

## **BREVE REPORT** sul

### **General training seminar for Europe direct relays “Communicating Europe to the public”**

15/17 marzo 2006, Bruxelles

*Documento di lavoro a cura di Laura Testoni (CDE Genova)*

Il seminario –che ha avuto luogo a Bruxelles nel Berlaymont Building (sede della Commissione) del 15 al 17 marzo- ha rappresentato complessivamente una buona opportunità formativa per gli operatori dei CDE.

Alcune cifre: hanno partecipato circa 76 persone, di cui alcuni provenienti da Paesi “new entry”: colleghi di Cipro, Malta, Lituania, Lettonia, Estonia, Slovenia. La maggior parte dei partecipanti proveniva da reti Europe Direct, contro una decina di CDE. Il seminario era pensato specialmente per le reti di recente costituzione.

Il taglio del percorso formativo era diversificato: accanto all’obiettivo primario di fornire informazioni ed aggiornamento “di prima mano” c’era anche un obiettivo “socializzazione”, volto a favorire tra i partecipanti lo scambio di esperienze, buone pratiche percorsi di lavoro in maniera non “frontale” e rigidamente strutturata. Un altro obiettivo dell’impegno tre-giorni era quello di fornire basi concettuali e pratiche per potenziare le competenze di comunicazione dei centri, sia tra di loro che verso l’esterno: da qui i laboratori ed i focus-groups. Dimitri Barua (DG comunicazione desk officer Unità B2 Reti di comunicazione), nella breve sessione conclusiva dell’ultimo giorno ha espresso chiaramente come la DG Comunicazione ha voluto evitare di “sommeregere” i partecipanti di informazione –perlopiù reperibile anche attraverso Internet – ma ha cercato piuttosto di fornire loro strumenti teorico-pratici per “mettere a valore” l’informazione, e renderla oggetto di una comunicazione efficace e mirata alle esigenze dell’utente. Da qui il mix tra momenti frontali di formazione (primo giorno e metà del secondo) e laboratori, prove pratiche, lavoro per gruppi (secondo pomeriggio e mattina del venerdì)

Nelle righe che seguono viene fornita una sintesi degli interventi dei 3 giorni di lavoro

#### ***Opening session***

**Fabrizia de Rosa**, (DG Comunicazione, responsabile dell’Unità B2, Centri e Reti di comunicazione), dopo i saluti di rito anticipa che sarà presto disponibile, con una nuova piattaforma un nuovo sito delle reti ed un programma di scambi tra le reti su cui si soffermerà Dimitri Barua uno degli interventi successivi (v.sotto)

#### ***Challenges facing the EU***

**Jackie Davis**, direttrice della Comunicazione all’European policy Centre di Bruxelles mette a fuoco, con un taglio decisamente più interrogativo che assertivo, una serie di temi alla base del futuro dell’Unione. Il problema posto è: in attesa del Rapporto sulla Costituzione europea –in uscita a giugno- e dopo il Libro bianco sulla Comunicazione, come colmare il “deficit di comunicazione” che ha accompagnato il percorso costituzionale? Questo deficit è particolarmente paradossale se si pensa che a Bruxelles sono accreditati più di 1000 giornalisti, un numero superiore di quelli presenti alla Casa Bianca. Per i cittadini “conta” di più l’informazione che viene dai loro connazionali, piuttosto che quella che viene direttamente da Bruxelles, da qui l’importanza della “comunicazione di prossimità” anche e soprattutto sui temi caldi: direttiva servizi, allargamento a Romania, Bulgaria, Turchia. Oltre a ciò è importante riflettere su un “cambiamento di rotta” della Commissione: impegnata fino a ieri nei “grandi progetti” (euro, allargamento) oggi sceglie di concentrarsi sul tema della programmazione budgetaria – sul suo futuro nei prossimi anni. Un altro aspetto sottolineato dalla Davis è l’alto tasso di “euroscettismo” tra le giovani generazioni, a cui è necessario rispondere con messaggi mirati su temi che impattano direttamente sulla loro vita quotidiana.

### ***Working with and within the EU***

**Helene Jackson** responsabile per gli affari europei per l'ufficio internazionale delle amministrazioni locali del Regno Unito, in cui rappresenta gli interessi delle amministrazioni locali e regionali inglesi, tematizza un aspetto importante, e spesso oggetto di poca comprensione, del rapporto tra UE ed organizzazioni complesse, il tema del lobbismo. È noto che il 60% della legislazione europea impatta, anche economicamente, sugli stati membri, e spesso a livello degli Enti locali. Da qui la necessità di un lobbismo informato competente e trasparente che sappia suggerire ai decisori (staff della Commissione, parlamentari europei) modalità tecniche specifiche di implementazione delle normative. La relazione è arricchita da 2 case studies, in cui viene illustrato come il lavoro di lobbying ha portato ad outputs legislativi più sensibili alle esigenze delle amministrazioni locali rispetto alla prima redazione.

### ***Political and institutional dynamics in the EU 25+***

La relazione di **Manuel Szapiro**, desk officer per le questioni istituzionali e la "better regulation" del Segretariato generale della Commissione è una illustrazione dettagliata delle dinamiche istituzionali e del processo di co-decisione, temi non nuovi per l'uditorio dei CDE.

### ***EU Policies and programmes***

Di grande interesse è la relazione sui Fondi strutturali, gestita da **Marcus Scheuren**, European officer del South West UK, ufficio di Bruxelles e da **Cécile Lecrecq**, DG Educazione e cultura della Commissione, Direzione D-Gioventù. Il tema è di interesse delle reti, non solo perché esse possono offrire informazioni e consulenza ma perché esse possono essere "facilitatori" e protagonisti diretti presentando progetti in partenariato con altri soggetti. Le condizioni perché un progetto sia ricevibile sono poche ma tassative: esso dev'essere innovativo, riproducibile, applicabile, avere una dimensione europea (=coinvolgere partners in tutta Europa), deve corrispondere ai criteri di selezione del bando. Si apre ora una nuova stagione dei Fondi strutturali (2007-2013): un passaggio importante, che significa una ridefinizione sia in termini budgetari che regolamentari. L'esigenza maggiore è quella di una semplificazione delle procedure (specialmente di rendicontazione) da ottenere -ad esempio- derogando ad alcuni punti del regolamento finanziario soprattutto per i progetti che prevedono un cofinanziamento modesto. La chiave di volta concettuale del nuovo ciclo di fondi sarà -all'interno degli obiettivi di Lisbona- quello della cultura, intesa nel senso sociologico del termine (civilisation, condivisione di valori comuni nella differenza, identità europea) e l'educazione permanente. Da qui progetti finalizzati a scambi culturali, gemellaggi, scambi di gruppi di studenti, mobilità di lavoratori. Vengono illustrati alcuni dei progetti più importanti finanziati dalla Commissione in ambito culturale, che saranno rinnovati nel ciclo 2007-13 (Comenius, Erasmus, Leonardo, Grundtvig, Jean Monnet e poi Youth in action, Cultura2007, Media2007, Citizen for Europe). Gli obiettivi del nuovo ciclo (da perseguire nel 2013) sono: 5% degli studenti dell'obbligo coinvolti in Comenius, 3 milioni di studenti coinvolti in Erasmus, 50.000 tirocinanti Comenius, 25000 adulti coinvolti nei progetti di mobilità e scambio. Tutti i nuovi progetti -i cui contenuti budgetari sono attualmente oggetto di decisione- dovrebbero partire nel 2007.

### ***The future services for network members offered via the Relay's website – Presentation and Q&A***

Anche questa parte del seminario è di grande interesse. **Dimitri Barua** (Desk officer della DG Communication Unità B2 Centri e Reti di comunicazione) illustra le future funzionalità del nuovo sito internet delle reti. Si tratta di una anteprima assoluta, visto che il nuovo sito non è ancora in linea. Esso conterrà tra l'altro i link utili per micro-programmi di scambio di personale tra operatori delle reti. Questi micro scambi (pensati per una durata di 3-4 giorni) saranno finanziati, dietro presentazioni di progetti da parte delle reti, dalla Commissione, con un budget pari a circa 700 Euro per persona (copertura dei costi di viaggio e soggiorno). Altre risorse che saranno rese disponibili nel sito sono: una newsletter, una piattaforma per i membri della rete nella quale sarà possibile

inserire in maniera diretta (tramite password) i propri eventi, un “partnership corner” (possibilità di trovare partners per i piccoli progetti di scambio tra le reti citati prima), una sezione sui network meetings, con i report degli incontri nazionali ed internazionali delle reti. Mi pare che il nuovo sito possa essere uno strumento di lavoro utile e che permetta una forte partecipazione bottom-top dei nodi della rete.

### ***Communicating with citizens – How to bring the message across effectively?***

Con questa sessione, gestita da **Pascal Hildebert** e **Marcello Mereu**, consulenti in Comunicazione della Commissione, inizia la parte del lavoro seminariale dedicate alle tecniche di comunicazione. L’approccio è pratico. Vengono fatti esercizi di storytelling (verificare la distorsione di un racconto man mano che esso viene tramandato di persona in persona), viene evidenziato come l’ovvietà di un messaggio non è uguale per tutti gli ascoltatori, analizzati i concetti di linguaggio verbale e non-verbale, ascolto attivo, mirroring (rispecchiare l’atteggiamento dell’altro per metterlo a proprio agio).

### ***Advanced fact-finding on the EU***

In questa sessione **Luciano Morganti**, consulente della Commissione, co-direttore dell’azienda “Crosscommunication” esperto in ICT presenta delle slides con un ampio bookmark di siti utili per il lavoro delle reti (basi dati, risorse comunitarie ecc.) che non presenta, per gli operatori dei CDE, novità significative.

Nel pomeriggio del secondo giorno sono previsti 2 atelier in parallelo. Abbiamo seguito la prima parte del primo, e la seconda parte del secondo

#### ***1) Effective marketing communication (by the relays)***

Questo seminario è tenuto da **Bettina Haussman**, consulente in comunicazione delle politiche pubbliche dell’azienda Hills & Knowlton e da **Kristien Vandamme** funzionario della Provincia delle Fiandre orientali. La prima parte del seminario è teorica e disegna alcuni approcci al marketing ed alla comunicazione: differenza tra pubblicità, promozione, pubbliche relazioni; necessita di adottare un mix di tipologie comunicative; importanza della reputazione e della credibilità, come costruire una strategia di comunicazione, importanza della pianificazione e del feedback, mappare il proprio target, impostare i messaggi-chiave, costituire gruppi di riferimento, di supporto, creare sinergie. Nella seconda parte viene illustrato un caso di successo: la campagna organizzata dalla Provincia delle Fiandre orientali per l’information relay di Bruges sulle politiche dell’Ue.

#### ***2) Effective cooperation by the relays***

Questo seminario è tenuto da **Bob Payne** direttore di Eurodesk european office e da **Emmanuelle Borla**, dell’Info point Europe di Amiens. In esso viene sviluppato il “caso” Eurodesk. Oggetto del seminario sono le politiche di sviluppo dell’intranet Eurodesk, frutto di un percorso cooperativo lanciato nel 1996 che attualmente coinvolge 900 relays. Nella seconda parte del seminario viene chiesto ad ogni partecipante di compilare una scheda con criticità ed opportunità della propria area di lavoro e successivamente si lavora per gruppi di circa 10-15 persone (su base linguistica: inglese – francese – tedesco). Ad ogni gruppo viene chiesto di formulare ipotesi di progetti cooperativi relativi alla mission delle reti (informazione/cooperazione con le reti/feedback con le istituzioni europee) e di nominare uno speaker che esponga il progetto in plenaria.

### ***Communicating on topical European issues to different audiences***

Il lavoro del venerdì mattina, ultimo giorno del seminario, è nuovamente condotto da **Pascal Hildebert** e **Marcello Mereu**, consulenti in Comunicazione della Commissione. Si tratta di una esercitazione pratica. Si viene divisi in gruppi (su base linguistica: inglese – francese – tedesco) ad ad ogni gruppo viene assegnato un particolare target “simulato” di audience (working class di

mezza età, giovani studenti universitari extra-ue, ragazzi in età scolare, funzionari municipali) sulla base del target assegnato, viene chiesto ad ogni gruppo di elaborare e predisporre una presentazione che, sulla base di una particolare attenzione ai riferimenti culturali del proprio target, alla calibrazione delle idee-chiave, del linguaggio e del contesto, illustri in maniera competente ed adeguatamente approfondita alcuni punti chiave delle politiche di allargamento. Ogni gruppo sceglie al suo interno uno speaker che illustri il tema al target assegnato.