



Atti del Convegno

Comunicare l'Europa?

Le necessità dei cittadini e il ruolo della stampa

Università degli Studi di Pavia, 22 giugno 2006

Benvenuto e apertura dei lavori

Stefano Mosti, *Presidente Osservatorio di Pavia*

Alessandro Cavalli, *Università di Pavia*

Relazioni

"L'Europa su radio e Tv", **Juan Canseco**, *Osservatorio di Pavia*

"Come viene comunicata l'Europa", **Carlo Marletti**, *Università di Torino*

"L'Europa comunicata al cittadino e al territorio", **Matteo Fornara**,
Rappresentanza a Milano della Commissione Europea

"Le attività di comunicazione della Commissione Europea", **Michele Cercone**,
Servizio portavoce a Bruxelles della Commissione Europea

"Perché comunicare l'Europa", **Carlo Corazza**, *Addetto stampa della
Rappresentanza in Italia della Commissione europea*

Tavola rotonda

Moderatore:

Anna Maria Angelone, *giornalista di Panorama*

Indice

BENVENUTO E APERTURA DEI LAVORI	3
Stefano Mosti, <i>Presidente dell'Osservatorio di Pavia</i>	3
Alessandro Cavalli, <i>Università di Pavia</i>	4
RELAZIONI	5
"L'Europa su Radio e Tv" , di Juan Canseco (<i>Osservatorio di Pavia</i>)	5
"L'Europa comunicata al cittadino e al territorio" , di Matteo Fornara (<i>Rappresentanza a Milano della Commissione europea</i>)	6
"Come viene comunicata l'Europa" , di Carlo Marletti (<i>Università di Torino</i>)	8
"Le attività di comunicazione della Commissione europea" , di Michele Cercone (<i>Servizio portavoce a Bruxelles della Commissione europea</i>)	11
"Perché comunicare l'Europa" , di Carlo Corazza (<i>Addetto stampa della Rappresentanza in Italia della Commissione europea</i>)	17
TAVOLA ROTONDA.....	23

BENVENUTO E APERTURA DEI LAVORI

Stefano Mosti, *Presidente dell'Osservatorio di Pavia*

Prima di dare la parola ai relatori vorrei fare una breve introduzione sulle ragioni di questo Convegno, particolarmente voluto dalla Rappresentanza della Commissione europea di Milano. Innanzitutto un ringraziamento va a tutti i presenti, a tutti i giornalisti contattati che hanno aderito, al Professor Cavalli, alla Facoltà di Scienze Politiche che ci ospita e a tutti i relatori. Veniamo alle ragioni del Convegno. Il titolo pone subito un quesito: "Comunicare l'Europa?" La domanda non riguarda tanto "se" comunicare o non comunicare l'Europa quanto il "come" comunicarla. Il sottotitolo spiega meglio gli obiettivi e le finalità di questo convegno. Da una parte abbiamo voluto sottolineare la necessità dei cittadini. A questo proposito, come ha sottolineato nel suo interessantissimo saggio il Professor Merletti, i dati di Eurobarometro parlano chiaro e dimostrano un interesse crescente ai temi e alle informazioni riguardanti l'Europa, da parte dei cittadini di tutti i Paesi, compresi quindi anche i Paesi cosiddetti "euroscettici" come l'Inghilterra. Dall'altra parte l'obiettivo di oggi è andare a vedere il ruolo della stampa, il "come comunicare l'Europa", tenendo presente le importanti differenze che sono sopraggiunte. Basti pensare solo alla concezione stessa dell'Europa prima di Maastricht, prima del 1992, e dopo Maastricht: mentre prima si pensava all'Europa come ad un valore, qualcosa legato molto a principi ma anche abbastanza lontano dall'interesse concreto e materiale dei cittadini, oggi l'Europa, sebbene con un profilo probabilmente molto meno nobile ma comunque è qualcosa che i cittadini hanno modo di percepire come più concreto e vicino ai propri interessi. Questo impone una riflessione su come comunicarla.

Il motivo per cui il Convegno è organizzato qui è semplice: in primo luogo l'Osservatorio di Pavia è impegnato in una attività di consulenza per l'Ufficio di Rappresentanza a Milano della Commissione europea e, inoltre, dall'inizio dell'anno svolge per la Commissione europea una rassegna audio-video fornendo quotidianamente alla Commissione e ai commissari europei un *paper* che sintetizza i temi dell'Europa e i principali temi di politica italiana veicolati da televisione e radio. La breve relazione di Juan Canseco dell'Osservatorio di Pavia fornirà un quadro della situazione relativa all'andamento e all'attenzione di televisione e radio nel periodo gennaio-maggio 2006. Credo che questa sia particolarmente importante, anche perché, come più volte sottolineato dal Professor Merletti nel suo saggio, mancano dei dati in tal senso, soprattutto per quanto riguarda la televisione e la radio nel medio e nel lungo periodo. L'auspicio è che questa attività possa quindi continuare a lungo anche al fine di consentire una comparazione di medio-lungo periodo con il tipo di attenzione che la stampa dedica all'Europa, un'attenzione indubbiamente differente.

Alessandro Cavalli, *Università di Pavia*

Due parole di benvenuto da parte della Facoltà di Scienze Politiche di questo ateneo e del suo Preside che è molto lieto di potere ospitare in quest'aula questo convegno. Visto che di questi temi sono appassionato, consentitemi di spendere due parole per introdurre i lavori di oggi. È chiaro che è una fase difficile per l'Europa e quindi anche per comunicare l'Europa. Non siamo nella fase della curva quando sale, ma siamo un po' nella fase della curva discendente sperando che la discesa si arresti. In questa situazione io credo che la stampa, i giornalisti, i comunicatori dovrebbero sempre porsi due domande, o meglio, fare due esercizi di simulazione mentale: di fronte a una questione importante come quelle che ci sono tutti i giorni dovrebbe chiedersi che cosa succederebbe o che cosa sarebbe successo se l'Europa non ci fosse. Questa è una domanda che credo in Italia sia utile porsi. Che cosa sarebbe successo alla Lira per esempio se non ci fosse stato l'Euro? È una domanda sulla quale si può innescare un certo ragionamento. L'altro esercizio di simulazione mentale è di fronte ad alcune questioni. Per esempio la guerra in Iraq, o per esempio, l'Afghanistan o i Balcani, o l'energia, o il petrolio. Che cosa potrebbe succedere o che cosa succederebbe se l'Europa ci fosse? Perché l'Europa è una strana entità che da un lato c'è, ma dall'altro lato non c'è. E quindi è utile chiedersi a che cosa serve il fatto che ci sia e quali problemi pone il fatto che nello stesso tempo non ci sia. Teniamo presente queste domande perché credo che siano utili per impostare una comunicazione sullo stato attuale dell'Unione Europea.

RELAZIONI

“L'Europa su Radio e Tv”, di **Juan Canseco**, Osservatorio di Pavia

Ho il compito di mostrarvi velocemente quello che siamo riusciti a fare in questi ultimi 5 mesi in cui è stato eseguito un monitoraggio per l'elaborazione di una rassegna audiovisiva quotidiana sui temi dell'Unione Europea. Si tratta di una rassegna che viene svolta in Italia così come negli altri Paesi dell'Unione Europea e che offre una copertura ampia dell'informazione che viene veicolata sull'Unione. Oggetto del monitoraggio sono le notizie direttamente legate all'Unione, che rappresentano il focus dell'analisi, e anche le principali notizie del Paese in cui viene svolta la rassegna, nel nostro caso le principali notizie italiane. L'Osservatorio di Pavia svolge il monitoraggio su 21 emittenti di cui 9 reti TV e 12 stazioni radiofoniche dalle 7 alle 24, quotidianamente. È iniziato a gennaio a cura dell'Osservatorio di Pavia per la Commissione europea. Le nove reti TV sono le reti nazionali, quindi le tre Rai, le tre Mediaset, La7, più RaiNews24 e Skytg24. Le 12 stazioni radiofoniche sono tutte quelle munite di una redazione interna. Monitoriamo anche Area, che è un'agenzia stampa Audionews che fornisce comunicati stampa a quelle stazioni radiofoniche che non sono munite di una redazione interna. Quindi abbiamo un monitoraggio ampio anche per quel che riguarda la comunicazione veicolata dalla radio. Su tutte le 21 emittenti le tipologie di trasmissione che prendiamo in considerazione per la rassegna sono i notiziari, i telegiornali e i giornali radio, nonché le trasmissioni di informazione e approfondimento.

Lo scopo di questo breve intervento è mostrarvi qualche dato quantitativo emerso dal monitoraggio: sono stati 142 giorni di monitoraggio, dal 10 gennaio al 31 maggio. In questi giorni le 21 emittenti hanno dedicato nel complesso 3.408 ore alle tipologie di trasmissioni pertinenti ai fini della rassegna. Questo vuol dire 3.408 ore di tg, gr e trasmissioni di approfondimento. Lo vediamo in un grafico. La base del nostro grafico sono le 3.408 ore di trasmissioni di informazione. All'interno di questa base troviamo un 65% di notizie non pertinenti alla nostra indagine e un 35% di pertinenti. E di queste, che fanno parte del corpus del nostro archivio di informazioni veicolate dai *media* audio/video, vediamo un 0,6% di “top Ue” e un 5,7% di “top National”. “Top Ue e Top National sono quelle notizie che fanno titolo all'interno di un giornale radio o di un giornale televisivo. Un 28,5% di notizie pertinenti ma non Top, quelle che non fanno il titolo della trasmissione. Di queste 3.408 ore di trasmissioni pertinenti il tempo dedicato alle principali notizie relative all'Unione europea e alle principali notizie nazionali italiane, quindi queste top news sono state 195 ore per le top national italiane, quindi un 91% del tempo dedicato alle principali notizie, e un 9%, 19 ore alle top european. In questi 5 mesi. Questo per quanto riguarda non il 100% delle notizie comunicate, ma le notizie *principali* della trasmissione. Se prima era 3.408 ore il totale dedicato alla trasmissione delle notizie, per le top european e national sono 214 ore, di cui il 91% italiane e il 9% europee. Vi posso far vedere anche uno spaccato dei

diversi mesi per quanto riguarda le top european, quindi le principali europee: nel mese di febbraio abbiamo 7,55 ore dedicate alle principali notizie europee, che è tanto. I temi di più ampia copertura sono stati gli Affari Esteri, il Mercato Interno, il Lavoro, la Salute. Questo è un dato significativo ma circoscritto al mese di febbraio, segnato dall'influenza aviaria, dalla crisi del gas e dal problema diplomatico delle vignette satiriche. Questo ha concentrato l'attenzione dei *media* su queste tematiche. A marzo vediamo come cala l'attenzione dedicata alle tematiche europee per un complessivo di 1,33 ore. Ad aprile cala ulteriormente: 1,18; a maggio sale leggermente: 2,27. Se consideriamo il 100% delle principali notizie da febbraio a maggio vediamo che il 61,2% è relativo a febbraio. A marzo e aprile l'attenzione scende significativamente. Da notare che questi sono i mesi di chiusura della campagna elettorale, delle elezioni, verso l'avviamento del nuovo governo quindi la concentrazione dei *media* è avvenuta attorno ai temi della politica nazionale. A maggio risale un po' l'attenzione, in particolare per quel che riguarda i conti pubblici, per lo sforzo di rientrare nei parametri di Maastricht e la crisi del nucleare iraniano. In conclusione occorre sottolineare che il tempo dedicato alle principali notizie relative all'Unione europea è stato di circa 1/10 rispetto a quello dedicato alle principali notizie italiane.

Dal nostro archivio dati si può anche rilevare che quando TV e radio parlano di Unione Europea lo fanno fondamentalmente a corollario o commento di quanto avviene in Italia, o come prolungamento dei temi e delle argomentazioni adottate nelle notizie italiane. Ad esempio, quando c'era la crisi "influenza aviaria" si parlava direttamente di quello che stava facendo il Ministro della Salute italiana che si recava nelle zone dove erano stati individuati dei focolai e a coda di questa notizia si dava un'indicazione di quello che stava avvenendo in sede europea. Quando invece si parla direttamente di notizie europee lo si fa su temi di Economia e Finanze, Affari esteri e Legislazione. Su questi temi l'attenzione dei giornali radio e dei telegiornali è concentrata esplicitamente sulla fonte.

"L'Europa comunicata al cittadino e al territorio", di Matteo Fornara, Rappresentanza a Milano della Commissione europea

Grazie a tutti i presenti che hanno voluto partecipare a questa giornata co-organizzata dall'Osservatorio di Pavia e dalla Rappresentanza in Italia della Commissione europea. Grazie anche all'Università di Pavia che ci ospita. L'analisi che ha appena fatto Juan Canseco, anche se si riferisce alla radio e alle TV credo sia valida anche per i giornali. Sulla base di questa prima analisi ci si può porre come priorità, dal punto di vista delle istituzioni, la comunicazione sugli affari europei. Sapete che la Commissione europea e tutte le istituzioni, in seguito alle crisi istituzionali che l'Europa ha avuto recentemente, con la bocciatura dei referendum in Francia e in Olanda si è posta il problema di come comunicare, come raggiungere il cittadino e come impostare questa comunicazione nei due sensi: verso il cittadino e anche dal cittadino, dall'opinione pubblica. Però probabilmente prima occorre porsi il

problema fondamentale del "cosa comunicare". Ho letto lunedì su *La Stampa* un articolo di Arrigo Levi che riprendeva uno spunto del *Financial Times*, uno dei giornali più influenti e più ascoltati da Bruxelles. Parlava di "superamento della crisi europea". Se lo dice il *Financial Times* che è uno dei giornali più scettici a livello mondiale sull'Unione europea, probabilmente c'è da credere che esista qualche segno di ripresa del processo istituzionale. I motivi per i quali questo processo istituzionale è così importante stanno nella domanda che ha posto il Professor Cavalli: "Cosa sarebbe successo senza l'integrazione europea?". Se si guardano i principi di fondo che hanno ispirato la nascita dell'Unione europea si vede come l'allontanamento dall'incubo secolare delle guerre europee è stato la ragione per cui l'Unione è stata creata. Durante il percorso dell'Ue ci sono tanti motivi per pensare che forse noi staremmo peggio se l'Ue non fosse avanzata anche con molta tenacia nel superare gli ostacoli e le crisi di pessimismo. Basti vedere la forza di attrazione che l'Unione europea ha esercitato ed esercita ancora nei confronti dei suoi vicini, che vedono il modello europeo non solo come un'economia di mercato capitalistica, ma come qualcosa che va ben aldilà di questo e coinvolge una comunità di intenti per risolvere le grandi questioni: l'ambiente, l'energia, la globalizzazione. L'estensione della democrazia è sicuramente una delle ragioni per cui l'Ue è un modello anche oggi e dobbiamo sforzarci nel promuoverlo. Oltre alla questione del "cosa comunicare?", a cui si risponde con le ragioni e il valore dell'Europa, la seconda questione è il "come comunicare", il soggetto del seminario di oggi. Esistono due livelli essenziali in questa attività di comunicazione: uno dipende da noi, dalle istituzioni europee; l'altro dipende dai *media* e dalle istituzioni politiche a livello nazionale. Attraverso vari documenti che impostano una nuova politica di comunicazione dell'Unione europea noi come istituzioni ci siamo dati degli obiettivi che cercano di correggere gli errori che abbiamo fatto e facciamo ancora nella comunicazione nei confronti del cittadino. Facendo un po' di autocritica, Bruxelles sta diventando un mondo autoreferenziale, molto grande, in cui la Commissione europea, il Parlamento europeo e il Consiglio europeo ruotano attorno a sé stessi, comunicano tra di loro, comunicano al limite con le *lobbies* presenti a Bruxelles ma non riescono a raggiungere il cittadino. A volte ho l'impressione che la Commissione a Bruxelles, quando vede un articolo o un trafiletto su *Il Sole 24 ore* in Italia, pensi che il messaggio sia passato nell'opinione pubblica in Italia. O ancora peggio se c'è sul *Financial Times*, che il messaggio sia passato nell'opinione pubblica europea. In realtà noi sappiamo che non è così. Sappiamo che tutto il resto della popolazione ha meno strumenti di analisi e di critica rispetto a quelli che leggono un certo tipo di stampa, e noi quindi dobbiamo andare oltre. Lo sforzo che noi stiamo facendo è quello di insistere soprattutto sulla stampa regionale e locale, che arriva a quel cittadino che magari non è interessato in prima battuta agli affari nazionali o internazionali ma è interessato alla vita della sua città e della sua regione, e che non capisce che l'attività dell'Unione europea influisce sulla sfera pubblica della sua vita ben oltre quel 9% di copertura mediatica di cui ha parlato Juan Canseco. C'è una notizia oggi che riguarda direttamente un settore molto importante della vita economica e anche sociale dei nostri territori: l'Unione europea adotta la riforma del settore vinicolo. Io sono curioso di leggere domani come questa

notizia sarà presentata. A volte, su notizie fondamentali che determinano lo sviluppo di un settore che è molto legato anche al territorio, il giornale, per dare mediaticità alla notizia, riprende degli aspetti o degli aneddoti connessi o a delle ragioni politiche o a degli aspetti curiosi o morbosi. Ad esempio si dice sempre che l'Ue stabilisce la misura delle zucchine o delle banane ma non si chiarisce mai che gli standards che sono introdotti dall'Ue servono a garantire la sicurezza e l'ambiente, e che hanno delle finalità ben più importanti di quelle che a volte vengono presentate sui giornali. Credo che l'85% delle pagine di legge adottate dal Parlamento italiano dipenda dalla trasposizione di normative europee. Ovviamente dovrebbero essere molte meno, non solo in termini percentuali ma assoluti, e quella della semplificazione è una delle battaglie in cui l'Ue è impegnata.

Io, dalla parte delle istituzioni in uno sforzo quotidiano di comunicazione, intesa come ascolto dell'opinione pubblica e come informazione, insieme ai *media* e ai giornalisti, dobbiamo tutti essere più sensibili al ruolo che abbiamo nei confronti dell'opinione pubblica, attraverso l'informazione quotidiana e quella tecnica in cui io credo molto, al di là della grande informazione valoriale e politica, dobbiamo dare il senso di questa Europa, la ragione per cui oggi è inevitabile pensare all'Europa come punto di riferimento per le grandi sfide che abbiamo, che hanno un impatto sulla vita del cittadino.

"Come viene comunicata l'Europa", di Carlo Marletti, Università di Torino

Volevo accennare a due buoni motivi per cui mi rallegro di questa occasione: il primo motivo è personale. Abbiamo scritto, insieme ad altri amici, un libro sulla costruzione mediatica dell'Europa pubblicato da Angeli nel 2005, e pensavo che nessuno lo avrebbe letto. Siamo abituati al fatto che i testi accademici di ricerca, avendo una circolazione abbastanza ristretta, difficilmente bucano l'attenzione degli addetti ai lavori al di fuori della sfera dei ricercatori. Non è solo un motivo personale, nel senso che se si fanno delle ricerche forse queste ricerche possono in qualche modo essere effettivamente utili. Bisogna cioè provvedere ad una integrazione dei diversi interessi conoscitivi in questo campo.

Il secondo motivo è invece più generale: sono molto contento che si riprenda a parlare di Europa. Sembrava che l'Europa avesse toccato il punto più basso. La situazione è sicuramente difficile, come dice il collega Cavalli, forse però non così difficile come la vediamo. Cioè, è difficile dal punto di vista delle sfide economiche, politiche e di relazioni internazionali che l'Europa dovrebbe affrontare se ci fosse, ma in qualche modo però c'è, come ricordava Cavalli. Ma forse non è così difficile dal punto di vista dell'opinione pubblica, se la mia ricerca dimostra qualcosa. Uno degli effetti perversi - effetti oggettivi che dipendono dal fatto che molte azioni si collegano insieme - dell'informazione sull'Europa, fino agli inizi degli anni '90, è stato che dell'Europa si parlava troppo bene dappertutto. Invece oggi se ne parla troppo male. Ma il problema è *come* se ne parla e *a proposito di cosa* se ne parla. La ricerca che abbiamo

condotto nasceva dall'esigenza di entrare un po' meglio nei meccanismi di questo parlarne troppo bene o troppo male. Sappiamo che ci sono delle *routine* giornalistiche per cui, se si continua a parlarne male, tutti poi ne parlano male. I *media* poi sono particolarmente attenti a due aspetti: le retoriche - il parlare troppo bene o troppo male - perché costano poco. Chiunque è in grado di fare un articolo dicendo "che nobile causa l'Europa", parlar male dell'Europa in quel periodo era come "parlar male di Garibaldi": non si poteva fare. Adesso guai a parlar bene dell'Europa. Mi pare che sono due estremi. Innanzitutto io mi stupisco di una cosa: perché i giornalisti e i commentatori in Italia non guardano i dati dell'Eurobarometro? L'Eurobarometro è una cosa di grandissimo interesse. Sono rilevazioni periodiche di opinione e sono fatte con il massimo di obiettività possibile. Naturalmente come tutte le rilevazioni di opinione hanno dei limiti, ma all'interno di questi limiti ci forniscono delle conoscenze interessanti. C'è stato indubbiamente un calo di favore verso l'Europa in tutti i Paesi. I dati che cito qui riguardano ancora l'Europa a 15, perché sono aggiornati al 2004, ma penso che certi trend continuino. Sono relativi all'Europa a 15 e questo è abbastanza interessante perché l'Europa dei 15 rappresenta il nucleo duro, il nucleo forte dell'Europa, e bisognerebbe sempre distinguere tra l'Europa a 15 e l'Europa a 25, non tanto per ragioni politiche quanto per ragioni conoscitive. Gli atteggiamenti sfavorevoli nel 1981 erano il 10% di tutti gli intervistati, quindi pochi. È vero che magari si preferiva non parlare male dell'Europa. A quanto arriviamo al 2004? Al 17% di atteggiamenti sfavorevoli. Quindi non è che ci sia nell'opinione pubblica un trend di grande sfavore contro l'Unione europea. E i giudizi positivi? Nel '90 erano sopra il 70%, nel 2004 un po' sotto il 50%. Io interpreto questa cosa servendomi di un'ipotesi che è stata avanzata da una studiosa francese, Annick Percheron, e che parla di fine del "consenso permissivo". Se voi notate che gli atteggiamenti sfavorevoli non sono molto aumentati, ma gli atteggiamenti favorevoli sono diminuiti, questo è un fatto piuttosto interessante: dimostra che quelli che concedevano un consenso facile all'Europa, di fronte agli scontri di interesse che sono emersi con Maastricht non si pronunciano più. Abbiamo un aumento degli indifferenti, di quelli che non assumono nessun atteggiamento. Uno degli indicatori che vengono spesso usati per dire che c'è un grosso calo di atteggiamenti favorevoli verso l'Unione europea è la bassa affluenza al voto. Noi abbiamo fatto un confronto tra i dati di Eurobarometro e l'affluenza al voto. Risulta un dato sorprendente: nel 2004 l'affluenza al voto è al di sotto del 50%, il che è indicativo di una certa crisi di legittimità. Ora, se nel 2004 l'affluenza al voto è al di sotto del 50%, gli atteggiamenti favorevoli sono invece risaliti e sono oltre il 55% e già vicini al 60%. Quindi, come vedete, non c'è necessariamente una corrispondenza tra i due indicatori. La ragione è semplice: il troppo facile e frequente ricorso allo strumento delle consultazioni elettorali lo logora. Lo vediamo tutti in Italia dove stiamo facendo un'abbuffata tremenda e dove bisogna fare uno sforzo personale di convinzione per recarsi a votare sul referendum, che viene alla fine di una lunghissima tornata. Ci sono dei dati interessanti: per esempio, in Spagna, Paese assolutamente euro-ottimista, per le ultime europee c'è stata una bassa affluenza al voto. Perché poco prima c'erano state le politiche, con quel grande *bouleversement* che tutti conoscete, che ha portato i socialisti e Zapatero a

vincere dopo il grande fatto di terrorismo che c'era stato. Il problema che la Commissione europea si dovrebbe porre è quello di collocare le elezioni europee nel ciclo elettorale più generale. Perché se ci sono troppe consultazioni troppo ravvicinate, è chiaro che l'affluenza al voto cala.

Vorrei segnalare un'altra cosa: quasi tutte le ricerche sulle campagne elettorali dell'Unione europea mostrano che le campagne europee non trattano temi europei ma temi nazionali. Considero questo dato una distorsione: io credo sia inevitabile, almeno in questa fase in cui l'Europa non c'è abbastanza, come ha indicato il Prof. Cavalli, che vengano considerati più importanti i temi nazionali rispetto a quelli europei. C'è ancora un'insufficiente istituzionalizzazione dell'Unione europea ai vari livelli perché si parli di Unione europea. Il problema è che bisognerebbe fare delle ricerche in periodi non elettorali, e noi abbiamo provato a farlo. I risultati delle ricerche fuori dai periodi elettorali, relativi alla stampa, indicano una crescita incredibile. Qui smentisco tutti coloro che dicono che di Europa si parla poco. No, sui giornali si parla tantissimo di Europa. Vi posso fornire dei dati sorprendenti, che capovolgono le idee che ci facciamo. Ad esempio, *Le Monde* ha aumentato di 3 volte le notizie relative all'Unione Europea nei 12 anni che noi abbiamo considerato. Voi potreste dire che *Le Monde* è una testata europeista, ma prendiamo *Le Figaro* che, si sa, è molto più critico nei confronti dell'Europa. Qui non possiamo fare una considerazione dal '92 fino ad oggi perché i dati non erano disponibili, abbiamo dovuto cominciare molto più tardi, nel '97, ed è per questo che *Le Figaro* presenta un indice minore. Malgrado ciò, noi vediamo che se nel 2003 *Le Monde* ha 2.065 articoli, *Le Figaro* ne ha 3.434. E guardate: il *Corriere della Sera*, dal '92 al 2004 passa a un indice di incremento pari al 4,9%. *La Stampa* addirittura fa risultare un incremento pari al 17,7%. Questo dimostra che esiste un grande volume di trattazione. Ma quale volume di trattazione? Qui il problema diventa quello del "come" se ne parla. Alcuni studiosi, tra cui Semetko_e de Vreese hanno svolto una ricerca *cross national* in cui sostengono che l'informazione sull'Unione europea è "scarsa e intermittente, molto poco routinizzata e molto poco istituzionalizzata". La nostra ricerca dà risultati opposti. In primo luogo perché le nostre analisi sono longitudinali, cioè, è stato preso in considerazione un trend di dieci anni, o, dove questo non era possibile, di 5. La ricerca *cross national* invece era limitata ad un monitoraggio di qualche mese. Non solo, ma hanno preso in considerazione anche la televisione. È chiaro che i mezzi hanno funzioni diverse: la televisione accende i suoi fari sui grandi eventi. Ma i grandi eventi interessano fino ad un certo punto. Quello che interessa, ed è fornito ampiamente dalla stampa, sono le notizie di agenda. Sono notizie relative a certi provvedimenti che interessano determinate categorie, sono notizie relative alle normative o ai contrasti di interesse. Bisognerebbe quindi studiare anche i mezzi locali. Se non si studiano i mezzi locali non si riesce a capire la penetrazione. Io non credo che la battaglia d'opinione sull'Unione europea si vincerà a livello dei grandi eventi. Perché questi lasciano il tempo che trovano, gli scandali si succedono uno dopo l'altro, la memoria è labile. No, la battaglia di opinione si vincerà guardando al portafoglio della gente, perché quello è il cuore sensibile. È vero, ovviamente oltre alla razionalità calcolistica ci sono anche i valori, ma se si ragiona intorno al comportamento razionale dei singoli

e delle collettività è difficile che si sbagli. Il punto è questo: riuscire a fornire notizie che riescano appetibili, sui problemi d'agenda.

Ci sono poi grossi problemi metodologici: il Dipartimento di Studi Politici di Torino ha una convenzione con la Regione e con la Rai per utilizzare nuove metodologie che usano un motore di trascrizione del parlato in scritto. Con lo scritto sarebbe possibile effettuare quelle che si chiamano "interrogazioni booleane", vale a dire associare, per esempio al tema "Unione europea" i temi e le persone. Pulire meglio i risultati. Tutto questo viene facilitato. Non solo, ma è possibile anche risalire all'indietro. Perché i trend si devono vedere su un certo numero di anni. Se continueremo solo a fare delle ricerchine su due o tre mesi, se non miglioreremo le nostre metodologie su questi dati non ci riusciremo.

"Le attività di comunicazione della Commissione europea", di Michele Cercone, Servizio portavoce a Bruxelles della Commissione europea

Innanzitutto i ringraziamenti alla Rappresentanza della Commissione europea a Milano, all'Osservatorio di Pavia e all'Università di Pavia che ci ospita. I complimenti a tutti gli organizzatori di questo evento perché come vedete stiamo parlando di Europa e stiamo discutendo di come e quanto si comunica, però ne stiamo parlando, stiamo toccando l'argomento. Condivido appieno il principio che parlare di Europa in questo momento è importante, secondo me è anche indispensabile dal punto di vista nazionale, perché si fa sempre più evidente e chiaro il nesso inscindibile che ormai si è instaurato tra l'Europa e i vari Stati membri, in particolare l'Italia. Non scendo però in considerazioni di carattere politico, il mio intervento vuole essere più di natura tecnica. Abbiamo parlato delle informazioni dell'Europa e di come e di quanto si parla di Europa, ma cerchiamo di capire, e spero di potervi aiutare, da dove arriva questo materiale, cioè come viene comunicato, in particolare attraverso la Commissione europea. Prendo un attimo in prestito l'espressione, felice secondo me, di Matteo Fornara che equiparava la Commissione europea ad un esecutivo, a un governo, e nella architettura istituzionale dell'Unione Europea mi soffermo soprattutto sulla comunicazione della Commissione. Come tutti gli esecutivi, come tutti i governi anche la Commissione è divisa nei suoi - mi passerete il termine - "ministeri". A livello di Commissione questi ministeri si traducono in Direzioni Generali. Quindi la Commissione ha a sua disposizione una serie di Direzioni Generali, dall'Agricoltura, ai Trasporti, all'Energia. Tra queste Direzioni Generali ce n'è una dedicata in maniera specifica alla Comunicazione: si chiama "DG Comunicazione" e in questo momento è sotto la guida della Vicepresidente della Commissione Margot Wallstrom. Alla Direzione Generale della Comunicazione sono affidate tutte le attività di comunicazione della Commissione europea, in due sensi: c'è un'attività di comunicazione *interna*, che riguarda la struttura interna stessa della Commissione europea, cioè far sapere ai funzionari, a chi lavora all'interno della Commissione, quello che succede, come viene percepita all'esterno la Commissione europea; e poi la "normale" attività di comunicazione verso l'esterno, che è quella che si

rivolge in maniera più particolare ai giornalisti e ai media. Il contatto immediato e diretto dell'attività di comunicazione della DG Com si svolge attraverso un nucleo, uno zoccolo duro di funzionari che hanno la carica di Portavoce, che hanno la responsabilità e il compito di fare da intermediari tra la Commissione, i Commissari, la Presidenza e i giornalisti, sia quelli accreditati, sia - in misura purtroppo minore per una questione di contatti e di distanze - quelli che si trovano nei vari Stati membri. Il Servizio portavoce di Bruxelles e della Commissione europea è guidato da un Portavoce della Commissione europea, in questo momento si tratta di Johannes Leitenberger, e diviso in due grandi strutture: da un lato c'è un'Unità di Programmazione e Coordinamento che si occupa dell'attività e della strategia di comunicazione del Presidente, e che conta 5 Portavoce, dall'altro lato abbiamo un Servizio di portavoce, che conta 25 persone, ognuno dei quali lavora in maniera diretta e specifica per il Commissario di sua competenza, quelli che sarebbero i Portavoce settoriali che si occupano dei vari Portafogli. L'attività della Commissione europea, soprattutto l'attività di comunicazione dunque, è espletata attraverso questa struttura che sostanzialmente ha il compito di raccogliere le informazioni per conto dei giornalisti e di fare da tramite tra la struttura, l'ambito politico-istituzionale e i giornalisti stessi. A livello di Bruxelles - quindi ci teniamo adesso per il momento ancora nell'ambito della struttura, del corpo di giornalisti accreditati a Bruxelles - questo sistema funziona in maniera abbastanza fluida. Funziona in alcuni modi standard di *routine* che si traducono in una Conferenza stampa giornaliera, che ha luogo a mezzogiorno, ogni giorno, all'interno della Sala stampa del Palazzo principale della Commissione, alla quale possono partecipare tutti i giornalisti accreditati. Il corpo stampa accreditato a Bruxelles conta in questo momento un migliaio di giornalisti e circa 200 tra tecnici audiovisivi e radiofonici, il che lo porta ad essere, a livello mondiale, il secondo corpo di stampa accreditato dopo quello di Washington. Credo che si colga subito la disparità numerica tra i 1.200 giornalisti e tecnici e i 35 esponenti del Servizio portavoce, anche se poi, sostanzialmente, le cose funzionano in maniera molto fluida. Il rapporto naturalmente - ed è inevitabile - ha una prima fase, un primo elemento di contatto che è quello tra la struttura di Portavoce e quella dei corrispondenti accreditati a Bruxelles. Questo potrebbe dare l'impressione che sostanzialmente le informazioni che vengono comunicate, sono informazioni che passano direttamente in quella che si chiama la "cintura di Bruxelles", cioè la parte di corrispondenti che hanno accesso immediato, personale e diretto alle informazioni e il servizio Interni della Commissione. Tutto questo era più vero e potrebbe anche aiutare a spiegare alcune strozzature, alcuni colli di bottiglia nel flusso di comunicazione delle attività dell'Unione Europea e in particolare della Commissione, perché in effetti se si pensa che questa comunicazione è mediata - avviene cioè attraverso un corpo stampa accreditato di queste dimensioni, che si prende carico poi di tradurla e di portarla a livello nazionale - se si pensa a questo dato di fatto si potrebbe pensare che effettivamente esista una sorta di rapporto privilegiato che viene costruito a Bruxelles con la stampa presente a Bruxelles. Questo era vero fino a qualche anno fa. È sempre meno vero adesso perché i nuovi strumenti dell'informazione, soprattutto internet, hanno permesso di creare una

situazione completamente diversa. Non so quanto sia già conosciuta o quanto questi nuovi mezzi siano già arrivati anche ai giornalisti, ai rappresentanti della stampa nazionale che si occupano di Unione Europea. Io personalmente comincio a vedere che hanno attecchito molto e che adesso c'è un rapporto diverso, molto più immediato e molto più facile anche con i vari giornalisti degli Stati membri grazie soprattutto a due strumenti: il primo è una Sala stampa virtuale organizzata su internet. All'indirizzo internet della Commissione si accede ad una Sala stampa che presenta in tempo reale esattamente tutti i documenti - comunicati stampa, ma anche note di memoria, tutto quello che può essere il background su un dato settore. Per esempio, mi rifaccio a quello che si diceva prima, le nuove impostazioni del settore vinicolo, a partire da mezzogiorno saranno disponibili sulla Sala stampa virtuale della Commissione europea. Quindi ci sarà, non solo il comunicato stampa, ma anche tutta la nota di background che permette di avere accesso immediato al significato e agli aspetti tecnici della questione. Oltre a questo, tutti i discorsi che vengono pronunciati dai Commissari, o dal Presidente della Commissione vengono immessi nella Sala stampa virtuale e quindi sono immediatamente accessibili da parte della stampa, ma non soltanto da parte della stampa, da parte di chiunque. Qualsiasi cittadino può accedere alla Sala stampa virtuale e attraverso una semplicissima ricerca, con un motore di ricerca facilissimo da utilizzare si trova a disposizione tutto il materiale stampa che viene presentato dalla Commissione europea. Non solo. Questa Sala stampa virtuale, attraverso uno strumento che si chiama *Rapid*, un archivio, una banca dati di tutta l'attività di comunicazione della Commissione, permette di avere accesso e di fare ricerche sui documenti di comunicazione della Commissione europea per un periodo di tempo abbastanza ampio. Parliamo ormai di un archivio complessivo di oltre 10 anni, e facilmente raggiungibile quello degli ultimi anni e degli ultimi mesi.

Queste evoluzioni tecnologiche hanno permesso di limitare - non dico rompere la barriera dei corrispondenti a Bruxelles - ma di limitare questo rapporto privilegiato e di aprire nuovi rapporti. Io lo vedo a livello personale dal fatto che ho sempre più contatti che mi arrivano direttamente dai giornalisti nazionali, che seguono l'attività della Commissione attraverso la Sala stampa virtuale e che poi, sempre attraverso la Sala stampa virtuale, trovano i contatti, che sono pubblici e disponibili, per rivolgersi e chiedere maggiori informazioni o maggiori particolari sulle questioni che gli interessano di più. Questa è già un'evoluzione molto importante. Un'altra evoluzione importante, e che in futuro diventerà ancora più essenziale, è la possibilità di assistere, in presa diretta e immediata, sempre attraverso internet o attraverso satellite, a tutte le attività di comunicazione, non solo della Commissione europea ma di buona parte delle Istituzioni europee. C'è un sistema, che si chiama *Europe by satellite*, l'Europa attraverso il satellite, che permette a tutti, giornalisti, cittadini, chiunque sia dotato di un normale accesso ad internet, ma anche semplicemente di un ricevitore satellitare e di un decoder. Il canale Europe by Satellite viene diffuso in chiaro e permette di vedere in prima persona e in tempo diretto tutte le conferenze stampa di mezzogiorno di cui vi parlavo prima, che vengono trasmesse, ma anche tutte le conferenze stampa principali che si svolgono sia a Bruxelles che a Strasburgo, dei Commissari o della

Presidenza della Commissione europea e le sessioni plenarie del Parlamento europeo. Quindi, quando parlavamo prima dell'informazione elaborata da parte dei giornalisti e poi successivamente, attraverso le agenzie, gestita e pubblicata dai quotidiani, ecco che questa massa di informazioni è comunque adesso disponibile. E questo credo sia un passo avanti notevole, poco conosciuto ancora, ma che permette di portare direttamente nelle redazioni, negli uffici dei *media* nazionali, l'attualità europea in tempo reale. Credo che queste informazioni che ormai per chi si occupa di attualità europea e lavora attorno all'Unione europea, già sono disponibili da qualche anno, abbiano bisogno però di essere veicolate meglio. Questo è solo uno degli esempi di quanto si è più vicini all'attualità dell'informazione europea di quello che si creda. Non so quanti giornalisti in Italia che si occupano di Unione Europea conoscono e sanno gestire questi mezzi. In realtà sono mezzi che, di fatto, permetterebbero di coprire e gestire buona parte dell'attualità europea senza bisogno di essere a Bruxelles, se non per casi particolari e per avvenimenti specifici di particolare rilievo. Detto questo naturalmente l'insieme della comunicazione della Commissione europea non si ferma alla Sala virtuale o al sistema EBS. E chiaramente c'è anche una necessità nuova che si comincia a porre attraverso questi strumenti. È quella di comunicare non più soltanto un'attualità, un'informazione europea di carattere tecnico e specifico ma quella di aprire e di allargare il discorso cercando di andare verso una semplificazione e una maggiore comprensibilità di quello che si comunica, che è forse una delle esigenze più sentite. Da questo punto di vista la riflessione che è stata fatta, e credo sia stata fatta in termini anche molto pratici e concreti, non si tratta cioè di comunicare meglio l'Europa attraverso una serie di iniziative più o meno fini a sé stesse che possano poi nel lungo periodo cambiare le tendenze di come i *media* vivono l'Europa o di come viene data l'informazione europea. Si tratta di agire concretamente in maniera molto realistica. Questo significa dotare la Commissione, al suo interno, soprattutto la parte che si occupa della comunicazione, di professionisti della comunicazione.

Uno dei problemi che è stato rilevato in questa analisi - abbiamo sentito parlare molto di "crisi", di "problema", chiaramente di un'*impasse* europea - tra i vari processi di elaborazione e di analisi delle ragioni di questo stallo, uno degli elementi è stato individuato nella comunicazione. Si è rivisto, si è cercato di analizzare, andando a cogliere le cose che hanno funzionato meglio e le cose che hanno funzionato peggio nei sistemi di comunicazione della Commissione Europea, ed un aspetto che è stato colto e che avrà un seguito concreto è stato quello di utilizzare meglio i professionisti della comunicazione all'interno della Commissione. Da questo punto di vista quindi, ci si aspetta, nell'arco dei prossimi mesi, che la Commissione stessa faccia uno sforzo di reclutamento di professionisti nel settore della comunicazione che avranno il compito di migliorare, laddove possibile, il trattamento del flusso di informazioni verso i giornalisti e i cittadini. In maniera da dare un'attualità europea che sia, più semplice, più facile da capire, meno tecnica e anche più immediatamente utilizzabile dai *media*.

Concludo con alcune osservazioni che, ascoltando gli interessanti interventi di chi mi ha preceduto vorrei discutere e che possono anche essere materiale per il dibattito. Il primo aspetto riguarda il modo in cui, soprattutto in Italia, la

stampa e i *media* trattano l'Europa. Mi sembra emergano due tendenze tutte e due riscontrabili: da un lato si dice che c'è troppo poco, dall'altro si dice che c'è troppo. Credo che, come sempre, ci sia una spiegazione: in Italia si tende ad avere una copertura ciclica dell'attualità europea che ha dei picchi elevatissimi laddove ci sono degli elementi che hanno un interesse immediatamente nazionale. Quando esiste un nesso molto chiaro con l'attualità nazionale - credo che la vicenda Enel sia un esempio piuttosto chiaro - che dà vita anche ad un insieme di polemiche e discussioni molto accese, si risveglia una sorta di interesse sopito per l'Europa che si traduce successivamente in una presenza molto più elevata di temi europei nei *media* italiani. Successivamente si ricade in quello che è una sorta di assopimento: se guardiamo la stampa italiana, è un'analisi che mi sento di fare, conoscendo abbastanza bene gli altri *media* che si occupano di attualità dell'Unione europea. La stampa italiana in questo è sostanzialmente limitata nella capacità di assorbimento di informazioni europee. Esiste soltanto in pochissime testate, nel caso specifico a mia conoscenza a livello nazionale solo *il Sole24 ore* ha una pagina specifica dedicata all'Unione europea, più un supplemento del lunedì che è sempre dedicato all'Europa. Gli altri quotidiani non hanno, come invece succede nella maggior parte dei *media* e dei quotidiani europei, non hanno una rubrica specifica dedicata all'Europa. Allo stesso modo sui *media*, quelli sì, almeno di mia conoscenza - mi scuserete ma non sono in Italia da molto tempo quindi mi fido dei rapporti che ho letto e della analisi che ho letto - sui *media* televisivi italiani esistono rubriche, trasmissioni, esclusivamente dedicate all'Europa solo in quanto queste trasmissioni sono co-finanziate dall'Unione Europea. È un segnale abbastanza forte del fatto che non esiste un interesse immediato, né sotto il profilo finanziario ed economico, né sotto il profilo dell'interesse più diretto legato agli ascolti e alla programmazione, che riguarda le trasmissioni di carattere europeo. Quindi esiste, dal punto di vista dei *media* italiani, una difficoltà di assorbimento che si traduce in questo: laddove ci siano, nell'ambito della stessa giornata, più notizie particolarmente interessanti e di rilievo sull'Unione Europea si finirà con l'avere, di base, al massimo un grande titolo, una grande tematica esaminata, con, se le altre tematiche sono particolarmente rilevanti, qualche commento o qualche accenno a quelle successive. Questo trend è particolarmente diverso da quello di altri quotidiani dello stesso prestigio e livello dell'Unione Europea, dove questa capacità di assorbimento è adesso molto più ampia. Troviamo più pagine e più titoli dedicati all'Unione Europea. Questo mi sembra un elemento di riflessione. Mi permetto di lanciare il "sasso nello stagno": non so se questa mancanza di attenzione - e questo forse è un quesito su cui potremo dibattere dopo - è una responsabilità di come viene comunicata l'Unione Europea o se parte della responsabilità va cercata in una miopia, non uso il termine "provincialismo" perché mi sembra sbagliato per la stampa italiana, in una miopia dei *media* italiani. Con questo elemento un po' critico e anche controverso chiuderei il mio intervento.

Lanfranco Vaccari, *Direttore de Il Secolo XIX*

Io volevo dire alcune cose su "che cosa comunicare" e "come comunicare". A proposito di "cosa comunicare", qualche giorno fa il Parlamento di Strasburgo ha passato una mozione che verterà sui trasporti ferroviari, su alcune tratte verrà modificata la segnaletica. In particolare due delle tre tratte sulle quale partirà questa cosa sono la Genova-Rotterdam e la Lisbona-Lione-Torino-Kiev. È sicuramente una buona notizia, ma il problema è che non ci sono le ferrovie. La Genova-Rotterdam si parlava proprio di metterla (ma non si farà probabilmente mai) (...). Che si faccia la Lisbona-Lione-Torino è altamente poco probabile... E il significato di questa cosa mi sembra più generale. Mi sembra che l'UE sia molto impegnata a unificare i simboli, fa la bandiera ma non continua la politica di integrazione, unifica la moneta, ma non organizza. Mi spiace per Matteo Fornara, ma unifica la lunghezza delle banane ma non la polpa. Unifica la segnaletica ferroviaria ma non in Italia. Allora, così, detto per malizia, "il diavolo fa le pentole ma non i coperchi", l'Unione Europea si è dimenticata di fare i coperchi. È difficile, io credo, comunicare senza che ci siano i termini. Ed è la ragione anche per la quale, arrivo a parlare di "come comunicare l'Europa". È la ragione per la quale la copertura dell'Unione Europea sulla stampa italiana è ondivaga. Prima il Professor Marletti ha dato dei dati sulla moltiplicazione della copertura in un periodo che arrivava fino al 2004 e che credo sia possibile rifare anche nel 2005. Non ho qui i dettagli ma non credo di sbagliare molto se dico che fra il 2000 e il 2005 la copertura dell'Unione Europea sui giornali italiani è aumentata in maniera considerevole, soprattutto nel periodo della Presidenza di Prodi alla Commissione, e che la lettura della Presidenza di Prodi alla Commissione era fatta sostanzialmente in chiave di politica interna e non di politica europea. Questo accade, non tanto o meglio, non soltanto per un problema di miopia o di provincialismo, come diceva prima Cercone ma per un problema di qualità dei mezzi. Si cita sempre il *Financial Times*, come unico riferimento. Il problema è che, mentre negli altri Paesi ci sono dei quotidiani - la Spagna ha *El Pais* e *El Mundo*, la Germania ha la *FAZ*, in Francia ci sono *Le Monde* e *Le Figaro*, in Inghilterra si sono il *Times*, *The Guardian* e il *Daily Telegraph* - in Italia non esiste qualcosa che sia assimilabile ai *quality paper* perché il *Corriere della Sera* e la *Repubblica*, che sono le due testate che più si avvicinano ai *quality paper*, non sono politiche ma sono definibili come "quotidiani omnibus". Il quotidiano omnibus è uno strano oggetto che pretende di essere venduto contemporaneamente all'amministratore delegato di una società e al farmacista e all'autista, senza tener conto del fatto che l'amministratore delegato e l'autista hanno diversi, ed entrambi legittimi, bisogni di informazione. E quando tu cerchi di tenere insieme due cose così contrastanti è difficile che tu possa avere una copertura sistematica degli ambiti che sono propri della politica estera. E quindi questo rende a mio avviso difficile un paragone tra la copertura della stampa italiana e la copertura dei giornali degli altri Paesi. È sicuramente vero invece, come diceva il Professor Marletti, che i giornalisti in generale hanno un problema di preparazione rispetto alla copertura degli eventi. Ma questo è un discorso molto più generale che non vale soltanto per l'Europa ma vale per la categoria e per il momento in cui la categoria si trova ad operare. Si trova in un momento in cui i quotidiani hanno perso sicuramente il criterio

dell'istruttività dell'informazione per la proliferazione di internet radio, ma hanno perso anche il privilegio della conoscenza. Cioè si sta moltiplicando quello che prima era un fenomeno soltanto ristretto all'ambito degli specialisti. Questo è dovuto all'aumento della socialità, alla perdita dell'esclusiva, quindi alla caduta dell'autorevolezza imperfetta dei giornali. Nessuno oggi per fortuna dice più "l'ha scritto il giornale, dunque è vero". E al fatto che la preparazione dei giornalisti rispetto alle cose complesse che devono comunicare, l'Europa è un buon esempio di una cosa complessa da comunicare. A Bruxelles c'è, io credo, una sola giornalista, Adriana Cervetelli, che è in grado di sapere esattamente di che cosa si sta parlando. Tutti gli altri fanno i collegamenti da Bruxelles esattamente come se stessero facendo collegamenti dal Consiglio Comunale di Milano piuttosto che dal Parlamento. Questo però dipende anche dal fatto che la Rappresentanza politica italiana a Bruxelles è fatta secondo criteri politici. I partiti italiani a Bruxelles mandano generalmente quelli che si vogliono "togliere dai piedi". Invece, la qualità delle rappresentanze degli altri Paesi, dove tra l'altro non mancano queste cose, è tuttavia un po' più elevata. Questo fa sì che quelle rappresentanze comunichino con i loro giornalisti dei temi, che non sono semplicemente il desiderio di tornare ad occuparsi delle cose di casa propria. Chiudo il cerchio ritornando al caso della segnaletica. È francamente difficile, per un giornale generalista, riuscire ad appassionare l'opinione pubblica su temi internazionali quando l'opinione pubblica ha avuto direttamente un solo grande dibattito sull'Europa che è stato l'Euro. Perché l'Eurobarometro e la fiducia degli italiani nell'Europa equivale sostanzialmente alla risposta alla domanda "siete favorevoli o contrari alla Croce Rossa?". È chiaro che tutti dicono di essere favorevoli alla Croce Rossa esattamente come hanno detto di essere favorevoli all'Europa. Il fatto però che su un dato di grande rilevanza come la Costituzione, in due Paesi che tra l'altro avevano dei problemi di politica interna, che sono stati chiamati a pronunciarsi su una cosa politica, è andata come è andata, la dice lunga. Quindi io credo che per riuscire a comunicare un po' di più e un po' meglio l'Europa bisognerebbe che intanto l'Europa cominciasse a fare più e bene. E poi soprattutto, questo è sicuramente vero, i giornalisti dovrebbero avere una maggiore preparazione sui temi che a Bruxelles si discutono. Come sono messi oggi possono fare abbastanza poco se non riproporre il teatrino della politica italiana.

"Perché comunicare l'Europa", di Carlo Corazza, Addetto stampa della Rappresentanza in Italia della Commissione europea

Per mestiere sono abituato a sentirmi dire dai giornalisti che siamo inutili e che non abbiamo combinato nulla finora. Battute a parte, innanzitutto scusando il collega Roberto Santaniello che oggi non ha potuto essere qui, sono venuto da Roma, io faccio un mestiere simile a quello che fa Matteo sulla stampa del Centro-Nord. Sono stato punito per un ritardo incolpevole e quindi devo fare una sintesi abbastanza difficile, sia perché ho poca memoria, sia perché sono state dette delle cose abbastanza difficili da tenere insieme. Vorrei cominciare, anche per facilitarmi il compito, dall'ultimo intervento del Direttore Vaccari,

che, al contrario di quanto si può pensare, ho trovato invece molto stimolante e molto interessante. Anche se, effettivamente, dire che finora l'Unione Europea ha fatto solo l'Euro come cosa tangibile e concreta, secondo me è una provocazione, ovviamente. Parto da questa provocazione, che però mi serve per arrivare a quello che secondo me è il punto centrale del dibattito di oggi. Ci si può girare intorno quanto si vuole, però alla fine, occorre a dimostrare ai cittadini che ha un valore aggiunto e che gli migliora la vita. Io dico, non solo che gli riempie il portafoglio, secondo me non è vero che l'Europa è percepita in questo modo. Sicuramente il portafoglio ha un ruolo fondamentale, però io ricordo spesso quello che diceva il Commissario agli Aiuti umanitari, Emma Bonino, ed effettivamente aveva presa quando diceva: "Noi non siamo solo la somma dei soldi che abbiamo in tasca, l'Europa non può essere percepita solo come il nostro portafoglio". Quindi è vero che quando c'è stagnazione, quando c'è recessione, quando si cresce poco come è successo negli ultimi anni, è molto più difficile spiegare che l'Europa ha un valore aggiunto, e forse questo spiega anche i dati molto interessanti forniti, da parte del Professor Marletti: quando si cresce poco l'Europa diventa una cosa che tutto sommato sembra ostacoli l'economia, apra le porte alla Cina, che crei burocrazia, che crei lacci. Quando si cresce molto è più facile dire "il Mercato Interno", "le libertà", "l'integrazione", o "le reti transeuropee". Dimostrare che abbiamo un valore aggiunto concreto, ossia che siamo in grado di fare le reti transeuropee, che siamo in grado di far funzionare meglio l'economia e di rendere il nostro mercato il primo mercato del mondo, un mercato realmente competitivo con la Strategia di Lisbona, in questo momento è obiettivamente una cosa difficile. Questo però non vuol dire che si deve dare per scontato quello che è avvenuto negli ultimi 50 anni. L'anno prossimo, come sapete, cade l'anniversario dei 50 anni. Se si fa un bilancio oggettivo - il mio mestiere chiaramente è cercare di vendere in modo positivo l'Unione Europea, però, cercando di essere modesti e oggettivi - personalmente mi sembra quasi un miracolo che degli Stati che si sono fatti la guerra per secoli, due guerre nell'ambito della metà dello scorso secolo, di colpo si sono messi insieme e hanno creato il mercato più grande del mondo, fondato sulla libertà. La libertà. Perché la chiave di lettura, l'impianto centrale - aldilà di come è stato applicato, degli ostacoli, delle resistenze politiche nazionali - la chiave di lettura per analizzare la costruzione europea sono le quattro grandi libertà e i valori condivisi di democrazia e di rispetto dei diritti umani. Queste quattro libertà, per quanto le abbiamo applicate con ritardo, per quanto forse abbiamo fatto troppe direttive, per quanto abbiamo regolato troppo, non abbiamo armonizzato abbastanza gli standard e via dicendo, comunque hanno funzionato: siamo arrivati ad un mercato integrato. È vero che la Bolkestein doveva essere fatta 20 anni fa, è vero che questa versione della Bolkestein è deludente, è vero che le professioni e le corporazioni ancora frenano molte cose, però abbiamo il primo mercato del mondo e questo mercato funziona. Le persone circolano liberamente e la gente può andare potenzialmente a cercare - questo è l'hanno della mobilità, se si avesse voglia, coraggio, se si sapesse bene l'inglese sarebbe possibile - cercare lavoro dove si vuole in Europa. E secondo me, con un po' di intraprendenza, si trova. Eppure vediamo il bicchiere mezzo vuoto. Vediamo che nel mercato interno non abbiamo ancora applicato pienamente la libera

circolazione dei servizi, abbiamo fatto troppi regolamenti e, se sentite parlare molti Ministri che usano spesso la tecnica del capro espiatorio, pare che se le imprese non si possono fare in una settimana e ancora se ci sono molti problemi per chi vuole fare impresa, sia tutta colpa solo di Bruxelles e non dei governi nazionali.

Altro problema, la strategia per dare più competitività all'Unione Europea. Siamo partiti presto, siamo partiti quasi in tempo, una volta tanto, con il Consiglio Europeo di Lisbona. L'obiettivo era giusto, perché abbiamo solo la conoscenza come arma in più nei confronti della Cina e dell'India. Fondare un'economia basata sulla valorizzazione delle risorse umane: ci siamo riusciti in minima parte, ci sono riusciti alcuni Paesi del Nord Europa, la solita Inghilterra, Danimarca, Paesi scandinavi in generale, meno la Francia, molto meno l'Italia e altri Paesi del Sud, eppure sembra che sia soltanto colpa dell'Unione Europea e non della mancanza di coraggio delle classi dirigenti di molti Stati membri, di fare riforme strutturali e di investire e cambiare veramente la concezione del budget. Avrete visto il dibattito che c'è stato sulle prospettive finanziarie: chi toccava l'agricoltura sembrava che si attaccasse ad un palo di alta tensione, eppure sapevamo tutti quanti che se non si toccava l'agricoltura non si potevano fare le infrastrutture e non si poteva investire nella ricerca. Però mica è la Commissione europea o la Corte di Giustizia o il Consiglio che decide che non si può toccare l'agricoltura. E siamo al secondo bicchiere mezzo vuoto. Terzo bicchiere mezzo vuoto: allargamento. Secondo me è stato un successo storico straordinario. Era una delle due, tre grandi ragioni sociali con cui è nata l'Unione Europea. E secondo me è stato fatto anche bene, con intelligenza, impostato da Mitterand, da Delors, da una classe dirigente una volta tanto lucida. Dopo la caduta del muro di Berlino, si potevano aprire dei problemi di stabilità che, poi abbiamo visto, si sono aperti nei Balcani, dove invece le classi dirigenti europee hanno fatto tutt'altro che bene. Abbiamo fatto una strategia basata da un lato sull'assistenza tecnica e dall'altro su creare un faro, dicendo: "Se voi andate in questa direzione prima o poi entrerete nel porto e sarete parte dell'Unione Europea, avrete fondi di coesione e fondi strutturali". Ha funzionato, il bilancio - è uscito un rapporto qualche settimana fa - a detta di tutti è assolutamente positivo, non sono arrivati idraulici polacchi, non sono arrivate invasioni di lavoratori subordinati, anzi, non si capisce perché l'Italia ancora pone una deroga alla libera circolazione dei lavoratori visto che non abbiamo neanche riempito la quota dell'anno scorso. Eppure adesso la gente parla dell'allargamento come di una sorta di mezzo disastro, il dibattito si sta centrando sulla capacità di assorbimento, quando si parla di allargamento si pensa solo alla Turchia. È vero che questi Paesi sono entrati spesso con delle classi dirigenti giovani, non preparate, molto legate agli Stati Uniti, in buona parte euroscettiche, però sta anche a noi, ai vecchi 15 Stati. Come sta facendo Angela Merkel: la Merkel, da quello che ho letto sui giornali, ha detto chiaramente alla Polonia e alla Repubblica Ceca: "Voi non potete entrare solo per prendere soldi". Io mi aspetto che gli altri leader europei facciano un discorso simile quando si affronterà il discorso della Costituzione.

E vengo all'ultimo punto dove il bicchiere è effettivamente mezzo vuoto, anzi, è quasi vuoto. Aldilà del fatto che eravamo in un *mood* negativo dell'opinione

pubblica, legato alla stagnazione economica e al fatto che era tempo che l'Europa non riusciva a dimostrare valore aggiunto concreto, secondo me la ragione vera è stata una strumentalizzazione di politica interna di Chirac. Poi magari si perdeva lo stesso, però il dato politico significativo è che c'è stato un leader europeo, a fine carriera, che veniva da una serie di errori politici abbastanza macroscopici, che ha utilizzato una cosa fondamentale su cui si stava lavorando con un metodo molto migliore di quello Nizza, da quattro anni l'ha utilizzata per cercare di ridarsi una nuova patina. In Olanda probabilmente ci siamo scontrati contro un fenomeno più serio. Però, secondo me, dire che in Francia il no è stato legato all'allargamento, al problema Turchia, è un'analisi abbastanza parziale di quello che è successo. Comunque, anche lì, il trend è dire: non siamo riusciti a fare una riforma istituzionale seria, prima, per gestire l'allargamento. Cosa facciamo adesso con l'allargamento che abbiamo promesso alla Romania e alla Bulgaria che entreranno fra qualche mese? Cosa facciamo con i Balcani che sono ancora un'area di stabilità a rischio? Cosa vogliamo fare con la Turchia, se l'unica forma di politica estera seria che può fare l'Europa è una politica di allargamento?

E allora, vengo un po' alla sintesi degli interventi che mi hanno preceduto. I dati dell'Eurobarometro secondo me sono preoccupanti per pochi Paesi, secondo me più per l'Italia che in generale. Perché in Italia effettivamente c'è stato un trend abbastanza significativo di cambiamento di opinione pubblica. È vero quello che è stato ricordato dal Professor Marletti, che prima si parlava troppo bene, in modo troppo acritico dell'Unione Europea. Però è anche vero che è successo qualcosa negli ultimi tre anni - e io qui credo che sia stata l'introduzione della politica del capro espiatorio anche in Italia. Benissimo fare la politica del capro espiatorio, i politici fanno il loro mestiere, però stiamo attenti perché a un certo momento quando si toglie troppo il consenso e si crea la *forma mentis* nella gente per cui ogni cosa negativa è colpa dell'Unione Europea, se salgono i prezzi è colpa dell'Unione Europea, se c'è troppa burocrazia, le banane... Noi non siamo questo. Noi siamo persone che fanno il massimo sforzo per far funzionare l'economia. Ce la mettiamo tutta. Siamo uomini e quindi sbagliamo come tutti gli uomini. Ma non si può dare l'impressione che a Bruxelles ci sia una manica di persone ottuse che passano il loro tempo a ostacolare la crescita economica, a favorire le imprese cinesi, e che non hanno una minima idea di quello che vogliono gli imprenditori. Questa è un'idea assolutamente burlesca, perché questi funzionari e gli eurocrati sono persone a contatto, dal mattino alla sera con gruppi di pressione, lobbies, imprese, associazioni di Confindustria, Confcommercio, parlamentari nazionali ed europei. È vero che vivendo a Bruxelles non si ha la percezione, però questa alienazione di Bruxelles... È come dire che Washington è alienata rispetto alla realtà degli Stati Uniti: un po' lo è sicuramente, ma comunque ha tante ricetrasmittenti, tanti canali. È un processo molto democratico quello con cui si arriva a una direttiva: ci sono i Libri Verdi, i Libri Bianchi, ci sono le consultazioni. È un sistema aperto in cui chi vuole intervenire e farsi sentire può farlo e lo fa, ve lo assicuro. Quello che è stato detto è verissimo: gli interessi sono sempre più complessi, il *balance* degli interessi è sempre più complesso. Ci sono degli snodi, come la politica ambientale, i cambiamenti climatici, la politica energetica che toccano moltissimo la politica economica. È

un incrocio molto delicato e forse quello che io rimprovererei a volte alla stampa italiana, salvo l'eccezione di Adriana Cervetelli - di cui condivido assolutamente il giudizio che è stato dato, non è l'unica, però sicuramente una delle più brave - è di non far capire la complessità del processo decisionale comunitario. Cioè non far capire che decidere con 25 Stati membri, 25 parlamenti nazionali, un Parlamento Europeo di oltre 800 membri, è difficile. Corporazioni di tutti i tipi, lobby: è una cosa molto difficile. Forse manca, e in questo parlerei anche di autoreferenzialità di una certa stampa italiana, manca il senso della difficoltà di portare avanti la complessità del mercato interno e della politica. Quindi, facendo riferimento a quello che diceva Matteo Fornara: sì, Bruxelles è autoreferenziale, fino a un certo punto, nei limiti di un mondo che ogni giorno deve decidere di interessi importantissimi. Però, quanto siamo autoreferenziali noi, gli Stati membri? E quanto sono autoreferenziali i *media* italiani? Noi siamo un Paese che spesso si guarda l'ombelico, che spesso si mette lui stesso ai margini, e che forse non vive pienamente la dimensione della realtà che è quella di un processo decisionale europeo. Sembra che tutto succeda qua e poi di colpo arriva qualcuno che parla del Patto di Stabilità, o la Bce che alza i tassi d'interesse. No. La dimensione naturale, reale dell'Italia, se non si vuole essere alienati e se si vuol fare il giornalista in modo non alienato, ormai è la dimensione europea, dove "ormai" vuol dire "negli ultimi 30 anni". Riguardo a Michele Cercone, la mia impressione è che è vero che la stampa italiana ultimamente parla più di Europa e ne parla meglio. Gli articoli migliori di analisi costruttiva e critica li ho trovati spesso sulla stampa italiana, riguardo ai grandi eventi: la Costituzione, le prospettive finanziarie, l'Iran, la Palestina. Sui grossi eventi di politica internazionale noi abbiamo dei grandi analisti. Sulla quotidianità c'è francamente disattenzione, superficialità, e a volte manca quella preparazione di base di cui parlava il Direttore Vaccari. Per concludere vorrei dare tre punti che secondo me bisogna tener conto se vogliamo comunicare meglio e arrivare al risultato di dare una percezione migliore ai cittadini della Costituzione europea. Innanzitutto perché se non ci si porta dietro i cittadini in democrazia, sia a livello di regioni e comuni sia a livello di Unione Europea, non si può fare nessun tipo di politica, non si possono fare le infrastrutture, la politica estera e neppure la politica commerciale comune. Bisogna portarsi dietro i cittadini. E per farlo bisogna convincerli, farli appassionare, toglierli da quella zona grigia di indifferenza che secondo me è peggio di chi è contro, perché chi è contro partecipa ad una dialettica e ci mette energia. Invece l'indifferenza toglie l'energia e crea un clima di apatia in cui è difficile fare politica. Poi è un gatto che si morde la coda perché se noi non riusciamo a fare politica a livello europeo poi è difficile convincere i cittadini che abbiamo un valore aggiunto.

1) Il primo punto è fare ripartire la crescita economica. È un dato scontato. L'Unione Europea non può fare moltissimo però credo che abbia ben chiaro che se non riesce a far ripartire e a mantenere, almeno per qualche anno, una certa crescita economica, sarà molto difficile poi portare avanti dei grossi progetti europei.

2) Secondo punto essenziale è quello che ho detto all'inizio: dimostrare che l'Europa non è un *bluff* di Comitati, di Parlamento, di Commissari, di funzionari, ma che l'Europa porta dei risultati concreti. Io penso che i risultati concreti

spesso li portiamo, non so quanto li sappiamo vendere però ci proviamo in tutti i modi. Ma è chiaro che per gestire una crisi in Iran o in Medioriente, per completare un corridoio, ci vogliono non solo i soldi ma l'alta politica, e questo è proprio un problema di classe dirigente europea.

3) Il terzo punto. Innanzitutto ci vorrebbe una concezione del servizio pubblico di informazione europea, e in questo mi riferisco alla TV pubblica. E poi ci vuole una cultura, che in buona parte già c'è, di giornalisti aperti, che vivano non una dimensione provinciale o nazionale, ma nella realtà com'è, ossia in un mondo globalizzato in cui l'Europa è uno dei tanti *player* e in cui le cose si giocano in una dimensione europea.

Vi ringrazio per l'attenzione

TAVOLA ROTONDA

Stefano Mosti, *Presidente Osservatorio di Pavia*

Grazie a Carlo Corazza. Avevamo pensato ad una tavola rotonda, un dibattito. Abbiamo invitato Anna Maria Angelone a moderare. Innanzitutto ti chiederei un parere personale per poi dare vita al dibattito

Anna Maria Angelone *giornalista di Panorama*

Intanto volevo pensare al tema del Seminario prima di fare una mia valutazione e raccontare la mia esperienza personale. Volevo rivolgere una domanda a tutti voi e soprattutto ai relatori qui presenti sul tavolo.

Le domande sono due. La prima è: ritenete che gli argomenti europei vadano trattati in Esteri o in Attualità? La seconda: ritenete che un giornale dovrebbe mettere un suo giornalista, così come ha il suo vaticanista, anche sugli affari europei, continuativamente?

Carlo Corazza, *Addetto stampa della Rappresentanza in Italia della Commissione europea*

Per quello che riguarda il dilemma se creare una pagina *ad hoc* oppure lasciare che il tema si sviluppi in modo più trasversale, io sono più a favore della seconda ipotesi. L'Unione Europea si sta occupando in misura crescente, anche con il Trattato Costituzionale che per il momento è in una fase di stallo ma comunque in prospettiva amplia le competenze dell'Unione Europea, su temi più differenziati. Quindi trovo più opportuno che Economia, Ambiente, Politica siano trattate ognuna con una sua autonomia e che in ognuna sia opportuno inseguire la dimensione europea, perché questo modo consente di descrivere al lettore una dimensione più globale che è poi tipica delle problematiche che si affacciano nell'attualità. Invece l'ipotesi di inserire l'Europa in un'apposita pagina, è vero che ha il pregio di obbligare tutti i giornali a uscire tutti i giorni con una pagina intera dedicata all'Europa, e quindi potrebbe far passare l'idea che lo spazio dedicato all'Europa sia maggiore, però ha anche il difetto - e su questo si potrebbe aprire una discussione - di chiudere l'Europa in un ghetto per specialisti, come se da quel ghetto fosse poi difficile uscire e magari ritrovare la possibilità di discutere i temi che presentano dimensioni intrecciate tra di loro, che possono essere locali, regionali, nazionali ed europei al tempo stesso.

Matteo Fornara, *Rappresentanza a Milano della Commissione Europea*

Io volevo assolutamente commentare la prima domanda. Al limite si può discutere se l'Europa deve andare nell'Attualità o negli Interni, oppure in una rubrica separata, ma assolutamente io sono contrario al fatto che vada negli Esteri. Perché l'Unione Europea non è "estero". L'Italia è parte dell'Unione Europea e l'Unione Europea determina gran parte della legislazione italiana - fosse solo dal punto di vista legislativo - e anche della politica. Secondo me il dilemma Esteri non si pone ed è proprio, secondo me, un'idea sbagliata. Sulla

pagina dell'Europa separata dal resto io posso portare la mia esperienza. Negli ultimi cinque mesi ho visitato una quarantina di Direttori di giornali locali nel Nord Italia, che ho cercato di convincere sull'opportunità di trattare le notizie europee a livello locale, quelle notizie che avessero un impatto sul territorio del giornale e ponevo la stessa domanda. La maggior parte dei direttori dicevano che preferiscono lasciare la notizia all'interno del giornale perché le rubriche nei giornali sono meno lette delle pagine delle notizie. Ce ne sono altri che invece hanno creato delle rubriche specifiche, che a me fanno piacere perché, mettendole tutte le settimane danno una continuità al lavoro e alla notizia europea. Però forse sono più d'accordo sul fatto che il giornale deve riuscire a interpretare la notizia e magari integrarla con contributi locali o della dimensione propria per valorizzarla.

Volevo fare anche un brevissimo commento anche sulla questione "delle pentole e dei coperchi" che ha sollevato Vaccari, perché mi sembra importante. Lui dice che a volte l'Unione Europea non va al cuore della questione ma si occupa di dettagli senza pensare se il cuore è risolto. Il commento che voglio fare è questo: lo spazio dato all'Unione Europea non è deciso dall'Unione Europea stessa, è deciso dagli Stati membri che mettono a disposizione pezzi della loro sovranità e delle loro competenze a livello europeo. Quindi, come diceva il dottor Canseco, per esempio sulla dimensione esterna dell'Unione Europea, che è un lato politico ma anche un lato economico di concorrenza e competizione molto importante, c'è da dire che, a mio avviso, è anche una questione di "gelosia" degli Stati, che preferiscono mantenere competenze al loro interno anche contro un interesse che andrebbe verso la dimensione europea. Pensiamo anche a livello di cariche, non solo di contenuti (a parte che gli Stati europei hanno ancora interessi geo-strategici differenti l'uno dall'altro). Però sulle cariche, una delle soluzioni che è stata trovata nell'architettura politica della nuova maggioranza è stata quella di dare il Ministero degli Esteri a una personalità importante, che ambiva magari a un altro tipo di carica ma che è stato soddisfatto con un Portafoglio importante. Immaginatoci se domani, con la nuova Costituzione, avessimo un Ministro degli Affari esteri solo dell'Unione Europea: noi, a livello italiano, perderemmo anche questa opportunità di soddisfare un certo tipo di esigenze politiche. Questo mi fa pensare che anche la politica italiana non è ancora disposta - ho preso questo caso recente, ma vale per tutti i governi che ci possono essere in Italia - non sia ancora disposta a pensare, a porsi la domanda. Questa cosa ci servirebbe a dare una risposta sull'utilità o sull'opportunità di avere una cosa piuttosto che un'altra, ma si continua a ragionare secondo dei criteri che non sono quelli dell'interesse comune, dell'interesse italiano in Europa.

Michele Cercone, *Servizio portavoce a Bruxelles della Commissione Europea*

Trovo molto interessante il dibattito e la questione sollevata da Anna Maria Angelone per un motivo molto specifico. Innanzitutto per quanto riguarda Attualità o Esteri sono tentato di dire che non è tanto questa la suddivisione quanto l'idea di "pagina europea". L'idea del ghetto non la condivido molto. A me pare invece che la pagina de *Il Sole24 Ore* abbia molto spessore e molta sostanza, soprattutto nell'edizione del lunedì, che permette di andare in profondità su alcuni aspetti ostici. Per esempio il settimo programma quadro di

ricerca, una sorta di Cerbero di cui pochi conoscono le sfumature, ha trovato lì lo spazio per essere spiegato anche agli esperti del settore. L'altro aspetto è: se creiamo pagine europee, forziamo i giornali a creare giornalisti europei, e questa forse è l'esigenza che si sente. Vi faccio un esempio basato sull'esperienza bruxellese: un giornalista che arriva a Bruxelles, prima di essere in grado di capire esattamente di cosa sta parlando ci mette tra i 6 e gli 8 mesi di *full immersion* a Bruxelles, prima di poter andare a seguire l'iter di una direttiva in tutte le sue componenti. Ve lo dico per esperienza personale: prima di essere Portavoce della Commissione sono stato, per quasi quattro anni, corrispondente dell'ANSA a Bruxelles: i primi otto mesi erano buio totale. Mi rendo conto della difficoltà di chi, stando in Italia e dovendo scrivere di un soggetto così importante e difficile, finisce poi per trattarlo in maniera generica perché gli mancano i mezzi per approfondirlo, o finisce per capire male o distorcere il messaggio, e questo succede spesso. Aggiungerei un elemento di riflessione: secondo me, rispetto a quello che abbiamo detto finora, manca tutta una parte fondamentale - che può essere utile anche a livello della comunicazione - che è quella della cronaca europea. Un insieme di notizie che sono immediatamente disponibili e digeribili per i lettori, per il settore audiovisivo, che sono facilmente spendibili e che avvicinano l'Europa ai cittadini, spiegano esattamente che cosa fa l'Europa per i cittadini. Vi faccio alcuni esempi. In vista dell'estate, immagino che alcuni di voi abbiano letto una grande discussione sulle protezioni delle creme solari, su quanto in realtà le creme solari ci proteggono sulla base di quello che è scritto nelle indicazioni. Il tentativo è quello di uniformare il modo in cui le indicazioni sulle creme solari vengono date, in maniera da avere tutte le stesse informazioni e poter facilitare la scelta del consumatore. Questo è un esempio perfetto di cronaca europea, che però è stato trattato e vissuto in maniera talmente lontana che, pur se elaborato, deciso e partito da Bruxelles, è arrivato in Italia e si è persa l'origine europea di questa misura. Questo credo sia uno spunto di riflessione.

Carlo Marletti, *Università di Torino*

Può darsi benissimo che le pagine de *il Sole24Ore*, per cominciare, vadano nella direzione auspicabile. Il discorso è questo: vediamo quali sono le rubriche che, tenendo conto del livello di integrazione europea, si possono realizzare. È verissimo poi che se arriviamo ad un livello di istituzionalizzazione dei giornalisti attraverso rubriche, probabilmente aumenta il livello di preparazione dei giornalisti europei. Vorrei fare un'ultima osservazione: io non ho fatto in tempo a parlare ma nella mia ricerca c'è anche il discorso su quella che chiamiamo la "europeizzazione" dell'opinione pubblica, che non c'è. Non c'è un'opinione pubblica europea unificata. Però c'è un crescente numero di notizie di altri Paesi che ormai vengono commentate. Forse si tratta di incrementare questo processo e mi sembra molto utile il suggerimento della trasversalità delle notizie e la transnazionalizzazione delle notizie da un Paese ad un altro

Anna Maria Angelone, *giornalista di Panorama*

La mia domanda era volutamente provocatoria, perché il punto è questo: nelle pagine dei quotidiani normalmente noi leggiamo le notizie di argomenti europei in Esteri. Questo è. Salvo quando si tratta di notizie di carattere economico,

che compaiono nelle aperture di Economia. Però - questo lo vivo anch'io nel mio settimanale - ho avuto un percorso particolare. Noi avevamo una pagina dedicata all'Europa, fronte e retro - quindi due pagine- che erano alla fine di Esteri. Questo nel '98, quando io ho cominciato a collaborare. Poi, in vista dell'arrivo dell'Euro, questa pagina è stata spostata e ampliata - da una pagina ne sono state create 5 - ed è stata creata una sezione *ad hoc* alla fine di Attualità. Lo spostamento aveva un senso: l'Europa non era più vista come qualcosa in chiusura di Esteri ma era vista come un ponte, una specie di passaggio tra l'Attualità e gli Esteri. Dopo il 2002 la sezione è andata avanti per un paio di anni, all'inizio dell'anno scorso è stata del tutto soppressa. Con il risultato che oggi io, per esempio, trovo molto più difficile far passare dei pezzi. È questo il punto: l'Europa ha una dimensione esterna per il suo ruolo internazionale, una sua dimensione, parimenti forte, interna per le sue ricadute sull'attualità interna. Quindi oggi come oggi andare a proporre un pezzo d'attualità in cui si trovano contemporaneamente le storie di Vittorio Emanuele, le storie su "calciopoli" e tutto il "ben di Dio" che c'è, è praticamente impossibile trovare spazio sulla Direttiva Bolkestein per esempio. Noi dobbiamo fare i conti materialmente con un certo numero di pagine, che hanno delle priorità in Attualità, e trovo giusto non parlarne in Esteri, perché effettivamente l'Europa non deve essere più percepita come una cosa da Esteri. Già il confronto tra l'Italia e la Francia, l'Italia e la Spagna ecc., è un approccio assolutamente vecchio. Noi ragioniamo con la testa di 30 anni fa. Siamo in un'aula di Università: credo che i ragazzi che oggi fanno Erasmus - ed è difficilissimo far passare un articolo su Erasmus, perché questa è poi la realtà dei fatti - i ragazzi di oggi non pensano l'Europa come una cosa che sta ai confini, non pensano di dover fare chissà quanti passaggi per andare in un altro Paese. Mentre noi, che abbiamo vissuto il passaggio con l'Euro, continueremo a ragionare in Lire per parecchio tempo, le prossime generazioni le Lire non le avranno neanche in testa. Io credo che in Italia il problema sia prevalentemente della televisione, perché la Rai in particolare non fa un servizio sull'Europa come lo dovrebbe fare. Io non vedo mai una trasmissione in prima serata sull'Europa. Al salotto di *Porta a Porta* non c'è mai una trasmissione dedicata a un tema europeo, se non quello sul caro-euro con l'ortolano di Trastevere che discute sui prezzi delle zucchine, perché a questo è ridotto. È su questo che dobbiamo ragionare. Io, dal '98 al 2001 ho curato una piccolissima rubrica dedicata alle notizie dell'Europa come queste delle creme solari, notizie assolutamente più per i consumatori. Esisteva un indirizzo e-mail e vi posso assicurare che il *feed-back* dei lettori era altissimo: la gente scriveva per avere informazioni concrete, sui regolamenti. Dobbiamo renderci conto che, a livello di giornali si ragiona con un'altra testa, e quindi credo che in questo il ruolo della televisione sia fondamentale. In Italia il suo ruolo nella comunicazione è molto forte e chiaramente, se non si trova mai una trasmissione sull'Europa o un tema in prima serata... Ma anche i Tg: io sfido a trovare un telegiornale nell'edizione principale delle 20 o delle 13 con un'apertura sull'Europa.

Michele Cercone, *Servizio portavoce a Bruxelles della Commissione Europea*

Tratto dall'esperienza personale: quando mi confronto con i colleghi che scrivono di Europa a Bruxelles, la frase più usata è: "Non ho spazio". Se io parlo con il *Corriere* e con *Repubblica* e gli propongo di scrivere di creme solari, di cose che hanno un'attinenza con i cittadini, la risposta è: "Non ho spazio". Però, dall'altro lato, né Adriana Cervetelli che è stata menzionata prima, né un suo collega a Bruxelles, mi hanno detto: "Non ho spazio". Perché loro lo spazio ce l'hanno.

Anna Maria Angelone, *giornalista di Panorama*

Solo per concludere la seconda domanda sulla questione dei giornalisti: avere per un giornale, oltre al vaticanista, anche un giornalista europeo. Effettivamente è molto difficile orientarsi nell'ambito dell'Unione Europea: ha un *corpus* giuridico voluminoso, le sue procedure. Non è facilissimo orientarsi. Per cui, mandare ogni tanto a *spot* il giornalista, per esempio quello che si deve occupare di Costituzione europea, senza sapere tutto quello che c'è a monte, effettivamente è una difficoltà anche per il giornalista che va a Bruxelles riuscire ad orientarsi. Per questo io ritengo che ci debba essere, più o meno specificatamente, una persona che lo segua.

Carlo Corazza, *Addetto stampa della Rappresentanza in Italia della Commissione europea*

La *Rai*, io l'avevo accennato brevemente e volevo concludere, è il nostro grande cruccio: pensate che noi co-finanziamo dei progetti audiovisivi. Tanto per darvi uno spaccato di cos'è la *Rai* e di qual è la sua concezione di servizio pubblico sui temi europei, nel 2004 abbiamo co-finanziato tre speciali su temi europei, sono finiti alle 9 di mattina delle domeniche di agosto. Quando abbiamo chiesto a *Porta a Porta*, sempre co-finanziando, di fare un approfondimento sull'allargamento - sto parlando del 1° maggio 2004, un evento assolutamente storico - ci ha chiesto 300.000 € per fare una puntata in quella data. Questa è la *Rai*. È una cosa molto triste. Un'ultima battuta sulle rubriche: io non lo vedo come problema. Il problema al limite è sull'ossessione che esiste su certi temi, come il Patto di Stabilità.

Ma una notizia di commercio, è chiaro che il commercio, essendo una competenza esclusiva, non va negli Esteri, va sull'Economia. Tutti i temi di Concorrenza, Mercato Interno e assicurazioni vanno tutti sull'Economia. Per questo i giornali economici sono i nostri principali clienti: il 90% dei contenuti che produciamo sono Mercato Interno e Concorrenza. È chiaro che il Consiglio europeo, quando si parla di Iran, il Commissario Ferrero Waldner e l'allargamento sono in Politica Estera. Secondo me, quando si dice che non si trova spazio, il problema in realtà è che il direttore del giornale è poco attento ai temi europei o pensa che i temi europei non vendano. Il pregiudizio è che i temi europei facciano perdere copie.

Voce dal pubblico in sala

Ezio Mauro, quando si esprime sui temi di informazione sull'Europa, lo fa con interventi in cui dice: "Il target dei prodotti che noi facciamo è quello di un

giornale nazionale". Ecco, il risultato è che ci sono delle pagine di *Repubblica* di astrologia, psicologia e altre banalità. Perché non inserirci invece un tema, un articolo ben fatto sulle creme solari? Anche lì Ezio Mauro perde un'opportunità. Perché un giornalista preparato che oggi scrive sulle creme solari una cosa che sia documentata e molto informata, se fa continue pressioni sul Direttore prima o poi questi pezzi dovrebbero uscire. È chiaro che bisogna uscire dalla routine, dal modo in cui sono organizzati gli articoli giornalistici, bisogna cambiare qualcosa. Perché se tutte le cose le teniamo lì e non si cambia nulla allora è chiaro che non passeranno mai.

Anna Maria Angelone, *giornalista di Panorama*

Io non dico che non ci sia attenzione: questa settimana per esempio abbiamo fatto un articolo di apertura di Esteri, e anche la prossima settimana faremo un altro articolo. Però, in generale la percezione che si può avere da qui, dall'Italia di quello che è importante in Europa è molto diversa. Questo si stenta a farlo capire. Per cui anche riuscire a far passare una proposta all'interno delle sezioni - anche di Scienze: L'Unione Europea fa molto per la ricerca, eppure è difficile riuscire a far passare una proposta. Perché comunque ci sono anche tante altre priorità e quindi a quel punto diventa tutto più difficile.

Voce dal pubblico in sala

Ma perché non si può potenziare l'on-line? Avete dei problemi di spazio cartaceo, ma sul Web no. E le nuove generazioni si informano più sul Web che sul cartaceo. Si diceva prima che adesso le Conferenze stampa sono virtuali, lì ci sarebbe tutto lo spazio che volete. Se ne sta parlando tanto, anche la Federazione Nazionale Stampa Italiana sta promuovendo molto l'informazione on-line, si stanno facendo ricerche. Potrebbe essere anche il vostro futuro. Secondo me è lì lo spazio che manca.

Michele Cercone, *Servizio portavoce a Bruxelles della Commissione Europea*

È un'ottima osservazione e, come tutte le cose sulle nuove tecnologie, è in divenire. Intanto spezzo una lancia a favore di *Repubblica*. Sul sito di *Repubblica* l'Europa è presente, molto più che sul cartaceo. Inoltre ho trovato approfondimenti molto interessanti con una serie di dati, cifre e tabelle, che non sono disponibili sul cartaceo ma che vengono sviluppate in quell'occasione. Per quanto riguarda l'informazione on-line, da un lato c'è un grande sforzo finanziario da parte della Commissione europea, che è quello di aiutare il più possibile la diffusione di siti che si occupano dell'attualità europea, quindi anche co-finanziamenti molto importanti. E poi tutto l'altro aspetto che è quello di fornire i contenuti, che è un'altra riflessione molto ampia. Per adesso il grosso ostacolo, ma sarà superato, naturalmente è il multilinguismo europeo, il fatto di dover fornire i contenuti in tutte le lingue. Ma questo pian piano viene superato attraverso le nuove tecnologie e saremo in grado, spero molto presto, di alimentare, dare già il materiale utilizzabile dai siti on-line che si occupano di Europa. È il nuovo grande contenitore che può aiutare - in questo sicuramente ha ragione Lei - e che può aiutare soprattutto a raggiungere il *target* dei più giovani. Tra la televisione che ignora l'Europa e i giornali quotidiani o le

pubblicazioni su carta stampata che sono poco seguite dai giovani, ci troviamo di fronte ad una *impasse* che va superata.

Matteo Fornara, *Rappresentanza a Milano della Commissione Europea*

Volevo fare un commento sull'informazione *on-line*. Non per andare controcorrente, perché effettivamente lì c'è lo spazio e lì si arriva ad un pubblico cruciale che è quello dei giovani e di gente di una certa preparazione. Vorrei fare due commenti. Il primo: sono stato ieri a Padova, ad un Convegno sulla comunicazione europea dove gli studenti dell'Università di Padova hanno fatto un'analisi del *Libro Bianco sulla Comunicazione* della Commissione che presenta la strategia della Commissione europea per avvicinarsi al cittadino e per comunicare la sue politiche. A mia grande sorpresa, una delle conclusioni che questi studenti traevano era di non dare all'informazione *on-line* più importanza di quella che ha. A loro avviso l'euroscetticismo cresce in una certa categoria di persone che non utilizza l'informazione *on-line* come primo canale. Magari non utilizza nemmeno il computer come strumento *tout court*. Dicevano questi ragazzi che forse bisognerebbe insistere ancora di più sui media tradizionali e i media che stanno vicini al cittadino, vicini a quella tipologia di cittadino che magari è meno aperta a interessarsi a problemi come la globalizzazione. Penso che se noi, come comunicatori dell'Unione Europea, vogliamo ridurre i rischi di euroscetticismo, in effetti dobbiamo andare soprattutto sui *media* tradizionali, quelli che usa mia zia piuttosto che quelli che usa mia figlia. Perché le tematiche più demagogiche che purtroppo vengono promosse molto, anche in Italia, passano più attraverso quei *media* che attraverso l'informazione *on-line*. Detto ciò, l'informazione *on-line* resta un potenziale.

Stefano Mosti, *Presidente Osservatorio di Pavia*

Vorrei porre una domanda partendo dalle considerazioni ultime di Carlo Corazza. Ovviamente oggi il tema del Convegno è sulla comunicazione dell'Europa, quindi è su questo che la riflessione va spinta. Corazza però ricordava che, per cercare di riempire il "bicchiere Europa", da mezza vuoto, come sembra essere in questa fase, a pieno, bisogna fare leva su tre punti. Carlo Corazza ha citato la crescita economica, ha anche sottolineato il ruolo importante della politica - "ci vuole alta politica", diceva - e ha parlato della necessità di migliorare l'offerta, il ruolo dei giornalisti, ha parlato della necessità di rilanciare il servizio pubblico deficitario in tal senso, che è poi l'aspetto più pertinente al "comunicare l'Europa". Chiedo ai presenti quale di questi tre punti conta di più, qual è la priorità, se è corretto parlare di priorità, oppure se tutti i tre punti vanno portati avanti nello stesso modo.

Alessandro Cavalli, *Università di Pavia*

Sono convinto come Marletti che i temi del "portafoglio" siano importanti. Però devo dire che questa visione un po' ragioneristica dell'Europa non è quella che creerà degli scambi o degli interessi veri. Io penso che i temi europei si debbano confrontare con i grandi temi del mondo contemporaneo: come si gestiscono i processi di globalizzazione, che ruolo l'Europa può svolgere nella

gestione, nell'evitare che i processi di globalizzazione abbiano certi effetti, che ruolo può giocare l'Europa nella politica ambientale, per i quali senz'altro il livello nazionale non è più sufficiente. Se i temi europei non vengono anche sfruttati sul livello dei *grandi* temi, io ho la sensazione che la gente dell'Europa avrà un'immagine di una questione che riguarda soltanto il portafoglio del suo Paese. Ma se riguardasse soltanto il portafoglio credo che sarebbe una partita persa.

Pierangela Fiorani, giornalista de la Repubblica

Io sono di Repubblica, quindi sono qui per farmi "flagellare" se necessario. Però sono anche di Pavia, e quindi sono una lettrice de *La Provincia Pavese*. Vorrei parlare sia dell'aspetto della stampa locale sia delle colpe che in parte ha *Repubblica*, e anche dei tentativi che fa attraverso altri strumenti che il gruppo utilizza, che, come sapete, non sono solo quelli della carta stampata. Strutturerei il mio intervento su tre temi. Io sono molto convinta che la stampa locale possa avere un ruolo importante nel portare ai lettori temi che non riguardano solo la città in cui il lettore abita. Anzi, spesso la stampa locale può avere un ruolo ancora più puntuale e penetrante da questo punto di vista. Ecco perché io penso che sia molto importante parlare di Europa a Pavia, che ha una grande Università peraltro, e che, proprio sugli scambi attraverso *Erasmus* e altri strumenti di scambi internazionali, ha un grande ruolo. *Repubblica*, come tanta carta stampata, è un giornale fatto da giornalisti che hanno una certa età. Spesso i giornali sono specchio delle persone che li fanno. La classe lavoratrice di *Repubblica* - io mi ci metto, lavoro a Repubblica da 18 anni - è una classe lavoratrice che ha delle passioni. È vero che è difficile mettersi su temi che magari non sentiamo noi personalmente. Io non sono tanto per il giornalista specializzato, io sono per il giornalista curioso di sapere e di conoscere. Perché chi è curioso di sapere e di conoscere è in grado poi di informarsi in maniera adeguata per trasmettere quello che ha scoperto alle persone che leggeranno il giornale. Però credo che siano molto importanti questi strumenti nuovi che *Repubblica* e il Gruppo *L'Espresso* stanno utilizzando: la radio su internet, il sito internet. Questi sono tutti strumenti - tra l'altro in cui lavorano le persone più giovani, le nuove generazioni giornalistiche, che quindi sentono e interpretano bisogni nuovi rispetto a quelli che noi, più vecchi, interpretiamo e vediamo, magari in maniera un po' miope, e che trasmettiamo attraverso il giornale stampato. Però io credo che la comunicazione non sia fatta solo da quelli che comunicano, ma sia fatta soprattutto da quelli che chiedono, che fanno domande. Da questo punto di vista credo che sia importante anche come sarà chi chiederà domani cose ai giornali e agli altri strumenti di comunicazione che nasceranno e che si svilupperanno. Da questo punto di vista dico che è importante lavorare sui giovani e lavorare nella scuola, proprio in vista del discorso sull'Europa in particolare. Noi sappiamo che lo strumento della lingua è fondamentale. Le lingue straniere si studiano poco e per andare in Europa bisogna saperne almeno due o tre, e spesso non sappiamo neanche l'inglese, che è lingua universale. È difficile anche per i giovani se non sono da subito indirizzati al traguardo dell'Europa. Quindi non bastano gli *Erasmus*, bisogna cominciare prima. Io metterei una materia che non è "Lingua", ma è "Viaggio", fin dalle

elementari. Io direi: "Se vuoi essere promosso devi fare un viaggio all'anno, in Europa". Perché solo così si crea una necessità. La comunicazione nasce appunto da questo bisogno che c'è negli altri di averla questa comunicazione. E in questo modo si può creare meglio la corrispondenza tra chi scrive e chi legge. Io non vedo ancora un'esigenza così grande nella gente normale che legge i giornali di sapere di Europa, se no ci scriverebbero e direbbero: "Scrivete più di Europa". Ma l'esigenza nasce nel momento in cui si viaggia, si conosce e quindi si vuole sapere.

Anna Maria Angelone, *giornalista di Panorama*

In effetti il punto non è fare l'agenda "ragioneristica", però il punto è contestualizzare. C'è un problema di familiarità, sia con la materia che con le immagini. Io non ho mai visto sulla nostra televisione il Presidente del Parlamento europeo. Già questo crea una certa distanza. La questione è quella di dare il giusto peso alle notizie. A me capitava, all'inizio, che una cosa che a me sembrava importantissima non lo era all'interno della grande macchina europea, mentre poteva esserlo a livello personale o strettamente locale. Il fatto di avere una continuità su questi temi aiuterebbe a capire cosa è importante e cosa no, e a fare da cerniera tra quello che è il ruolo dell'Europa a livello più internazionale e il suo ruolo a livello locale. Uno degli strumenti importanti è la radio. Perché la radio entra nelle case di tutti, nelle auto, ha meno problemi di spazio e secondo me alla radio si possono fare anche dei discorsi più mirati che probabilmente arrivano a tutti.

Michele Cercone, *Servizio portavoce a Bruxelles della Commissione Europea*

È verissimo il fatto che bisogna cercare di sollecitare la curiosità verso l'Europa che non c'è spesso da parte dei lettori e degli ascoltatori. Ma non è un principio da leggere in questi termini. Fino a quando non si comincerà a far vedere anche solo lievemente, in controluce, quanto è importante l'attualità e l'attività dell'Unione Europea nella vita quotidiana, non sarà possibile innescare quel processo che poi porta i lettori e gli ascoltatori a rendersi conto che quello che hanno sempre visto come un aspetto distante dalla quotidianità, è invece un elemento fondamentale. Basterebbe dire alle persone che quasi il 70% della legislazione del Paese in cui vivono è recepimento di normative che derivano direttamente dall'attività dell'Unione Europea.

Dall'altro lato, a proposito del giornalista curioso *versus* il giornalista specializzato, non credo sia applicabile all'aspetto europeo. Non per il fatto della complessità ma per il fatto che, se prendiamo qualsiasi giornalista e lo mettiamo all'interno del Parlamento italiano, non possiamo pretendere che nell'arco di una settimana, un mese, un anno sia in grado di darci notizie accurate. Faccio un esempio su questo. Non vorrei che rimanesse questa impressione di pentole e coperchi perché non è così. Il Direttore Vaccari ha fatto un esempio sfortunato nella scelta, perché dimostra esattamente il contrario di quello che ha detto. La Direttiva di cui lui parla è un sistema, elaborato dalle Ferrovie di tutti gli Stati membri e voluto dalle Ferrovie degli Stati membri che permette di eliminare alcune porzioni di intervento umano sui binari attraverso una segnaletica e una struttura dei binari che è computerizzata, che riduce la possibilità di errore umano, che permette

risparmi nell'arco dei prossimi anni per decine di milioni di Euro. Il paradosso è che la prima sperimentazione di questo sistema è stata fatta sulla Roma-Napoli, dal Vicepresidente Frattini e dal Commissario per i Trasporti Jacques Barrot. Credo che ci sia veramente un problema alla base delle scelte e delle capacità di selezionare le notizie, perché se questa notizia viene presentata come il mancato coperchio dell'Unione Europea, allora c'è veramente tanto lavoro da fare.

La conclusione mi sembra molto chiara: non stiamo parlando di un'Unione Europea da comunicare contro altri temi, o di una sorta di imposizione "voi non volete comunicare quello che noi vi diciamo". Non è così. Non comunicare l'Unione Europea è un'occasione persa da entrambe le parti: per l'Unione Europea perché non riesce a far passare il proprio messaggio; ma chiaramente per i *media*, perché perdono un'enorme opportunità. Fino a quando questo discorso non sarà chiarito e ci saranno ancora questi problemi di "pentole e coperchi" io credo che iniziare a risolvere gli aspetti tecnici e pratici sarà sempre difficile. Viste le mie esperienze personali sono molto fiducioso, credo che ci sia sempre più attenzione nei confronti dell'Europa e credo che molti nodi stiano per essere risolti.

Juan Canseco, *Osservatorio di Pavia*

Si è parlato adesso di radio e anche sulla mancata presenza sui giornali di trasversalità di notizie europee. Si parlava delle rubriche. È vero, c'è un elemento di artificialità nel creare una rubrica specifica per parlare di temi europei. Ma poiché adesso non c'è la presenza trasversale, quello delle rubriche potrebbe essere un meccanismo per concentrare l'attenzione su queste tematiche, augurabilmente costituito da specialisti in materia europea che dovrebbero trovare il loro punto di riferimento nelle aree tematiche specifiche. Lo spazio inizialmente sarebbe artificiale, però potrebbe essere un meccanismo per poi approdare alla normalità che dovrebbe reggere una volta superata questa fase.

La questione della radio è interessante. È vero, le stazioni radiofoniche, hanno diversi spazi dedicati all'Unione Europea. Però si tratta nella maggior parte dei casi di spazi creati dalla stessa Commissione attraverso i co-finanziamenti. Quindi risulta un po' autoreferenziale, e questo è il meccanismo che potrebbe essere sfruttato per poi approdare anche nei notiziari radiofonici che sono connotati dalla loro immediatezza. In alcuni giornali radio da noi monitorati c'è una significativa presenza di temi europei, se li paragoniamo con i risultati europei. Quindi la radio è più attenta ai temi europei.

Matteo Fornara, *Rappresentanza a Milano della Commissione Europea*

Farei mia l'ultima osservazione che ha fatto Michele Cercone sull'opportunità di parlare di Unione Europea. Per capire che la notizia europea è un'opportunità per tutti: per le istituzioni, per noi che abbiamo questo problema della comunicazione e di lottare contro un euroscetticismo che - è inutile negarlo - negli ultimi anni, per diverse ragioni, è aumentato anche e soprattutto in Italia - ed è un'occasione anche per la stampa, di tutti i tipi, perché rappresenta un'insieme di informazioni che deve arrivare al cittadino. Un'informazione che è quella ideale, di cui parlava prima il Professor Cavalli, e sulle ragioni

dell'Europa, ma che è anche un'informazione "di portafoglio", che è quello di cui ha parlato il Professor Marletti. È un'opportunità per l'informazione nazionale per far capire che su certi temi legati anche alla globalizzazione, al contesto internazionale dell'Italia e dell'Europa, è importante ma è anche importante per la stampa locale, di cui si è parlato in termini di rilevanza per il cittadino e per il territorio in cui viene effettuata. È un'opportunità per i mezzi di informazione tradizionali, ma anche per gli strumenti legati alle nuove tecnologie. Anche quelli che per ragioni editoriali o politiche sono costretti a parlare in termini negativi dell'Europa dovrebbero capire, non per fare propaganda, che non è il nostro obiettivo, ma per dare al cittadino quell'informazione che è molto più rilevante di quello che oggi si vede e che quindi loro stessi pensano.

Vorrei ringraziare tutti a nome soprattutto della Rappresentanza in Italia della Commissione europea, che ha organizzato con l'Osservatorio questa occasione. Ringrazio l'Osservatorio di Pavia, che ci ha aiutati e l'Università degli Studi di Pavia che ci ha ospitati.