COMMISSIONE
EUROPEA

Bruxelles, 9.7.2025
COM(2025) 366 final

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

Valutazione dell'azione relativa al marchio del patrimonio europeo 2018-2024

{SWD(2025) 176 final}

1. Introduzione

Il marchio del patrimonio europeo è stato introdotto nel 2011 come iniziativa europea per aumentare la visibilità del patrimonio culturale comune dell'Europa e promuovere un più forte senso di identità europea. L'iniziativa mirava a creare un legame con il pubblico europeo, in particolare i giovani, incoraggiando la consapevolezza rispetto ai valori e alla storia nazionali ed europei. Uno degli obiettivi fondamentali del marchio del patrimonio europeo era rafforzare l'identità europea mettendo in luce gli eventi storici e i valori culturali comuni. Mettendo in evidenza siti del patrimonio di rilevanza nazionale ed europea, l'iniziativa ha sottolineato come l'identità europea sia plasmata sia dalle singole storie nazionali che dalle comuni esperienze europee. Il marchio del patrimonio europeo mirava anche a promuovere il dialogo interculturale, favorendo il rispetto per le diverse culture e creando una piattaforma per la comprensione reciproca. Un altro risultato significativo del marchio del patrimonio europeo è stato quello di migliorare la visibilità dei siti del patrimonio che hanno plasmato la storia e la cultura europee. Molti di questi siti, spesso non riconosciuti al giusto livello nel turismo culturale europeo, avrebbero dovuto acquisire visibilità, così da favorirne la conservazione e promuoverli come piattaforme educative. L'iniziativa mirava anche ad attirare un pubblico più vasto, favorendo l'orgoglio, il turismo e le economie locali. Il marchio del patrimonio europeo si è concentrato sul coinvolgimento dei giovani attraverso risorse educative innovative, laboratori e mostre per aiutarli a comprendere meglio la storia e i valori comuni dell'Europa. Ciò ha offerto ai giovani europei un legame con il ricco patrimonio del loro continente.

La valutazione del marchio del patrimonio europeo, basata sul feedback fornito da portatori di interessi e sulla ricerca documentale, valuta i progressi compiuti durante la sua seconda fase (2018-2024) e si basa sulle valutazioni precedenti. Essa mira a migliorare l'efficacia e l'impatto dell'iniziativa. Sulla base degli orientamenti della Commissione europea per legiferare meglio, la valutazione prende in esame cinque criteri: efficacia, efficienza, coerenza, valore aggiunto dell'UE e pertinenza. **I risultati fungeranno da base per il futuro del marchio del patrimonio europeo, assicurando che rimanga uno strumento atto a preservare e mettere in luce la storia e i valori comuni dell'Europa, mentre le lezioni apprese contribuiranno a perfezionare l'iniziativa per la sua prossima fase, oltre il 2025**.

Dalla valutazione emergono progressi significativi, in particolare per quanto riguarda il miglioramento della visibilità dei siti e la valorizzazione della loro rilevanza europea. Il marchio del patrimonio europeo si è ben integrato con altre iniziative dell'UE relative al patrimonio culturale, nonostante le sfide nella definizione dell'identità europea. Il marchio ha rafforzato le reti tra i siti del patrimonio, consentendo la collaborazione e lo scambio di conoscenze che gli sforzi nazionali da soli non avrebbero potuto realizzare. Ha inoltre agevolato l'accesso dei siti ai finanziamenti dell'UE.

Il marchio del patrimonio europeo si è adattato alle priorità dell'UE come la sostenibilità, l'innovazione digitale e l'inclusione. Sono stati compiuti progressi nel miglioramento dell'accessibilità e della parità di genere, sebbene il grado di attuazione vari da un sito all'altro. La valutazione evidenzia la necessità di orientamenti più chiari e di strumenti pratici che consentano ai siti di integrare meglio la dimensione europea. Fattori esterni, come la pandemia di COVID-19, hanno perturbato l'iniziativa ma hanno anche incoraggiato l'innovazione, in particolare attraverso il coinvolgimento digitale.

2. Stato di sviluppo dell'azione

Tra il 2018 e il 2024 il marchio del patrimonio europeo si è ampliato in modo significativo: nel 2024 il numero di siti a cui è stato assegnato il marchio ha raggiunto i 67. Tale crescita, soprattutto nell'Europa centrale e orientale, ha reso il marchio più inclusivo e ha messo in evidenza una più ampia gamma di storie e di identità europee. È aumentata anche la varietà dei siti riconosciuti del patrimonio, compresi i siti archeologici subacquei come quelli delle Azzorre e il patrimonio culturale immateriale come Zdravljica, che rappresenta la primavera dei popoli in Europa. Progetti transnazionali come Cisterscapes, che coinvolgono più paesi, riflettono un approccio maggiormente interconnesso al patrimonio europeo. Sono stati rafforzati il coinvolgimento nel sistema educativo e la sensibilizzazione del pubblico, e molti siti hanno elaborato programmi incentrati su temi come la democrazia e la diversità culturale. Ad esempio il Seminaarinmäki Campus, in Finlandia, ha coinvolto oltre 8 000 studenti ogni anno mentre Ventotene, in Italia, ha ospitato seminari sul federalismo europeo. La pandemia di COVID-19 ha causato l'interruzione degli eventi fisici ma ha accelerato il passaggio agli strumenti digitali. Molti siti si sono orientati verso visite online e workshop virtuali, mantenendo il coinvolgimento del pubblico pur in presenza di sfide in termini di accessibilità e connessione personale. La creazione dell'ufficio del marchio del patrimonio europeo (*EHL Bureau*) nel 2023 ha formalizzato la rete dei siti del marchio del patrimonio europeo, promuovendo la collaborazione, condividendo le migliori pratiche e sostenendo i siti di dimensioni minori. Tale struttura ha permesso di migliorare la comunicazione, lo sviluppo di capacità e un'identità comune tra i siti, mentre iniziative come le Giornate europee del patrimonio hanno favorito programmi educativi e culturali congiunti.

3. Risultati della valutazione: successi e sfide

La valutazione del marchio del patrimonio europeo per il periodo 2018-2024 ha fornito preziose indicazioni sull'efficacia, sulle sfide e sulle aree di miglioramento futuro dell'iniziativa. La valutazione si è concentrata su criteri chiave quali l'efficacia, l'efficienza, la coerenza, il valore aggiunto dell'UE e la pertinenza, individuando sia i successi che le aree che richiedono attenzione per migliorare l'impatto del programma.

Efficacia

Il marchio del patrimonio europeo si è dimostrato efficace in diversi settori chiave, in particolare nel migliorare la visibilità europea dei siti del patrimonio. Oltre il 60 % dei siti oggetto dell'indagine ha segnalato un aumento del numero di visitatori dopo aver ricevuto il marchio, il che ha portato anche a un maggiore coinvolgimento delle comunità locali e a un più ampio riconoscimento della rilevanza europea. Il marchio ha favorito il turismo locale e ha contribuito all'economia locale. Ha inoltre avuto un impatto positivo a livello educativo, con molti siti che offrono programmi innovativi che collegano i visitatori, in particolare le generazioni più giovani, alla storia e ai valori comuni europei attraverso workshop, seminari e strumenti digitali quali visite virtuali e presentazioni multimediali. Non sono tuttavia mancate le sfide. Molti siti hanno riscontrato difficoltà nel definire e dimostrare chiaramente il concetto di "rilevanza europea". Il problema è risultato particolarmente evidente nei casi di sovrapposizione delle storie locali o regionali alla più ampia storia europea, così da rendere più difficile per i siti definire con precisione la propria rilevanza europea.

La valutazione ha raccomandato alla Commissione europea di fornire orientamenti ed esempi più chiari per aiutare i siti candidati a capire come dimostrare la rilevanza europea. È stato inoltre suggerito alla Commissione di prendere in considerazione l'introduzione di un processo di selezione in due fasi: una incentrata sulla verifica della rilevanza europea e la seconda sulla valutazione delle proposte di progetto e dei piani operativi. Tale approccio consentirebbe di snellire le candidature e di garantire la selezione solo di siti con chiare connessioni europee.

Efficienza

L'efficienza operativa del marchio del patrimonio europeo è stata generalmente elevata ma la valutazione ha evidenziato aree in cui i miglioramenti potrebbero ridurre gli oneri amministrativi. Il processo di selezione in due fasi, che prevede una preselezione nazionale e una selezione a livello europeo, è stato ritenuto piuttosto ridondante, soprattutto quando i siti non rispondevano al criterio di rilevanza europea. La razionalizzazione di tale processo in un'unica fase migliorerebbe l'efficienza riducendo le duplicazioni. Anche la complessità delle attività amministrative, tra cui gli obblighi di comunicazione e il monitoraggio dei siti, è stata individuata come un'area da perfezionare. Il sistema di monitoraggio si configura più come una valutazione delle prestazioni che come una valutazione globale, ed è stata avanzata la richiesta di orientamenti più chiari e di indicatori comuni per la valutazione dei siti. Inoltre le quote nazionali per la presentazione dei siti, che fissano il limite di un sito per ciascuno Stato membro per anno di selezione, erano inizialmente utili ma sono diventate restrittive con l'aumentare dei paesi interessati.

La valutazione ha raccomandato di rivedere tali quote per tenere conto del numero crescente di siti del patrimonio che chiedono il riconoscimento, garantendo in tal modo che il programma possa espandersi in linea con le sue crescenti ambizioni.

Coerenza

Il marchio del patrimonio europeo si distingue nel panorama delle politiche culturali dell'UE per la sua attenzione al valore simbolico dei siti del patrimonio e al loro ruolo nel promuovere l'identità e l'unità europee. A differenza di altri programmi presenti nell'UE, come il patrimonio mondiale dell'UNESCO o le Giornate europee del patrimonio, che si concentrano sul patrimonio tangibile o sulla conservazione della cultura, il marchio del patrimonio europeo sottolinea la rilevanza storica e simbolica dei siti nel promuovere i valori europei comuni. Questa particolare attenzione rafforza il progetto di integrazione dell'UE e la narrazione dell'unità europea. Esistono tuttavia sovrapposizioni con altre iniziative dell'UE, come gli itinerari culturali del Consiglio d'Europa, che mirano anch'essi a promuovere il patrimonio europeo. Sebbene il marchio del patrimonio europeo si concentri sull'integrazione europea, la valutazione ha evidenziato il rischio di frammentazione tra i programmi culturali dell'UE.

È stata suggerita la possibilità di sviluppare sinergie più forti tra il marchio del patrimonio europeo e altre azioni dell'UE, come Erasmus+ e il programma "Europa per i cittadini", al fine di promuovere la collaborazione tra i programmi e massimizzare l'impatto del marchio. Dalla valutazione è inoltre emerso che il marchio del patrimonio europeo potrebbe meglio allinearsi alle priorità dell'UE, quali la sostenibilità e l'innovazione digitale. Poiché l'UE attribuisce sempre maggiore priorità a tali ambiti, il marchio del patrimonio europeo ha la possibilità di promuovere pratiche verdi relative al patrimonio e l'accessibilità digitale. I siti stanno già adottando pratiche sostenibili, come le tecnologie efficienti sotto il profilo energetico e le iniziative di turismo sostenibile, ma tali sforzi devono essere maggiormente integrati nella più

ampia agenda dell'UE. La valutazione ha inoltre raccomandato un'integrazione più stretta del marchio del patrimonio europeo negli sforzi di diplomazia culturale dell'UE. Presentando il variegato patrimonio dell'Europa a livello globale, il marchio del patrimonio europeo potrebbe rafforzare la diplomazia culturale dell'UE e promuovere i valori europei in tutto il mondo.

Valore aggiunto dell'UE

Il marchio del patrimonio europeo ha creato una rete paneuropea di siti del patrimonio che condividono obiettivi comuni e si impegnano in attività di collaborazione. La creazione dell'ufficio del marchio del patrimonio europeo nel 2023 ha rafforzato tali reti fornendo sostegno logistico, finanziario e promozionale. Il marchio ha facilitato progetti congiunti, tra cui mostre, programmi educativi e iniziative culturali comuni, che hanno promosso partenariati transfrontalieri e scambi di buone pratiche.

Un altro valore aggiunto fondamentale è l'accesso ai finanziamenti dell'UE. Il marchio del patrimonio europeo rappresenta un marchio di credibilità che rende i siti idonei a ricevere finanziamenti da programmi quali Europa creativa, Erasmus+ e CERV. Ciò ha consentito ai siti di portare avanti progetti relativi alla conservazione della cultura, al coinvolgimento dei giovani e al dialogo interculturale. La valutazione ha tuttavia evidenziato che i siti di dimensioni minori spesso hanno difficoltà ad accedere a tali fondi a causa delle complesse procedure di candidatura e della limitata capacità amministrativa. Nonostante i successi ottenuti a livello europeo, la visibilità del marchio del patrimonio europeo a livello nazionale rimane limitata. Alcuni siti hanno segnalato una promozione insufficiente del marchio del patrimonio europeo all'interno delle comunità locali e una scarsa consapevolezza del suo significato da parte del grande pubblico. Per ovviare a ciò, la valutazione ha raccomandato di intraprendere campagne di sensibilizzazione a livello nazionale per aumentare la visibilità dei siti del marchio del patrimonio europeo e dell'iniziativa nel suo complesso.

Pertinenza

La pertinenza del marchio del patrimonio europeo rimane elevata, in particolare alla luce della crescente importanza attribuita dall'UE alla sostenibilità, all'innovazione digitale e all'inclusività. Molti siti del marchio del patrimonio europeo hanno integrato la sostenibilità nelle loro attività, adottando pratiche ecologiche e progetti eco-compatibili in linea con gli obiettivi ambientali dell'UE. L'allineamento del marchio del patrimonio europeo alla nuova agenda europea per la cultura rafforza ulteriormente la sua pertinenza nella promozione della coesione sociale, dello sviluppo economico e dell'impegno democratico. L'innovazione digitale è un altro ambito in cui il marchio del patrimonio europeo ha dimostrato la propria pertinenza. Molti siti hanno adottato piattaforme digitali, offrendo visite virtuali e risorse online per coinvolgere un pubblico più ampio. Esistono tuttavia disparità nell'efficacia con cui i siti hanno adottato gli strumenti digitali, in particolare per quanto riguarda i siti di dimensioni minori, che si trovano ad affrontare sfide maggiori. La valutazione ha raccomandato alla Commissione di continuare a sostenere i siti nello sviluppo di risorse digitali e nel garantire che tali strumenti siano accessibili a tutti i tipi di pubblico, comprese le persone con disabilità. Il marchio del patrimonio europeo continua inoltre a essere estremamente pertinente nel promuovere la coesione sociale e l'inclusione, in particolare in un'Europa alle prese con sfide quali la migrazione e la discriminazione. I siti che integrano l'inclusione sociale nei loro programmi riportano risultati positivi nel raggiungere i gruppi sottorappresentati e nel promuovere il dialogo interculturale.

La valutazione ha tuttavia rilevato notevoli differenze nell'attuazione delle misure di inclusione tra i vari siti e ha raccomandato alla Commissione di promuovere programmi incentrati sull'inclusione e la coesione sociale in tutta la rete.

4. Conclusioni e insegnamenti tratti

La valutazione del marchio del patrimonio europeo per il periodo 2018-2024 ha messo in luce sia i successi che le sfide, offrendo insegnamenti fondamentali per il suo futuro. I risultati forniranno indicazioni utili per la fase successiva del marchio, garantendone il successo e la pertinenza in un panorama culturale e politico in continua evoluzione.

Rafforzare il criterio della rilevanza europea: una delle principali conclusioni della valutazione è stata la difficoltà di definire il concetto di "rilevanza europea". Sebbene il marchio del patrimonio europeo abbia efficacemente messo in luce i siti del patrimonio che rappresentano i valori europei, molti di essi hanno avuto difficoltà a dimostrare chiaramente in che modo il loro patrimonio sia collegato alla più ampia narrazione europea. La valutazione ha raccomandato di fornire ai siti candidati e ai coordinatori nazionali orientamenti più chiari, comprensivi di esempi pratici e seminari. Una raccomandazione fondamentale è stata quella di introdurre un processo di selezione in due fasi: la prima fase valuterebbe la rilevanza europea, facendo sì che solo i siti con una chiara connessione europea passino alla seconda fase, che si concentrerebbe sulle proposte di progetto o sui piani operativi.

Potenziare il coinvolgimento digitale e l'accessibilità: la valutazione ha inoltre sottolineato la crescente importanza del coinvolgimento digitale, in particolare per il pubblico più giovane e tecnologicamente esperto. La pandemia di COVID-19 ha accelerato il passaggio alle piattaforme digitali ma l'adozione degli strumenti digitali da parte dei siti non è stata uniforme. Alcuni siti sono riusciti a realizzare esperienze digitali di alta qualità mentre altri non disponevano delle risorse necessarie. La valutazione ha invitato la Commissione europea a sostenere la creazione di contenuti digitali inclusivi e accessibili, compresi i programmi di formazione per i gestori dei siti e le opportunità di finanziamento per gli strumenti digitali. Una raccomandazione fondamentale è stata quella di garantire che le risorse digitali siano accessibili a tutti gli utenti, compresi quelli con disabilità.

Sostenere i siti di dimensioni minori e garantire l'equità: un altro elemento critico emerso è lo squilibrio tra siti di grandi e piccole dimensioni, in particolare nelle zone rurali, che spesso devono affrontare difficoltà finanziarie e amministrative. La valutazione ha suggerito programmi di sviluppo di capacità e iniziative di tutoraggio per sostenere i siti più piccoli, così da aiutarli a migliorare le loro attività e la loro visibilità. Lo squilibrio nella distribuzione dei siti del marchio del patrimonio europeo, che vede i paesi più grandi contare un numero maggiore di siti, ha evidenziato la necessità di intervenire in modo più mirato per garantire la piena partecipazione di tutti gli Stati membri dell'UE, in particolare quelli con minori risorse.

Migliorare i meccanismi di feedback e il processo di selezione: la valutazione ha rilevato inefficienze negli attuali meccanismi di feedback, in particolare per i siti candidati non selezionati. Molti siti hanno segnalato di aver ricevuto feedback limitati o insufficienti, con conseguente difficoltà a migliorare le candidature future. La valutazione ha raccomandato di fornire un feedback più dettagliato e personalizzato per aiutare i siti a comprendere meglio le proprie carenze e migliorare le proposte. Inoltre il processo di selezione in due fasi potrebbe contribuire a incrementare l'efficienza e la qualità del processo di selezione.

Sostenibilità e crescita futura: con l'aumentare del numero di siti del marchio del patrimonio europeo, la valutazione ha sottolineato la necessità di un quadro più sostenibile per gestire la rete in espansione. Semplificare la struttura di governance e garantire risorse adeguate sono

stati considerati fattori cruciali per il successo a lungo termine. Potrebbe inoltre essere adeguato il quadro giuridico per consentire una maggiore flessibilità nella selezione dei siti, eliminando la regola di un sito per paese al fine di incoraggiare una maggiore partecipazione degli Stati membri. La valutazione ha inoltre raccomandato meccanismi di monitoraggio più efficaci per tenere traccia dell'impatto a lungo termine dell'iniziativa.

Sinergie con altri programmi dell'UE: la valutazione ha individuato opportunità per una maggiore sinergia con altri programmi dell'UE quali Europa creativa, Erasmus+ ed Europa per i cittadini. Attraverso un più stretto allineamento del marchio del patrimonio europeo con tali iniziative, la Commissione europea potrebbe creare una strategia unificata per promuovere il patrimonio culturale europeo, rafforzando così le connessioni tra i siti del patrimonio e le iniziative culturali, educative e sociali più ampie in tutta l'UE.

In conclusione, la valutazione del marchio del patrimonio europeo fornisce informazioni fondamentali sui progressi e sul potenziale del programma. Sebbene il marchio del patrimonio europeo abbia compiuto progressi significativi nel migliorare la visibilità del patrimonio europeo e nel promuovere il dialogo interculturale, permangono sfide nella definizione della rilevanza europea, nel coinvolgimento digitale e nell'equità all'interno della rete. Perfezionando il processo di selezione, migliorando gli strumenti digitali e sostenendo i siti di dimensioni minori, il marchio del patrimonio europeo potrà continuare a prosperare e a svolgere un ruolo fondamentale nella conservazione e nella promozione del patrimonio e dei valori comuni dell'Europa.