



European
Commission



COMUNICARE L'EUROPA

Francesco Laera
Commissione europea, Rappresentanza a Milano

LA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE IN EUROPA



Perché comunicare?

- Non esplicitiva base giuridica → Carta dei diritti fondamentali e art. 352 TFUE
- L'UE ha la responsabilità di comunicare le proprie decisioni e attività ai cittadini dell'Unione e alle altre parti interessate → vita democratica e cittadinanza europea.

Come comunicare – I principi

Dal 2005 la Commissione ha presentato numerosi documenti strategici sulla comunicazione

Tre principi portanti:

- **ascoltare** i cittadini e prendere in considerazione le loro opinioni e preoccupazioni;
- **spiegare** come le politiche dell'Unione europea influenzano la vita quotidiana dei cittadini;
- stabilire **contatti** con il pubblico a livello locale, rivolgendosi ai cittadini nel loro contesto nazionale o locale, avvalendosi dei loro mezzi di comunicazione preferiti.

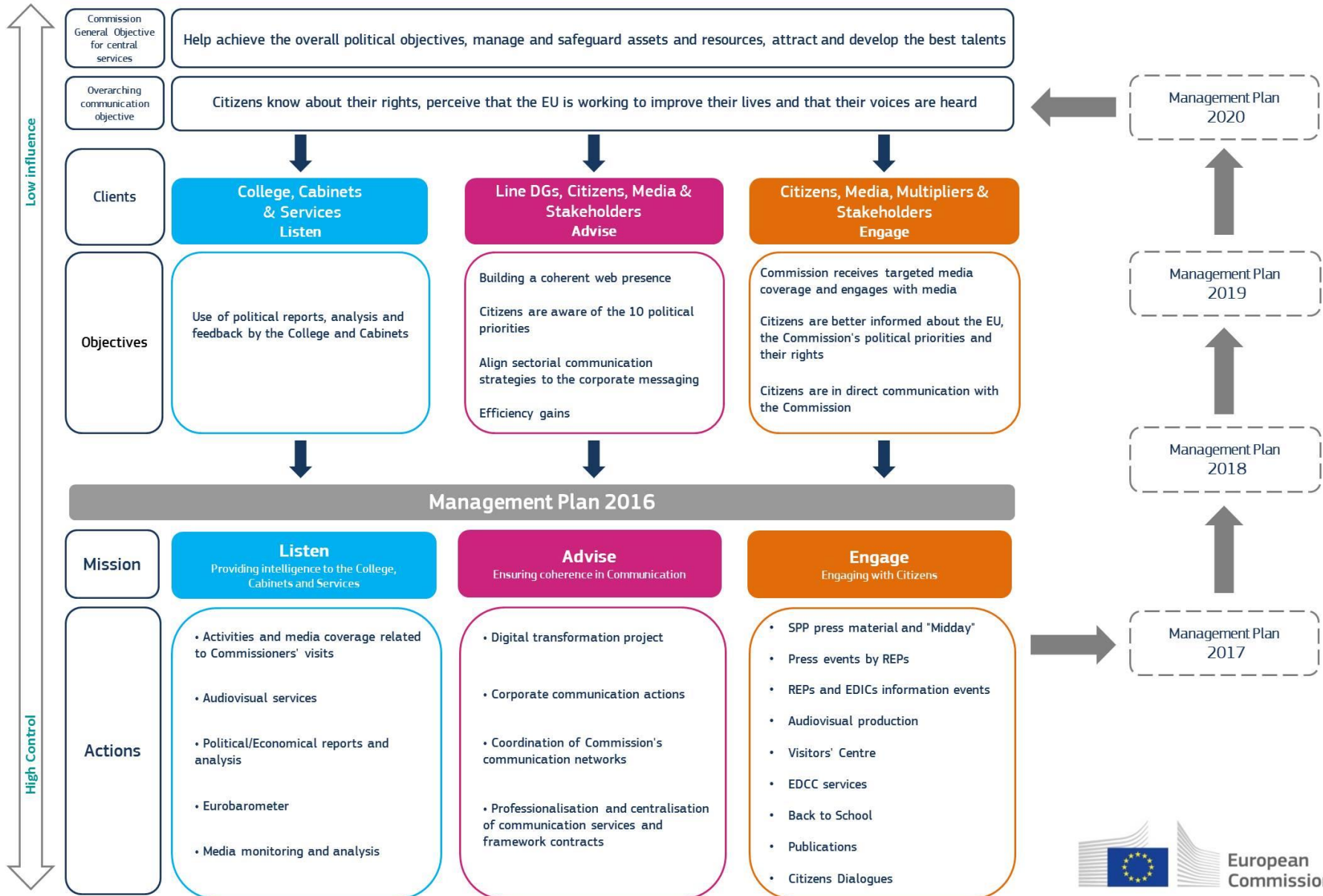
Listen Advise Engage

DG COMM,

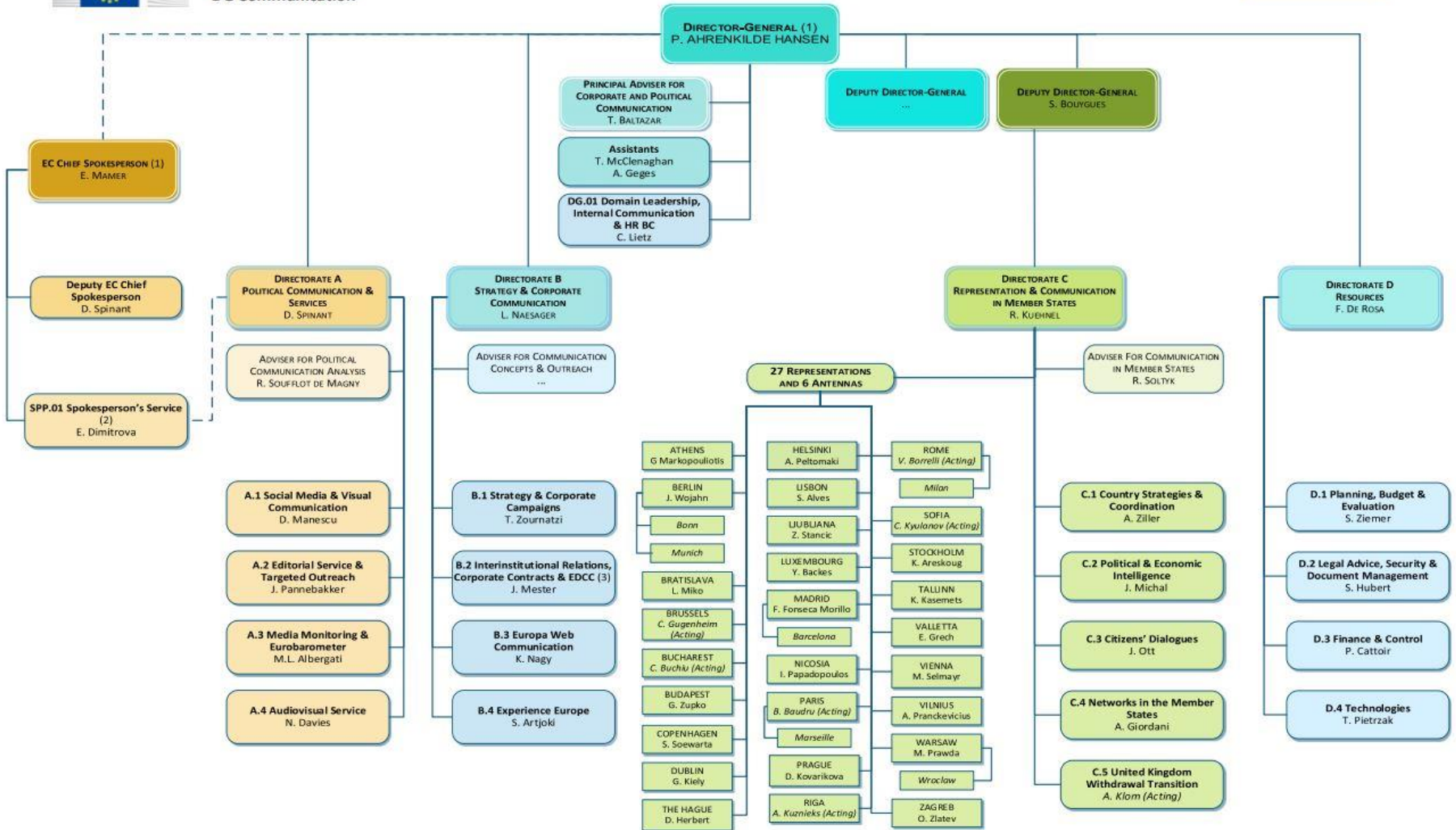
as a corporate communication service,
brings Europe closer to its citizens

DG COMM – Planning for Success

Strategic Plan 2016-2020



* For more information visit the 'Strategic Planning & Programming' section on MyDGCOMM





DIRECTOR-GENERAL (1)
P. AHRENKILDE HANSEN

PRINCIPAL ADVISER FOR CORPORATE AND POLITICAL COMMUNICATION
T. BALTAZAR

Assistants
T. McClenaghan
A. Geges

DG.01 Domain Leadership, Internal Communication & HR BC
C. Lietz

DEPUTY DIRECTOR-GENERAL
....

DEPUTY DIRECTOR-GENERAL
S. BOUYGUES

DIRECTORATE B
STRATEGY & CORPORATE COMMUNICATION
L. NAESAGER

ADVISER FOR COMMUNICATION CONCEPTS & OUTREACH
...

B.1 Strategy & Corporate Campaigns
T. Zournatzi

B.2 Interinstitutional Relations, Corporate Contracts & EDCC (3)
J. Mester

B.3 Europa Web Communication
K. Nagy

B.4 Experience Europe
S. Artjoki

ATHENS
G. Markopoulotis

BERLIN
J. Wojahn

Bonn

Munich

BRATISLAVA
L. Miko

BRUSSELS
C. Gugenheim (Acting)

BUCHAREST
C. Buchu (Acting)

BUDAPEST
G. Zupko

COPENHAGEN
S. Soewarta

DUBLIN
G. Kiely

THE HAGUE
D. Herbert

27 REPRESENTATIONS AND 6 ANTENNAS

HELSINKI
A. Peltomaki

LISBON
S. Alves

LJUBLJANA
Z. Stancic

LUXEMBOURG
Y. Backes

MADRID
F. Fonseca Morillo

Barcelona

NICOSIA
I. Papadopoulos

PARIS
B. Baudru (Acting)

Marseille

PRAGUE
D. Kovarikova

RIGA
A. Kuznieks (Acting)

ROME
V. Borrelli (Acting)

Milan

SOFIA
C. Kyulovov (Acting)

STOCKHOLM
K. Areskoug

TALLINN
K. Kasemets

VALLETTA
E. Grech

VIENNA
M. Selmayr

VILNIUS
A. Prankevicius

WARSAW
M. Prawda

Wroclaw

ZAGREB
O. Zlatev

DIRECTORATE C
REPRESENTATION & COMMUNICATION IN MEMBER STATES
R. KUEHNEL

ADVISER FOR COMMUNICATION IN MEMBER STATES
R. SOLTNYK

C.1 Country Strategies & Coordination
A. Ziller

C.2 Political & Economic Intelligence
J. Michal

C.3 Citizens' Dialogues
J. Ott

C.4 Networks in the Member States
A. Giordani

C.5 United Kingdom Withdrawal Transition
A. Klam (Acting)

DIRECTORATE D
RESOURCES
F. DE ROSA

D.1 Planning, Budget & Evaluation
S. Ziemer

D.2 Legal Advice, Security & Document Management
S. Hubert

D.3 Finance & Control
P. Cattoir

D.4 Technologies
T. Pietrzak

DIRECTORATE A
POLITICAL COMMUNICATION & SERVICES
D. SPINANT

ADVISER FOR POLITICAL COMMUNICATION ANALYSIS
R. SOULFLOT DE MAGNY

A.1 Social Media & Visual Communication
D. Manescu

A.2 Editorial Service & Targeted Outreach
J. Pannebakker

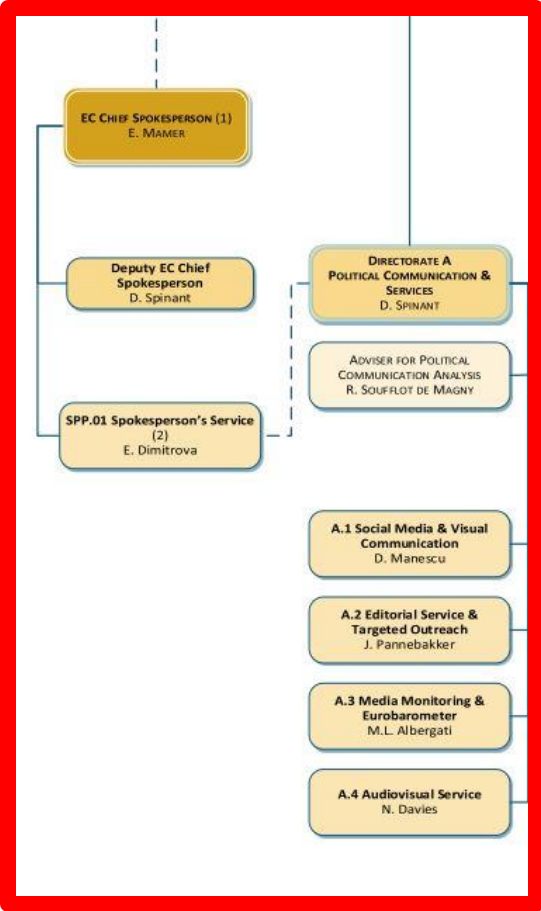
A.3 Media Monitoring & Eurobarometer
M.L. Albergati

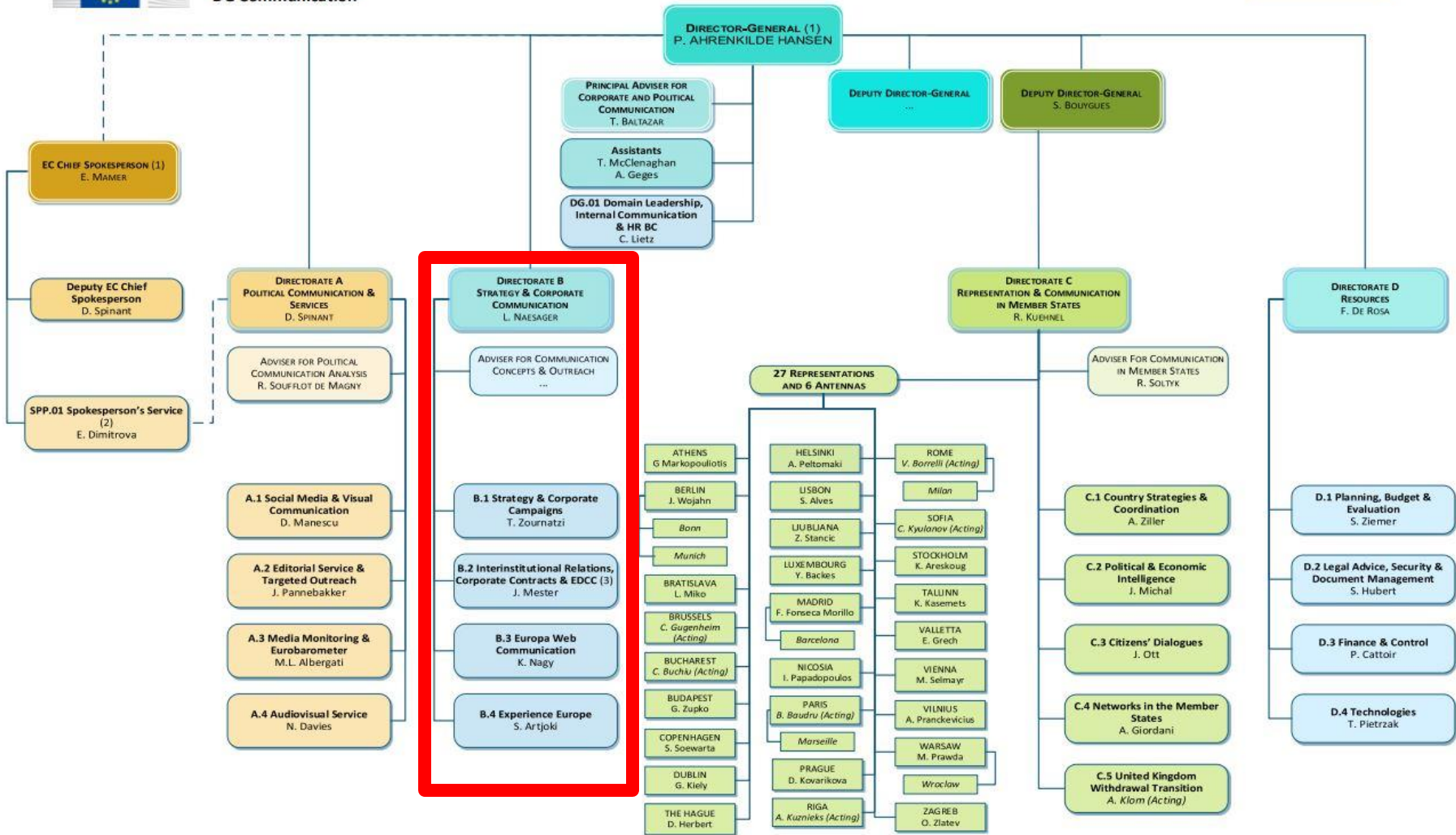
A.4 Audiovisual Service
N. Davies

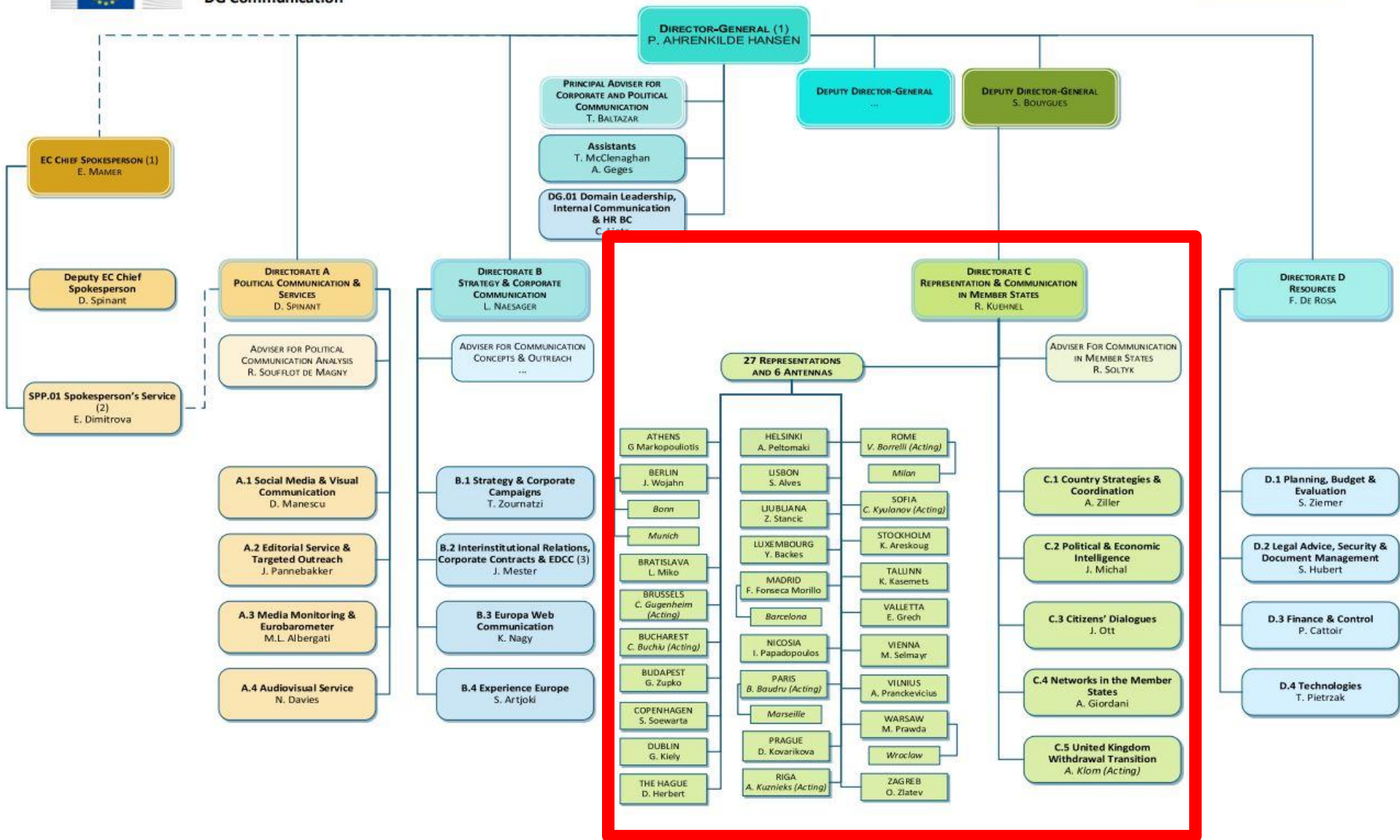
EC CHIEF SPOKESPERSON (1)
E. MAMER

Deputy EC Chief Spokesperson
D. Spinant

SPP.01 Spokesperson's Service (2)
E. Dimitrova







Le sfide della comunicazione istituzionale UE

- *Poca conoscenza*
- *Dov'è l'Europa quando serve?*
- *Preconcetti e falsi miti*
- *Esiste uno spazio pubblico europeo?*
- *Chi parla per l'Europa?*

Cosa ha fatto l'Europa?

END OF
ROAMING
CHARGES



Cosa ha fatto l'Europa?



ESEMPIO DI ETICHETTE

CARN-ITA		denominazione commerciale: specie, categoria e taglio
FILETTO A FETTE		modalità di conservazione
BOVINO ADULTO		
paese di ingresso	PREPARATO IL 13.10.05 12:20	CONSERVARE IN FRIGORIFERO DA CONSUMARSI PREVIA COTTURA
paese di nascita	NATO IN: GERMANIA	PESO NETTO 0,592kg
numero di approvazione del macello	MACELLATO IN: GERMANIA E0000	PREZZO AL KG €22,90
numero di riferimento o codice di rintracciabilità	SEZIONATO IN: ITALIA 0000	L 44341
	RINTRACCIABILITÀ: 00000000000000	IMPORTO
		€13,56
	210504101013565	L 26250



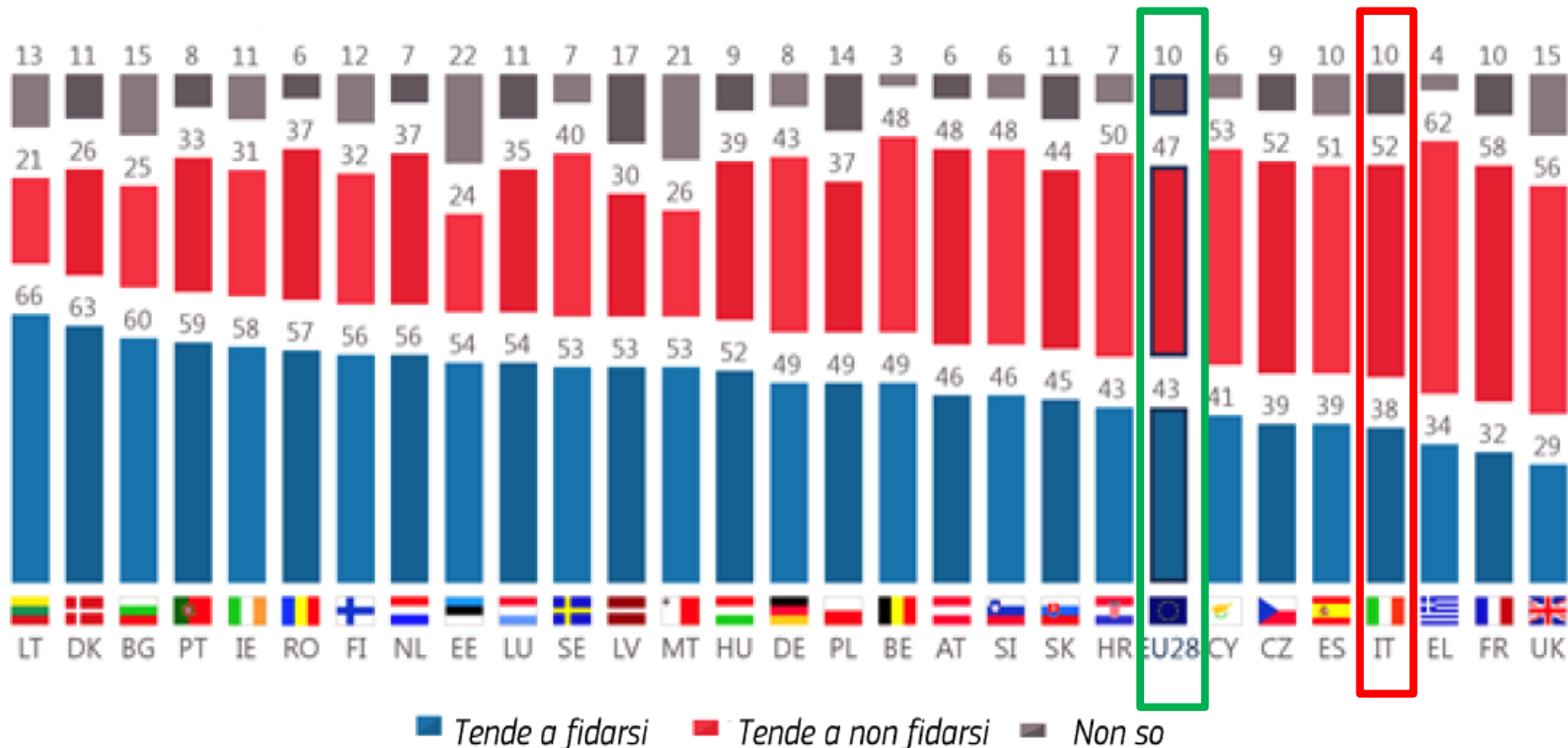
**COME È VISTA
L'EUROPA DAGLI
EUROPEI?**



**- AVETE FIDUCIA
NELLA UE?**



Percentuali di fiducia nell'UE

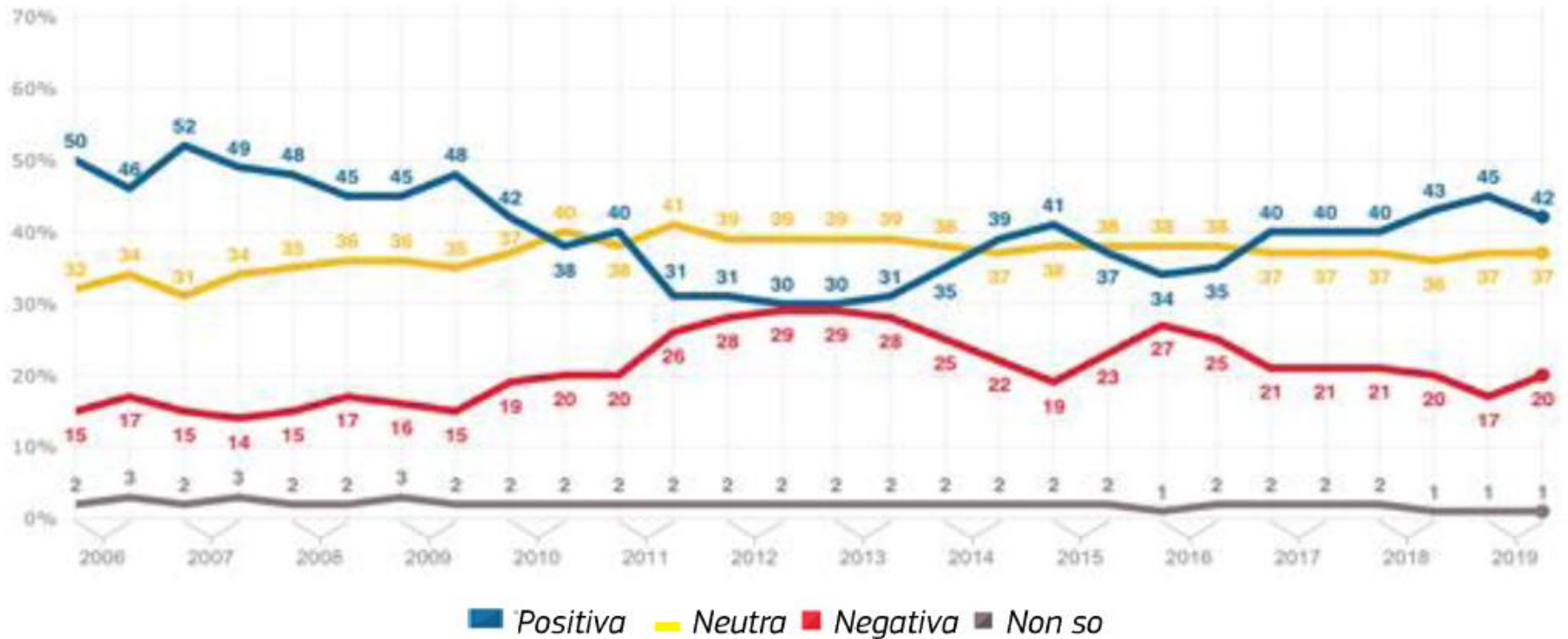


UE-27 – Tende a fidarsi: 45%; Tende a non fidarsi: 46%; Non so: 9%

**- CHE NE PENSATE
DELL'UE?**



Che immagine le trasmette l'Unione Europea (campione UE)?



UE-27 in rilevazione di Nov - Positiva: 43%; Neutra: 38%; Negativa: 18% ; Non so: 1%

Parte dello scetticismo è dovuto al fatto che il 60% degli italiani ritiene che gli interessi del Paese non siano tenuti in dovuto conto nell'UE, mentre tra i cittadini europei prevale il parere opposto. Ancora più italiani (62%) dichiarano che la loro voce non conta in Italia, anche in questo caso in netto contrasto con la media europea dove il 59% si sente rappresentato nel proprio paese.

Restano maggioranza, ma diminuiscono dal 57% al 55% gli italiani che dicono di sentirsi cittadini UE, mentre aumentano dal 41% al 44% i critici sulla cittadinanza europea. Tra il campione UE prevalgono ampiamente (70%) gli intervistati che si dichiarano cittadini comunitari. La percentuale sale al 72% escludendo gli intervistati della Gran Bretagna, che a febbraio ha formalmente lasciato l'Unione.

Chi parla per l'Europa?



- Commissari
- DG COMM
 - SPP (portavoce) → conferenza stampa giornaliera a Bruxelles
 - Rappresentanze
- Alti funzionari (Direttori Generali)
- Funzionari (se autorizzati)

- Commissari → Dialoghi con i cittadini
- DG COMM
 - Rappresentanze

Chi parla per l'Europa?



Commissione Juncker: accentrare comunicazione
Commissione von der Leyen: maggiore visibilità al ruolo della presidente

Dialoghi con i cittadini in tutta l'UE

Dialoghi con i cittadini in cifre (dei quali 20 in diretta su Facebook)



958 dialoghi in **345** città

2015 53

2016 73

2017 317

2018 515

(fino al discorso sullo stato dell'Unione 2018)

Cittadini raggiunti dal 2015



146 800 partecipanti in totale

Partecipanti l'anno

17 400

18 600

50 800

60 000 (**)

48 000 (*)

2015

2016

2017

2018



più di 35 milioni di visualizzazioni dei contenuti nei media sociali



1 milione di persone raggiunte tramite streaming



200 milioni di persone di copertura mediatica potenziale

(*) Stima del numero di partecipanti fino al 12 settembre 2018.

(**) Stima del numero di partecipanti fino alla fine del 2018.



European Commission

Dialoghi con i cittadini dall'inizio del mandato della Commissione Juncker



LE AZIONI DELLA RAPPRESENTANZA



Le azioni della Rappresentanza - i dibattiti nei territori

- *Dialoghi con i cittadini*

Progetto pilota con ANCI regionali per consigli comunali aperti

- *Mini-dialoghi online con reti di media locali*

- *Scuole*

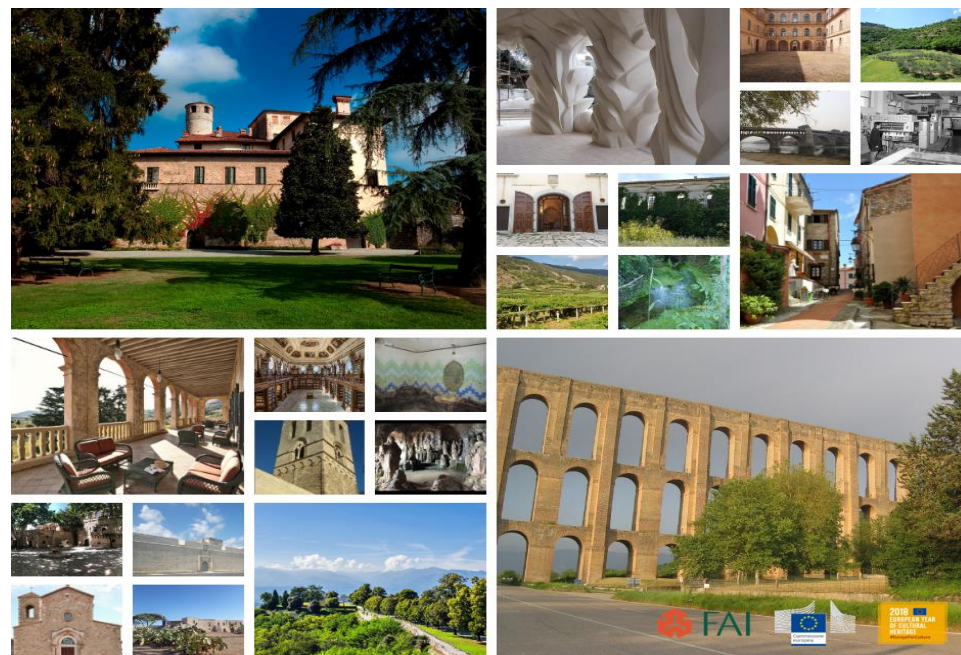
Formazione / sensibilizzazione insegnanti

Partenariato strategico con le scuole

Primavera dell'Europa → 144 eventi

Giornate di Primavera e di Autunno: siti tutta Italia che hanno ricevuto finanziamenti europei

Tutti aperti al pubblico e visitabili attraverso veri e propri "Itinerari europei"



GIRO D'ITALIA



Giro d'Italia



#UEaIGiro

CAMPAGNE CORPORATE



LE **C**AMPAGNE **C**ORPORATE DELLA **DG** COMUNICAZIONE

❖ #EUInvests

❖ #EUEmpowers

❖ #EUProtects



#InvestEU: new country brochures

**Available
on EU
publications**





#InvestEU: results

... and the Investment Plan for Europe

Have you heard of Juncker Plan?



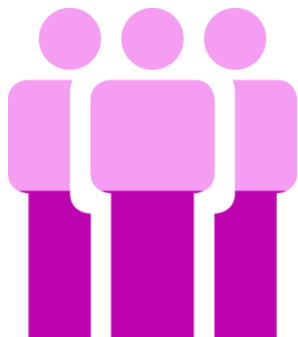
58% agree
(of those who have seen
InvestEU campaign)



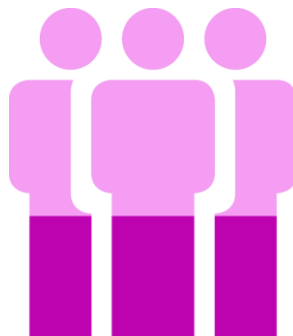
31% agree
(of those who have not seen
InvestEU campaign)

#InvestEU: results

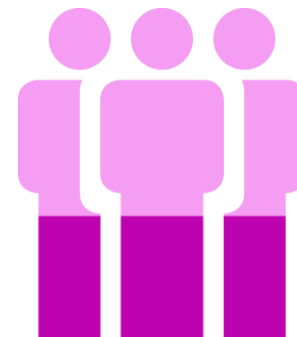
Changes in how people feel about the EU



51% agree EU funded projects create benefits for their region
(+ 5pp since March)

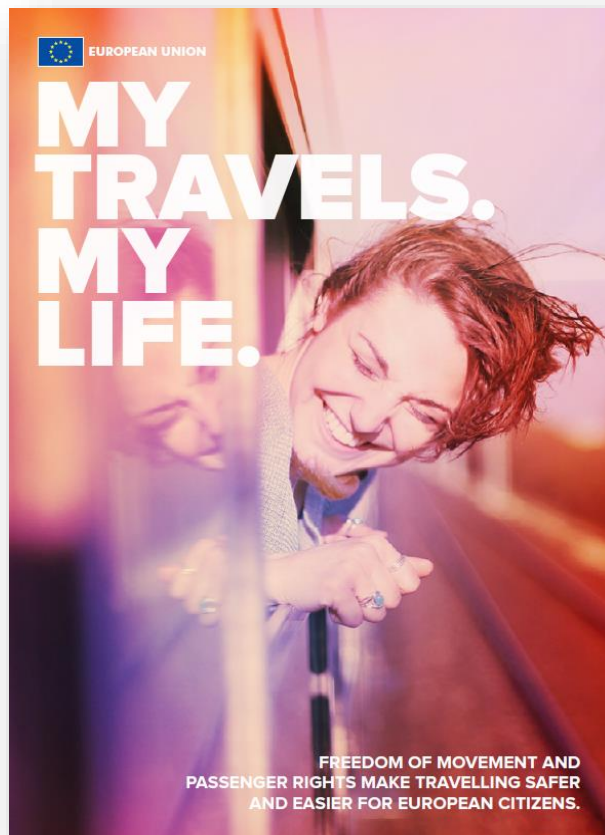


43% agree EU helps create economic growth in their region
(+ 5pp since March)



37% agree EU creates the conditions for jobs for their region
(+ 4pp since March)

An EU that empowers



The slogan

My love. My life.
My travels. My life.
My choice. My life.
My business. My life.

The hashtag

#EUandME

EU advantages

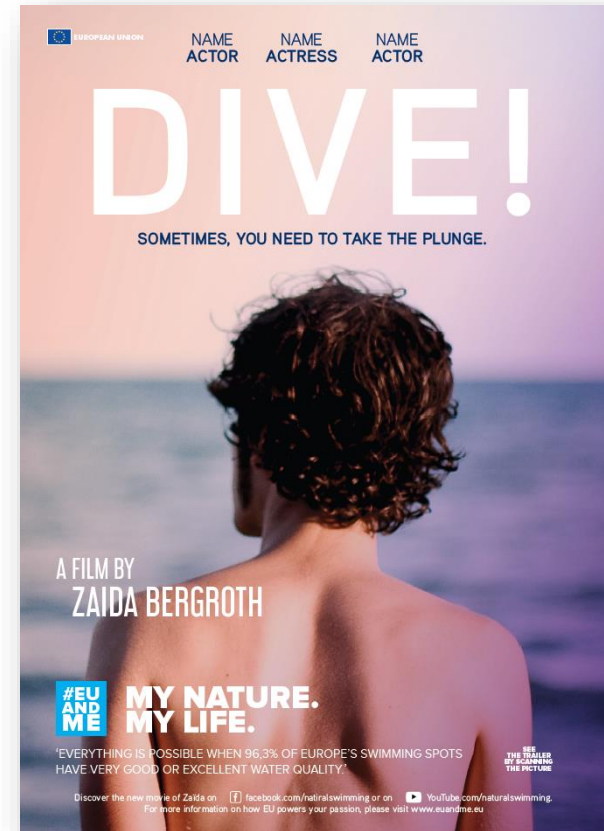
List of tangible benefits to be promoted under the campaign – mobility programmes, research, solidarity corps, etc.

Empowering movies

5 themes & 5 movies by 5 well-known film directors (**HR, FI, ES** confirmed)

Launch events in all countries around Europe Day 2018 (central campaign budget, organised by local partner agencies)

Launch of movies supported by a mix of **paid, organic, and owned media** (depending on country)



https://europa.eu/euandme/frontpage_it

An EU that protects

- EU action to tackle **global safety and security challenges**
 - To **reassure people** the EU is addressing their concerns
- Migration
 - Security
 - Defence
 - Trade
 - Civil protection
 - Financial stability
 - Environment & climate change
 - Health & food safety



https://europa.eu/euprotects/content/homepage_en

How do we tell the story?

InvestEU: projects funded by the EU and their beneficiaries

EU Empowers: personal stories told by young EU citizens

EU Protects: chain of EU ordinary heroes – working for or supported by the EU – taking action for the benefit of citizens



EU Civil Protection fighting Swedish forest fires, 2014

#UEverofalso

La pubblicazione di *fake news* sull'Unione europea non è certo una novità, ma da quando spendiamo tanto tempo sui social media sembra quasi diventato uno sport. L'obiettivo è sempre lo stesso: far credere alla gente che tutto il male viene da Bruxelles. L'UE ci impone il formaggio senza latte, tassa l'aria condizionata e ci vieta persino lo spaghetti alle vongole! Dove si andrà a finire?

Crederci a queste cose non è un problema solo per noi grigi eurocrati o per gli addetti ai lavori, ma diventa un problema per tanti cittadini che così si privano delle opportunità offerte dall'Europa.

Per questo, la Rappresentanza in Italia della Commissione europea ha deciso di fare un po' di chiarezza. Pubblicando dati, fatti e informazioni che vi permetteranno di capire cosa è *fake* e cosa no. Seguite #UEverofalso e i nostri account "europainitalia" sui social!

Beatrice Covassi, Capo della Rappresentanza in Italia della Commissione europea



©EC



<https://www.youtube.com/watch?v=mtnDMNGT-jk&t=3s>

Europeans



<https://www.youtube.com/user/EuropainItalia/videos>



Grazie per l'attenzione

Francesco LAERA
Addetto stampa

Commissione europea - Rappresentanza a Milano

Corso Magenta, 59 - I-20123 Milano

francesco.laera@ec.europa.eu

Twitter: @franlaer

<http://ec.europa.eu/italy>

Facebook: /europainitalia

Twitter/Instagram: @europainitalia