che nella perdurante situazione di crisi economica la capacità delle Istituzioni di essere in relazione con i cittadini permette di elaborare proposte e soluzioni condivise e sostenibili, in quanto individuabili proprio partendo dalle esperienze e dalle peculiarità espresse dal territorio.

La Commissione, pertanto, per le attività del Programma di attività per l’anno 2014 intende proseguire nella direzione di una presenza costante e importante sul territorio, nello stimolare nuove sinergie con tutti gli attori e nel cogliere da questi le proposte e le sfide al fine di favorire e sostenere la realizzazione di pari opportunità per le donne nella realtà sociale, politica ed economica del Veneto. In questa ottica il Programma 2014 ha il suo focus nella comunicazione, al fine di poter condividere con il territorio contenuti e trasmettere esperienze e valori.

Le attività in programma si indirizzano alle tre aree prioritarie, già individuate nelle precedenti programmazioni: la prima con la realizzazione di ricerche e di approfondimenti conoscitivi; la seconda con l’effettuazione di iniziative di promozione e informazione che divengono occasioni per incoraggiare la crescita di una cultura di genere, in aperto e costruttivo confronto con tutta la società veneta.

La terza area è costituita da iniziative in rete con altri attori impegnati nella promozione di politiche di genere, attraverso la realizzazione di iniziative comuni su temi ritenuti di reciproco interesse. E’ questa un’area d’intervento che ha evidenziato interessanti spazi e molte opportunità di azioni integrate: con l’Assessorato regionale per le Politiche di genere realizzando un importante progetto-pilota volto all’individuazione e definizione di linee-guida per la certificazione delle imprese a responsabilità di genere del Veneto e per contrastare il fenomeno della violenza in famiglia; con alcune Amministrazioni locali del Veneto realizzando uno studio con interessanti proposte in tema di “*Pari opportunità nella terza età*”; con l’Istituto Nazionale di Urbanistica realizzando un’analisi dei luoghi dell’abitare e delle relative politiche attraverso la “lettura” delle donne, *consumatrici* esperte della città; con associazioni imprenditoriali, realizzando un’analisi dei nuovi lavori declinati al femminile e delineando possibili strategie di intervento regionale. Nel 2014 la Commissione intende consolidare la rete con le donne neo-elette nelle Amministrazioni locali.

Analizzare, comunicare, proporre e agire in collaborazione costituiscono priorità operative per questa Commissione.

ALLEGATO A

pag. 4/10

A. INIZIATIVE DI STUDIO E RICERCA**1. CITTA' INTELLIGENTI IN OTTICA DI GENERE**

Il progetto si propone di continuare il lavoro iniziato da due precedenti iniziative realizzate dalla Commissione, per arrivare a formulare proposte concrete che partendo da esperienze di "città intelligenti", proponga agli amministratori locali modelli di pianificazione urbanistica in un'ottica di genere, attraverso una serie di microinterventi da attuare in alcuni comuni del Veneto.

Un tema particolarmente sentito dalla Commissione che era stato affrontato con la ricerca "Abitare al Femminile", realizzata in collaborazione con INU – Istituto Nazionale di Urbanistica del Veneto nel 2011. In "Abitare al femminile" sono stati analizzati i luoghi dell'abitare e le politiche in atto, evidenziando l'importanza della progettazione dello spazio urbano congiunta alla necessità delle donne di essere protagoniste anche come "costruttrici di città". Le donne, infatti, misurano la qualità dei servizi pubblici, l'accessibilità dei luoghi di lavoro e la distribuzione della rete commerciale; vivono la città dei bambini e conoscono la qualità dei servizi scolastici, la città dei giovani e dei luoghi di incontro, la città della famiglia e dei servizi sociali, la città degli anziani e dell'assistenza; sono particolarmente sensibili alla qualità dell'ambiente, alla mobilità sostenibile, alla sicurezza.

L'indagine è stata effettuata attraverso circa 500 interviste a donne residenti in diversi comuni del Veneto ed ha affrontato un'analisi dei temi del governo del territorio e delle situazioni urbane: la sicurezza, il comfort, l'abitabilità delle città e dei luoghi pubblici. Inoltre ha proposto una misurazione, attraverso le donne quale consumatrici esperte della città, dell'organizzazione dei tempi e degli orari.

In linea con il progetto "Abitare al Femminile" il tema dello spazio urbano e dell'organizzazione dei tempi e degli orari e dei servizi è stato affrontato e approfondito con una ricerca dal titolo "Il tempo ritrovato. Percorsi, idee e proposte di conciliazione in Veneto" realizzata nel 2013 in collaborazione con Fondazione Nordest.

Entrambe le ricerche intendevano rispondere alla esigenza di affrontare il tema della conciliazione dei tempi di famiglia e lavoro proprio in un momento in cui il modello di sviluppo e della società è attraversato da profondi cambiamenti che impongono un nuovo modo di osservare e di affrontare le questioni per trovare soluzioni innovative che rimandino a moderne modalità di relazione tra i soggetti coinvolti. Punto di forza per entrambe le iniziative è individuare e proporre una **"mappa del cambiamento per accelerare"** il cambiamento culturale e suggerire soluzioni concrete e realizzabili.

Anche dal recente Rapporto statistico 2014 della Regione del Veneto emerge come le politiche urbane devono assumere un ruolo "chiave" di crescita e ragionare in termini di *smart cities* con un progetto integrato. Un modello di città che, attraverso le opportunità fornite dalle innovazioni tecnologiche, punta alla realizzazione di un contesto urbano sostenibile e volto a migliorare la qualità della vita dei residenti e che favorisce un avanzamento del livello di coesione sociale e un'attenzione all'ambiente. Un'intelligenza dialogante e inclusiva dovrebbe essere al cuore del concetto di *'smart' community-city* e inevitabilmente partire dal porre attenzione ai bisogni e alle prospettive delle donne. Le donne rappresentano oltre la metà della cittadinanza e sono spesso sottorappresentate sia nei contesti decisionali della politica che in quello ICT, proprio i due mondi che contribuiscono a forgiare il futuro *'smart'* delle nostre città.

Obiettivo di questa nuova iniziativa è pertanto: partendo dall'analisi di esperienze esistenti di *smart cities* e attraverso la sperimentazione di *best practices* nelle realtà locali, formulare delle linee guida per la progettazione e la miglior vivibilità delle città venete e dei suoi servizi da sottoporre all'attenzione degli amministratori locali.

Tali indicazioni e modelli di riferimento dovranno essere elaborati con particolare attenzione alle esigenze della popolazione e, soprattutto, della popolazione femminile e gli interventi da proporre alle Amministrazioni locali dovranno avere caratteristiche di concretezza, attuabilità e replicabilità nel territorio veneto, tenuto conto anche della situazione sociale ed economica delle Amministrazioni locali del Veneto.

ALLEGATO A

pag. 5/10

Considerato l'obiettivo e i risultati attesi i potenziale fornitori del servizio relativo al progetto "Città intelligenti in ottica di genere" potranno essere Università e Istituzioni pubbliche e private con specializzazione in materia di urbanistica ed esperienze in analisi sociali e demografiche. L'acquisizione del servizio sopra descritto avverrà secondo le procedure previste dal Decreto Legislativo 12 aprile 2006, n. 163 (Codice dei Contratti pubblici di lavori, servizi, forniture) e, considerando la sua specificità, ricorrendo eventualmente ad un'indagine di mercato mediante avviso pubblico, ai sensi di quanto previsto dall'articolo 125 del predetto Codice.

Il progetto dovrà essere strutturato nelle seguenti linee di attività:

1. raccolta ed analisi di indicatori di qualità relativamente a *best practices* esistenti, utilizzando anche una ricerca in corso condotta dall'Istituto Nazionale di Urbanistica e utilizzando i risultati delle precedenti ricerche della Commissione sopra citate;
2. sperimentazione di microinterventi su diversi tipi di servizi (ad esempio una **scuola materna**, una **stazione** e un **parco urbano**) in relazione alla mobilità (trasporti, strade, marciapiedi) alla accessibilità (orario, localizzazione) e sicurezza (progettazione, illuminazione) scelti in diverse realtà del Veneto con focus sui soggetti fruitori e in particolare la popolazione femminile;
3. redazione di linee guida per la progettazione delle città e la pianificazione dei servizi;
4. organizzazione di una conferenza stampa di presentazione dei risultati del progetto.

I risultati dell'attività di ricerca dovranno essere elaborati in un report, sottoposti all'attenzione e approvazione della Commissione e successivamente stampati in una pubblicazione (500 copie), corredata anche di allegati multimediali. La pubblicazione dovrà essere anche realizzata su supporto informatico, in modo da poter essere pubblicata nelle pagine dedicate alla Commissione sul sito istituzionale della Regione del Veneto.

Spesa prevista € 25.000,00

Totale A) Iniziative di studio e ricerca € 25.000,00

B. INIZIATIVE DI PROMOZIONE E DIVULGAZIONE**1. LE PARITA' NEI SOCIAL: campagna di comunicazione sociale.**

La Commissione nel progettare questa iniziativa è partita dalla considerazione che una comunicazione responsabile è uno strumento che può contribuire a promuovere in modo concreto ed efficace il rispetto delle persone, siano esse donne o uomini. La comunicazione, infatti, riveste un ruolo fondamentale per promuovere un cambiamento culturale, per sensibilizzare l'opinione pubblica e per diffondere una buona prassi su ampia scala, favorendo il cambiamento nei modelli e negli stili di vita.

In tema di promozione di politiche di genere va evidenziata peraltro la necessità di superare la presenza di stereotipi che ancora permangono nella comunicazione e di utilizzare invece le potenzialità dei media, in particolare dei social, per favorire un cambiamento culturale orientato alla valorizzazione della componente femminile e maschile della società anche in un'ottica di interculturalità. La scelta dei social network, inoltre, risponde all'esigenza di interloquire con le giovani generazioni, proprio nella logica di favorire il cambiamento culturale.

Con questo progetto la Commissione intende sensibilizzare sui principi delle pari opportunità e, soprattutto, contrastare le discriminazioni nella comunicazione con la realizzazione di una campagna di comunicazione, eticamente e socialmente appropriata, che grazie all'efficacia di messaggi innovativi e creativi contrasti linguaggi o contesti che offendono la dignità delle persone e disincentivi l'uso di pregiudizi e stereotipi, ed educi ad una cultura di parità, innescando positive reazioni per l'atteso cambiamento nei modelli e negli stili di vita nella società contemporanea.

ALLEGATO A

pag. 6/10

La campagna di comunicazione “social” dovrà essere progettata tenendo in considerazione il contesto nel quale si inserisce questa azione e, più precisamente, la ricorrenza nel 2015 del ventennale della IV Conferenza mondiale sulle donne di Pechino e delle sua Piattaforma di Azioni, appuntamento che ha radicalmente mutato, in tutto il mondo, l’ottica e l’approccio delle politiche di genere, introducendo con forza i principi di “genere e differenza”, “empowerment” e “mainstreaming”, ma soprattutto affermando come valore universale il principio delle pari opportunità tra i generi e della non discriminazione delle donne in ogni settore della vita, pubblica e privata.

Il progresso delle donne e il raggiungimento dell’uguaglianza tra donne e uomini sono un aspetto dei diritti umani e sono condizione per la giustizia sociale e non devono essere considerati isolatamente con un obiettivo che riguarda esclusivamente le donne. Costituiscono il solo modo per costruire una società sostenibile, giusta e evoluta.

La comunicazione contribuisce allo sviluppo di una “coscienza” condivisa e in questo senso un lavoro di analisi e di costruzione dei messaggi permetterà di individuare le “parole chiave” sulle quali ideare e poi produrre la campagna di comunicazione.

Considerato l’obiettivo che si pone la Commissione, i potenziale fornitori del servizio relativo al progetto “Comunicare le parità nei social” potranno essere professionisti nella ideazione e realizzazione di campagne di comunicazione sociale, con specifica esperienza nella comunicazione sui social network. L’acquisizione del servizio sopra descritto avverrà secondo le procedure previste dal Decreto Legislativo 12 aprile 2006, n. 163 (Codice dei Contratti pubblici di lavori, servizi, forniture), ricorrendo al Mercato Elettronico della Pubblica Amministrazione (MEPA), qualora sia presente la tipologia di servizio.

Il progetto dovrà essere strutturato nelle seguenti macro-linee di attività:

- analisi preliminare, ideazione e realizzazione di una campagna di comunicazione integrata, dialogica e conversazionale, nei social network che comprenda, definizione obiettivi, toni del messaggio e contenuti digitali, dedicati alle nuove generazioni ;
- realizzazione di un prototipo della campagna, che comprenda concetto strategico e layout, con relative declinazioni nei vari social;
- testing della campagna informativa e realizzazione dei prodotti finali;
- utilizzo di piattaforme che riguardano più canali social - Facebook, Twitter, Youtube, Tumbler, Instagram, Google+ con realizzazione di account/profili dedicati alla Commissione;
- creazione, gestione e diffusione virale dei contenuti digitali che includono messaggi, immagini, cinque video emozionali persuasivi, grafica, una colonna sonora connotativa del messaggio pensata e ideata per questa specifica campagna di comunicazione che crei pathos emozionale, definizione di un calendario editoriale che contenga gli obiettivi, target, contenuti, frequenza di pubblicazione e timeline di progressione da realizzare in un anno;
- monitoraggio costante e report mensile con dati, non solo statistici ma anche contenutistici e qualitativi, con verifica dell’impatto sugli utenti ed efficacia dei messaggi anche offline.

Il fornitore del servizio dovrà costantemente informare e concordare con la Commissione la progettazione e pianificazione della campagna ed integrare la realizzazione con altre attività di comunicazione sui lavori della Commissione.

Spesa prevista € 40.000,00

2. COMUNICAZIONE INTERNA ED ESTERNA

La Commissione intende consolidare la funzione di moltiplicatore per consentire un maggiore informazione e sensibilizzazione sui temi di pari opportunità e sulle politiche di genere nel territorio

ALLEGATO A

pag. 7/10

regionale e attivare sempre maggiori sinergie tra i vari organismi di parità - pubblici e privati - nel Veneto.

Conseguentemente, la Commissione ritiene importante poter ancora avvalersi della collaborazione di un professionista, esperto di pubbliche relazioni e di rapporti con i media, con l'incarico di documentare e informare sulle iniziative realizzate direttamente e dalla rete regionale degli Organismi di parità e dalle Associazioni femminili operanti nel territorio veneto, per veicolare e diffondere le "buone pratiche" di promozione delle Pari Opportunità.

Inoltre, le molte iniziative realizzate o in corso di effettuazione da parte della Commissione, la rete delle collaborazioni attivate hanno necessità di essere rese disponibili anche attraverso il web per tutti gli interlocutori della Commissione. Si rende quindi necessario prevedere un proseguimento dell'attività di aggiornamento delle pagine web della Commissione sul sito regionale informando sulle novità e le proposte che vengono segnalate anche dal territorio, nonché attraverso la newsletter di aggiornamento e approfondimento che viene inviata con cadenza bimestrale alla *mailing list* di soggetti che hanno manifestato interesse ad essere costantemente informati (circa 762 iscritti). E' necessaria, inoltre, un'attività di coordinamento per una corretta applicazione dell'immagine coordinata nelle varie iniziative, locandine, pubblicazioni e tutti i prodotti di comunicazione inerenti i progetti della Commissione.

L'acquisizione del servizio sopra descritto avverrà secondo le procedure previste dal Decreto Legislativo 12 aprile 2006, n. 163 (Codice dei Contratti pubblici di lavori, servizi, forniture) e, considerando la sua specificità, ricorrendo eventualmente ad un'indagine di mercato mediante avviso pubblico, ai sensi di quanto previsto dall'articolo 125 del predetto Codice.

Al professionista, dovranno essere richieste le seguenti attività per la durata di un anno

- a) redazione di comunicati stampa e invio ai media (agenzie di stampa, quotidiani, periodici, tv, radio, stampa di settore, siti e portali);
- b) contatti con media per concordare articoli, interviste, approfondimenti per stampa, radio, tv... in occasione di eventi, lancio o bilancio di iniziative e progetti;
- c) convocazione, organizzazione e gestione di conferenze stampa con relativa redazione e realizzazione della cartella stampa contenente materiali predisposti ad hoc;
- d) elaborazione di rassegna stampa relativa alle attività di addetto stampa svolte;
- e) elaborazione di testi introduttivi a pubblicazioni e testi per il sito;
- f) moderazione di convegni e dibattiti organizzati dalla Commissione;
- g) predisposizione e coordinamento dei contenuti della newsletter, con cadenza bimestrale sui temi, progetti e iniziative della Commissione;
- h) impaginazione e invio della newsletter della Commissione alla mailing list;
- i) aggiornamento dei contenuti delle pagine web della Commissione sul sito della Regione del Veneto;
- j) supervisione e coordinamento grafico nell'applicazione dell'immagine della Commissione in tutti i prodotti di comunicazione inerenti le iniziative della Commissione stessa.

Sarà considerato elemento di preferenza nella valutazione del fornitore del servizio, la realizzazione di interviste e brevi filmati da veicolare sui media e attraverso i canali dei social network.

Spesa prevista € 15.000,00

Totale B) Iniziative di promozione e divulgazione € 55.000,00

ALLEGATO A

pag. 8/10

C. INIZIATIVE IN RETE E CONFRONTO**1. POST ELEZIONE - COME CONTINUA LA COMUNICAZIONE? Incontri di informazione e approfondimento per neo elette.**

La sottorappresentanza femminile nelle Istituzioni e nelle cariche in Italia, testimonia come sia ancora lungo il percorso per un'uguaglianza e di come sia ancora predominante il modello maschile nella cultura politica e amministrativa del nostro Paese. A dispetto dei molti e importanti progressi ottenuti dalle donne in tutti i campi della società, il loro approccio e la loro lettura e, quindi, il loro contributo nell'amministrare la cosa pubblica continuano ad essere limitati, soprattutto in rapporto all'incidenza della popolazione femminile. In un'ottica di rinnovamento dei modelli di comportamento e culturali diventa quindi un'esigenza inderogabile sostenere la maggiore presenza femminile in questi luoghi della società italiana.

Partendo da queste considerazioni la Commissione aveva progettato e realizzato - sia nel 2012 sia nel 2013 - un ciclo di incontri in grado di fornire una preparazione specifica alle potenziali candidate delle elezioni, grazie all'apporto di esperti. L'obiettivo era fornire sia un percorso teorico di riflessione, sia un approccio diretto con modelli di riferimento e strumenti operativi concreti supportato da un confronto e scambio di buone prassi, in modo che le candidate potessero presentarsi all'elettorato in maniera convincente ed efficace, motivate e preparate, utilizzando metodologie e strumenti di comunicazione politica efficaci.

La risposta da parte del territorio è stata particolarmente positiva nel primo ciclo di 7 incontri che ha registrato una presenza media di 50 partecipanti, che hanno aderito anche alla rilevazione sul gradimento con risultati lusinghieri. Da questi presupposti è originato un secondo ciclo di incontri, realizzato nel 2013, che ha riscosso un analogo riscontro positivo.

Per il programma 2014, la Commissione ha deciso di mettere a valore questa esperienza consolidando la rete e le relazioni instaurate e, tenendo conto degli effetti della Legge 215/2012 e dalla legge n. 56/2014 sulle recenti elezioni, progettando un percorso di approfondimento e arricchimento delle competenze rivolto al target delle donne elette.

In termini generali, i temi degli incontri dovranno includere:

- **1^ PARTE: LA CAMPAGNA ELETTORALE.. SUBITO DOPO**
Le verifiche post-elezione e come affrontare il fatto di essere al governo o all'opposizione? Strumenti e tecniche per sfruttare al meglio il proprio voto:
 - come hanno votato le donne? Le donne hanno votato le donne?
 - testimonianze di donne elette ma prima di tutto candidate
 - analisi di campagne alla ricerca di differenze tra campagne di donne e di uomini
 - come stare all'opposizione senza perdere il proprio posizionamento
 - come stare al governo senza perdere la propria visione ed identità
 - amministrare con un approccio di mainstreaming (assicurare che tutte le politiche tengano conto del loro impatto in termini di genere).
- **2^ PARTE: IL GOVERNO DELLA COSA PUBBLICA E LA COMUNICAZIONE ALLA CITTADINANZA**
Da comunicazione politica a comunicazione pubblica, come amministrare consapevolmente e comunicare con i cittadini per evitare i conflitti e velocizzare le decisioni:
 - i processi inclusivi
 - come informare correttamente la cittadinanza
 - come dialogare e negoziare
 - social network SI o NO
 - fidarsi dei giornalisti?
 - governo e rappresentanza degli interessi
 - le aggregazioni dei piccoli comuni
 - il fundrising nella PA

ALLEGATO A

pag. 9/10

- **3^ PARTE: LA COMUNICAZIONE INTERNA**

Il rapporto con i dipendenti e con le segreterie per valorizzare il capitale umano; il rapporto con gli stakeholder di riferimento:

- la manutenzione delle relazioni con i dipendenti e le segreterie
- come coinvolgere il non profit, le imprese, le associazioni di categoria.

Anche per questa edizione la diffusione dell'iniziativa e la partecipazione degli interessati viene promossa attraverso le Commissioni Pari Opportunità provinciali e comunali, nonché attraverso le Associazioni femminili presenti sul territorio veneto, oltre naturalmente mediante l'informazione diffusa dai mezzi di informazione e dai canali diretti attivati dalla Commissione Regionale.

Considerato l'obiettivo che si pone la Commissione, i potenziale fornitori del servizio relativo al progetto "Comunicazione politica" potranno essere Istituzioni pubbliche e private di professionisti della comunicazione e Istituti Universitari, con specifica esperienza nella comunicazione politica e istituzionale. L'acquisizione del servizio sopra descritto avverrà secondo le procedure previste dal Decreto Legislativo 12 aprile 2006, n. 163 (Codice dei Contratti pubblici di lavori, servizi, forniture) e, considerando la sua specificità, ricorrendo eventualmente ad un'indagine di mercato mediante avviso pubblico, ai sensi di quanto previsto dall'articolo 125 del predetto Codice.

Il progetto dovrà essere strutturato nelle seguenti linee di attività:

- ideazione e progettazione condivisa con la Commissione del ciclo di incontri con definizione dei temi affrontati ;
- definizione calendario incontri con relatori individuati (minimo 8 incontri di 4 ore);
- realizzazione incontri e rilevazione gradimento dai partecipanti;
- report con dati sulla realizzazione e l'andamento del ciclo .

Spesa prevista € 14.000,00

Totale C) Iniziative in rete e confronto € 14.000,00

D. FUNZIONAMENTO DELLA COMMISSIONE

L'attività della Commissione richiede frequentemente la partecipazione della Presidente, delle Vicepresidenti, e di Componenti ad incontri sul territorio regionale e nazionale e, più recentemente, anche con corrispondenti istituzioni in ambito della Comunità europea.

Innanzitutto le trasferte a Venezia, anche in occasioni diverse dalle riunioni della Commissione in Assemblea plenaria, in Uffici di presidenza e in Gruppi di lavoro. Rientrano tra queste la partecipazione al Tavolo di Partenariato CTE, al Tavolo di Partenariato POR FESR 2014-2020, al Tavolo sulla violenza, al Gruppo di lavoro per la valorizzazione del ruolo della donna in agricoltura, al Comitato di Sorveglianza per il programma di Sviluppo rurale del Veneto, agli incontri con gli Assessori, agli appuntamenti con le Associazioni e gli Enti che lo richiedono.

Inoltre, è necessario assicurare la presenza della Commissione sul territorio veneto in occasioni di vari eventi che coinvolgono la Commissione: seminari, convegni, manifestazioni organizzate dalla Rete degli Organismi di parità e dalle Associazioni. In questo ambito vanno incluse le trasferte a Roma per gli incontri organizzati della Commissione Nazionale Pari Opportunità o a livello governativo e le trasferte per i progetti in partenariato con altre regioni italiane.

E' richiesta spesso, poi, la presenza a convegni, meeting ed incontri internazionali. Conoscere e collaborare con altre Regioni e altri soggetti ed Istituzioni, anche esteri, impegnati sulle politiche di genere costituisce un preciso impegno della Commissione per favorire lo scambio di esperienze, per lo studio e la valutazione di problemi comuni e per elaborare soluzioni condivise. In questa prospettiva si

ALLEGATO A

pag. 10/10

possono prevedere incontri di studio della Commissione con partner europei per la verifica dei diversi approcci e metodologie operative.

Da ultimo, questa voce contempla piccole spese di rappresentanza e ospitalità della Commissione per incontri a Venezia e la partecipazione ad eventi fieristici di particolare rilevanza per le competenze e funzioni della Commissione.

Spesa prevista € 6.000,00

Totale D) Funzionamento della Commissione € 6.000,00

RIEPILOGO FINANZIARIO

Il Bilancio regionale di previsione per l'esercizio finanziario 2014 prevede una disponibilità al capitolo 70012 per l'importo di € 100.000,00 così suddiviso:

A	INIZIATIVE DI STUDIO E RICERCA	25.000,00
B	INIZIATIVE DI PROMOZIONE E DIVULGAZIONE	55.000,00
C	INIZIATIVE IN RETE E CONFRONTO	14.000,00
D	FUNZIONAMENTO DELLA COMMISSIONE	6.000,00
Totale		100.000,00

L'articolazione delle spese previste nelle macrovoci sopra indicate potrà essere modificata, in fase di attuazione del Programma, in esito ad eventuali economie o maggiori spese emergenti, ferme restando le iniziative individuate.