



COMMISSIONE DELLE COMUNITÀ EUROPEE

Bruxelles, 3.10.2007
COM(2007) 568 definitivo

**COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE AL PARLAMENTO EUROPEO, AL
CONSIGLIO, AL COMITATO ECONOMICO E SOCIALE EUROPEO E AL
COMITATO DELLE REGIONI**

Insieme per comunicare l'Europa

{COM(2007) 569 definitivo}
{SEC(2007) 1265}
{SEC(2007) 1267}

INDICE

INTRODUZIONE.....	3
1. UNA COMUNICAZIONE COERENTE E INTEGRATA	4
2. COINVOLGIMENTO DEI CITTADINI.....	6
2.1 Operare sul piano locale.....	7
2.2 Cittadinanza europea attiva	9
3. CREARE UNA SFERA PUBBLICA EUROPEA.....	10
3.1 Dimensione politica.....	11
3.2 I media e i servizi d’informazione.....	11
3.3 Capire l’opinione pubblica europea	13
4. CONSOLIDARE L’APPROCCIO BASATO SULLA COLLABORAZIONE	14
4.1 Collaborare con gli Stati membri	14
4.2 Collaborare con le istituzioni europee.....	16
4.3 Accordo interistituzionale sulla comunicazione	16
5. CONCLUSIONI.....	17

COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE AL PARLAMENTO EUROPEO, AL CONSIGLIO, AL COMITATO ECONOMICO E SOCIALE EUROPEO E AL COMITATO DELLE REGIONI

Insieme per comunicare l'Europa

INTRODUZIONE

Cinquant'anni dopo la firma del Trattato di Roma l'Unione europea continua a trasformarsi ed a riformarsi per sfruttare al meglio le occasioni che si presentano e risolvere i problemi che sorgono in campi quali la mondializzazione, l'efficacia e l'indipendenza energetiche, la concorrenzialità, l'immigrazione, la sicurezza e i cambiamenti climatici. L'Unione europea di oggi è più ampia, presenta una maggiore diversità e si occupa di questioni sempre più complesse per le quali il valore aggiunto dalla dimensione europea è significativo, ma difficile da comunicare.

Questa nuova situazione richiede un metodo di lavoro più sofisticato, che fa largo affidamento su una concertazione delle attività di vari operatori della società europea per produrre risultati che contano agli occhi dei cittadini europei e sono oggetto di un dibattito adeguato con essi. In base ai dati disponibili i cittadini sembrano nutrire l'intima convinzione che solo operando sul piano europeo le nostre società potranno raccogliere le sfide che d'attualità. La prospettata evoluzione negli obiettivi e negli orientamenti dell'Unione europea risponde bene alle aspirazioni dei cittadini.

Oggi più che mai la discussione sull'Europa deve trascendere il livello istituzionale per raggiungere i cittadini. Tale esigenza è stata posta in risalto nel giugno 2007 dal Consiglio europeo, che ha ribadito l'importanza cruciale di rafforzare la comunicazione coi cittadini europei informandoli in modo completo ed esauriente sull'Unione europea e associandoli ad un dialogo permanente¹. Ciò risulterà particolarmente importante nel corso del processo di ratifica del trattato di riforma e all'avvicinarsi delle elezioni europee del 2009.

La Commissione condivide questa sfida con tutte le istituzioni e gli organi comunitari nonché con gli Stati membri. Nella panoplia di politiche dell'Unione europea una politica di comunicazione ben concepita e sostenuta da risorse adeguate costituisce una componente essenziale. Se da un lato tale politica dev'essere caratterizzata dalla prossimità coi cittadini, dall'altro essa deve parimenti coprire tutto il territorio dell'Unione europea, superando le frontiere attuali per estendersi ai paesi che auspicano di diventare membri ed al resto del mondo.

La presente Commissione ha già adottato tre iniziative centrate sull'ascolto, la comunicazione e l'intervento a livello locale. Il piano d'azione² ha dato il via ad una grande riforma interna sull'impiego delle risorse per la comunicazione da parte della Commissione. Il piano D³ ha posto in essere un quadro a lungo termine per consentire al dialogo con i cittadini di andare oltre l'attuale dibattito su "l'avvenire dell'Europa". Più recentemente, il Libro bianco su una

¹ SI (2007) 500.

² SEC (2005) 985.

³ COM (2005) 494.

politica europea di comunicazione⁴ ha auspicato una comunicazione nei due sensi, caratterizzata dalla partecipazione attiva dei cittadini e da un cambiamento negli orientamenti, che passerebbero da un impostazione facente capo a Bruxelles ad una più “locale”.

La presente comunicazione si vale dei risultati delle suddette iniziative⁵ per consolidare le attività in corso e formulare un insieme di proposte concrete che dovrebbero fornire le basi per una politica di comunicazione europea potenziata, che rispetti l'autonomia delle varie istituzioni. L'obiettivo globale è quello di rafforzare la coerenza e le sinergie tra le attività portate avanti dalle varie istituzioni comunitarie e dagli Stati membri, in modo da permettere ai cittadini di accedere più agevolmente all'informazione e di comprendere meglio quali ripercussioni abbiano le politiche dell'Unione europea sul piano europeo, nazionale e locale. Tale politica risponderà ad alcune esigenze fondamentali dei cittadini, che trovano l'informazione sull'Unione europea mal organizzata, dispersiva e di difficile comprensione. Le questioni europee sono spesso trattate in un'ottica nazionale e vengono raramente presentate in un contesto transnazionale, nonostante che numerosi problemi pratici cui devono far fronte i cittadini possano essere risolti unicamente a livello europeo. I cittadini inoltre hanno una conoscenza piuttosto scarsa dell'Unione europea, delle sue istituzioni e delle sue politiche. Per modificare tale situazione gli Stati membri dovrebbero in primo luogo avvalersi dei sistemi educativi, di cui sono responsabili, ma anche di piattaforme democratiche, compresi i partiti politici i quali, su scala nazionale ed europea, hanno il compito di veicolare pareri divergenti per animare e strutturare il dibattito pubblico su questioni pertinenti all'UE.

Da parte sua la Commissione intensificherà le attività di comunicazione fornendo informazioni e partecipando a dibattiti e a discussioni con i cittadini nel contesto nazionale, regionale e locale. In tal modo promuoverà la cittadinanza europea attiva e contribuirà a realizzare una sfera pubblica europea. La Commissione ritiene altresì che a tutti i partecipanti al processo decisionale comunitario competa l'obbligo di comunicare in rapporto alle decisioni prese a livello europeo. Per raggiungere tale obiettivo quindi la Commissione, pur conservando pienamente le sue prerogative istituzionali, intende operare in stretta cooperazione con le altre istituzioni dell'Unione europea, invitando altresì gli Stati membri e tutte le parti interessate a discutere alcuni obiettivi annuali prioritari appositamente selezionati in tema di comunicazione. A sostegno di questa collaborazione la Commissione propone di concludere un accordo interistituzionale (AII) mirante a strutturare il processo di comunicazione dell'Unione europea e d'invitare tutte le parti in causa a impegnarsi nell'ambito del quadro istituzionale coerente e flessibile da essa proposto. Ciò permetterà di elaborare un piano di lavoro comune annuale relativo ad alcuni obiettivi annuali prioritari selezionati.

1. UNA COMUNICAZIONE COERENTE E INTEGRATA

Le attività di comunicazione della Commissione si prefiggono lo scopo di realizzare e favorire gli scambi, le discussioni e la comprensione tra istituzioni europee, grande pubblico, società civile organizzata e pubblico specializzato a livello europeo, nazionale, regionale e locale. Il fatto di dialogare con i cittadini e dare nuovo impulso alla trasparenza andrebbe inoltre considerato una parte integrante di ogni attività in questo campo. È quindi opportuno dedicare tempo e una congrua parte delle risorse disponibili a tale scopo.

⁴ COM(2006) 35.

⁵ SEC(2007) 1265.

Numerosi servizi della Commissione svolgono attività di comunicazione utilizzando i media audiovisivi, Internet, scritti, pubblicazioni, manifestazioni ed antenne d'informazione. Per trarre il massimo profitto da tali attività occorre integrare efficacemente le attività dei vari servizi e sfruttare a fondo e in modo coerente le risorse disponibili.

Il Servizio del portavoce resterà un asse portante della politica di comunicazione della Commissione, che si concentrerà sul compito di trasmettere notizie sulla Commissione alla stampa ed ai media audiovisivi a Bruxelles ed altrove e risponderà alle domande dei media. La Commissione ha inoltre adottato una strategia di comunicazione interna e di impegno del personale⁶ per incoraggiare un maggior numero di membri del personale ad avere contatti con il pubblico e i media. La strategia prevede l'informazione e la formazione del personale in generale nonché la formazione mirata di un gruppo di portavoce tratti dai servizi della Commissione. In particolare i funzionari di grado superiore della Commissione andrebbero formati ed abilitati a comunicare su questioni pertinenti alle politiche comunitarie, a partecipare a dibattiti pubblici ed a svolgere infine un ruolo importante nel dialogo con i media così da completare gli effetti dell'attività mediatica svolta dai Commissari.

La Commissione continuerà a lavorare con diversi "diffusori" per aiutarli a fornire informazioni ai cittadini sul campo. Una serie di attività in corso forniscono già elementi essenziali per una politica di comunicazione efficace, promuovendo la trasparenza e l'apertura ("Iniziativa europea per la trasparenza"⁷), un'Europa vicina al cittadino ("Un progetto per i cittadini – produrre risultati per l'Europa"⁸), la cittadinanza attiva (programma "L'Europa per i cittadini"⁹), e una cultura europea ("Un'agenda europea per la cultura in un mondo in via di globalizzazione"¹⁰).

È ancora possibile aumentare la visibilità dell'attività comunitaria a tutti i livelli e dimostrarne l'utilità per i cittadini. La Commissione coopera con gli Stati membri per comunicare sull'attività svolta dall'Unione europea in vari settori d'intervento. Per quanto riguarda le politiche per la coesione, l'ambiente e lo sviluppo rurale sono state fissate esigenze minime in tema di comunicazione destinate alle autorità che le gestiscono; gli Stati membri sono giuridicamente tenuti a fornire informazioni sul programma ai beneficiari potenziali e al grande pubblico¹¹. Anche laddove non esiste alcun obbligo legale tuttavia la Commissione garantirà che la comunicazione formi parte integrante di tutte le iniziative e di tutti i programmi.

Le attività di comunicazione svolte dalla Commissione nei paesi terzi si prefiggono lo scopo di rafforzare l'immagine dell'Unione europea come protagonista sul piano globale e di sviluppare buone relazioni per mezzo di una diplomazia pubblica favorevole all'azione così

⁶ SEC(2007) 912.

⁷ COM(2006) 194.

⁸ COM(2006) 211.

⁹ Decisione n. 1904/2006/CE; GU L 378 del 27.12.2006.

¹⁰ COM(2007)242.

¹¹ Ad esempio, per il 2007-2013 il regolamento n. 1828/2006 della Commissione, dell'8 dicembre 2006, che stabilisce modalità di applicazione dei fondi strutturali e il regolamento n. 1698/2005 del 20 settembre 2005 sul Fondo agricolo europeo per lo sviluppo rurale (FEASR) stabiliscono che le autorità di gestione devono rispettare le seguenti esigenze in materia di comunicazione: pubblicazione di elenchi dei beneficiari, utilizzo di segnali d'informazione sui siti dei progetti in corso e delle manifestazioni di lancio a livello nazionale e regionale o di manifestazioni di comunicazione annuali negli Stati membri e nelle regioni. Le rappresentanze della Commissione possono partecipare diffondendo le informazioni ai potenziali beneficiari.

da assistere la Commissione nel perseguimento dei suoi obiettivi di politica estera. Alla loro base vi è una strategia comune dei servizi incaricati di specifiche politiche esterne, volta a garantire una maggior coerenza delle attività svolte, a rafforzare le sinergie quando si tratta di comunicare le varie politiche ed a rendere più visibili i servizi in. La maggior parte di tali attività si svolge con la partecipazione attiva delle delegazioni della Commissione. La Commissione presenterà al gruppo di lavoro interistituzionale sull'informazione (GII) un documento relativo alla comunicazione dell'Unione europea nei paesi terzi.

In base agli obiettivi strategici pluriennali della Commissione quest'anno sono state definite per la prima volta nella strategia d'intervento annuale le iniziative d'importanza cruciale che hanno ripercussioni rilevanti sul piano della comunicazione, e così si farà anche per le strategie future. In un secondo momento questi particolari obiettivi prioritari in fatto di comunicazione verranno integrati nel programma di lavoro legislativo della Commissione (PLLC)¹². La Commissione intende coordinare in modo migliore le attività di comunicazione svolte da tutti i servizi interessati in rapporto a questioni trasversali orientate ai cittadini costituendo gruppi speciali incaricati di un progetto specifico¹³ che elaborino un piano di comunicazione precisando strumenti, risorse e metodi di valutazione¹⁴. Il pacchetto di provvedimenti "Energia, cambiamento climatico" del gennaio 2007 è stato uno dei primi tentativi di utilizzare tale metodo di comunicazione integrata. Sulla base dell'esperienza acquisita questo metodo di lavoro sarà perfezionato e applicato quanto più spesso possibile.

Le proposte contenute nella presente comunicazione potranno essere realizzate nell'ambito dell'esistente programma finanziario pluriennale¹⁵. Le limitate risorse disponibili renderanno tuttavia necessario perseguire una maggiore efficacia e più ampie sinergie nel loro impiego, mobilitandole per comunicare l'Europa ed includendo le attività di comunicazione nei piani di gestione annuali.

2. COINVOLGIMENTO DEI CITTADINI

Più di otto europei su dieci ritengono importante venir informati sulle questioni europee. Sette su dieci desiderano conoscere meglio i loro diritti di cittadini. Quasi i due terzi degli europei considerano le informazioni disponibili sull'Unione europea utili e interessanti, ma quasi altrettanti le trovano invece insufficienti¹⁶. Si auspica una discussione più aperta, in cui i cittadini possano esprimere le loro opinioni per influenzare il processo decisionale a livello europeo.

Facendo seguito alle recenti conclusioni del Consiglio europeo la Commissione sta sviluppando strutture, mezzi e competenze per adempiere il suo obbligo di garantire un'informazione adeguata e associare i cittadini al dialogo ed alla discussione. Nel 2006 sono stati avviati i primi sei progetti transnazionali della società civile nell'ambito del piano D. Nel

¹² Alcuni di questi obiettivi prioritari saranno esaminati nell'ambito del gruppo di lavoro interistituzionale per l'informazione allo scopo di studiare la possibilità di un'azione comune (si veda il punto 4.2).

¹³ La campagna di riforma del mercato vinicolo costituisce un ottimo esempio di questo metodo.

¹⁴ La Direzione generale Comunicazione destinerà risorse umane e finanziarie alle priorità in materia di comunicazione e inviterà i rappresentanti della Commissione a fare lo stesso nei loro piani di gestione annuale.

¹⁵ Come stabilito nel documento SEC(2007) 500.

¹⁶ Tutti i risultati dei sondaggi d'opinione citati nella presente comunicazione provengono da *Eurobarometro Flash* sul Libro bianco (n. 189a intitolato "La comunicazione dell'Unione europea ai cittadini"). Il lavoro sul campo è stato effettuato nel settembre 2006.

2007 è stata finanziata una seconda serie di progetti, questa volta a livello locale, destinati principalmente ai giovani ed alle donne. Nel corso dei prossimi mesi la Commissione farà il punto dei risultati del piano D e presenterà proposte per ampliare il dibattito democratico in tutta Europa. Tale operazione sarà effettuata parallelamente al processo di ratifica del trattato di riforma da parte degli Stati membri ed alla preparazione delle elezioni europee. Un terzo gruppo di progetti per la società civile sarà avviato entro il 2008-2009; ne faranno parte tra l'altro iniziative volte ad aumentare la partecipazione alle prossime elezioni europee.

Il nuovo quadro del piano D avrà anche lo scopo di far partecipare i numerosi operatori che partecipano allo sviluppo dell'Unione europea, tra cui ONG, associazioni professionali e il crescente numero di imprese che desiderano saperne di più sull'Europa, le sue politiche, i suoi programmi ed i suoi modi di procedere. Le risorse e metodologie in tema di comunicazione di cui tali operatori dispongono sono spesso di prim'ordine, e la Commissione tenterà di avviare collaborazioni con essi per comunicare su argomenti d'interesse generale come il cambiamento climatico e la lotta contro la xenofobia.

In questo contesto il multilinguismo riveste un'importanza fondamentale. In questi ultimi anni il numero delle lingue in cui la Commissione comunica è raddoppiato. È stata costituita una rete di antenne per il multilinguismo nelle rappresentanze, ma visti i limiti delle risorse disponibili è inevitabile cercare un compromesso tra l'aumento della qualità delle informazioni pubblicate e l'ampliamento del pubblico; sarà pertanto indispensabile un'impostazione coerente.

2.1. Operare sul piano locale

Come ha confermato l'esperienza compiuta nell'applicare il piano d'azione ed il piano D, per far partecipare i cittadini a un dibattito europeo è di fondamentale importanza comunicare a livello regionale e locale. Il progetto pilota che consiste nel destinare maggiori risorse di personale con compiti di comunicazione a undici rappresentanze della Commissione negli Stati membri e quattro dei loro uffici regionali ha permesso un cambiamento radicale per quanto riguarda la quantità e la qualità delle attività miranti a promuovere un dibattito europeo nell'ambito delle culture politiche nazionali¹⁷. La Commissione ritiene importante sviluppare ulteriormente questa utile esperienza e, una volta che sia conclusa la valutazione di tutte le attività di comunicazione in corso e ne siano disponibili i risultati, considererà la possibilità di consolidarla e ampliarla.

A questo intensificarsi dell'attività nelle rappresentanze pilota si aggiunge il lavoro effettuato da più di 400 centri di collegamento Europe Direct, che forniscono informazioni sull'Unione europea a livello locale e regionale, anche nelle zone rurali. La Commissione aprirà nuovi centri di informazione Europe Direct in Bulgaria e Romania a partire dal 2008. L'anno prossimo pubblicherà anche un invito a presentare proposte per rinnovare la totalità della rete nei 27 Stati membri dell'Unione europea. Ciò permetterà di migliorare sempre più la copertura geografica e di garantire che i centri siano in misura di fornire informazioni sugli obiettivi prioritari in tema di comunicazione nonché su altre questioni essenziali per i cittadini.

¹⁷ Nel 2006 le rappresentanze pilota hanno organizzato più di 830 seminari, hanno pubblicato e organizzato più di 4 000 comunicati e conferenze stampa e fornito un'assistenza nel contesto di oltre 370 visite di Commissari.

La Commissione gestisce anche un numero significativo di reti d'informazione e d'assistenza in settori specifici, come EURES, ERA-MORE¹⁸, gli eurospportelli e i centri di collegamento per l'innovazione¹⁹. Questi centri offrono possibilità uniche in termini di collegamenti e diffusione grazie ai contatti con un ampio numero di soggetti che operano a livello locale e regionale (sindacati, università, imprese, servizi per l'occupazione, camere di commercio, centri di lingue e di formazione). La Commissione esaminerà la possibilità di coordinare meglio l'attività di questi centri così da rafforzare la propria capacità di comunicazione. La rete di comunicazione esterna sta studiando la possibilità di aumentare le sinergie tra le reti, in particolare in riferimento ad obiettivi prioritari opportunamente selezionati in tema di comunicazione. È stato altresì costituito un gruppo interservizi per vedere in che modo le varie reti della Commissione potrebbero cooperare nell'ambito di un servizio di assistenza per il mercato unico.

Oltre ad occuparsi della comunicazione con il pubblico e la società civile le rappresentanze intensificheranno le loro attività organizzando visite dei Commissari nelle regioni²⁰ e sosterranno gli sforzi per offrire informazioni ai giornalisti a livello regionale e locale, utilizzando le tecnologie moderne ma anche i mezzi tradizionali. La partecipazione di altri organi dell'Unione europea, come le agenzie decentralizzate, fornirà esempi concreti di iniziative comunitarie al servizio dei cittadini. Le rappresentanze e gli uffici d'informazione del Parlamento europeo lavorano insieme per stabilire legami più stretti. Nella maggior parte dei casi essi si trovano sotto lo stesso tetto, nelle Case d'Europa. Ciò conferisce loro maggiore visibilità e consente di condurre più azioni comuni pur conservando identità distinte.

Per il periodo 2007-2008 è stato avviato un progetto pilota comune con il Parlamento europeo volto a costituire all'interno delle Case d'Europa uno spazio pubblico europeo destinato ad accogliere un'ampia gamma di attività europee, iniziando con le Case d'Europa di Tallinn, Dublino e Madrid. Nella fase pilota questi spazi attireranno un pubblico nuovo definiranno una nuova immagine, maggiormente orientata ai giovani. In quanto "luogo d'incontro" per cittadini, ONG, soggetti politici e media gli spazi pubblici europei saranno previsti per accogliere esposizioni, film, riunioni, visite, dibattiti, forum di discussione e conferenze destinati in primo luogo alla società civile, al mondo della politica, agli educatori, al mondo accademico, ai gruppi di riflessione e al mondo della cultura. Essi apporteranno così un contributo tangibile alla realizzazione dell' "Agenda europea per la cultura in un mondo in via di globalizzazione". Si stabiliranno legami con la rete europea degli istituti nazionali di cultura (EUNIC) per promuovere i vari programmi culturali e le altre iniziative che hanno il sostegno delle istituzioni dell'Unione europea, cooperando nello stesso tempo con le reti regionali e locali, con la società civile ed i media per raggiungere il maggior numero possibile di persone nelle zone urbane ed in quelle rurali. Gli spazi pubblici europei offriranno nuove infrastrutture, come ad esempio un centro di conferenze, un ufficio d'informazione, una zona di esposizione e una sala di lettura. È possibile che alcune di queste infrastrutture esistano già, ma l'apertura degli spazi e gli sforzi volti a richiamare nuovi soggetti per avviare un dialogo con la Commissione ed il Parlamento creeranno un ambiente nuovo.

¹⁸ EURES – Servizi europei per l'occupazione; ERA-MORE – Rete europea di centri per la mobilità.

¹⁹ Nel 2008 le attività degli eurospportelli e dei centri di collegamento e innovazione saranno trasferite ad una nuova rete a sostegno delle imprese e dell'innovazione. Tale rete raggrupperà circa 500 centri d'informazione e coprirà la maggior parte del territorio dell'UE-27.

²⁰ Ciò avverrà principalmente, ma non esclusivamente, sulla base del successo rappresentato dalle visite dei Commissari nelle varie regioni del paese della presidenza in occasione delle riunioni tradizionali tra il collegio e la presidenza all'inizio del mandato di quest'ultima.

Vista l'esperienza positiva di comunicazione compiuta con la riforma del settore viticolo, le iniziative comunitarie potrebbero essere presentate agli operatori interessati ed al grande pubblico il giorno della loro adozione da specialisti delle politiche in questione, contemporaneamente a Bruxelles e negli Stati membri, in funzione delle risorse disponibili nelle rappresentanze e nei servizi responsabili per dette politiche.

2.2. Cittadinanza europea attiva

Il processo di consultazione sul Libro bianco ha confermato che i soggetti della società civile auspicano vivamente di essere strettamente associati al processo europeo. La Commissione sostiene già la cittadinanza europea attiva mediante i programmi "Europa per i cittadini" e "Diritti fondamentali e cittadinanza"²¹, che promuovono una maggiore partecipazione alla vita democratica dell'Unione europea. Anche i programmi "Gioventù in azione" e "Cultura" contribuiscono a promuovere la cittadinanza attiva mediante scambi nell'ambito della mobilità transfrontaliera.

L'istruzione e la formazione ad una cittadinanza attiva sono di competenza degli Stati membri. I diritti e i doveri derivanti dalla cittadinanza europea figurano nei programmi scolastici in meno della metà degli Stati membri dell'Unione, anche se 20 Stati membri vi hanno già inserito la storia dell'integrazione europea²². La dimensione europea può apportare un valore aggiunto in questo campo coordinando gli scambi di pratiche ottimali. Tutte le parti in causa dovrebbero fare il miglior impiego possibile della raccomandazione europea sulle competenze fondamentali per l'istruzione e la formazione permanente, la quale fornisce agli Stati membri uno strumento per sviluppare le abilità sociali e civiche nel contesto delle conoscenze fondamentali che ogni cittadino deve possedere per poter inserirsi nella società della conoscenza. Tra queste lo studio delle lingue straniere, che costituiscono un mezzo prezioso acquisire competenze interculturali, le quali a loro volta rappresentano una componente importante della cittadinanza europea attiva. La Commissione si servirà dei risultati di una consultazione pubblica realizzata nel 2007, grazie alla quale sarà possibile definire per quali aspetti dell'insegnamento scolastico un intervento coordinato a livello comunitario potrebbe esser d'aiuto per gli Stati membri. In tale contesto si esaminerà ad esempio in che modo le scuole possano fornire agli studenti le conoscenze fondamentali e come le comunità scolastiche possano aiutare i giovani a diventare cittadini responsabili, in armonia con i valori fondamentali della società e della cultura europee.

Il programma di formazione permanente sostiene progetti che hanno rilevanza per l'istruzione e la formazione ad una cittadinanza attiva oltre che allo sviluppo di capacità civiche. La Commissione incoraggerà gli scambi di pratiche ottimali tra insegnanti in questo settore. Essa fornirà inoltre un aiuto per la compilazione di fascicoli informativi su argomenti europei, destinati ad essere utilizzati dalle scuole e dagli insegnanti interessati, che comprendano collegamenti con le pubblicazioni utili che possono essere scaricate dal sito Web EUROPA.

La Commissione auspica di aumentare il numero di visite mirate per studenti e scolari ed valuterà in che modo raggiungere tale obiettivo. Le rappresentanze della Commissione e i centri di collegamento Europe Direct inviteranno anch'essi gruppi provenienti da diversi settori sociali (studenti compresi) a seminari e dibattiti nei loro locali, utilizzando il materiale

²¹ Decisione 16505/06 del Consiglio, del 27 marzo 2007.

²² Formazione relativa alla cittadinanza a scuola in Europa, la rete d'informazione sull'istruzione in Europa (Eurydice) 2005.

informativo esistente. Nel 2007, nell'ambito della presidenza tedesca, le visite che circa 400 funzionari tedeschi dell'Unione europea hanno effettuato nelle scuole che essi avevano frequentato hanno avuto un grande successo, in quanto hanno permesso di aprire un dibattito nelle scuole e sono state seguite dai media locali. La Commissione ha intenzione di continuare con questo tipo di esperienze in occasione delle future presidenze. Essa ha anche l'intenzione di continuare l'iniziativa "9 maggio nelle scuole", realizzata in stretta collaborazione con le autorità locali e regionali, i deputati europei e la società civile²³.

La Commissione incoraggia i rapporti con le organizzazioni della società civile e le loro reti transnazionali per mezzo dei suoi programmi e delle politiche che persegue, giovandosi di una rete interna di contatti con tali organizzazioni che serve per scambi di buone pratiche, riflessioni su problemi comuni e la definizione di un approccio coerente da parte delle unità della Commissione responsabili per i rapporti con la società civile. Essa migliorerà l'accesso delle organizzazioni della società civile alla Commissione designando un punto di contatto specifico con la società civile in ciascuno dei suoi servizi.

3. SVILUPPARE UNA SFERA PUBBLICA EUROPEA

Molte delle decisioni politiche che hanno un'influenza considerevole sulla vita quotidiana degli europei sono prese a livello europeo. Politiche giudicate all'altezza delle aspettative dei cittadini, sia che si tratti del mercato interno, del cambiamento climatico, della mobilità sostenibile, del commercio, dell'energia o dell'immigrazione, e basate su consultazioni ad ampio raggio costituiscono il miglior mezzo per mostrare come l'Unione europea sia rilevante per i suoi cittadini. Le attività di comunicazione relative a tali politiche devono valicare le frontiere nazionali; per promuovere il dibattito e il dialogo sulle questioni d'interesse comune, riflettendo nel contempo i punti principali dell'agenda europea, servono canali transfrontalieri di comunicazione.

Soltanto se l'Unione europea dimostrerà che le politiche da essa perseguite funzionano e forniscono i risultati promessi sarà possibile approfondire ed ampliare in misura sostanziale il dibattito nei suoi confronti. La necessità di garantire l'impiego di sostanze chimiche innocue nei prodotti europei, l'apertura del mercato dei servizi, la riduzione degli ostacoli ai pagamenti transfrontalieri, il miglioramento dei diritti dei consumatori, la maggiore sicurezza del trasporto aereo, la promozione della sicurezza e della qualità dei prodotti alimentari, la protezione dei territori rurali e dell'ambiente, la definizione di una politica climatica ed energetica integrata, la conclusione di un accordo sulla cooperazione della polizia che valichi le frontiere nazionali e la riduzione dei costi delle telefonate effettuate all'estero con telefoni cellulari sono tutte questioni sulle quali sono state prese decisioni a livello europeo, spesso accompagnate da un dibattito molto animato. Tale dibattito va incoraggiato e può svolgersi solo se il processo di definizione delle politiche è considerato valido e tale da conferire un valore aggiunto al processo legislativo dei vari Stati membri.

²³ Nel 2007 75 "ambasciatori" hanno visitato le scuole di 44 regioni in 18 Stati membri per partecipare ad un dibattito sulla cooperazione esterna, raggiungendo direttamente 97.000 studenti. In modo analogo ma non limitato solo alle scuole la DG AGRI ha creato un "gruppo verde" (Green Team) composto da 80 "ambasciatori" per rispondere alle preoccupazioni del pubblico e per spiegare la PAC e la politica dello sviluppo rurale.

3.1. Dimensione politica

I livelli di partecipazione e l'importanza assunta dalle politiche europee nelle campagne per le elezioni per il Parlamento europeo permettono di valutare la portata della sfida rappresentata dalla costituzione di una sfera politica europea. I partiti politici nazionali ed europei ed i rappresentanti eletti nell'ambito delle diverse famiglie politiche si trovano in una posizione privilegiata per sollevare questioni europee nei dibattiti nazionali e contribuire a lanciare un dibattito pubblico esteso a tutta l'Europa. È proprio la natura controversa e spesso polarizzata degli scambi d'opinioni tra partiti politici che suscita interesse e la richiesta di più ampie informazioni sulle questioni all'ordine del giorno. In questi ultimi anni si sono avuti diversi esempi di casi molto seguiti dal pubblico nei quali l'interesse per le questioni europee era provocato da un disaccordo politico ed elettorale²⁴.

La Commissione si è impegnata a sostenere gli sforzi per aumentare il tasso di partecipazione alle prossime elezioni europee. I prossimi progetti relativi alla società civile nell'ambito del piano D avranno tra l'altro lo scopo di contribuire al conseguimento di questo obiettivo. Nel giugno 2007 la Commissione ha inoltre adottato una proposta finalizzata alla revisione dell'attuale regolamento sui partiti politici europei²⁵ consentendo la possibilità di costituire fondazioni politiche europee. Anche questo contribuirà a consolidare un dibattito schietto ed informato sulle problematiche europee ed a sviluppare una sfera pubblica europea.

La Commissione cercherà inoltre di sviluppare al massimo il potenziale di comunicazione nei suoi rapporti con i parlamenti nazionali. Facendo seguito ad una proposta del Parlamento europeo la Commissione sta costituendo reti di informazione pilota (RIP), che consistono in un gruppo di forum di discussione su Internet cui partecipano deputati europei, membri dei parlamenti nazionali, giornalisti ed *opinion maker*, integrati da riunioni in tutta l'Unione europea. Le RIP daranno contribuiranno in misura significativa ad introdurre i dibattiti europei nei parlamenti nazionali e promuoveranno altresì la discussione di tematiche europee tra parlamentari nazionali, contribuendo così anche a sostenere i sistemi elettronici di scambio d'informazioni dei parlamenti nazionali.

3.2. I media e i servizi d'informazione

Prima della fine di quest'anno la Commissione presenterà proposte concrete per meglio rispondere alle sfide legate alle nuove tecnologie dei media²⁶. I media audiovisivi rimangono la fonte d'informazione preferita per quanto riguarda le questioni europee. Quando vengono prese decisioni importanti in rapporto a politiche europee televisione e radio presentano tali questioni nell'ambito dei notiziari o di dibattiti radiotelevisivi. Altri messaggi sono diffusi da televisione e radio nel contesto di campagne d'informazione volte a promuovere specifiche politiche comunitarie. Ciononostante da studi compiuti risulta che i due terzi degli europei continuano a ritenere insufficienti le informazioni sull'Unione europea fornite dai mezzi di comunicazione nazionali²⁷.

²⁴ Tra gli esempi la costituzione, l'allargamento e proposte economiche come la direttiva sui servizi.

²⁵ COM(2007) 364.

²⁶ Le varie proposte presentate nel presente capitolo fanno seguito alle raccomandazioni formulate in occasione della conferenza delle parti in causa "Europe in Vision" che ha avuto luogo a Helsinki il 4 e il 5 dicembre 2006.

²⁷ L'information relative à l'Europe et la télévision, Etude qualitative auprès de téléspectateurs dans les 27 Etats-Membres de l'Union Européenne (informazione sull'Europa e la televisione, indagine qualitativa presso i telespettatori nei 27 Stati membri dell'Unione europea); Commissione europea, aprile 2007.

La Commissione contribuirà ad assicurare una maggiore e più durevole copertura delle tematiche europee sulle reti audiovisive esistenti e ad incoraggiare gli emittenti europei a costituire reti. La consultazione sul Libro bianco ha infatti appurato che verrebbe visto con molto favore il fatto che la Commissione fornisca programmi audiovisivi informativi, educativi e di divertimento su questioni europee nell'ambito di emissioni di servizio pubblico nei vari Stati membri dell'Unione europea e con modalità atte a garantire una totale indipendenza editoriale delle emittenti.

L'attuale politica di cofinanziamento dei programmi radiotelevisivi ha incoraggiato numerose reti a sviluppare programmi sull'Unione europea. Per accrescere la sua efficacia la Commissione proporrà contratti pluriennali a reti di emittenti in tutta Europa, le quali produrranno e diffonderanno programmi relativi alle questioni comunitarie in totale indipendenza, seguendo prassi editoriali proprie e utilizzando formati di programmazione comuni. I contratti conterranno una carta editoriale vincolante che garantisca la libertà editoriale degli operatori.

Europe by Satellite (EbS), il servizio della Commissione destinato alla copertura audiovisiva delle questioni comunitarie, contribuirà anch'esso alle funzioni di servizio pubblico sopra descritte agevolandole. La richiesta di tempo su EbS ha raggiunto il punto di saturazione; la copertura in diretta di avvenimenti come le sedute plenarie e le riunioni delle commissioni del Parlamento europeo sono infatti entrati in conflitto con la trasmissione di notiziari filmati non montati per giornalisti professionisti e per conferenze stampa. Di conseguenza la Commissione proporrà alle altre istituzioni europee di raddoppiare la capacità di EbS così da coprire una gamma più ampia di attività comunitarie.

Internet rappresenta il mezzo più diffuso per combinare testo, suono e immagini e permettere agli utenti di reagire e di scambiare opinioni. Esso costituisce già il mezzo principale dei dibattiti transfrontalieri. La ristrutturazione del sito Web EUROPA, uno dei più importanti nel mondo, continuerà nell'intento di aumentarne l'interattività e migliorarne le funzioni di navigazione e di ricerca²⁸. Anche il contenuto sarà riorganizzato in modo da risultare più accessibile e più conviviale, fornendo nello stesso tempo un maggior numero di immagini nonché di documenti audiovisivi. In tal modo EUROPA resterà un punto di riferimento importante a livello europeo per l'informazione sulle questioni comunitarie, completando i siti delle amministrazioni nazionali. Le proposte di modifica per EUROPA saranno basate su un'indagine realizzata nel 2007 presso gli utilizzatori.

L'Unione europea deve inoltre rafforzare la sua presenza in rete al di fuori di EUROPA. La Commissione desidera incoraggiare la costituzione di una rete di siti Web della società civile e del settore privato o pubblico, che promuova i contatti con i cittadini europei o tra di essi, apportando il suo sostegno a siti che accordino un'attenzione particolare alle tematiche europee e stimolando la discussione sulle questioni relative alla politica comunitaria. La Commissione stessa dovrebbe partecipare in misura maggiore a interviste e discussioni su altri siti. Tutti questi sviluppi saranno descritti in modo particolareggiato nei documenti strategici relativi a Internet ed al settore audiovisivo che la Commissione presenterà rispettivamente prima della fine del 2007 e all'inizio del 2008.

²⁸ La Direzione generale DIGIT ha realizzato uno studio allo scopo di formulare raccomandazioni relative ad una strategia unica di ricerca e di reperimento per la Commissione.

Le pubblicazioni su carta continueranno ad avere un ruolo nella politica di comunicazione dell'Unione europea. Nonostante il sempre più marcato predominio di Internet in questo campo la loro richiesta è aumentata, il che rende indispensabile elaborare una politica relativa alle pubblicazioni intermediali che accomuni pubblicazioni su carta, in rete ed in formati audiovisivi, utilizzando gli ultimi sviluppi nelle tecnologie della comunicazione²⁹.

3.3. Comprendere l'opinione pubblica europea

Per sapere che cosa pensano gli europei e che cosa si aspettano dall'Unione europea è fondamentale avere una valutazione quantitativa dell'opinione pubblica. Le indagini Eurobarometro costituiscono un valido mezzo per analizzare le aspettative del pubblico in vari settori d'intervento, per valutare l'impatto delle politiche perseguite e per identificare le problematiche d'attualità per i cittadini e le loro impressioni così da poter migliorare sia il processo di definizione delle politiche che la comunicazione.

Dando seguito alla consultazione sul Libro bianco³⁰ la Commissione introdurrà innovazioni nei metodi utilizzati dall'Eurobarometro per aumentarne la capacità di ascolto e di reazione nei confronti dell'opinione pubblica. L'obiettivo è quello di fare un uso più strategico delle indagini nelle fasi salienti del processo politico, come la definizione delle politiche, la valutazione d'impatto nonché la progettazione e la valutazione delle attività di comunicazione.

Tra i miglioramenti concreti rientreranno un maggiore ricorso a strumenti d'indagine qualitativa, compreso l'impiego di metodi innovativi di alcuni progetti del piano D, e l'analisi combinata di dati quantitativi e qualitativi volta ad ottenere un quadro più completo delle aspettative del pubblico. Si farà più ampio uso di metodi di sondaggio mirati per valutare gli effetti della comunicazione, e sarà altresì migliorata l'analisi dei risultati abbreviando i tempi di reazione, portando maggiore attenzione all'impiego effettivamente fatto dei risultati e tenendo conto anche dei risultati regionali e locali. Verrà estesa l'analisi dei dati disponibili per rispondere a richieste mirate, e la diffusione dei risultati diventerà più veloce e più capillare. Verrà costituita infine una rete di esperti nazionali in fatto di opinione pubblica con funzione consultiva, per consentire lo scambio di pratiche ottimali, promuovere sinergie e fornire consigli su questioni metodologiche.

Il Centro di contatto Europe Direct³¹ è un servizio d'informazione destinato ai cittadini che risponde gratuitamente ed in tutte le lingue ufficiali dell'Unione europea alle domande che riceve. Esso diventerà il principale punto di accesso per i cittadini che cercano informazioni sull'Unione europea e in futuro potrà indicare ai servizi interessati della Commissione e alle altre istituzioni europee quali sono le problematiche d'attualità per i cittadini.

La consultazione costituisce un controllo delle proposte utile e necessario, ma risulterà efficace unicamente se effettuata a largo raggio e con una elevata partecipazione. In seguito all'adozione delle norme minime per la consultazione³² la Commissione ha consultato le parti

²⁹ L'Ufficio delle pubblicazioni è il principale responsabile delle pubblicazioni on-line e off-line. Esso è diretto da un comitato di gestione interistituzionale. L'Ufficio delle pubblicazioni gestisce EU Bookshop, il punto di accesso unico dei cittadini per tutte le pubblicazioni UE.

³⁰ Come suggerito dalla conferenza della parti interessate "Understanding European public opinion" (Capire l'opinione pubblica europea), Madrid, 27 ottobre 2006.

³¹ Con sede a Bruxelles.

³² COM(2002) 704.

interessate e i cittadini dell'Unione europea su una serie di iniziative. Il sito Web che rappresenta il modello per consultazioni su Internet "La vostra voce in Europa" (europa.eu/yourvoice) contribuisce a migliorare la trasparenza del processo di consultazione e promuove un'applicazione coerente delle norme da parte dei servizi della Commissione. La pratica recentemente adottata, consistente nell'associare le rappresentanze alle campagne volte a promuovere la partecipazione alle consultazioni negli Stati membri, sarà rafforzata per favorire il *feedback*, un più ampio pluralismo ed una partecipazione rappresentativa in rapporto a pareri ed interessi espressi dalle parti in Le rappresentanze organizzeranno ad esempio tempestivamente contatti e riunioni con le parti in causa per incoraggiarle a contribuire principali consultazioni sugli obiettivi prioritari della comunicazione.

4. CONSOLIDARE L'APPROCCIO BASATO SULLA COLLABORAZIONE

Le istituzioni e gli organi dell'Unione europea, gli Stati membri e gli enti regionali e locali di tutta Europa comunicano in modo diverso e a vari livelli sulle tematiche connesse alle politiche perseguite a livello europeo. Tutti coloro che sono più direttamente coinvolti nel processo decisionale europeo hanno l'obbligo di comunicare e spiegare. Anche se ogni soggetto deve mantenere la propria autonomia e le proprie prerogative per comunicare a modo suo, esistono ampie possibilità di collaborare per promuovere la discussione ed il dibattito sull'Europa. Fino ad ora i tentativi di sviluppare attività comuni nel campo della comunicazione sono stati specifici e di portata limitata ed è emersa quindi la necessità di giungere ad un accordo su tematiche comuni e lavorare insieme in modo più efficace. La consultazione sul Libro bianco ha provato che è diffusa l'esigenza di una maggiore cooperazione e collaborazione tra le istituzioni e gli organi dell'Unione europea e gli Stati membri per quanto riguarda la comunicazione sull'Europa. La Commissione proporrà quindi un accordo interistituzionale (AII) nell'intento di rafforzare le partnership ad ogni livello per quanto concerne gli obiettivi prioritari comuni in tema di comunicazione definiti congiuntamente.

4.1. Collaborare con gli Stati membri

I governi nazionali devono definire l'indirizzo della politica europea nell'ambito del Consiglio e devono far conoscere ai cittadini i loro mandati e le loro politiche. Dai sondaggi risulta che i cittadini si aspettano di venir informati dai rispettivi governi nazionali in merito a ciò che l'Unione europea fa per loro ed alle ripercussioni che produce sulla loro vita quotidiana. Più di due terzi degli europei preferiscono prendere contatto con i servizi nazionali per quanto riguarda questioni decise a livello di Unione europea.

La Commissione può peraltro fornire un valido aiuto a tutti gli Stati membri interessati. Essa propone di rafforzare le relazioni reciproche organizzando riunioni regolari con i rispettivi "direttori nazionali per la comunicazione" allo scopo di definire i principali obiettivi prioritari in tema di comunicazione, di garantire il controllo delle diverse fasi del processo e di scambiare informazioni sulle attività svolte in questo campo. La Commissione desidera inoltre sviluppare partnership di gestione con gli Stati membri interessati. Questo tipo di partnership, che inquadra la cooperazione tra Commissione, Parlamento e Stati membri in accordi individuali e "su misura", ha già dato risultati positivi in Germania; partnership di questo tipo sono inoltre state concluse con Ungheria e Slovenia, e sono in corso negoziati con

numerosi altri Stati membri che hanno presentato richiesta formale in tal senso³³. Queste partnership potrebbero costituire uno strumento utile per svolgere a livello centrale, regionale e locale attività congiunte relative a obiettivi prioritari ben definiti in tema di comunicazione.

Le partnership di gestione miglioreranno il coordinamento delle attività di comunicazione relative ad obiettivi prioritari ben definiti, basati su piani comuni di comunicazione³⁴. Tali piani vengono negoziati a livello politico tra la Commissione, il Parlamento europeo e le autorità nazionali demandate ad occuparsi di comunicazione. Le attività che figurano nel piano comune di comunicazione risultano così caratterizzate da un'ampia partecipazione di soggetti politici e garantiscono che nei dibattiti sulle questioni europee vengano adeguatamente rappresentati pareri diversi. Questa cooperazione aiuterà quindi ad adattare la comunicazione alle situazioni locali ed a collegarla ai calendari politici nazionali (elezioni, avvenimenti nazionali importanti, interessi specifici). La realizzazione delle partnership di gestione è una responsabilità condivisa della Commissione e delle autorità dei rispettivi Stati membri: la Commissione fornisce il sostegno, gli Stati membri forniscono risorse umane e infrastrutture³⁵.

La partnership di gestione attualmente in atto con il governo tedesco costituisce un buon esempio, in quanto è considerata uno strumento prezioso per tradurre in pratica idee condivise dallo Stato membro e dalle istituzioni europee. Dal 2005 sono state prese dodici iniziative di rilievo che hanno dimostrato come una stretta cooperazione di questo genere possa aver successo³⁶.

Le autorità regionali e locali possono svolgere, tanto da sole quanto variamente associate, un ruolo fondamentale nel promuovere la comunicazione sull'Europa. La comunicazione deve essere idonea a far risaltare come le politiche e le decisioni comunitarie abbiano rilievo a livello locale³⁷. In collaborazione con il Comitato delle regioni la Commissione garantirà che queste autorità siano adeguatamente informate e che siano posti in essere i meccanismi del caso per raccoglierne idee e proposte relative al miglioramento della comunicazione sull'Europa a livello locale e regionale. Attività sul piano regionale e locale potrebbero essere inserite nelle partnership di gestione parallelamente alle attività già realizzate in forza delle partnership strategiche (finanziamento distinto e complementare dei progetti). Oltre al lavoro svolto dalle rappresentanze, dai centri di collegamento Europe Direct e dalle agenzie dell'UE, la Commissione svilupperà collegamenti più stretti con quelli tra i 250 uffici che

³³ Austria, Belgio, Francia, Italia, Lettonia, Portogallo e Polonia.

³⁴ Agli Stati membri possono essere proposti anche altri tipi di collaborazione con la Commissione (si veda il documento COM(2004) 196).

³⁵ La costituzione di partnership di gestione non impedisce la continuazione o la costituzione di altre forme di partnership come ad esempio partnership strategiche od accordi ad hoc, da parte della Commissione. Si tratta di strumenti molto flessibili che hanno provato la loro validità in aree specifiche, come la comunicazione relativa all'introduzione dell'euro.

³⁶ La manifestazione informativa nazionale itinerante "L'Europa ha 50 anni – 50 città fanno festa", svoltasi in più di 50 grandi città tedesche, ed i "seminari di formazione per i redattori delle riviste degli istituti superiori" che hanno lo scopo di far sì che le suddette riviste contengano anche punti relativi alle questioni europee, costituiscono solo due esempi di progetti realizzati nell'ambito della partnership di gestione che hanno avuto un grande successo.

³⁷ L'esperienza scozzese con il Consiglio consultivo regionale per il Mare del Nord, permette la consultazione diretta delle parti di popolazione direttamente interessate dalla politica della pesca, come per gli altri Consigli consultivi regionali creati nell'ambito della politica comune della pesca, dimostra che i cittadini s'interessano alle questioni che hanno un'influenza diretta sulla loro vita.

rappresentano le autorità regionali e locali a Bruxelles che desiderano partecipare a questa iniziativa.

4.2. Collaborare con le istituzioni europee

Il Gruppo interistituzionale per l'informazione costituisce la struttura decisionale esistente nell'ambito della quale le istituzioni dell'Unione europea e gli Stati membri possono raggiungere un accordo in merito alla strategia per la comunicazione e la selezione di obiettivi prioritari comuni nel campo della comunicazione. Esso è copresieduto dal Parlamento europeo, dalla Commissione e dalla presidenza. Il suo statuto politico e la sua legittimazione vanno tuttavia rafforzate e ampliate in modo che possa risultare più efficace nel dare un indirizzo per quanto riguarda gli obiettivi prioritari dell'Unione europea in tema di comunicazione in tempo utile per stabilire sinergie tra i relativi calendari delle istituzioni EU e degli Stati membri. Occorre parimenti garantire che le decisioni del gruppo siano seguite in modo esauriente e coerente a livello politico e amministrativo. Col sostegno della presidenza il Gruppo di lavoro sull'informazione del Consiglio garantirà un controllo regolare del processo di comunicazione.

Il Comitato economico e sociale europeo e il Comitato delle regioni partecipano al gruppo di lavoro interistituzionale per l'informazione in qualità di osservatori. La cooperazione con questi due organismi è rafforzata da aggiunte riguardanti la politica dell'informazione fatte ai vigenti protocolli sulle modalità di cooperazione. Queste aggiunte sottolineano la volontà politica della Commissione e dei due comitati di stabilire una cooperazione a lungo termine e di lavorare congiuntamente per sviluppare una informazione ed una comunicazione decentralizzate destinate ai cittadini europei. La cooperazione si baserà su obiettivi prioritari ben precisati in tema di comunicazione, da perseguirsi in modo decentralizzato a livello regionale e locale.

4.3. Accordo interistituzionale sulla comunicazione

La Commissione propone al Parlamento europeo e al Consiglio un accordo interistituzionale avente lo scopo di creare un quadro adeguato a migliorare la cooperazione nell'ambito del processo di comunicazione dell'Unione europea, nel pieno rispetto dell'autonomia delle istituzioni europee e degli Stati membri. Le altre istituzioni e gli altri organi dell'Unione sono tutti invitati a sostenere la Commissione, il Parlamento europeo e il Consiglio in questo compito. Lo scopo di tale accordo interistituzionale è raggiungere una convergenza di vedute sulle principali priorità in materia di comunicazione per l'Unione europea nel suo insieme, identificare il valore aggiunto apportato da un approccio comunitario in questo campo per questioni prioritarie specifiche, sviluppare sinergie nell'impiego delle risorse fatto da ciascuna istituzione per realizzare attività connesse a tali questioni ed incoraggiare gli Stati membri a cooperare. Ciò non impedisce ad ogni istituzione comunitaria di avere anche proprie attività di comunicazione distinte, adattate al suo ruolo specifico ed agli interessi chiamati in causa dalla sua attività.

La Commissione riconosce il ruolo di ciascuno Stato membro nel comunicare l'Europa sul piano nazionale, regionale e locale nelle rispettive lingue ufficiali. L'AII sancirà l'impegno politico delle istituzioni comunitarie e degli Stati membri di assumersi la responsabilità d'informare i cittadini in merito alle tematiche europee e di comunicare con essi a tale proposito. Tale accordo politico porrà inoltre in evidenza i principali diritti e principi da rispettare nell'ambito della comunicazione sull'Europa e definirà accordi di cooperazione tra le parti interessate che prevedano un controllo adeguato ed una responsabilità politica. I

principi di apertura, pluralismo e partecipazione dovrebbero essere alla base di tutte le attività di comunicazione sull'Europa. L'AlI garantirà l'adozione di un programma di lavoro comune annuale che definisca gli obiettivi prioritari in tema di comunicazione, elaborato dalla Commissione in base alle discussioni su tali obiettivi svoltesi nel quadro della strategia politica annuale per esser poi presentato alle altre istituzioni ed agli organi consultivi dell'Unione europea.

5. CONCLUSIONI

La Commissione mobilerà tutte le risorse di cui dispone per realizzare una comunicazione efficace e integrata.

In particolare la Commissione propone:

- un accordo interistituzionale avente lo scopo di creare un quadro adeguato a migliorare la cooperazione nell'ambito del processo di comunicazione dell'Unione europea, nel pieno rispetto dell'autonomia delle istituzioni europee e degli Stati membri;
- partnership di gestione volontarie con gli Stati membri a titolo di strumento principale per iniziative congiunte in tema di comunicazione;
- lo sviluppo della rete di spazi pubblici europei nelle rappresentanze;
- l'individuazione degli aspetti dell'insegnamento scolastico per cui un intervento comune a livello comunitario potrebbe risultare utile agli Stati membri;
- il rafforzamento dell'Eurobarometro;
- la costituzione di reti d'informazione pilota (RIP) per migliorare la comunicazione tra i politici europei e nazionali e gli altri *opinion maker*.

Nei prossimi mesi la Commissione:

- adotterà una nuova strategia Internet per sostenere le reti della società civile e i siti Web del settore pubblico e privato incentrati sull'Unione europea che promuovano il contatto con o tra cittadini europei;
- adotterà una nuova strategia per quanto riguarda il settore audiovisivo per sostenere le reti di emittenti in tutta Europa affinché producano e trasmettano programmi sulle questioni europee;
- elaborerà una comunicazione per far seguito al piano D e avvierà una nuova serie di progetti relativi alla società civile nell'ambito di tale piano, con lo scopo generale di sostenere il processo di ratifica del trattato di riforma e di aumentare la partecipazione alle elezioni europee che avranno luogo nel 2009;
- esaminerà le possibilità di consolidare ed ampliare le recenti esperienze positive di rafforzamento delle attività svolte dalle rappresentanze pilota.

Scheda di incidenza sul bilancio

SETTORE D'INTERVENTO : TITOLO 16 – COMUNICAZIONE

ATTIVITÀ: TUTTE LE ATTIVITÀ DI QUESTO SETTORE

COMUNICAZIONE "INSIEME PER COMUNICARE L'EUROPA"

1. LINEE DI BILANCIO (CONFORMEMENTE ALLA NOMENCLATURA DEL PPB 2008)

1.1. Linee operative

16 02 02	Azioni multimediali
16 02 03	Informazioni destinate ai media
16 02 04	Utilizzazione degli studi radiofonici e televisivi e attrezzature audiovisive
16 03 01	Antenne d'informazione
16 03 02	Azioni locali
16 03 04	Azioni specifiche su temi prioritari, tra cui PRINCE
16 03 06	Progetto pilota su reti di informazione pilota (RIP)
16 04 01	Analisi dell'opinione pubblica
16 04 02	Strumenti di informazione e comunicazione online
16 04 03	Pubblicazioni scritte mirate
16 04 04	Pubblicazioni scritte di uso corrente

1.2. Linea per assistenza tecnica e amministrativa correlata

16 01 04 01	Azioni di comunicazione — Spese di gestione amministrativa
-------------	--

2. BASE GIURIDICA

Compiti connessi alle prerogative istituzionali della Commissione, come disposto all'articolo 49, paragrafo 6, del regolamento (CE, Euratom) n. 1605/2002 del Consiglio del 25 giugno 2002, che stabilisce il regolamento finanziario applicabile al bilancio generale delle Comunità europee (GU L 248 del 16.9.2002, pag. 1), modificato dal regolamento (CE) n. 1995/2006 (GU L 390 del 30.12.2006, pag. 1).

3. CARATTERISTICHE DI BILANCIO

Linea di bilancio	Tipo di spesa	Nuova	Partecipazione	Partecipazione	Rubrica del
-------------------	---------------	-------	----------------	----------------	-------------

				EFTA	di paesi candidati	quadro finanziario
16 01 04 01 Azioni di comunicazione — Spese di gestione amministrativa	SNO	SND	NO	NO	NO	N° [3b]
16 02 04 Utilizzazione degli studi radiofonici e televisivi e attrezzature audiovisive	SNO	Diss.	NO	NO	NO	N° [5]
16 04 04 Pubblicazioni scritte di uso corrente	SNO	Diss.	NO	NO	NO	No [5]
Da 16 02 02 a 16 04 03 (eccetto 16 2 04 e 16 04 04) Linee di bilancio operative della DG COMM	SNO	Diss.	NO	NO	NO	No [3b]

4. STIMA DELL'INCIDENZA FINANZIARIA PER OBIETTIVO PRINCIPALE E PER REALIZZAZIONE

Per quanto riguarda le risorse, le conseguenze della comunicazione rimangono conformi al quadro della programmazione finanziaria pluriennale (quale definita nei documenti SEC(2007) 500 e SEC(2007) 530).

3.1. Sintesi delle risorse finanziarie

Cfr. tabella 1 in allegato.

3.2 Stima dettagliata dell'incidenza finanziaria per azioni principali

Cfr. tabella 2 in allegato.

5. SPESE AMMINISTRATIVE – NECESSITA' SPECIFICHE

Il fabbisogno di risorse umane ed amministrative sarà coperto grazie ai fondi assegnati alla DG responsabile per la gestione nel quadro della procedura annua di assegnazione.

Il progetto pilota nel cui ambito in undici rappresentanze della Commissione negli Stati membri ed in quattro uffici regionali verrà inviato personale aggiuntivo con compiti di comunicazione ha consentito un deciso cambiamento in termini qualitativi e quantitativi delle attività volte a promuovere un dibattito europeo in seno alle culture politiche nazionali. La Commissione ritiene importante sviluppare ulteriormente questa esperienza riuscita e, una volta disponibili i risultati del processo di valutazione di tutte le attività di comunicazione attualmente in corso, esaminerà la possibilità di consolidarla ed ampliarla.

Si noti che l'azione relativa alle visite dei funzionari della Commissione alle scuole che hanno frequentato (risultato 1, all'obiettivo "coinvolgimento dei cittadini", categoria d'azione "favorire una cittadinanza europea attiva", nella tabella 2 qui di seguito), è necessario identificare i mezzi finanziari specifici e adeguati a livello della Commissione per finanziare le spese di missione relative a tali attività. In realtà queste spese fanno parte degli stanziamenti amministrativi (dotazione globale) e coprono le missioni realizzate dai funzionari che lavorano nelle varie DG e nei servizi.

Queste spese sono stimate a 249 000 € sulla base del seguente calcolo:

N. di funzionari in visita per Presidenza	150
N. di Presidenze all'anno	2
Numero totale delle missioni	300
<hr/>	
Costo per missione	€
Costo medio da capitale a capitale	300,00
Spese di viaggio dalla capitale alla provincia	100,00
Indennità giornaliera x 2	170,00
Spese di alloggio x 2	260,00
Costo totale medio di una missione	830,00
Costo annuale medio totale	249 000,00

Annex

Linea	Rubrica	Bilancio 2007	PPB 2008	Programmazione finanziaria				
				2009	2010	2011	2012	2013
16 01	Spese amministrative del settore "Comunicazione"	3.865	3.600	3.987	4.065	4.145	4.225	4.306
16 01 04 01	Azioni di comunicazione - Spese per la gestione amministrativa	3.865	3.600	3.987	4.065	4.145	4.225	4.306
16 02	Comunicazione e media	27.720	30.882	32.380	32.881	33.390	33.902	34.420
16 02 02	Azioni multimediali	18.750	20.700	21.380	21.800	22.227	22.657	23.091
16 02 03	Informazioni destinate ai media	3.370	3.970	4.100	4.181	4.263	4.345	4.429
16 02 04	Utilizzazione degli studi radiofonici e televisivi e attrezzature audiovisive (rubrica 5)	5.600	6.212	6.900	6.900	6.900	6.900	6.900
16 03	Agire a livello locale, comunicazione	39.514	38.530	39.555	40.314	41.085	41.859	42.642
16 03 01	Antenne di formazione	16.753	15.300	15.802	16.113	16.429	16.746	17.067
16 03 02	Azioni locali	8.393	10.400	10.502	10.689	10.879	11.070	11.263
16 03 04	Azioni specifiche su temi prioritari, tra cui PRINCE	7.868	12.830	13.251	13.512	13.777	14.043	14.312
16 03 05	EuroGlobe	1.500						
16 03 06	Progetto pilota su reti di informazione pilota (RIP)	5.000						
16 04	Strumenti di analisi e di comunicazione	21.830	21.830	21.546	21.990	22.441	22.894	23.352
16 04 01	Analisi dell'opinione pubblica	5.600	5.800	5.990	6.108	6.228	6.348	6.470
16 04 02	Strumenti di informazione e comunicazione on-line	10.180	10.880	11.237	11.458	11.683	11.909	12.137
16 04 03	Pubblicazioni scritte mirate	6.050	5.150	4.319	4.424	4.530	4.637	4.745
16	Comunicazione (rubrica 3b)	87.328	88.630	90.568	92.350	94.161	95.980	97.820

Annex

Table 2 (page 1 / 2)

Rubriche di obiettivi, categorie e risultati di azioni	Riallati nuovi o esistenti	Linea di bilancio o percezione del personale	Tipo di spesa	Costo medio	Stanzamenti d'impegno in milioni di euro (con 3 decimali)													
					2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013	
					Numero di riallati	Costo totale	Numero di riallati	Costo totale	Numero di riallati	Costo totale	Numero di riallati	Costo totale	Numero di riallati	Costo totale	Numero di riallati	Costo totale	Numero di riallati	Totale
OBIETTIVO OPERATIVO N. 1 COINVOLGIMENTO DEI CITTADINI																		
Per il piano D: un ammontare di 2,1 milioni di euro per il 2007 e 3 milioni di euro previsti (per la terza fase) nel PPB 2008 nella linea di bilancio 16 03 04 che copre "azioni specifiche su temi prioritari"																		
Categoria di azione 1: AGIRE A LIVELLO LOCALE																		
Risultato 1: rappresentanze pilota	continuazione	16 03 02	altre azioni locali	0.040	11	0.440	15	0.600	20	0.800	25	1.000	27	1.080	27	1.080	27	1.080
Risultato 2: centri di collegamento Europe direct	ampliamento (principalmente dal 2009)	16 03 01	nuove sovvenzioni per centri dal 2009	0,025 extra per centro			30 nuovi centri in pm RO/BU			1.470		1.470		1.470		1.470		1.470
Risultato 3: visite di Commissari alle regioni	in corso	16 03 02	sostegno per l'organizzazione di riunioni con i media regionali	0.003	27	0.081	27	0.081	27	0.081	27	0.081	27	0.081	27	0.081	27	0.081
Risultato 4: seminari per giornalisti	continuazione	16 02 03	altri seminari	0.020	6	0.120	6	0.120	10	0.200	10	0.200	15	0.300	18	0.360	18	0.360
Risultato 5: rete di spazi pubblici europei	nuovo dal 2007/2008	16 03 02	Realizzazione di nuovi locali + manifestazioni (con mezzi classagnati)	0.050	3	0.150	3	0.150	20	1.000	27	1.350	27	1.350	27	1.350	27	1.350
Categoria di azione 2: FAVORIRE UNA CITTADINANZA EUROPEA ATTIVA																		
Risultato 1: visite di scuole e altri gruppi organizzate dalle rappresentanze e dai centri e funzionari della Commissione in visita nelle scuole da loro frequentate	esistente	160,302	azioni locali specifiche (con le presidenze)	0.040	2	0.080	2	0.080	2	0.080	2	0.080	2	0.080	2	0.080	2	0.080

Table 2 (page 2 / 2)

OBIETTIVO OPERATIVO N. 2		SVILUPPARE UNA SFERA PUBBLICA EUROPEA																
Categoria di azione 1: DIMENSIONE POLITICA																		
Risultato 1: reti d'informazione pilota	dal 2007	16 03 06	Sito web per i RIP	4.000	1	4.000												
			Riunioni	0.100	10	1.000												
Categoria di azione 2: I MEDIA E I SERVIZI D'INFORMAZIONE																		
Risultato 1: programmi sulle questioni europee prodotti e trasmessi da reti di emittenti	in corso	16 02 02	reti radiofoniche e/o televisive	tra 5,5 e 8	1	5.500	1	8.000	1	8.000	1	8.000	1	8.000	1	8.000	1	8.000
Risultato 2: rafforzamento della capacità di EbS - aumento della diversità del materiale disponibile	nuovo	16 02 03	Produzione video					0.600		0.600		0.600		0.600		0.600		6.000
		16 02 04	miglioramenti tecnici + nuovo EbS a partire dal 2009					0.612		1.300		1.300		1.300		1.300		1.300
Risultato 3 :miglioramento del sito web Europa	in corso	16 04 02	nuovo motore di ricerca in servizio	0.300	1	0.300		pm										
	in corso	16 04 02	nuova "piattaforma flessibile"	0.300	1	0.300		pm										
	in corso	16 04 02	Valutazione di Europa	0.300	1	0.300		pm										
Risultato 4: rete di siti web pubblici e privati con contenuto europeo	nuovo	16 04 02	Sovvenzioni per siti web a contenuto europeo	0.010			20	0.200	20	0.200	20	0.200	20	0.200	20	0.200	20	0.200
Categoria di azione 3: ASCOLTARE E REAGIRE																		
Risultato 1 : rete di esperti dell'opinione pubblica indipendenti	nuovo	16 01 04	Riunioni di 15 esperti	0.015	1	0.015	2	0.030	2	0.030	2	0.030	2	0.030	2	0.030	2	0.030
OBIETTIVO OPERATIVO N. 3		RAFFORZARE IL METODO DEL PARTENARIATO																
Categoria di azione 1: COLLABORARE CON GLI STATI MEMBRI																		
Risultato 2: partnership con gli Stati membri	in corso	16 03 04	gestione dei partnership (con mezzi riassegnati)	tra 0,1 e 0,7	4	1.400	10	3.950	15	5.250	20	7.000	24	8.400	27	9.450	27	9.450
COSTO TOTALE						15.786	17.423	19.011	21.311	22.891	24.001	29.401						