



COMMISSIONE DELLE COMUNITÀ EUROPEE

Bruxelles, 20.4.2004
COM(2004) 196 definitivo

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

**sulla
attuazione della strategia d'informazione e di comunicazione
dell'Unione europea**

INDICE

INTRODUZIONE.....	3
I. Una comunicazione più strutturata e ordinata gerarchicamente.....	5
1. Cooperazione interistituzionale.....	5
2. Valori comuni per uno stesso filo conduttore?	6
3. Settori prioritari d'informazione (PRINCE)	7
3.1. Ridefinizione delle varie strategie tematiche.....	7
3.2. Programmazione pluriennale	8
II. Mettere in sinergia gli strumenti d'azione.....	9
1. Partenariato e Decentramento	9
2. PRINCE	10
2.1. Modalità di partenariato	10
2.1.1. Partenariato strategico.....	10
2.1.2. Partenariato di gestione.....	11
2.1.3. Partenariato ad hoc.....	11
3. Centri e reti di informazione	12
3.1. Info-Point Europa e Centri d'informazione e di animazione rurali	14
3.1.1. Selezione di una nuova rete - Gestione diretta.....	15
3.1.2. Selezione di una nuova rete - Gestione centralizzata indiretta	15
3.2. Grandi Centri.....	16
3.3. Centri PHARE.....	17
4. Altri mezzi e strumenti di comunicazione	17
4.1. Audiovisivo.....	17
4.1.1. Strumenti in corso di adeguamento.....	17
4.1.2. Un approccio più dinamico	18
4.1.3. EuroNews.....	19
4.2. EUROPA – Seconda Generazione.....	21
4.3. Sondaggi ed Europe Direct	22
4.3.1. Eurobarometro.....	22
4.3.2. Europe Direct (00 800 6 7 8 9 10 11 – http://europa.eu.int/europedirect).....	22
CONCLUSIONE.....	24
SCHEDA FINANZIARIA LEGISLATIVA.....	25

INTRODUZIONE

Nel corso della sua riunione dell'11 novembre 2003, la Commissione ha preso atto del fatto *"che il Commissario Vitorino le sottoporrà, ..., una comunicazione riguardante l'attuazione della strategia d'informazione e di comunicazione dopo il 2004"*.

Per strategia d'informazione e di comunicazione s'intende il quadro di riferimento della comunicazione destinata al grande pubblico (e non di tutte le attività d'informazione della Commissione) così come definito nella comunicazione della Commissione del 2 luglio 2002 (COM(2002)350 definitivo).

Tale **strategia**, basata su un potenziamento della cooperazione interistituzionale e al tempo stesso sullo sviluppo di partenariati strutturati con gli Stati membri, è stata oggetto di deliberazioni approfondite non solo tra le diverse Istituzioni comunitarie, ma anche tra la maggior parte dei servizi d'informazione dei governi, sia in modo formale, su invito della Commissione a Bruxelles, sia in modo più informale ma altrettanto proficuo, nell'ambito del Club di Venezia.

Tale dialogo permanente è approdato a un'adesione ufficiale del Consiglio a questa strategia, con la decisione del 10 dicembre 2002, e del Parlamento europeo il 10 aprile 2003, in seguito alle relazioni degli onn. Bayona e Andreasen.

È importante ricordare i principali **obiettivi** di questa strategia.

L'obiettivo principale consiste nel "migliorare la percezione dell'Unione europea e delle sue istituzioni nonché della loro legittimità facendone conoscere e comprendere a fondo i compiti, la struttura e le realizzazioni, e stabilendo un dialogo con i cittadini".

Ciò comporta soprattutto una migliore qualità del dibattito pubblico europeo, il coinvolgimento dei cittadini nel processo decisionale europeo, un ascolto più attento del cittadino e delle sue preoccupazioni, nonché la ricostruzione in modo metodico e coerente dell'immagine dell'UE.

Per far questo, la comunicazione prevede un approccio realistico e progressivo fondato su due assi portanti:

- La capacità dell'Unione europea di elaborare e diffondere messaggi adeguati e mirati sui suoi temi d'informazione prioritari;
- Un partenariato volontario ed operativo con gli Stati membri che consenta di sviluppare un'effettiva messa in sinergia delle strutture e delle capacità degli Stati membri, quale complemento delle azioni dell'UE.

La coerenza di tale strategia non può inoltre prescindere da un migliore coordinamento degli **strumenti** propri della Commissione, sia per quanto riguarda i suoi mezzi di comunicazione che la sua cultura interna della comunicazione. Ciò si basa su:

- Una migliore messa in sinergia degli strumenti di azione della Commissione rispetto agli obiettivi e alle priorità stabiliti;

- Una diffusione più sistematica e meglio organizzata di una cultura interna della comunicazione.

D'ora in poi tali obiettivi devono essere realizzati in un contesto nuovo caratterizzato dal necessario adattamento delle risorse disponibili nella prospettiva di un'Unione allargata.

In base alle sue prerogative istituzionali¹, la Commissione dovrà affrontare questa nuova sfida con le medesime unità di personale in sede, e con personale molto esiguo per quanto riguarda la creazione di 10 nuove Rappresentanze. Il 2005 sarà quindi il primo anno in cui la strategia d'informazione e di comunicazione verrà applicata in modo esaustivo nell'Europa a 25².

¹ Parere del Servizio giuridico del 10 luglio 2003 «*le azioni d'informazione e di comunicazione si basano su prerogative istituzionali della Commissione, che l'articolo 49.2.c) del RF permette di eseguire senza base giuridica*».

² Si rammenta che gli stanziamenti PHARE continueranno ad essere erogati nell'EUR8 fino al 31.12.2004, nel settore dell'informazione e della comunicazione, sotto la responsabilità della DG ELARG.

I. Una comunicazione più strutturata e ordinata gerarchicamente

La strategia raccomandata si basa prima di tutto su obiettivi comuni alle tre Istituzioni comunitarie e deve essere sviluppata e realizzata in stretta concertazione. La collaborazione interistituzionale è infatti fondamentale e condiziona sia le attività del centro che quelle delle Rappresentanze della Commissione, degli Uffici d'informazione del Parlamento europeo e dei servizi d'informazione dei governi.

1. COOPERAZIONE INTERISTITUZIONALE

La collaborazione interistituzionale ha registrato sin dall'inizio, nel 2002, la piena partecipazione del Consiglio allo sviluppo della strategia d'informazione e di comunicazione, soprattutto in sede del Gruppo Interistituzionale per l'Informazione (GII) che il Consiglio presiederà d'ora in poi con la Commissione e il Parlamento europeo. A tal proposito va ricordato che nelle sue conclusioni del 10 dicembre 2002, il Consiglio ha sottolineato *«che l'attività dell'UE negli Stati membri interessati va effettivamente svolta di concerto con quella degli Stati membri in causa.»*

Esso ha inoltre *« espresso l'auspicio che gli Stati membri traggano il massimo beneficio dalle possibilità offerte dalla nuova strategia proposta dalla Commissione ...»*.

Da parte sua, il Parlamento europeo ha sottolineato, nella votazione del 10 aprile 2003, quanto apprezzasse *«lo sforzo della Commissione, ... manifestando l'intenzione di consolidare la cooperazione interistituzionale e la diffusione di una strategia d'informazione e di comunicazione»*.

Esso ha inoltre precisato che *«ogni collaborazione con gli Stati membri dovrebbe concentrarsi sull'avvio di campagne d'informazione prioritarie definite a livello comunitario, ma adattate alle diversità culturali e linguistiche di ciascun luogo»*.

Al di là di queste affermazioni di principio, la cooperazione interistituzionale si sviluppa sul campo nell'ambito di cellule di coordinamento che riuniscono i vari partner così come previsto dal testo stesso del *Memorandum of understanding* (MoU) che la Commissione e il Parlamento europeo propongono ai loro partner governativi.

Occorre tener presente che la collaborazione interistituzionale si sviluppa inoltre più specificatamente in termini amministrativi e gestionali in seno alle Case dell'Unione europea che raggruppano in uno stesso edificio le Rappresentanze della Commissione e gli Uffici d'informazione del PE.

Tale patto di fiducia costituito dalla collaborazione interistituzionale è alla base stessa della strategia auspicata. Esso deve essere rinnovato regolarmente in seno al Gruppo Interistituzionale per l'Informazione (GII) la cui missione è quella di strutturare tale cooperazione interistituzionale a livello politico.

Per far questo, lo statuto, il ruolo e la missione del GII andranno rivalutati, allo scopo di garantire meglio la sua preminenza politica nei riguardi di ciascuna delle parti che lo compongono. La preparazione dei suoi lavori dovrà inoltre essere migliorata, così come la realizzazione delle sue decisioni. Sarà necessario soprattutto garantire un controllo efficace e

coerente con gli orientamenti elaborati in seno al GII. La Commissione è pronta a discuterne con i suoi partner dopo il rinnovo delle Istituzioni nell'anno in corso.

Tuttavia, lo sviluppo di una comunicazione strutturata sull'Unione europea dipende anche da un'autentica pedagogia sul proprio ruolo e i propri compiti.

2. VALORI COMUNI PER UNO STESSO FILO CONDUTTORE?

Che si tratti dell'informazione generale sull'esistenza e sul ruolo dell'Unione o della comunicazione sui grandi progetti e le grandi sfide dell'UE (settori prioritari d'informazione PRINCE), lo sviluppo di una strategia d'informazione e di comunicazione adeguata costituisce una condizione necessaria per il successo delle politiche e delle iniziative dell'UE.

Per essere efficace, tale strategia deve fondarsi su alcuni valori comuni che permettano di strutturare i messaggi delle varie politiche intorno a un referente comune.

Come indicato nella sua comunicazione del 2 luglio 2002, è stato condotto nel secondo semestre 2003 nell'EUR28³ uno studio approfondito, basato su interviste a vari *focus groups*.

Tale studio ha riguardato prima di tutto la ricettività dei valori fondamentali dell'UE, vale a dire la pace, la libertà, la solidarietà e la diversità culturale. Esso ha avuto inoltre lo scopo di verificare, attraverso tali valori, il possesso degli elementi per dibattere sui vari temi prioritari d'informazione.

Riassumendo, i primi risultati dello studio⁴ confermano la scarsa conoscenza, da parte dei cittadini, dei dati fondamentali sull'Unione. Ne consegue che i valori comuni europei presi come riferimenti essenziali della comunicazione sull'Unione, si rivelano poco chiari in un terreno anch'esso poco «fertile».

Infatti, a prima vista, per la maggior parte dei *focus groups* intervistati questi valori appaiono non sufficientemente peculiari e specifici dell'Europa rispetto alle altre democrazie. La loro illustrazione non appare abbastanza motivante per evidenziare la specificità dell'Unione.

Inoltre, la nozione di valore rimane una nozione astratta e statica. È innegabile che a tali valori si debba fare riferimento, anche se la loro pertinenza in termini di comunicazione deve passare attraverso il filtro dei principali obiettivi politici dell'Unione ed essere «provata» mediante esempi concreti.

I cittadini intervistati, infatti, appaiono ricettivi e interessati quando vengono informati su aspetti concreti delle politiche comunitarie e quando si fa vedere loro in cosa tali politiche possono riguardarli.

Ovviamente è necessario aumentare lo sforzo informativo su tali aspetti, ma ciò non può costituire l'ossatura d'una argomentazione mobilizzatrice sull'Unione, se questi elementi, assai diversi per natura, non vengono in qualche modo «federati» da un filo conduttore – quello dei fini superiori da cui promanano.

³ Comprendente l'EUR15, i 10 paesi candidati, la Bulgaria, la Romania e la Turchia.

⁴ Relazione di studio qualitativa relativa all'orientamento della comunicazione sull'UE (OPTEM, gennaio 2004).

È evidente che sarà possibile mobilitare i cittadini sulle questioni dell'Unione europea soltanto attraverso un messaggio politico forte sugli obiettivi che essa si prefigge e, ancor di più, sull'affermazione di un progetto globale superiore, evidenziando in che modo esso si fondi su dei valori.

Le Istituzioni devono quindi essere in grado di elaborare i propri messaggi; questo richiede riferimenti e valori comuni – un filo conduttore – che sia possibile condividere. La scelta dei principali temi d'informazione deve essere compiuta sulla base delle grandi politiche dell'Unione per gli anni futuri, e deve rispondere alle preoccupazioni e ai bisogni concreti dei cittadini (in funzione delle priorità politiche definite dalla decisione di Strategia Politica Annuale). I messaggi da elaborare e da diffondere devono essere «prioritari» non soltanto per l'Unione, ma anche per i cittadini.

La sfida che si presenta all'Unione in materia di comunicazione è prima di tutto una sfida di mobilitazione, per stimolare la curiosità tra i cittadini, per creare interesse, facendolo con un messaggio saldamente legato a valori comuni ma il cui contenuto sia sufficientemente concreto perché i cittadini possano riconoscersi in esso.

3. SETTORI PRIORITARI D'INFORMAZIONE (PRINCE)

Come annunciato nella sua comunicazione del 2 luglio 2002, la Commissione ha finora perseguito i suoi sforzi su quattro settori prioritari d'informazione, e cioè "L'allargamento", "Il futuro dell'Unione", "Lo spazio di libertà, sicurezza e giustizia" e "L'euro". Essa ha inoltre ottenuto il consenso del Parlamento europeo e del Consiglio per la creazione di un quinto settore PRINCE nel 2004, "Il ruolo dell'Europa nel mondo", allo scopo di rispondere meglio alle esigenze dei cittadini dell'Unione.

3.1. Ridefinizione delle varie strategie tematiche

Le varie scadenze dell'anno 2004 giustificano pienamente la necessità di procedere a una ridefinizione delle strategie che sono alla base dei vari settori prioritari d'informazione appena menzionati.

Prima di tutto la ridefinizione riguarda l'allargamento. Al di là della tappa decisiva del 1° maggio 2004, va portata avanti tale strategia di comunicazione, non limitandosi soltanto alla spiegazione del processo di adesione dei 10 nuovi Stati membri, ma integrando il proseguimento dei negoziati con gli altri paesi candidati e la dimensione complementare della nuova politica di vicinato. Nella fattispecie è necessario mettere in atto un'azione pedagogica che, disegnando i confini dell'Unione di domani, metta in luce la continuità del processo. Gli orientamenti tracciati dalla Commissione nella sua comunicazione del 10 maggio 2000 rimangono il riferimento per questa materia.

La ridefinizione è ancora più giustificata se si pensa al futuro dell'Unione. I negoziati della Conferenza intergovernativa vanno avanti, e la nuova strategia da avviare sul nuovo trattato costituzionale dovrà tener conto delle elezioni europee e soprattutto del nuovo calendario dei futuri negoziati.

Al di là dell'anno di transizione rappresentato dall'esercizio 2004, appare inoltre indispensabile operare una riflessione sull'eventuale pertinenza di altri temi che possano, per maggiore coerenza, corrispondere più adeguatamente alle priorità politiche della Commissione.

3.2. Programmazione pluriennale

Oltre all'aggiornamento dei temi già esistenti, il calendario del 2004 offre inoltre l'occasione di procedere, per il 2005, a un migliore adeguamento tra le priorità strategiche della nuova Commissione indicate annualmente attraverso la decisione di Strategia Politica Annuale e i vari settori prioritari d'informazione. Bisognerà egualmente tener conto pienamente delle nuove priorità che verranno individuate nell'ambito delle nuove prospettive finanziarie.

In tale prospettiva, l'allargamento dell'Unione dovrà essere associato a un consolidamento della cooperazione interistituzionale, basata su una migliore programmazione e su una ridefinizione in ordine di priorità dei vari settori prioritari d'informazione per il 2005 e gli anni successivi. Tale programmazione dovrà inoltre essere strutturata su base pluriennale. Essa potrebbe quindi articolarsi su un periodo di 4-5 anni (2005-2009), accompagnata da un monitoraggio annuale e da una valutazione intermedia sulla base di indicatori d'impatto da definire, per corrispondere meglio alla durata della legislatura e al mandato della Commissione. Tutto ciò risponderebbe meglio alle esigenze di visibilità politica, di certezza giuridica e di garanzia finanziaria degli Stati membri.

Oltre alle modalità di partenariato prevalenti per le attività PRINCE, l'adeguamento di tali attività alle esigenze dell'allargamento dipende inoltre da una maggiore razionalizzazione delle modalità di gestione.

Settori prioritari d'informazione: adeguamento delle strategie e riprogrammazione.

II. Mettere in sinergia gli strumenti d'azione

Gli strumenti d'azione della Commissione sono al tempo stesso centralizzati e decentrati. Per rispondere alla sfida dello sviluppo della strategia d'informazione e di comunicazione nell'ambito di EUR25, si pone non solo la questione dell'adeguamento e dell'estensione di tali strumenti al nuovo orizzonte, ma anche la questione della disponibilità di risorse adeguate sia a Bruxelles che nelle future 25 Rappresentanze.

1. PARTENARIATO E DECENTRAMENTO

Come annunciato nella comunicazione del 2 luglio 2002, il partenariato proposto agli Stati membri e alle loro autorità regionali e locali ha trovato un nuovo stimolo nello sviluppo di accordi politici sotto forma di *Memorandum of understanding* (MoU). Tale testo di riferimento approvato dal Parlamento e dal Consiglio consolida l'impegno politico reciproco tra gli Stati membri e le Istituzioni comunitarie sui vettori principali della strategia d'informazione e di comunicazione dell'UE. Esso corrisponde a un protocollo d'intesa puramente politico, su base volontaria, tra le varie parti in causa. Questo strumento, che sarà presto firmato dalla maggior parte degli Stati membri, risponde alle esigenze di flessibilità e di adattabilità espresse dalla maggior parte delle autorità pubbliche nazionali per quanto riguarda l'attuazione di un piano di comunicazione comune con la Commissione europea.

Questo strumento approvato dagli Stati membri attuali, potrà inoltre essere proposto così com'è, a partire dal 1° maggio 2004, ai nuovi Stati membri.

A titolo informativo, va ricordato che questo memorandum, che reca la firma della Commissione, del governo e del Parlamento europeo, ha l'obiettivo di coordinare le strategie d'informazione e di comunicazione sull'UE delle tre parti firmatarie nell'ambito di un partenariato che si sviluppa al contempo attorno alla diffusione di una informazione di tipo generale sull'UE e sui grandi temi prioritari d'informazione concordati nell'ambito del programma PRINCE.

Allo scopo di diffondere una informazione più vicina ai cittadini, il partenariato comprende inoltre i centri e le reti d'informazione e di documentazione dell'UE, ivi compresi i Grandi Centri.

Il MoU prevede quindi la creazione di un comitato di coordinamento, composto dai rappresentanti delle tre parti (Commissione europea, Parlamento europeo, governo nazionale) incaricata di coordinare la preparazione, la realizzazione, il controllo e la valutazione del partenariato soprattutto riguardo a un comune piano di comunicazione. Il comitato di coordinamento rappresenta la base per il pieno coinvolgimento del PE in questo compito, rafforzando la dimensione di cittadinanza e permettendo di beneficiare dell'impegno dimostrato dal PE (soprattutto nelle relazioni Andreasen⁵ e Bayona⁶). Ogni azione realizzata nell'ambito di questo partenariato reca una menzione che identifica chiaramente governo e UE.

⁵ Risoluzione del 13 marzo 2002 P5_TA(2002)0109.

⁶ Risoluzione del 10 aprile 2003 P5_TA(2003)0187.

A tutt'oggi, 6 MoU sono stati già firmati (Grecia, Italia, Spagna, Portogallo, Francia, Lussemburgo) e 4 stanno per esserlo in seno all'attuale Unione (Austria, Belgio, Paesi Bassi, Finlandia).

2. PRINCE

Oltre alla possibilità di una gestione centralizzata delle linee d'informazione PRINCE (attività autonome della Commissione), l'attuazione tradizionale delle azioni d'informazione e di comunicazione nell'ambito del programma PRINCE si basa sul partenariato tra la Commissione e gli Stati membri, cioè sulla condivisione in funzione di un piano d'informazione concordato delle rispettive capacità di azione di ciascuna delle parti.

Tale partenariato necessita soprattutto dello sviluppo di convenzioni di cofinanziamento che dovranno rispettare le disposizioni del nuovo Regolamento finanziario. Infatti le convenzioni adottate finora si sono rivelate non conformi al Regolamento finanziario, il quale impone nuovi vincoli da una parte riguardo al contenuto e al campo di applicazione delle convenzioni, e dall'altra riguardo alla loro approvazione relativamente alla convalida del monopolio di fatto o di diritto delle competenti autorità di governo per le azioni proposte.

Appare quindi necessario tornare allo spirito stesso del partenariato, cioè prima di tutto a una collaborazione in termini di obiettivi strategici tra la Commissione e il governo nazionale per una migliore ripartizione di "blocchi di competenze" tra le parti sotto l'egida di un comitato di coordinamento comune, come previsto dalle disposizioni del MoU.

2.1. Modalità di partenariato

Saranno proposti tre tipi di partenariato: il partenariato strategico, il partenariato di gestione e il partenariato *ad hoc*. Questi tre tipi di partenariato non si escludono a vicenda, ma rappresentano una gamma di strumenti di azione in grado di interessare, su base pluriennale o annuale, i vari partner della Commissione. Tale offerta di servizi risponde alle esigenze di flessibilità espresse dalla maggior parte delle autorità nazionali e/o regionali.

Ciò nondimeno, soltanto il partenariato strategico è oggi direttamente e immediatamente operativo, mentre il partenariato di gestione e il partenariato *ad hoc* hanno ancora bisogno di una messa a punto e dell'adozione di atti di base e di convenzioni-tipo.

2.1.1. Partenariato strategico

La realizzazione immediata delle disposizioni del MoU corrisponde a ciò che si può definire l'attuazione di un partenariato strategico, cioè con rispettivi "blocchi di competenze" e finanziamento separato ma complementare.

In linea con la pratica già adottata in diversi Stati membri e conformemente alle disposizioni del MoU, questo partenariato corrisponde ai principi stessi del programma PRINCE.

In base a tale partenariato, il governo nazionale, la Commissione e il Parlamento europeo concordano un piano di comunicazione comune le cui azioni vengono finanziate separatamente ma in modo complementare dalla Commissione stessa (mediante inviti a presentare proposte o bandi di gara), oppure dal governo nazionale o regionale (conformemente alle proprie norme finanziarie). Un logo comune può inoltre attestare il fatto che tali azioni fanno parte di una strategia comune.

Questa soluzione assicura la continuità necessaria alla realizzazione della strategia d'informazione e di comunicazione. Essa risponde all'esigenza di flessibilità necessaria per adattarsi alle diverse strutture amministrative di ciascun paese e agli orientamenti di ciascun governo. Può quindi diventare un quadro di azione di riferimento per tutti gli Stati membri.

2.1.2. *Partenariato di gestione*

Questo tipo di collaborazione tra la Commissione e le autorità di uno Stato membro corrisponde a un vero e proprio partenariato strutturato tra le parti, che deve facilitare il cofinanziamento del piano di comunicazione concordato. Esso si basa sull'attivazione di una gestione centralizzata indiretta che affida la gestione delle attività d'informazione, decise in comune, agli Stati membri.

La scelta di questo sistema presuppone l'adozione di una decisione della Commissione (atto di base o *Beschluss*) per regolamentare la delega agli Stati membri. Tale atto di base, conformemente all'articolo 54, paragrafo 2, lettera c) del Regolamento finanziario e degli articoli 38 e 39 del Regolamento di esecuzione dovrà definire con esattezza le modalità di esecuzione delegate nonché le modalità di controllo necessarie.

L'articolo 39, paragrafo 3 del Regolamento di esecuzione prevede che «nel caso di una gestione per rete che comporta la designazione di almeno un organismo o ente per Stato, tale designazione viene effettuata dallo Stato membro, secondo le disposizioni dell'atto di base».

Successivamente alla designazione dei servizi d'informazione o dei dipartimenti amministrativi interessati da parte degli Stati membri, la Commissione dovrà, in conformità all'articolo 41 del Regolamento di esecuzione, adottare i necessari atti di delega. Tali convenzioni di delega devono soprattutto riportare la definizione dei compiti assegnati, le condizioni e le modalità della loro esecuzione, le regole per il reporting, le modalità di controllo, come pure le disposizioni che assicurano la visibilità dell'azione comunitaria con particolare riguardo alle altre attività dell'organismo che beneficia di tali compiti esecutivi.

È al termine di questa duplice fase procedurale in seno alla Commissione (*Beschluss* e atti di delega) che potranno essere effettuati annualmente i trasferimenti di fondi di bilancio mediante, in conformità all'articolo 160 del Regolamento di esecuzione, la firma tra i servizi ordinatori delegati e gli organismi abilitati a svolgere tali compiti esecutivi, di convenzioni per ottenere la disponibilità degli stanziamenti operativi.

Gli Stati membri intervengono quindi come intermediari, responsabili della concessione e della gestione delle sovvenzioni ed appalti, secondo gli orientamenti, i criteri e le procedure stabiliti dalla Commissione. La Commissione dovrà constatare che la delega dei compiti esecutivi è conforme ai principi di buona gestione finanziaria⁷.

Una volta operativo, tale sistema offrirà ogni garanzia di perennità al partenariato tra lo Stato membro e la Commissione, pur rispondendo alle esigenze di pianificazione delle priorità politiche delle Istituzioni.

2.1.3. *Partenariato ad hoc*

Questo tipo di partenariato è simile a un semplice cofinanziamento di azioni condotte direttamente dagli Stati membri. Diversamente a quanto avviene nel caso del partenariato di

⁷ Articolo 54, paragrafo 2, lettera c) del Regolamento finanziario.

gestione, lo Stato membro non può concedere sovvenzioni a cascata poiché si trova in una posizione di beneficiario e non di delegatario per l'esecuzione del bilancio comunitario⁸. In questo caso è richiesta una decisione del Collegio per giustificare la concessione di sovvenzioni senza invito a presentare proposte, allo scopo di confermare la situazione di monopolio di fatto o di diritto dell'autorità pubblica beneficiaria per le azioni proposte.

Come per qualunque altra sovvenzione, la convenzione di semplice cofinanziamento è progettata per beneficiari che realizzano direttamente le azioni, e non per intermediari (autorità pubbliche) che assegnano fondi a terzi, sotto forma di sovvenzioni a cascata.

Molto spesso lo Stato membro o l'autorità regionale si comportano come intermediari nella realizzazione della propria strategia d'informazione e di comunicazione. Tali convenzioni di semplice cofinanziamento hanno quindi un campo di applicazione limitato, tanto più che in linea di principio ogni azione necessita di un'apposita convenzione.

Va notato inoltre che nell'ambito di tale partenariato *ad hoc*, la Commissione può anche mettere a punto lo schema di una convenzione-quadro associata a convenzione specifica. Infatti, l'approvazione di una tale convenzione quadro ad opera di uno Stato membro, successivamente all'approvazione della Commissione, gli consentirebbe di firmare rapidamente, per un periodo di 4 anni, una convenzione specifica per ogni azione, senza che tale convenzione debba essere oggetto di un'approvazione supplementare da parte della Commissione.

- Sviluppo dei MoU nell'EUR25, come base del partenariato tra lo Stato membro e le Istituzioni comunitarie;
- Sviluppo e preparazione dei vari tipi di partenariato proposti.

3. CENTRI E RETI DI INFORMAZIONE

A titolo informativo, va ricordato che nella sua comunicazione del 2 luglio 2002, la Commissione aveva auspicato di definire, per i centri e le reti di informazione, "*un nuovo quadro di azione più coerente, che ne valorizzi il ruolo all'interno della nuova strategia e ne prepari l'estensione ai nuovi Stati membri*".

La Commissione si basa, per la realizzazione delle sue attività d'informazione del cittadino, su una rete di oltre 1.000 centri d'informazione.

Si tratta principalmente degli Info-Point Europa e dei Centri d'informazione e di animazione rurali, dei centri di documentazione europea (CDE) e degli altri centri di riferimento universitari (in totale circa 780). Inoltre, la Commissione beneficia della rete dei 550 conferenzieri del *Team Europa*. Tutte queste reti tendono ad estendersi: circa 100 organismi dell'EUR15 si sono candidati spontaneamente a diventare centri d'informazione nel 2004.

Così come annunciato nella comunicazione del 2 luglio 2002, è stata compiuta nel 2003 una valutazione globale di tutti i centri e le reti d'informazione ("stocktaking evaluation") allo

⁸ Gli articoli 53-57 del Regolamento finanziario disciplinano rigorosamente le possibilità di delega, che presuppongono nella fattispecie l'attivazione di una gestione centralizzata indiretta secondo lo schema di partenariato di gestione.

scopo di aiutare la Commissione a definire un modello di centro d'informazione di seconda generazione che possa rispondere meglio alle attuali esigenze d'informazione del cittadino.

Lo scopo della valutazione è triplice:

- effettuare un esame e un'analisi dettagliati del sistema attuale;
- valutare le esperienze precedenti e l'efficacia attuale;
- individuare i possibili miglioramenti sulla base dei risultati della valutazione.

Il tasso di risposta ottenuto nell'ambito di questo esercizio⁹ consente di garantire l'affidabilità dei risultati.

Tra questi risultati, ottenuti sulla base di analisi quantitative e qualitative, i più significativi sono i seguenti:

- 1) il 91,3% delle Rappresentanze della Commissione negli Stati membri che hanno risposto (tasso di risposta del 100%) ritengono che i centri e le reti d'informazione sono utili, se non addirittura molto utili, come strumenti moltiplicatori d'informazione al grande pubblico. Esse permettono quindi alle Rappresentanze di svolgere una delle loro missioni prioritarie;
- 2) sul 92% dei centri d'informazione che hanno partecipato alla valutazione, oltre l'80% affermano di poter contare sul sostegno politico delle loro autorità nazionali a livello locale e/o regionale. Questo testimonia dell'importante sostegno offerto dagli Stati membri al lavoro dei centri d'informazione;
- 3) questo risultato è corroborato dalle strutture ospitanti che hanno risposto (66%), e che hanno espresso una valutazione positiva (oltre l'85%) su:
 - l'importanza dei centri per l'informazione dei cittadini sull'Europa,
 - il valore aggiunto dei centri d'informazione per la propria istituzione nonché
 - il loro interesse ad ospitare un centro di informazione.
- 4) oltre al sostegno politico e finanziario, i centri d'informazione possono contare su un solido supporto operativo (tecnico, logistico, materiale, amministrativo) delle loro strutture ospitanti: sostegno amministrativo per la produzione di materiale informativo incentrato sulle esigenze locali (nel 90% dei casi) e sostegno promozionale (l'80% circa delle strutture ospitanti promuovono le azioni dei propri centri d'informazione nei mass media). Inoltre, il 75% afferma di avere l'intenzione di aumentare la capacità dei propri centri per rispondere ai bisogni degli utenti in materia d'informazione e documentazione.

Per riassumere, i risultati della **valutazione** – funzionamento e valore aggiunto per la diffusione del messaggio dell'Unione – dimostrano largamente che tali centri d'informazione sono altamente proattivi e che, negli Stati membri, sia le autorità nazionali, locali o regionali,

⁹

Rappresentanze della Commissione europea.....	100 %
Antenne d'informazione: Centri, Info-Point, centri interregionali	92 %
Team Europa.....	50 %
Centri di documentazione europea e loro organizzazioni ospiti	59 %
Altre organizzazioni ospiti.....	66 %

che le strutture ospitanti dei centri e le Rappresentanze della Commissione li considerano come canali d'informazione fondamentali per i cittadini.

La «stocktaking evaluation» conferma dunque la strategia definita nel 2002, di voler attribuire agli IPE e ai Centri di informazione e di animazione rurali un ruolo chiave nello sviluppo della seconda generazione dei suoi fornitori di informazioni¹⁰.

L'allargamento dell'Unione europea spinge oggi la Commissione a razionalizzare meglio e i suoi centri e le sue reti d'informazione. Questo avviene soprattutto mediante l'elaborazione di una denominazione e di un logo identico per tutte le antenne e le reti. Tale denominazione potrebbe riprendere il termine generico di *Europe Direct*. Tale denominazione potrebbe quindi coprire tutti i servizi offerti dalla Commissione per diffondere l'informazione e rispondere alle domande dei cittadini, sia che si tratti di un "numero verde", del sito d'informazione *Europa* o di un centro locale di prossimità.

Tali centri beneficiano attualmente di un'importante assistenza tecnica multiforme: fornitura gratuita di documentazione e di pubblicazioni per il «grande pubblico» (circa 1.500.000 di esemplari all'anno – EUR 15), accesso all'«internet dei centri e delle reti d'informazione», servizi specializzati di assistenza tramite un help desk dei centri e delle reti (per un costo annuale di circa 1.500.000 euro - EUR 15), corsi gratuiti di formazione del personale (800 giornate/uomo all'anno – EUR 15), azioni di animazione e d'immissione in rete soprattutto delle riunioni periodiche di coordinamento, visite, programmi di scambio per il personale dei centri d'informazione (oltre 1.000 giornate/uomo all'anno – EUR 15) e prodotti informativi originali adeguati alle esigenze specifiche.

Tra questi centri e reti, le strutture-ospitanti dei 266 Info-Point Europa e dei Centri d'informazione e di animazione rurali hanno ricevuto dalla Commissione, fino al 2003 compreso, un sostegno aggiuntivo sotto forma di sovvenzione diretta e forfetaria di funzionamento pari a 20.000 euro all'anno.

3.1. Info-Point Europa e Centri d'informazione e di animazione rurali

Nel corso della riunione del 26 novembre 2003, la Commissione, a seguito della conferma dell'Accordo dell'Autorità di bilancio raggiunto nella conciliazione di bilancio del 24 novembre 2003, ha autorizzato eccezionalmente, nel 2004, il finanziamento delle strutture-ospitanti degli IPE e dei Centri di informazione e di animazione rurali attraverso sovvenzioni di funzionamento sulla base di una decisione transitoria *ad hoc* in deroga al principio dell'invito a presentare proposte stabilito dal Regolamento finanziario.

In previsione dell'elaborazione del nuovo quadro di azione dei centri e delle reti d'informazione (seconda generazione) in ambito EUR25, la Commissione ritiene utile rivalutare i meriti della rete attuale, in vista del suo sviluppo nei nuovi Stati membri. A tal scopo, si propone di modernizzare la loro gestione, pur tenendo conto della diversità delle situazioni che prevale attualmente nell'ambito dell'Unione allargata. Infatti, l'EUR 15 beneficia già di una rete costituita in precedenza, mentre una simile rete deve essere creata nell'EUR 10. Sarà pertanto necessario diversificare il tipo di gestione previsto a seconda della zona presa in considerazione.

¹⁰ Cfr. COM(2002) 350 del 2.7.2002

Si prevede quindi di bandire un invito a presentare proposte (gestione diretta) per l'EUR 15, permettendo così agli IPE e ai Centri attuali di valorizzare la loro esperienza nel quadro di una concorrenza aperta, ad eccezione dei paesi dell'EUR 15 che preferiscono beneficiare della gestione centralizzata indiretta, ai quali attribuire la responsabilità di bandire essi stessi un invito a presentare proposte.

Per l'EUR 10 si propone di procedere soltanto mediante gestione centralizzata indiretta, per basarsi, in ogni nuovo Stato membro, sulla competenza delle autorità nazionali relativamente alle proprie esigenze specifiche per quanto riguarda la creazione di nuovi centri e reti d'informazione.

Questi due sistemi potrebbero essere avviati contemporaneamente per un uguale periodo di quattro anni, al termine del quale saranno rivisti alla luce dell'esperienza maturata.

Per la corretta comprensione della soluzione proposta, è utile descrivere i dettagli della gestione dei due sistemi in questione, che dovranno basarsi entrambi su una decisione della Commissione che contenga gli stessi criteri e le stesse disposizioni per la selezione e il finanziamento di questa nuova rete.

3.1.1. Selezione di una nuova rete - Gestione diretta

In applicazione dei principi di parità di trattamento e trasparenza, la selezione delle strutture-ospitanti dei centri beneficiari di una sovvenzione di funzionamento, a partire dal 2005, avverrà obbligatoriamente attraverso la pubblicazione di un invito a presentare proposte.

I criteri di selezione e di assegnazione, come pure le disposizioni finanziarie e di controllo, devono essere indicati in una decisione della Commissione. Allo scopo di garantire la stabilità della rete e la continuità delle sue azioni d'informazione e di comunicazione, l'invito a presentare proposte potrebbe essere pubblicato su base pluriennale (ogni quattro anni). In tale contesto, potrebbero essere stipulate con tutti i beneficiari convenzioni di partenariato (convenzioni quadro) per lo stesso periodo.

L'ordinatore potrebbe approvare i programmi di lavoro e avviare le convenzioni specifiche annuali collegate a tali convenzioni quadro.

Va notato, a titolo informativo, che tutte le convenzioni dovranno essere firmate, in conformità all'articolo 112, paragrafo 2 del Regolamento finanziario, prima del 30 aprile 2005.

3.1.2. Selezione di una nuova rete - Gestione centralizzata indiretta

Tale opzione propone uno schema di gestione centralizzata indiretta nel quale la realizzazione delle attività e la gestione della rete dovrebbe essere affidata agli Stati membri.

Per essere attuata, tale opzione dovrà basarsi su una decisione della Commissione, richiesta per rendere ufficiale la delega agli Stati membri che saranno quindi incaricati della gestione e dell'animazione della rete di centri d'informazione, il che non esonera la Commissione dalle sue responsabilità in materia di controllo (articolo 54, paragrafo 2, lettera c) del Regolamento finanziario e articoli 38 e 39 delle Modalità di esecuzione). Tale decisione comporterà gli stessi criteri di selezione e di attribuzione come pure le disposizioni finanziarie pertinenti della decisione prevista per il sistema di gestione diretta.

Successivamente all'adozione da parte della Commissione di tale atto di base (*Beschluss*), gli Stati membri dovranno designare gli enti che possono ottenere la delega di gestione (articolo 39, paragrafo 3 ME). Sulla base di tale designazione, la Commissione dovrà adottare i necessari atti di delega (convenzioni di delega, articolo 41 ME). Una volta stabilito l'inquadramento pluriennale, le convenzioni di stanziamento potranno assicurare i trasferimenti di fondi corrispondenti alle sovvenzioni di funzionamento delle strutture-ospitanti della nuova rete di centri d'informazione(articolo 160 ME).

Per far questo, tuttavia, spetta agli Stati membri (agli organismi beneficiari della delega) l'applicazione del Regolamento finanziario dell'UE per la selezione delle nuove antenne che possono beneficiare di una sovvenzione di funzionamento. Infatti, tale sistema rende gli Stati membri un semplice intermediario nell'applicazione del Regolamento finanziario: dovranno pertanto procedere essi stessi alla selezione dei nuovi centri e reti d'informazione mediante invito a presentare proposte.

Realizzazione delle due opzioni relative alla gestione di questo tipo di centri e reti d'informazione.

3.2. Grandi Centri

La Commissione si avvale di tre Grandi Centri nazionali, situati a Lisbona, Parigi e Roma. Essa è membro fondatore di questi tre centri, costituiti sotto forma di gruppi europei di interesse economico (Lisbona e Roma) o di gruppo d'interesse economico (Parigi), e finanziati al 50% insieme agli Stati membri interessati. Essa è rappresentata in tutte le istanze dirigenti.

Nel corso della riunione dell'11 novembre 2003, la Commissione ha ribadito che nella fattispecie il contributo comunitario è assimilabile a una sottoscrizione in quanto membro del gruppo e quindi non è soggetto alle disposizioni applicabili alle sovvenzioni. È su tale base che la Commissione ha rinnovato la convenzione del Grande Centro *Sources d'Europe* a Parigi, il 15 marzo scorso.

Appare tuttavia necessario procedere a una valutazione complessiva dell'utilità e dell'impatto delle azioni condotte da questi tre Grandi Centri prima di prevedere la creazione di altri centri a livello dell'Unione allargata. Tale valutazione sarà disponibile nel corso del secondo semestre 2004.

Più in generale, la questione sarà affrontata nell'ambito, più ampio, degli orientamenti relativi alla partecipazione della Commissione in organismi di diritto privato, che saranno esaminati a breve dalla Commissione.

Ogni sviluppo o evoluzione di questi Grandi Centri è sottoposto al rispetto di queste due condizioni preliminari.

Attuazione di una valutazione globale dei tre Grandi Centri esistenti e rispetto degli obblighi connessi agli orientamenti della Commissione relativamente alla sua partecipazione ad organismi di diritto privato.

3.3. Centri PHARE

Attualmente, esistono centri d'informazione di tipo particolare in otto dei dieci futuri Stati membri. Si tratta di Centri d'informazione dell'UE (PHARE) situati nelle capitali dei paesi interessati e finanziati interamente con i fondi PHARE.

Tali Centri non avranno più una base giuridica il 31 dicembre 2004. Non potranno, in nessun caso, essere rilevati dalla Commissione.

Infatti, alcune delle varie funzioni assicurate dai Centri saranno in parte integrate nelle nuove Rappresentanze (contatti con la stampa...) e in parte subappaltate a società esterne selezionate mediante gara d'appalto (*media monitoring*). Se gli Stati membri interessati lo desiderano, possono rilevare i Centri coprendo integralmente il loro finanziamento.

Conferma che la Commissione non rileverà i Centri d'informazione dell'UE (PHARE) dei nuovi paesi membri.

4. ALTRI MEZZI E STRUMENTI DI COMUNICAZIONE

La grande maggioranza dell'opinione pubblica in Europa è scarsamente informata sulle questioni europee: secondo gli ultimi risultati di *Eurobarometro* (EUR15), il 72 % dei cittadini ammettono di non sapere nulla o molto poco dell'Unione europea.

È sulla base di questa constatazione che va analizzata l'utilità, la funzionalità e il valore aggiunto dei mezzi e degli strumenti di comunicazione della Commissione, che dovranno svilupparsi in funzione delle varie e molteplici esigenze di 450 milioni di persone.

4.1. Audiovisivo

La televisione e la radio restano, di gran lunga, i vettori d'informazione preferiti dal pubblico europeo, compreso quello dei 10 nuovi Stati membri. La forte crescita dell'offerta radiofonica e televisiva (per la sola EUR 15 esistono oltre 1.100 canali televisivi nazionali e 1.900 locali o regionali, mentre per EUR 10, le cifre sono rispettivamente 166 e 264), rende tuttavia più complesso il loro utilizzo. Arrivare al «grande pubblico» con i mezzi limitati rispetto ai costi che comporterebbe il raggiungimento di un simile obiettivo, necessita l'elaborazione di strategie mediatiche in grado di adeguare l'offerta di messaggi al pubblico considerato e di utilizzare una massa critica di strumenti in direzione di obiettivi moltiplicatori: professionisti dell'informazione (EbS, studi radiotelevisivi e mediateche), opinionisti e pubblico interessato alla politica (Euronews e canali informativi transnazionali), proseguendo nel contempo una politica attiva di diversificazione di cofinanziamento delle azioni (inviti a presentare proposte) in direzione di obiettivi diversificati appartenenti al «grande pubblico».

4.1.1. Strumenti in corso di adeguamento

La strategia di comunicazione audiovisiva continuerà ad essere articolata intorno a strumenti d'informazione destinati ai mass media e ai professionisti dell'informazione: sviluppo di *Europe by Satellite* (EbS), dell'assistenza ai media elettronici e alla mediateca. Tutto quest'insieme si sta sviluppando in formato digitale e l'offerta di servizi on line continua ad aumentare.

Infatti, l'apertura di questa attività ai nuovi Stati membri richiede l'estensione anche ad essi della copertura di tutti gli avvenimenti europei con le stesse prestazioni garantite per EUR15.

Lo stesso discorso vale per l'attività di produzione in studio, sia che si tratti della realizzazione di un programma coprodotto adattato ai produttori e/o distributori dei nuovi paesi membri o della capacità di formazione alle tecniche audiovisive dei membri o del personale della Commissione provenienti da questi paesi.

Lo sviluppo delle trasmissioni di *EbS* e del suo sito internet in 21 lingue – con la possibilità a medio termine di andare oltre – è già in corso. Inoltre, sono in corso di negoziazione contratti quadro per consentire un lavoro di produzione TV rapido ed efficiente nell'EUR25.

Strumento interistituzionale, *EbS* partecipa attivamente a una migliore copertura televisiva dei temi d'informazione prioritari stabiliti a livello di GII, su scala EUR25. La qualità e la varietà delle sue produzioni fa sì che *EbS* sia divenuto, grazie alla domanda per i suoi servizi, l'ottavo fornitore dell'Eurovisione (EBU) su un totale di cento fornitori.

Inoltre, saranno moltiplicati i seminari d'informazione per i giornalisti dell'Unione. Attualmente tali seminari formano essenzialmente giornalisti provenienti dai nuovi Stati membri.

4.1.2. *Un approccio più dinamico*

Nel contesto dell'allargamento, è egualmente indispensabile cercare un maggiore adeguamento tra gli obiettivi previsti e i mezzi a disposizione. Tale approccio più dinamico richiede al tempo stesso lo sviluppo di strumenti operativi che offrano una migliore conoscenza del mercato mediatico, maggiori strumenti per meglio valutare le esigenze diversificate e mutevoli d'informazione dei vari gruppi di popolazione e l'attivazione di strategie mediatiche che permettano di selezionare meglio i media in funzione dei messaggi da veicolare e del pubblico da raggiungere.

Pur migliorando le modalità di gestione e di selezione, si propone di proseguire il cofinanziamento di programmi audiovisivi sull'UE mediante inviti a presentare proposte. Un simile approccio, sviluppato nel 2003 con un invito a presentare proposte da 8,5 milioni di euro, ha permesso di cofinanziare oltre 40 trasmissioni radio e televisive nell'EUR15. Un invito a presentare proposte, le cui modalità sono in corso di standardizzazione per limitare le esigenze di risorse umane, verrà lanciato nel 2004 dalle Rappresentanze EUR15e, dalla sede centrale in collaborazione con le REP, nel 2005.

Analogamente, è in corso di valutazione l'avvio di una cooperazione multilaterale tra i vari canali parlamentari o politici dell'EUR25, conformemente all'auspicio del Parlamento europeo espresso dalla relazione dell'on. Andreasen¹¹ e confermato nella relazione dell'on. Bayona¹². Il progetto, d'ora in poi denominato *Channel Europe* ha l'obiettivo, in un primo momento, di facilitare la cooperazione tra questi canali affinché possano sempre più far accedere i loro telespettatori all'informazione politica proveniente dagli altri Stati membri e dalle Istituzioni dell'Unione. Successivamente il progetto potrebbe sfociare in un canale d'informazione pubblica europea. Potranno ancora essere espresse raccomandazioni concrete per tale progetto nel corso del 2004.

¹¹ Risoluzione del 13 marzo 2002 P5_TA(2002)0109.

¹² Risoluzione del 10 aprile 2003 P5_TA(2003)0187.

4.1.3. EuroNews

La Comunicazione della Commissione del 9 luglio 2003 richiedeva una valutazione ad hoc del sostegno comunitario al canale Euronews. Tale valutazione è stata effettuata dalla società specializzata indipendente “Deloitte and Touche” in seguito a una gara d'appalto¹³. Essa è positiva. Le sue principali conclusioni sono le seguenti:

« Euronews is clearly relevant to EU Objectives.

“It is effective in achieving the objectives of providing EU-perspective information to a large number of people in several languages. Its effectiveness is inevitably limited by financial constraints.

“It is efficient as a partner for the Commission compared to comparable alternatives and to industry norms.

“Its utility is demonstrated by (limited) polling evidence of viewer attitudes, but it is again dependant on financial capacity...”

“...Given Euronews’ unique nature and position, we are of the opinion that no other pan-European channel would have been appropriate or efficient as an alternative for the partnership between the Commission and Euronews. Its average cost per hour of broadcasting is extremely low compared to European average costs of public service broadcasters.”

Tali valutazioni positive sono, per riassumere, basate sui seguenti elementi:

- In primo luogo, il successo di Euronews in termini di diffusione e di audience, nonché il suo forte radicamento nel paesaggio audiovisivo europeo.

Dal 1993, data delle sue prime trasmissioni, Euronews si è sviluppato in un mercato in rapidissima evoluzione, sia dal punto di vista dell’offerta che delle tecnologie. Così, mentre il numero di canali a diffusione nazionale o transnazionale è passato da 190 canali nel 1993, a 1.132 canali¹⁴ nel 2003, Euronews ha potuto estendere la sua rete di diffusione da 35 milioni a 151 milioni di famiglie. Il canale è attualmente diffuso in 7 lingue, tra cui il russo, via cavo e via satellite in 78 paesi, soprattutto in Europa e nei paesi vicini dell’UE (Europa dell’Est, Medio Oriente, Magreb). La sua audience è cresciuta fortemente raggiungendo, alla fine del 2003, oltre 7,1 milioni di persone al giorno (contro i 5,6 milioni del 2000).

D’altro canto, il sito web di Euronews attira oltre 500.000 visitatori al mese che accedono ad oltre 4 milioni di pagine e scaricano 3.000 ore d’informazione video.

In materia d’informazione europea, Euronews è diventato il canale di riferimento nel paesaggio audiovisivo dell’UE e dei paesi vicini.

- In secondo luogo, Euronews è il canale televisivo con i costi più bassi in Europa.

¹³ «Evaluation of Conventions and co-financing projects with Euronews in the period 1993-2003». Draft Final report DG Budg/2000/S 203-130610, Commissione europea, DG PRESS, Marzo 2004.

¹⁴ Cfr. « La télévision transfrontière dans l’union européenne : impact sur les marchés et aspects juridiques » Observatoire Européen de l’Audiovisuel, Conseil de l’Europe, marzo 2004.

Infatti, secondo gli studi a disposizione, il costo per ora di diffusione di Euronews è nettamente inferiore a quello degli altri canali televisivi¹⁵. Così, i fondi comunitari, nel 2004 di 3,6 milioni di euro, consentiranno di cofinanziare 112 ore di nuove produzioni e 1.426 ore di diffusione di trasmissioni europee, cioè 4 ore d'informazione **al giorno** per oltre 7,1 milioni di spettatori.

Sembra che non ci sia un altro mezzo d'informazione in grado di ottenere un simile rapporto qualità/rendimento/costo.

In conclusione, **a medio e lungo termine**, appare dunque come assolutamente giustificato, ed è questa la raccomandazione dei valutatori, conservare Euronews come uno dei partner della Commissione nell'ambito della realizzazione della sua strategia audiovisiva.

Per far questo, un metodo compatibile con le regole finanziarie consisterebbe nell'entrare in una logica di mercato. Essendo definita una strategia in materia di comunicazione audiovisiva, è possibile affidare ad Euronews una parte della sua esecuzione sotto forma di appalto di servizi negoziato. Un simile appalto potrebbe essere concluso per gli anni 2005 e seguenti, conformemente alle norme applicabili agli appalti pubblici in materia di servizi culturali¹⁶.

Un simile approccio permetterebbe d'altro canto di evitare qualsiasi problema relativo ad aspetti di concorrenza. Prima di tutto perché la procedura di appalto pubblico di servizi appartiene al diritto comunitario, e in secondo luogo perché consente di evitare qualsiasi sovracompensazione del servizio reso.

Per gli anni 2005-2007, il contributo comunitario dovrebbe essere compreso tra 9 e 12 milioni di euro su 3 anni.

A breve termine, nell'ambito dell'elaborazione del bilancio 2004, il Parlamento europeo ha assegnato alla linea 16.02.02 «*Informazioni per i cittadini attraverso i media*» 8.165.000 euro, accantonando 2 milioni in riserva con il commento seguente:

«Parte del presente stanziamento può essere assegnata ad EuroNews, nel rispetto delle disposizioni del Regolamento finanziario. Il credito iscritto a riserva sarà reso disponibile sulla base di una valutazione del PE di proposte presentate dalla Commissione, al più tardi per il 1° maggio, riguardanti le condizioni e gli obiettivi del finanziamento di EuroNews a carico del bilancio comunitario.»

In tale ottica, la Commissione potrebbe decidere di assegnare a Euronews, nel 2004 e sul bilancio del 2004, una sovvenzione di funzionamento di circa 2 milioni di euro¹⁷. Essa porterebbe il contributo della Commissione a EuroNews nel 2004 a circa 5,4 milioni di euro¹⁸, cioè a circa il 16,9 % del volume di affari del canale corrispondente alla percentuale dei tempi di trasmissione cofinanziata dalla Commissione.

¹⁵ Mac Kinsey & Company : « Organisatie-en efficiëntieverbeteringen Publieke Omroep », 2003.

¹⁶ Cfr. Direttiva 92/50/CEE del Consiglio del 18 giugno 1992 che coordina le procedure di aggiudicazione degli appalti pubblici di servizi, modificata dalle direttive 97/52/CE (Accordi OMC) e 2001/78/CE (formulari standard) che fa parte integrante delle nostre procedure di bilancio (articolo 126, lettera b) ME).

¹⁷ Articolo 108, paragrafo 2 del Regolamento Finanziario.

¹⁸ Di questi 5,4 milioni, 0,6 milioni sono finanziati sul bilancio 2001 e poco meno di 3 milioni sul bilancio 2003.

La sostenibilità finanziaria di Euronews è stata oggetto di un'analisi positiva durante la procedura di concessione della sovvenzione di azioni compiuta dalla Commissione nel dicembre 2003. Non essendo da allora cambiata la situazione, una simile sovvenzione non avrebbe lo scopo di garantire l'equilibrio dei conti di Euronews, ma al contrario corrisponderebbe alle raccomandazioni fatte alla Commissione dal valutatore. Essa permetterebbe di contribuire a un'accelerazione del rinnovamento dei mezzi di produzione di Euronews, e quindi al miglioramento della sua efficacia, della sua efficienza e così ad un'ulteriore crescita dell'audience. Sarebbe anche razionale dal punto di vista economico.

Per accordare una simile sovvenzione di funzionamento nel 2004 la Commissione dovrebbe adottare, prima del 30 aprile, una decisione di concessione conforme alle modalità previste dal Regolamento finanziario¹⁹.

Sarà opportuno, qualunque sia la decisione presa, informarne il Parlamento sulla base di una presentazione motivata con riferimento ai risultati della valutazione esterna di Euronews qui sopra presentati. Se la Commissione decidesse di proseguire la collaborazione con Euronews oltre il 2005, sarà opportuno prevederne le cifre ad hoc nei lavori preparatori del bilancio 2005 e successivi.

- Conferma del ruolo centrale di *EbS* e della gestione in formato digitale delle banche dati;
- Conferma dell'approccio centralizzato della politica audiovisiva della Commissione e dell'UE ;
- Estensione ai nuovi Stati membri della copertura audiovisiva dei grandi avvenimenti dell'UE ;
- Decisione di concedere una sovvenzione di funzionamento, conforme alle disposizioni del Regolamento finanziario e delle sue modalità di esecuzione, per l'anno 2004, nel più breve tempo possibile e per l'adozione prima del 30 aprile 2004;
- Definizione delle nuove modalità di collaborazione con Euronews per gli anni 2005 e successivi.

4.2. EUROPA – Seconda Generazione

Il 6 luglio 2001, la Commissione ha adottato la comunicazione "*EUROPA Seconda Generazione* - servizi WEB avanzati ai cittadini, alle imprese e agli altri utenti professionali" (C(2001)1753/2) nell'ambito del programma *eEurope*.

La comunicazione aveva lo scopo di sviluppare la dimensione interattiva di tale strumento, di adattarlo alla dimensione EUR25 e di renderlo più accessibile, attraverso una strategia di portali, a varie categorie di utenti.

Gli anni 2004 e 2005 saranno contraddistinti dall'inizio della migrazione dei siti della Commissione verso un nuovo ambiente di produzione e di gestione dell'informazione su Internet, a condizione tuttavia che le Direzioni generali vi dedichino le risorse necessarie. Questo processo è una condizione indispensabile al successo di *eCommission*.

¹⁹ In particolar modo all'articolo 108, paragrafo 1, lettera b) del Regolamento finanziario e all'articolo 168 lettera c) delle Modalità di esecuzione.

Per rispondere ai bisogni d'informazione generale dei 450 milioni di cittadini europei, la presentazione dell'informazione deve compiersi ai due primi livelli di accesso ai siti di Europa nelle 20 lingue ufficiali. Inoltre, sarà sviluppata una base dati multimediale per offrire un'informazione di base da completare ed adattare localmente su richiesta del pubblico. I centri e le reti d'informazione di seconda generazione potranno così evolversi verso delle *Cyber-antenne* che permettano un accesso gratuito all'informazione e ai servizi interattivi disponibili sul sito Europa.

Saranno inoltre sviluppati portali più specifici, rivolti a un pubblico mirato, ad esempio i cittadini che si spostano nell'Unione (giovani, studenti, persone in cerca di un impiego...), oppure utenti quotidianamente interessati dal punto professionale alle attività e alle normative dell'UE.

Va notato inoltre che le pubblicazioni della Commissione saranno sempre più oggetto di una gestione elettronica per coprire i bisogni in tempo reale dell'EUR25 e quindi contenere i costi di conservazione dei dati.

- Migrazione dei siti della Commissione verso un sistema avanzato di produzione e gestione dell'informazione su Internet;
- Sviluppo interattivo e multilingue di Europa II, mediante portali specifici cogestiti dalle Direzioni generali interessate al tema.

4.3. Sondaggi ed Europe Direct

4.3.1. Eurobarometro

L'attività «sondaggi» della Commissione rappresenta un valore di riferimento inestimabile sia per l'Unione europea che per gli Stati membri. Tale valore di riferimento va preservato e garantito a livello di EUR25. Questo vale particolarmente per lo strumento *Eurobarometro* (EB).

Per questo motivo è stata decisa l'attivazione di contratti-quadro *EB* standard/speciale e *EB* Flash che copriranno ciascuno i 25 Stati membri. Questi due strumenti dovranno essere operativi nell'autunno del 2004 per l'*EB* standard/speciale e fine 2004 per l'*EB* Flash.

Si pone inoltre la questione, nella prospettiva dell'allargamento, dell'inquadramento dell'attività «sondaggi» e in particolar modo dell'*Eurobarometro*. La Commissione dovrà essere in grado di procedere al controllo necessario allo sviluppo di tale attività.

D'altro canto, la Commissione realizza degli studi "*qualitativi*" per le esigenze di tutte le Direzioni generali che coprono già i 25 Stati membri (ed anche i 28) grazie alla stipula di un nuovo contratto-quadro a partire da quest'anno.

4.3.2. Europe Direct (00 800 6 7 8 9 10 11 – <http://europa.eu.int/europedirect>)

Il servizio offre un numero unico gratuito come pure un formulario elettronico per rispondere alle domande dei cittadini sull'insieme delle politiche comunitarie direttamente nella loro lingua. Il servizio è già stato adattato alle esigenze dei 25 Stati membri e verrà inoltre integrato nella strategia d'informazione e di comunicazione dell'UE, tanto nella sua dimensione interistituzionale (contributo alla preparazione delle prossime elezioni europee) quanto nella sua dimensione di partner degli Stati membri e dei vari centri e reti dell'UE.

Il 1° maggio 2004 al più tardi, tutti i cittadini dei nuovi Stati membri avranno accesso al servizio *Europe Direct*. Un numero unico gratuito valido per tutto il territorio dell'Unione allargata sarà operativo sin dalla prossima primavera.

Sviluppo di *Eurobarometro* e di *Europe Direct* su base interistituzionale a vantaggio della strategia d'informazione e di comunicazione dell'UE.

CONCLUSIONE

Per avere successo, la strategia d'informazione e di comunicazione dell'Unione europea decisa il 2 luglio 2002 deve essere adottata al più alto livello politico, e deve basarsi essa stessa sulle priorità politiche delle Istituzioni.

Gli anni futuri dovranno essere impiegati per consolidare i risultati della strategia d'informazione e di comunicazione dell'UE dal luglio 2002.

Infatti, l'allargamento dell'Unione non fa che rafforzare l'importanza dei concetti di partenariato e di decentramento che stanno alla base di tale strategia.

Il successo della sua realizzazione dipenderà dai compiti che si prefiggeranno di svolgere la Commissione e gli Stati membri in un settore sempre crescente come quello della comunicazione e delle risorse disponibili.

Per quanto riguarda la Commissione, essa dovrà consolidare il ruolo d'impulso, di coordinamento e di programmazione dal Centro, ma anche di definire meglio i compiti delle Rappresentanze conformemente alle rispettive risorse.

SCHEDA FINANZIARIA LEGISLATIVA

Settore(i) politico(i): 16 – STAMPA E COMUNICAZIONE

Attività:

- 16 01 – Spese amministrative del settore stampa e comunicazione
- 16 02 – Informazioni ai media sulle decisioni e sulle politiche della Commissione
- 16 03 – Analisi delle tendenze dell'opinione pubblica e sviluppo delle informazioni generali per i cittadini
- 16 04 – Gestione integrata dei mezzi di comunicazione (a livello centrale e locale)
- 16 05 – Coordinamento dei centri e delle reti d'informazione nell'Unione europea

DENOMINAZIONE DELL'AZIONE: ATTUAZIONE DELLA STRATEGIA D'INFORMAZIONE E DI COMUNICAZIONE DELL'UNIONE EUROPEA

1. LINEA(E) DI BILANCIO + DENOMINAZIONE(I)

- 16 01 04 01 (ex – B3-300A) – Azioni generali d'informazione sull'Unione europea – Spese di gestione amministrativa
- 16 01 04 02 (ex – B3-301A) – Centri d'informazione – Spese di gestione amministrativa
- 16 01 04 03 (ex - B3-306A) – Azioni informative su politiche specifiche – Spese di gestione amministrativa
- 16 01 04 04 (ex – B3-303A) – Azioni di comunicazione – Spese di gestione amministrativa
- 16 49 04 01 (ex – B3-300A) – Azioni generali d'informazione sull'Unione europea Spese di gestione amministrativa (Stanziamenti 2004)
- 16 49 04 02 (ex – B3-301A) – Centri d'informazione – Spese di gestione amministrativa (Stanziamenti 2004)
- 16 49 04 03 (ex - B3-306A) – Azioni informative su politiche specifiche – Spese di gestione amministrativa (Stanziamenti 2004)
- 16 49 04 04 (ex – B3-303A) – Azioni di comunicazione – Spese di gestione amministrativa (Stanziamenti 2004)
- 16 02 02 (ex – B3-3000B) – Informazioni per i cittadini attraverso i media
- 16 02 03 (ex – B3-3030B) – Comunicazione diretta – Media
- 16 02 04 (ex – A-421) – Utilizzazione degli studi radiofonici e televisivi e attrezzature audiovisive
- 16 03 01 (ex – B3-3000B) – Analisi dell'opinione pubblica e azioni di ravvicinamento
- 16 03 02 (ex – B3-3030B) – Azioni nel settore della comunicazione

16 04 02 (ex – B3-3000B) – Strumenti d'informazione per i cittadini

16 04 03 (ex – B3030B) – Strumenti di comunicazione

16 05 01 (ex – B3-301) – Centri d'informazione

16 01 02 01 (ex – A7) – Personale esterno della DG PRESS

16 01 02 11 (ex – A7) – Altre spese di gestione della DG PRESS

2. DATI GLOBALI IN CIFRE

2.1 Dotazione totale dell'azione (ex parte B): 63,835 milioni di euro in SI nel 2005

2.2 Periodo di applicazione:

2004-2006

2.3 Stima globale pluriennale delle spese:

a) Scadenario stanziamenti di impegno/stanziamenti di pagamento (intervento finanziario) (cfr. punto 6.1.2)

Milioni di euro (fino a 3 decimali)

Linee 16 02 - 16 05	2004	2005	2006	Totale
Stanziamenti d'impegno (SI)	60,705	59,050	59,450	179,205
Stanziamenti di pagamento (SP)	51,900	53,200	53,200	158,300

b) Assistenza tecnica ed amministrativa (ATA) e spese di supporto (SDS) (cfr. punto 6.1.2)

Milioni di euro (fino a 3 decimali)

Linee 16 01 04	2004	2005	2006	Totale
Stanziamenti d'impegno (SI)	4,464	4,785	4,785	14,034
Stanziamenti di pagamento (SP)	2,869	4,785	4,785	12,439

Totale parziale a+b	2004	2005	2006	Totale
Stanziamenti d'impegno (SI)	65,169	63,835	64,235	193,239
Stanziamenti di pagamento (SP)	54,769	57,985	57,985	170,739

c) Incidenza finanziaria globale delle risorse umane e altre spese di funzionamento (*cf. punti 7.2 e 7.3*)

	2004	2005	2006	TOTALE
SI/SP	1,300	1,300	1,300	3,900

TOTALE a+b+c	2004	2005	2006	TOTALE
SI	66,469	65,135	65,535	197,139
SP	56,069	59,285	59,285	174,639

2.4 **Compatibilità con la programmazione finanziaria e le prospettive finanziarie**

La proposta è compatibile con la programmazione finanziaria in vigore

2.5 **Incidenza finanziaria sulle entrate**

Nessuna incidenza finanziaria

3. **CARATTERISTICHE DI BILANCIO**

Natura della spesa		Nuova	Partecipazione EFTA	Partecipazione paesi candidati	Rubrica PF
SNO	SD/SND	NO	NO	NO	3 e 5

4. **BASE GIURIDICA**

Le attività in questione rientrano nelle prerogative istituzionali della Commissione.

5. **DESCRIZIONE E GIUSTIFICAZIONE**

5.1 **Necessità di un intervento comunitario**

5.1.1 *Obiettivi perseguiti*

Nel corso della riunione dell'11 novembre 2003, la Commissione ha preso atto del fatto " *che il Commissario Vitorino le sottoporrà, ..., una comunicazione riguardante l'attuazione della strategia d'informazione e di comunicazione dopo il 2004*".

Per strategia d'informazione e di comunicazione s'intende il quadro di riferimento della comunicazione destinata al grande pubblico (e non di tutte le azioni d'informazione della Commissione) così come definito nella comunicazione della Commissione del 2 luglio 2002 (COM(2002)350 definitivo).

Tale **strategia** basata al tempo stesso su un potenziamento della cooperazione interistituzionale e sullo sviluppo di partenariati strutturati con gli Stati membri, è stata sostenuta dal Consiglio nelle sue conclusioni del 10 dicembre 2002 e dal Parlamento europeo nella sua risoluzione del 10 aprile 2003, in seguito alla relazione Bayona.

L'obiettivo principale consiste nel "migliorare la percezione dell'Unione europea e delle sue istituzioni nonché della loro legittimità facendone conoscere e comprendere in modo più approfondito i compiti, la struttura e le realizzazioni e stabilendo un dialogo con i cittadini".

Tutto ciò passa attraverso un potenziamento della pianificazione delle azioni d'informazione nell'ambito della cooperazione interistituzionale, e attraverso una precisazione delle procedure di attuazione.

L'attuazione deve svilupparsi in un contesto nuovo caratterizzato da una parte dalle conseguenze dell'applicazione del nuovo Regolamento finanziario e delle sue modalità di esecuzione, e dall'altra dal necessario adeguamento delle risorse disponibili nella prospettiva dell'allargamento.

5.1.2 Disposizioni adottate in relazione alla valutazione ex ante

La realizzazione della strategia proposta si basa sull'insieme dei sondaggi d'opinione e degli studi disponibili presso la DG PRESS. Più specificatamente, la presente comunicazione (punto I.2.) si basa sulla «Relazione dello studio qualitativo riguardante l'orientamento della comunicazione dell'UE» compiuto dalla società OPTEM nel gennaio 2004. Tale studio ribadisce l'assoluta necessità di strutturare la comunicazione della Commissione attorno ad esempi concreti che traducano gli obiettivi politici dell'Unione europea.

5.1.3 Disposizioni adottate in relazione alla valutazione ex post

Essendo stata creata la funzione «Valutazione» nell'ottobre 2003 presso la DG PRESS, il piano di gestione della DG PRESS definirà ogni anno i principali assi della valutazione da sviluppare.

5.2 Azioni previste e modalità dell'intervento di bilancio

Le linee di bilancio interessate dipendono dal Settore politico «Stampa e comunicazione» (titolo 16).

Le azioni previste riguardano essenzialmente le azioni generali d'informazione mediante il partenariato con gli Stati membri, la questione del finanziamento dei centri e delle reti d'informazione dell'UE, nonché i gli strumenti di comunicazione centralizzati e decentrati di cui dispone la Commissione.

Le modalità di gestione proposte per il partenariato con gli Stati membri (cfr. il successivo punto 5.3) possono inoltre essere utilizzate per la realizzazione delle azioni di informazioni PRINCE²⁰.

²⁰

- Dibattito sul futuro dell'Unione europea (linea di bilancio 25 03 02),
- Strategia d'informazione e di comunicazione / Allargamento (linea di bilancio 22 04 01),
- Spazio di libertà, sicurezza e giustizia (linea di bilancio 18 08 01),
- Comunicazione sull'Unione economica e monetaria, compreso l'euro (linea di bilancio 01 02 04),
- Ruolo dell'Unione europea nel mondo (linea di bilancio 16 04 05).

5.3 Modalità di realizzazione

Gli obiettivi saranno perseguiti principalmente attraverso tre tipi d'intervento:

– **Partenariato con gli Stati membri:**

Nell'ambito della comunicazione della Commissione del 2 luglio 2002 su una Strategia d'informazione e di comunicazione per l'Unione europea (COM(2002)350 definitivo), con riferimento alle disposizioni del nuovo Regolamento finanziario, la realizzazione delle azioni d'informazione e di comunicazione per il tramite degli Stati membri si basa su un partenariato tra la Commissione e gli Stati membri, cioè sulla condivisione, attorno a un progetto di comunicazione concordato, delle rispettive capacità di azione di ciascuna delle parti.

Sono previsti tre tipi di partenariato:

- 1) **Partenariato di gestione:** sistema realizzato mediante una gestione centralizzata indiretta che affida, tramite una decisione della Commissione, la gestione delle attività d'informazione agli Stati membri.
- 2) **Partenariato *ad hoc*:** semplice cofinanziamento di azioni specifiche realizzate dagli Stati membri. Questi sono i beneficiari finali delle sovvenzioni (concesse sulla base di una decisione della Commissione²¹) e non intermediari nell'attuazione della strategia. Tale opzione comporta la possibilità di applicare lo schema della convenzione-quadro (accompagnata da convenzioni specifiche) per un periodo di 4 anni.
- 3) **Partenariato strategico:** il finanziamento delle azioni avviene in modo separato ma complementare sulla base di un progetto comune di comunicazione.

– **Centri e reti d'informazione:**

La Commissione si avvale, per la realizzazione delle sue attività d'informazione al cittadino, di una rete di oltre 1.000 centri d'informazione. Soltanto gli Info-Point Europe (IPE) e i Centri d'informazione e di animazione rurali, 266 nel 2004, possono beneficiare di una sovvenzione (di funzionamento) comunitaria.

In previsione dell'elaborazione di questo nuovo quadro di azione per i centri e le reti d'informazione (seconda generazione) nell'ambito di EUR25, la Commissione manterrà il sostegno concesso a tali organismi sotto forma di assistenza tecnica unita ad altri finanziamenti diretti per il funzionamento di tali strutture. Le modalità previste di gestione dei finanziamenti sono le seguenti:

- 1) **EUR 15: gestione diretta** (pubblicazione di un **invito a presentare proposte** per la selezione delle strutture ospitanti dei centri e delle reti, conformemente alle norme del RF) o **gestione centralizzata indiretta**, per gli Stati membri che la preferiscono;
- 2) **EUR 10: gestione centralizzata indiretta** (la realizzazione dei centri d'informazione sarà affidata agli Stati membri che la accettano, mediante una decisione della Commissione).

²¹ Destinata a convalidare la situazione di monopolio di diritto o di fatto del beneficiario della sovvenzione (Stato membro) in funzione dell'azione prevista.

La Commissione si avvale di tre Grandi Centri nazionali, situati a Lisbona, Parigi e Roma, di cui è membro fondatore. Essi sono costituiti sotto forma di gruppi europei di interesse economico (Lisbona e Roma) o di gruppo d'interesse economico (Parigi), e finanziati al 50% insieme agli Stati membri interessati.

Per far fronte alle esigenze di sviluppo della strategia d'informazione e di comunicazione e per conformarsi alle istanze già espresse da diversi Stati membri, si propone di fissare come obiettivo, a partire dai tre Grandi Centri esistenti e prima di prevedere lo sviluppo di tali strutture a livello di Unione allargata, di procedere a una valutazione complessiva dell'utilità e dell'impatto delle azioni condotte da questi tre Grandi Centri. Inoltre, alcuni orientamenti relativi alla partecipazione della Commissione in organismi di diritto privato saranno oggetto di una comunicazione del Segretariato generale, che sarà tra breve sottoposta al Collegio. Ogni sviluppo o evoluzione dei Grandi Centri è dunque subordinato al rispetto di tali due condizioni preliminari.

– **Sinergia degli strumenti di azione della Commissione**

Per portare a termine le azioni qui appresso descritte, la Commissione dispone inoltre di diversi strumenti di azione.

1) Mezzi e strumenti di comunicazione:

- Audiovisivo:
 - Potenziamento della cooperazione multilaterale tra i vari canali parlamentari o politici (progetto Channel Europe); dopo lo studio in corso, saranno emanate raccomandazioni nel 2004;
 - Ricorso al cofinanziamento di programmi audiovisivi sull'UE mediante inviti a presentare proposte;
 - Prosecuzione dei seminari d'informazione per i giornalisti;
 - Creazione di una base di cooperazione futura con EuroNews sulla base di una sovvenzione di funzionamento nel 2004 (che richiede una decisione della Commissione) e di una procedura di appalto negoziata a partire dal 2005.
- EUROPA – Seconda generazione: migrazione dei siti della Commissione verso un nuovo sistema di produzione e di gestione dell'informazione su Internet e sviluppo interattivo e multilingue di Europa II (in corso).
- Sondaggi, soprattutto Eurobarometro: adattamento a un'Unione allargata (in corso)
- Gestione di Europe Direct (servizio di chiamata gratuita per rispondere alle domande dei cittadini nella loro lingua su tutta l'attività comunitaria).

2) Rappresentanze della Commissione negli Stati membri (p.m.):

La trasformazione delle delegazioni nei nuovi Stati membri in Rappresentanze, dovrebbe portare nell'agosto 2005 a una rete omogenea di Rappresentanze. Le nuove Rappresentanze perseguiranno dopo questo periodo un progressivo potenziamento della loro attività.

Le opzioni di riferimento utilizzate per calcolare l'incidenza finanziaria, sul personale e sulle spese amministrative (punti 6 e 7 qui appresso) sono le seguenti:

Per il partenariato con gli Stati membri:

- Partenariato di gestione: comporta la preparazione in sede degli strumenti giuridici/finanziari e la loro negoziazione con le autorità pubbliche degli Stati membri attraverso le Rappresentanze, dato che la loro esecuzione e il loro controllo rimangono sotto la responsabilità dei servizi ordinatori (non sono previste sottodeleghe delle linee PRINCE).

Per i centri d'informazione (Info-Point e Centri rurali):

- Gestione centralizzata indiretta (per i paesi EUR 10 e i paesi EUR 15 che la preferiscono) e invito a presentare proposte (per i paesi EUR 15 che preferiscono non beneficiare di una gestione indiretta)

Per l'audiovisivo (EuroNews):

- Sovvenzione di funzionamento nel 2004 (è necessaria una decisione della Commissione per la concessione della sovvenzione) e appalti di servizi a partire dal 2005.

6. INCIDENZA FINANZIARIA

6.1 Incidenza finanziaria totale sulla parte operativa (ex-parte B).

6.1.1 Intervento finanziario

Impegni in milioni di euro (fino a tre decimali)

	2004	2005	2006	TOTAL
16.02 02 Informazioni per i cittadini attraverso i media	10,165 8.100(*)	9,000 9,000 (*)	9,000 9,000 (*)	28,165 26,100 (*)
16.02 03 Comunicazione diretta - Media	2,710 1,000 (*)	2,600 1,100 (*)	3,000 1,100 (*)	8,300 3,200 (*)
16.03 01 Analisi dell'opinione pubblica e azioni di prossimità	6,800 4,585 (*)	8,000 6,000 (*)	8,000 6,000 (*)	22,800 16,585 (*)
16.03 02 Azioni nel settore della comunicazione	9,890 1,000 (*)	8,650 1,000 (*)	8,650 1,000 (*)	27,190 3,000 (*)
16.04 02 Strumenti d'informazione per i cittadini	9,650 2,460 (*)	7,300 2,500 (*)	7,300 2,500 (*)	24,250 7,460 (*)
16.04 03 Strumenti di comunicazione	4,400 2,150 (*)	5,750 3,450 (*)	5,750 3,450 (*)	15,900 9,050 (*)

16.05 01 Centri d'informazione	17,100 7,682 (*)	17,750 15,782 (*)	17,750 15,782 (*)	52,600 39,246 (*)
TOTALE	60,715 26,977 (*)	59,050 38,832 (*)	59,450 38,832 (*)	179,205 104,641 (*)

(*) Gli importi in corsivo fanno parte degli stanziamenti per ogni linea di bilancio e corrispondono all'impatto di bilancio presentato nella tabella 6.2.

6.1.2 Assistenza tecnica ed amministrativa (ATA), spese di sostegno (SDS)

Impegni in milioni di euro (fino a tre decimali)

	2004	2005	2006	TOTALE
16.01 04 01 Azioni generali d'informazione sull'Unione europea — Spese di gestione amministrativa (ex B3-300A)	0,180	0,180	0,180	0,540
16.01 04 02 Centri d'informazione — Spese di gestione amministrativa (ex B3-301A)	0,292	0,325	0,325	0,942
16.01 04 03 Prince (programma d'informazione del cittadino europeo) — Azioni informative su politiche specifiche — Spese di gestione amministrativa (ex B3-306A)	2,592	2,880	2,880	8,352
16.01 04 04 Azioni di comunicazione — Spese di gestione amministrativa (ex B3-303A)	1,400	1,400	1,400	4,200
TOTALE	4,464	4,785	4,785	14,034

6.2. Calcolo del costo per ciascuna delle misure previste

Impegni in milioni di euro (fino a tre decimali)

Ripartizione	Tipo di realizzazioni	Numero di realizzazioni	Costo unitario medio	Costo totale 2005
	1	2	3	4=(2X3)
<u>16 02 02</u> <u>Informazioni per i cittadini attraverso i media</u>				<u>9,000</u>
Euronews	Finanziamento di coproduzione	Una convenzione da firmare nel 2005	4,000 (importo annuale)	4,000
Altre azioni nel campo degli audiovisivi	Invito a presentare proposte nel campo degli audiovisivi	1 (mediante vari contratti quadro)		4,400
	Seminari d'informazione per giornalisti	numero variabile (sulla base di un contratto quadro)		0,600
<u>16 02 03</u> <u>Comunicazione diretta - Media</u>				<u>1,100</u>
Altre azioni nel campo degli audiovisivi	Capacità di produzione per coprire l'attualità	1 (mediante vari contratti quadro)		1,100

<u>16 03 01</u>				
<u>Analisi dell'opinione pubblica e azioni di ravvicinamento</u>				
Partenariati con gli Stati membri (1)	Convenzioni di partenariato	8		<u>6,000</u>
Sondaggi	Eurobarometro (EB) e sondaggi specifici	2 contratti quadro(EB std/speciale e EB Flash)		0,500 5,500
<u>16 03 02</u>				
<u>Azioni nel settore della comunicazione</u>				
Partenariati con gli Stati membri (1)	Convenzioni di partenariato	17		<u>1,000</u>
<u>16 04 02</u>				
<u>Strumenti d'informazione per i cittadini</u>				
Europe Direct	Call center	1		<u>2,500</u>
<u>16 04 03</u>				
<u>Strumenti di comunicazione</u>				
Europa	Nuovo sistema avanzato	1 (mediante vari contratti quadro)		3,100
Altre azioni nel campo degli audiovisivi	Mediateca	1 (sulla base di 3 contratti quadro)		0,350
<u>16 05 01</u>				
<u>Centri d'informazione</u>				
Centri e reti	Sovvenzione alle strutture ospitanti delle antenne	Antenne attuali (266)		5,292
		+ 18 nuove antenne per ogni nuovo Stato membro	0,020	3,600
	Contributi ai Grandi Centri	3 Grandi Centri attuali		2,390
		+ 22 nuovi Grandi Centri (di cui 9 nel 2005)	0,500 (contributo per l'avvio)	4,500
COSTO TOTALE				<u>38,832</u>

(1) Gli stanziamenti menzionati riguardano soltanto le azioni d'informazione «istituzionali» realizzate dalla DG PRESS. Le convenzioni di partenariato corrispondenti potranno inoltre essere utilizzate per gli stanziamenti PRINCE che sono di competenza di altre DG.

A titolo informativo, gli stanziamenti PRINCE iscritti al bilancio 2004, e per i quali il ricorso a convenzioni costituisce una modalità di gestione prevista, ammontano a:

- PRINCE – Dibattito sul futuro dell'Unione europea (25 03 02): 4,5 milioni di euro
- PRINCE – Strategia d'informazione e di comunicazione / Allargamento (22 04 01): 16,5 milioni di euro.

A titolo informativo, le altre linee di bilancio PRINCE riguardano i settori seguenti (bilancio 2004):

- PRINCE – Comunicazione sull'Unione economica e monetaria, compreso l'euro(01 02 04): 6 milioni di euro
- PRINCE – Spazio di libertà, sicurezza e giustizia (18 08 01): 3 milioni di euro
- PRINCE – Ruolo dell'Unione europea nel mondo (16 04 05): 4 milioni di euro.

7. INCIDENZA SUL PERSONALE E SULLE SPESE AMMINISTRATIVE

7.1. Incidenza sulle risorse umane

Tipi di posti	Personale da assegnare alla gestione dell'azione avvalendosi delle risorse esistenti e/o supplementari		Totale	Descrizione delle mansioni inerenti all'azione
	Numero di posti permanenti	Numero di posti temporanei		
Funzionari o Agenti temporanei	N/A Tenuto conto della decisione della Commissione sull'APS 2005			
Altre risorse umane				
Totale				

Il fabbisogno di risorse umane e amministrative individuato per l'attuazione delle opzioni menzionate al punto 5.3 è così stimato:

- per la preparazione delle convenzioni nel quadro dei partenariati con gli Stati membri e l'assistenza tecnica per la loro attuazione (1 A, 1 B);
- per l'elaborazione e la gestione di una rete allargata di centri d'informazione (5 A, 4 B e 3 C)²²;
- per l'elaborazione e la gestione di nuovi grandi centri d'informazione (7 B, 6 C)²³;
- per il potenziamento delle azioni di coordinamento operativo per tutte le attività intraprese dalle Rappresentanze (1 A, 1 C).

I servizi ordinatori della Commissione s'impegnano a mettere a punto i meccanismi di gestione appropriati, attraverso proposte giuridiche necessarie per attuare la strategia d'informazione e di comunicazione della Commissione, nell'ambito delle risorse umane e di bilancio che saranno assegnate.

7.2 Incidenza finanziaria globale delle risorse umane

N/A

²² Questa domanda è stata oggetto di un accordo del 14 aprile 2004 tra il Presidente, il sig. Vitorino e la sig.ra Schreyer sulla base dei seguenti elementi:

- 5 posti supplementari per una disponibilità immediata nel 2004;
- 3 posti supplementari nel 2005;
- 4 posti da redistribuire nel 2004 da parte della DG PRESS.

²³ Domanda indicativa senza pregiudizio per il risultato della valutazione e della comunicazione in preparazione sulla partecipazione della Commissione a degli organismi di diritto privato.

7.3 Altre spese di funzionamento derivanti dall'azione

Linea di bilancio (n° e denominazione)	Importo in EUR	Modalità di calcolo
16 02 04 – Utilizzazione degli studi radiofonici e televisivi e attrezzature audiovisive	1.300.000 euro	Sviluppo di Europe by Satellite (EbS) per lavorare in 21 lingue (in corso) e adeguamento degli strumenti audiovisivi (produzione, mediateca) gestiti in formato digitale (in corso).
Totale	1.300.000 euro	

Gli importi corrispondono alle spese totali dell'azione per 12 mesi.

I.	Totale annuale (7.2 + 7.3)	1.300.000 euro
II.	Durata dell'azione	3 anni
III.	Costo totale dell'azione (I x II)	3.900.000 euro

8. MONITORAGGIO E VALUTAZIONE

8.1 Sistema di monitoraggio

Per i partenariati con gli Stati membri, viene assicurato un monitoraggio di tutte le azioni dalle unità operative in sede e dalle Rappresentanze attraverso le cellule di coordinamento con gli Stati membri in cui esse sono rappresentate.

Per quanto riguarda i centri e le reti d'informazione, nonché gli strumenti di azione della DG PRESS, verrà potenziato il sistema di monitoraggio interno alla DG PRESS allo scopo di garantire una mobilitazione ottimale delle risorse in un contesto nuovo (allargamento, nuove convenzioni conformi al regolamento finanziario, controlli rafforzati, ecc).

8.2 Modalità e periodicità della valutazione prevista

Saranno effettuate valutazioni ricorrenti a partire dal 2004 secondo una metodologia di valutazione propria della DG PRESS analoga alla valutazione in corso delle attività PRINCE.

Nell'ambito delle valutazioni sulle attività dei centri d'informazione, sarà condotta una valutazione specifica nel 2005, secondo la metodologia di valutazione della DG PRESS, in particolar modo sulla base delle relazioni finali delle attività dei centri d'informazione, dei rapporti dei controlli in loco, delle relazioni/analisi fornite dagli Uffici di rappresentanza della Commissione, ecc. Tale valutazione terrà conto inoltre delle attività di assistenza tecnica fornite ai centri dai servizi della Commissione (formazione, documentazione, informazione, servizi audiovisivi ed elettronici, ecc.). L'esecuzione di questa valutazione sarà affidata all'esterno.

9. MISURE ANTIFRODE

Saranno applicate le disposizioni della regolamentazione finanziaria, relative all'esecuzione del bilancio, e in particolar modo alle misure di controllo.

In materia di sovvenzioni, le disposizioni contenute nelle convenzioni stipulate tra la Commissione e i beneficiari prevedono la possibilità di un controllo in loco presso i beneficiari diretti delle sovvenzioni comunitarie, da parte della Commissione o della Corte dei conti, nonché la possibilità di esigere qualunque documento giustificativo delle spese effettuate nel quadro delle convenzioni, durante i cinque anni che seguono il pagamento del saldo della sovvenzione.

I beneficiari di sovvenzioni sono inoltre soggetti ad obblighi di relazione e di rendicontazione finanziaria, che sono analizzati sia dal punto di vista del contenuto che dell'ammissibilità delle spese, conformemente all'oggetto del finanziamento comunitario.

È importante sottolineare che l'effettuazione di controlli prima dei pagamenti comprenderà qualsiasi elemento obiettivo di verifica che il beneficiario è in grado di fornire, come la certificazione di documenti finanziari.