

MARCHIO DEL PATRIMONIO  
EUROPEO  
**INFORMAZIONI**  
PER I SITI CANDIDATI



EUROPEAN  
HERITAGE LABEL



## Indice

1. Contesto .....	3
2. Il marchio del patrimonio europeo a confronto con altre iniziative nel campo del patrimonio culturale .....	4
3. Chi può partecipare? .....	4
3.1 Definizione di siti .....	4
3.2 Ambito geografico.....	5
4. Criteri di selezione.....	5
5. Come vengono selezionati i siti? .....	8
5.1 Preselezione a livello nazionale .....	8
5.2 Selezione a livello UE .....	8
6. Siti tematici nazionali e siti transnazionali .....	9
6.1 Siti tematici nazionali.....	9
6.2 Siti transnazionali .....	9
7. Modulo di candidatura .....	11
8. Controllo dei siti .....	11
9. Rinuncia al marchio .....	12
10. Il panel europeo di esperti indipendenti.....	12
11. Comunicazione.....	12
12. Attività di rete .....	13
13. Finanziamento dal bilancio UE .....	13
Allegato: Calendario .....	14

## 1. Contesto

Gli obiettivi del marchio del patrimonio europeo sono il rafforzamento del senso di appartenenza dei cittadini europei, in particolare dei giovani, all'Unione sulla base dei valori comuni e degli elementi della storia e del patrimonio culturale europei, nonché della consapevolezza della diversità nazionale e regionale, e la promozione della comprensione reciproca e del dialogo interculturale. Il marchio offre ai cittadini europei nuove opportunità di approfondire la propria conoscenza del nostro patrimonio culturale comune ma eterogeneo, della nostra storia comune e dei valori e del ruolo dell'UE.

Il marchio del patrimonio europeo è assegnato a siti con un forte valore europeo simbolico, che mettono in luce la storia comune dell'Europa e la costruzione dell'Unione europea, i valori europei e i diritti umani alla base del processo di integrazione europea.

Le norme e le procedure del marchio del patrimonio europeo sono delineate in un testo giuridico, la [decisione n. 1194/2011/UE](#) del Parlamento europeo e del Consiglio, di cui si raccomanda la lettura, insieme alle presenti informazioni, ai siti candidati. I siti candidati possono rivolgersi al coordinatore nazionale del rispettivo paese per qualsiasi domanda concernente la partecipazione al marchio del patrimonio europeo e la procedura di preselezione a livello nazionale. L'elenco dei coordinatori nazionali è consultabile [qui](#).

La selezione dei siti avviene in due fasi. I siti devono innanzitutto essere preselezionati a livello nazionale. In seguito la selezione finale è effettuata a livello europeo da un panel di esperti indipendenti sotto la responsabilità della Commissione europea.

Per ricevere il marchio, i siti devono cercare di conseguire i seguenti obiettivi:

- a) mettere in luce la propria rilevanza europea;
- b) sensibilizzare i cittadini europei, soprattutto i giovani, al patrimonio culturale comune;
- c) favorire la condivisione di esperienze e lo scambio di buone pratiche nell'Unione;
- d) estendere e/o migliorare l'accesso per tutti, soprattutto per i giovani;
- e) promuovere il dialogo interculturale, soprattutto fra i giovani, attraverso l'educazione artistica, culturale e storica;
- f) favorire le sinergie fra il patrimonio culturale, da un lato, e la creazione e la creatività contemporanee, dall'altro;
- g) contribuire all'attrattiva e allo sviluppo economico e sostenibile delle regioni, in particolare mediante il turismo culturale.

## 2. Il marchio del patrimonio europeo a confronto con altre iniziative nel campo del patrimonio culturale

Il marchio del patrimonio europeo richiede che i siti candidati presentino un progetto che metta in risalto e illustri a un pubblico europeo la propria dimensione europea; i siti candidati devono inoltre dimostrare di avere la capacità operativa per realizzare il progetto. L'obiettivo principale del marchio del patrimonio europeo non è la conservazione dei siti, che dovrebbe essere garantita da regimi di protezione esistenti per assicurare che siano tramandati alle generazioni future.

Nel considerare la pertinenza di una candidatura o nel compilare il modulo di candidatura, è fondamentale che i candidati tengano presente la specificità e la natura distintiva del marchio del patrimonio europeo rispetto ad altri riconoscimenti nel settore del patrimonio culturale. Un sito già designato dall'UNESCO, dal Consiglio d'Europa o nell'ambito di qualsiasi altra iniziativa nel campo del patrimonio culturale può comunque candidarsi anche per il marchio del patrimonio europeo, purché rientri nei relativi criteri.

## 3. Chi può partecipare?

### 3.1 Definizione di siti

La definizione di "siti" utilizzata nell'ambito del marchio del patrimonio europeo è ampia e comprende i siti naturali, subacquei, archeologici, industriali o urbani, i monumenti, i paesaggi culturali, i luoghi della memoria, i beni culturali e il patrimonio immateriale. Può rientrare in queste categorie anche il patrimonio contemporaneo (che comprende siti di recente costruzione o che hanno rivestito un ruolo specifico nella storia europea recente). I beni culturali e il patrimonio immateriale devono essere associati a un luogo fisico chiaramente identificabile in cui si svolgeranno le attività didattiche e di informazione.

Un sito può essere "unico", "transnazionale" o "tematico".

I siti tematici nazionali consistono in vari siti, ubicati nello stesso Stato membro, che convergono su un tema specifico al fine di presentare una candidatura comune.

I siti transnazionali possono essere

- più siti, ubicati in Stati membri diversi, che convergono su un tema specifico al fine di presentare una candidatura comune. Il tema può essere scelto liberamente dai siti, ma deve presentare un forte valore europeo simbolico;
- oppure
- un sito ubicato nel territorio di almeno due Stati membri. Questa categoria può includere potenzialmente tutti i siti che comprendono o attraversano un confine tra due o più Stati membri, come un ponte, un campo di battaglia, un simbolo della passata divisione dell'Europa o delle passate frontiere interne dell'UE, un sito archeologico precedente alla definizione dei confini nazionali ecc.

## 3.2 Ambito geografico

La partecipazione al marchio del patrimonio europeo è aperta a tutti gli Stati membri su base volontaria. Nel 2016 hanno confermato la loro partecipazione 24 Stati membri: Austria, Belgio, Bulgaria, Cipro, Croazia, Danimarca, Estonia, Francia, Germania, Grecia, Italia, Lettonia, Lituania, Lussemburgo, Malta, Paesi Bassi, Polonia, Portogallo, Repubblica ceca, Romania, Slovacchia, Slovenia, Spagna e Ungheria.

Sono quindi ammissibili all'assegnazione del marchio del patrimonio europeo solo i siti ubicati nei 24 Stati membri sopra indicati. Ciò vale anche per i siti transnazionali, i cui siti partecipanti, senza alcuna eccezione, devono essere ubicati in uno di questi Stati membri.

## 4. Criteri di selezione

Il marchio è assegnato sulla base di tre criteri:

1. il **valore europeo simbolico del sito**;
2. il **progetto** proposto per promuoverne la dimensione europea;
3. la **capacità operativa** di attuare il progetto o il **piano di lavoro**.

Più precisamente le candidature dei siti vengono valutate sulla base degli elementi che seguono.

a) Un sito candidato al marchio deve avere **un valore europeo simbolico** e deve rivestire un ruolo importante nella storia e nella cultura dell'Europa e/o nella costruzione dell'Unione europea.

Deve quindi dimostrare di possedere almeno **una** delle seguenti caratteristiche:

- 1) carattere transfrontaliero o paneuropeo,

spiegando come la sua influenza e la sua attrattiva passate e presenti vadano oltre le frontiere nazionali di uno Stato membro e perché sia significativo a livello europeo;

- 2) collocazione e ruolo nella storia e nell'integrazione europee e legame con eventi, personalità o movimenti chiave europei;

i movimenti europei possono includere, tra l'altro, movimenti culturali, artistici, politici, sociali, scientifici, tecnologici o industriali di rilevanza europea e che accomunano diversi paesi europei;

- 3) collocazione e ruolo nello sviluppo e nella promozione dei valori comuni alla base dell'integrazione europea,

spiegando in quale misura il sito ha contribuito in modo significativo allo sviluppo e/o alla promozione di uno o più di questi valori. Secondo l'articolo 2 del trattato sull'Unione europea "l'Unione si fonda sui valori del rispetto della dignità umana, della libertà, della democrazia, dell'uguaglianza, dello Stato di diritto e del rispetto dei diritti umani, compresi i diritti delle persone appartenenti a minoranze. Questi valori sono comuni agli Stati membri in una società caratterizzata dal pluralismo, dalla non discriminazione, dalla tolleranza, dalla giustizia, dalla solidarietà e dalla parità tra donne e uomini". I valori comuni alla base dell'integrazione europea sono descritti in maniera più dettagliata anche nella Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea.

b) I siti candidati al marchio devono **presentare un progetto**, la cui realizzazione deve iniziare durante l'anno di designazione (ossia l'anno successivo alla selezione del sito a livello europeo). Per ogni voce devono essere identificati le attività, il gruppo destinatario e i partner, oltre a un calendario di attuazione. Il progetto deve comprendere tutti i seguenti elementi:

- 1) sensibilizzare i cittadini alla rilevanza europea del sito, soprattutto mediante adeguate attività di informazione, segnaletica e formazione del personale;
- 2) organizzare attività didattiche, in particolare rivolte ai giovani, per aumentare la comprensione della storia comune dell'Europa e del suo patrimonio comune ma eterogeneo, e rafforzare il senso di appartenenza ad uno spazio condiviso;
- 3) promuovere il multilinguismo e facilitare l'accesso al sito utilizzando varie lingue dell'Unione;
- 4) partecipare alle attività delle reti dei siti che hanno ricevuto il marchio al fine di scambiare esperienze e avviare progetti comuni;
- 5) migliorare la visibilità e l'attrattiva del sito su scala europea utilizzando le possibilità offerte dalle nuove tecnologie e dai mezzi digitali e interattivi e cercando sinergie con altre iniziative europee.

Ogniqualevolta la specifica natura del sito lo permetta, deve essere accolta con favore l'organizzazione di attività artistiche e culturali che promuovano la mobilità dei professionisti della cultura, degli artisti e delle collezioni europei, stimolino il dialogo interculturale e incoraggino i collegamenti fra il patrimonio e la creazione e la creatività contemporanee.

La candidatura deve indicare se il sito ha ricevuto altri riconoscimenti internazionali, come il premio del patrimonio culturale dell'Unione europea/Europa nostra, se fa parte degli itinerari culturali del Consiglio d'Europa, dell'elenco del patrimonio mondiale dell'UNESCO, dell'elenco provvisorio per il patrimonio mondiale dello Stato membro, della lista rappresentativa del patrimonio culturale immateriale dell'umanità dell'UNESCO, dell'elenco Natura 2000 dei siti del patrimonio naturale o altro.

c) I siti candidati al marchio devono **dimostrare** di avere la **capacità operativa** per attuare il progetto proposto, mettendo in atto tutti i seguenti elementi:

- 1) garantire una buona gestione del sito, con definizione di obiettivi e indicatori;

la candidatura deve descrivere il piano di gestione globale e gli eventuali piani di sviluppo per gli anni successivi;

- 2) garantire che il sito venga preservato e tramandato alle generazioni future conformemente alle pertinenti misure di salvaguardia;

la candidatura deve fornire una breve descrizione dell'attuale sistema di protezione e dei piani futuri, oltre a specificare tutte le informazioni pertinenti riguardo alla situazione giuridica, regolamentare, istituzionale o di pianificazione del sito;

- 3) garantire la qualità degli strumenti di accoglienza, quali la presentazione storica, le informazioni ai visitatori e la segnaletica;

- 4) garantire l'accesso al sito al maggior numero possibile di persone, anche mediante adeguamenti del sito o formazione del personale;

la candidatura deve indicare se il sito è accessibile al pubblico e specificare l'orario di apertura;

- 5) riservare un'attenzione particolare al pubblico giovane, in particolare concedendo accessi a condizioni privilegiate;

- 6) promuovere il sito come destinazione turistica sostenibile;

- 7) sviluppare una strategia di comunicazione coerente e completa che metta in luce la rilevanza europea del sito;

- 8) garantire che la gestione del sito sia il più possibile rispettosa dell'ambiente.

Per quanto concerne i criteri riguardanti il progetto e la capacità operativa, ciascun sito è valutato in modo proporzionato, tenendo conto delle sue caratteristiche.

Mentre la prima categoria di criteri (valore europeo simbolico di un sito) riguarda ciò che un sito è, vale a dire le caratteristiche permanenti di un sito, le categorie b) e c) si riferiscono a un progetto specifico e alla capacità operativa già esistenti al momento della candidatura o che i siti candidati si impegnano ad attuare in caso di assegnazione del marchio del patrimonio europeo.

Il "progetto" e la "capacità operativa" devono comprendere al contempo una strategia a lungo termine intesa a mettere in evidenza la dimensione europea del sito e una serie di attività a breve e medio termine per realizzarla. Poiché il marchio viene

assegnato su base permanente, le attività devono essere periodicamente aggiornate e adeguate nel corso degli anni alla luce dell'evoluzione delle circostanze.

L'attuazione del progetto e la capacità operativa devono iniziare al più tardi nell'anno di designazione (ossia un anno dopo l'anno di selezione del sito); nella fase di selezione dovranno essere fornite garanzie al riguardo.

Le disposizioni specifiche per i siti transnazionali e i siti tematici nazionali sono trattate nella sezione 6.

## 5. Come vengono selezionati i siti?

La selezione dei siti per il marchio del patrimonio europeo avviene in due fasi.

### 5.1 Preselezione a livello nazionale

Gli Stati membri sono responsabili della preselezione dei siti. Un sito può partecipare alla procedura di selezione finale a livello UE solo dopo aver superato la preselezione a livello nazionale. Ogni Stato membro può preselezionare **al massimo due siti** per ogni anno di selezione (cfr. calendario nell'allegato).

Conformemente al principio di sussidiarietà, ogni Stato membro stabilisce le proprie procedure per la preselezione dei siti e il proprio calendario. Gli Stati membri sono tenuti a trasmettere alla Commissione i moduli di candidatura dei siti preselezionati entro e non oltre il 1° marzo dell'anno in cui ha luogo la procedura di selezione. I moduli di candidatura dovranno essere compilati nella lingua utilizzata per la preselezione a livello nazionale, purché si tratti di una delle 24 lingue ufficiali dell'UE. Per una maggiore efficienza del processo di selezione è inoltre fondamentale inviare alla Commissione anche una versione in inglese dei moduli di candidatura.

Per tutte le domande concernenti la procedura di preselezione, i siti candidati devono rivolgersi esclusivamente ai coordinatori nazionali dei rispettivi paesi.

### 5.2 Selezione a livello UE

La selezione finale dei siti è effettuata da un panel europeo di esperti indipendenti, sotto la responsabilità della Commissione europea, che valuta le candidature sulla base degli obiettivi e dei criteri dell'iniziativa. Se necessario, il panel può richiedere, tramite la Commissione, ulteriori informazioni ai siti candidati; possono inoltre essere organizzate anche visite dei siti, che tuttavia rappresentano un'eccezione piuttosto che la regola.

Ogni anno di selezione il panel europeo prepara una relazione da trasmettere alla Commissione entro la fine dell'anno. Tale relazione comprende una raccomandazione per l'assegnazione del marchio e una breve valutazione di tutti i siti preselezionati, con le ragioni che motivano la scelta di selezionarli o meno. I



siti candidati non hanno il diritto di presentare ricorso contro la raccomandazione del panel europeo.

All'inizio dell'anno successivo alla procedura di selezione la Commissione designa formalmente i siti ai quali assegnare il marchio, tenendo debitamente conto della raccomandazione del panel. I siti candidati che non sono stati selezionati possono presentare negli anni seguenti nuove candidature per la preselezione a livello nazionale.

## **6. Siti tematici nazionali e siti transnazionali**

### **6.1 Siti tematici nazionali**

Per essere ammissibile, un sito tematico nazionale deve includere un numero ragionevole di siti partecipanti e deve inoltre:

- dimostrare il valore aggiunto europeo di una candidatura comune rispetto a candidature individuali;
- dimostrare un chiaro legame tematico tra i singoli siti;
- garantire che ciascun sito partecipante rispetta pienamente i criteri per la candidatura;
- designare uno dei siti partecipanti quale coordinatore del sito tematico nazionale e unico punto di contatto per la Commissione;
- presentare la candidatura sotto un nome comune che deve essere conciso e non deve comprendere i nomi dei singoli siti.

Le candidature dei siti tematici nazionali seguono la stessa procedura prevista per i siti unici. Gli Stati membri preselezionano al massimo due siti per anno di selezione. Ogni singolo sito partecipante compila un modulo di candidatura separato. Il sito coordinatore deve compilare anche il modulo di presentazione ad hoc e inviare al coordinatore nazionale tutti i moduli insieme.

Ogniqualevolta è selezionato un sito tematico nazionale, il marchio è assegnato al sito nel suo complesso sotto il nome comune e non ai singoli siti partecipanti. Ciascun sito partecipante ha il diritto di esporre all'ingresso la targa con il marchio del patrimonio europeo, che indica chiaramente il nome comune del sito tematico nazionale. Occorre tenere conto di ciò in tutte le attività di comunicazione a livello europeo e locale, onde evitare rischi di confusione. Durante il processo di controllo si presterà particolare attenzione a tale aspetto.

### **6.2 Siti transnazionali**

Ciascun sito facente parte di un sito transnazionale deve essere ubicato in uno degli Stati membri che partecipano all'iniziativa. I siti transnazionali devono dimostrare molto chiaramente il valore aggiunto di una candidatura comune dei siti partecipanti rispetto a candidature individuali.

Per essere ammissibile, un sito transnazionale deve:

- garantire che ciascun sito partecipante rispetta pienamente i criteri;
- designare uno dei siti partecipanti quale coordinatore del sito transnazionale e unico punto di contatto per la Commissione. Nel caso di un sito ubicato in due o più Stati membri, esistono due possibilità: il sito è gestito congiuntamente da diverse organizzazioni nei vari Stati membri interessati e una di queste organizzazioni deve essere il coordinatore, oppure il sito è gestito da un unico organismo transnazionale e uno degli Stati membri deve assumere la direzione e la responsabilità del processo di preselezione e controllo;
- candidarsi con un nome comune che deve essere conciso e non deve comprendere il nome dei singoli siti che partecipano al sito tematico transnazionale;
- nel caso di vari siti che convergono su un tema specifico, dimostrare chiaramente il legame tematico tra i siti partecipanti.

Le candidature dei siti transnazionali seguono la stessa procedura prevista per i siti unici. La preselezione è effettuata dallo Stato membro del sito coordinatore e rientra nel limite massimo di due siti che tale Stato membro può nominare per anno di selezione (si noti che gli altri siti partecipanti non sono considerati ai fini del calcolo delle quote dei rispettivi Stati membri).

Le consultazioni tra i siti partecipanti a un sito transnazionale devono coinvolgere tutti i coordinatori nazionali pertinenti fin dalle fasi iniziali.

Ogni sito partecipante compila un modulo di candidatura separato. Il sito coordinatore deve compilare anche il [modulo di presentazione ad hoc](#) per i siti transnazionali e presentare al coordinatore nazionale tutti i moduli insieme.

Un sito transnazionale preselezionato da uno Stato membro deve essere proposto da quest'ultimo a nome degli altri Stati membri previo accordo degli stessi. Tutti i moduli di candidatura, compreso il modulo di presentazione, devono essere trasmessi congiuntamente alla Commissione dal coordinatore nazionale dello Stato membro del sito coordinatore.

Se un sito transnazionale e un sito unico soddisfano i criteri del marchio del patrimonio europeo con pari livello di qualità, nella selezione finale si darà priorità al sito transnazionale.

Nel caso venga selezionato un sito transnazionale, il marchio sarà assegnato al sito nel suo complesso sotto il nome comune e non ai singoli sotto-siti partecipanti. In altre parole, in caso sia selezionato un sito transnazionale che comprende cinque sotto-siti partecipanti, sarà assegnato un unico marchio al sito transnazionale e non cinque marchi ai cinque singoli sotto-siti. Ciascuno dei cinque sotto-siti ha il diritto di esporre all'ingresso la targa con il marchio del patrimonio europeo, che tuttavia deve indicare chiaramente il nome comune del sito transnazionale. Occorre tenere conto di ciò in tutte le attività di comunicazione a livello europeo e locale, onde evitare rischi

di confusione. Durante il processo di controllo si presterà particolare attenzione a tale aspetto.

## 7. Modulo di candidatura

I siti candidati devono utilizzare il [modulo di candidatura](#) preparato dalla Commissione europea, che deve essere compilato da tutti i candidati e inviato al coordinatore nazionale responsabile della preselezione a livello nazionale.

## 8. Controllo dei siti

Il marchio del patrimonio europeo è assegnato ai siti in modo permanente a condizione che essi continuino a soddisfarne i criteri e che il progetto e la capacità operativa presentati nella candidatura rimangano pertinenti e in linea con la strategia a lungo termine formulata. Ciascun sito viene quindi controllato regolarmente.

Gli Stati membri sono responsabili del controllo di tutti i siti nel loro territorio. I coordinatori nazionali raccolgono tutte le informazioni necessarie e preparano una relazione ogni quattro anni, conformemente al calendario riportato nell'allegato. La relazione contiene una sottosezione per ciascun sito basata sul [modello del modulo di controllo](#).

Il controllo dei siti transnazionali è di responsabilità del coordinatore nazionale nello Stato membro del sito coordinatore. In collaborazione con il sito coordinatore, il coordinatore nazionale raccoglie le informazioni necessarie da tutti i siti partecipanti al sito transnazionale, ivi compresi quelli non ubicati nel suo territorio. Tali informazioni vengono riassunte in una sezione della relazione, come indicato sopra.

Il panel europeo valuta tutte le informazioni e pubblica una relazione sullo stato dei siti designati nell'ambito del marchio del patrimonio europeo, che comprende le raccomandazioni di cui tenere conto per il periodo di controllo successivo, se del caso.

Qualora stabilisca che un sito non soddisfa più i criteri o non è più conforme al progetto e alla capacità operativa presentati al momento della candidatura, il panel europeo può avviare una procedura per il ritiro del marchio assegnato a detto sito. La procedura si svolge in due fasi, che possono durare fino a 18 mesi ciascuna.

- Nella prima fase il panel europeo avvia un dialogo con lo Stato membro in questione nell'intento di agevolare gli adeguamenti necessari del sito. Qualora il panel giudichi che gli adeguamenti sono stati effettuati o che sono state fornite garanzie sufficienti, può decidere di chiudere la procedura.
- Se 18 mesi dopo l'inizio del dialogo giudica che non sono stati apportati gli adeguamenti necessari, il panel europeo può decidere di avviare la seconda fase della procedura. In questa seconda fase il panel europeo dà notifica formale alla Commissione dei problemi riscontrati a proposito del sito. La

notifica deve essere accompagnata da una motivazione e includere una serie di raccomandazioni pratiche su come migliorare la situazione. Se 18 mesi dopo il ricevimento della notifica il sito non ha messo in atto le raccomandazioni pratiche, il panel europeo raccomanda alla Commissione di ritirare il marchio al sito in questione.

La Commissione formalizza il ritiro del marchio nel corso della successiva procedura di designazione. Il sito deve restituire alla Commissione la targa recante il logo del marchio del patrimonio europeo.

La stessa procedura si applica nel caso dei siti tematici nazionali e dei siti transnazionali. I dialoghi summenzionati si svolgono con lo Stato membro del sito coordinatore. Se il panel europeo raccomanda il ritiro del marchio a un sito tematico nazionale o a un sito transnazionale, tale ritiro si applica al sito tematico nazionale o al sito transnazionale nel suo insieme. Tuttavia, in casi eccezionali nei quali non sia compromessa la coerenza del sito tematico nazionale o del sito transnazionale, il panel europeo può raccomandare di limitare il ritiro al sito partecipante interessato.

Nel corso della procedura, al fine di garantire un coordinamento efficace, tutti i contatti tra il panel europeo da un lato e il sito in questione e il coordinatore nazionale pertinente dall'altro devono avvenire tramite la Commissione e il coordinatore nazionale.

## **9. Rinuncia al marchio**

Un sito designato nell'ambito del marchio del patrimonio europeo può volontariamente rinunciare al marchio in qualsiasi momento. In tal caso, il sito comunica per lettera la propria decisione al coordinatore nazionale. Il coordinatore nazionale deve a sua volta informare la Commissione della rinuncia trasmettendo una copia della lettera. La Commissione formalizza la rinuncia nel corso della successiva procedura di designazione. Il sito deve restituire alla Commissione la targa recante il logo del marchio del patrimonio europeo.

## **10. Il panel europeo di esperti indipendenti**

La selezione e il controllo a livello dell'UE sono effettuati da un panel europeo di esperti indipendenti, composto da 13 membri nominati dal Parlamento europeo, dal Consiglio, dalla Commissione e dal Comitato delle regioni.

Per evitare il rischio di conflitti di interesse, non è permesso ai siti candidati, ai siti che hanno ottenuto il marchio o agli Stati membri contattare direttamente un membro del panel in merito a questioni relative al marchio del patrimonio europeo senza il tramite della Commissione.

## **11. Comunicazione**

La Commissione europea e i siti che hanno ricevuto il marchio condividono la responsabilità per le attività di comunicazione relative al marchio.

La Commissione garantisce la visibilità del marchio a livello europeo, in particolare creando e gestendo un sito web specifico contenente informazioni generali sui siti che hanno ricevuto il marchio e un accesso ai rispettivi siti web. Ciascun sito riceve due targhe – una piccola e una grande – da esporre all'ingresso; [il logo del marchio del patrimonio europeo deve inoltre essere visibile su tutto il materiale di comunicazione](#).

I siti che ottengono il marchio godono di una maggiore visibilità perché sono integrati nella strategia di comunicazione e promozione dell'UE relativa al marchio del patrimonio europeo. Tutti i siti che hanno ricevuto il marchio sono invitati a partecipare alla conferenza annuale dei gestori dei siti e possono beneficiare di opportunità di messa in rete e apprendimento tra pari.

I siti che hanno ricevuto il marchio devono da parte loro migliorare la propria visibilità su scala europea sfruttando le possibilità offerte dalle nuove tecnologie e dai mezzi digitali e interattivi e cercando sinergie con altre iniziative europee. Devono inoltre presentarsi come destinazioni turistiche sostenibili e sviluppare strategie di comunicazione coerenti e complete che mettano in luce la loro rilevanza europea. Tutti questi elementi rientrano nei criteri per l'assegnazione del marchio del patrimonio europeo e vengono valutati dal panel europeo durante la procedura di selezione e nel corso di ogni singola procedura di controllo.

Un sito designato nell'ambito del marchio è tenuto a utilizzare il relativo logo per tutte le attività di comunicazione e promozione.

## **12. Attività di rete**

Uno dei principali vantaggi per i siti che ottengono il marchio è costituito dalle opportunità di partecipare alle attività di messa in rete riservate ai siti designati con il marchio del patrimonio europeo. La Commissione invita tutti i gestori dei siti a partecipare a una conferenza annuale per promuovere la condivisione di esperienze e l'apprendimento tra pari e per favorire l'avvio di progetti comuni.

## **13. Finanziamento dal bilancio UE**

Il bilancio del marchio del patrimonio europeo copre i costi di gestione dell'iniziativa a livello UE, in particolare i costi sostenuti per il panel europeo di esperti indipendenti, per la strategia di comunicazione europea, per le attività di rete e per le risorse umane interne alla Commissione necessarie per sostenere l'iniziativa. Non sono previsti finanziamenti diretti a favore dei siti che ottengono il marchio. Questi siti possono tuttavia chiedere il sostegno di altri programmi dell'Unione.

## Allegato: Calendario

2017	Procedura di selezione. La Commissione deve ricevere le candidature al più tardi entro il 1° marzo 2017.
2018	Valutazione del marchio.
2019	Procedura di selezione. La Commissione deve ricevere le candidature al più tardi entro il 1° marzo 2019.
2020	Procedura di controllo. La Commissione deve ricevere le relazioni di controllo al più tardi entro il 1° marzo 2020.
2021	Procedura di selezione. La Commissione deve ricevere le candidature al più tardi entro il 1° marzo 2021.
2022	—
2023	Procedura di selezione. La Commissione deve ricevere le candidature al più tardi entro il 1° marzo 2023.
2024	Procedura di controllo. La Commissione deve ricevere le relazioni di controllo al più tardi entro il 1° marzo 2024. Valutazione del marchio.
2025	Procedura di selezione. La Commissione deve ricevere le candidature al più tardi entro il 1° marzo 2025.
...	...