

TRADUZIONE ESTERNA

PARLAMENTO EUROPEO

2004



2009

Documento di seduta

FINALE
A6-0197/2005

23.6.2005

RELAZIONE

sull'attuazione della strategia d'informazione e di comunicazione riguardante
l'euro e l'Unione economica e monetaria
(2005/2078(INI))

Commissione per i problemi economici e monetari

Relatore: Jules Maaten

INDICE

	Pagina
PROPOSTA DI RISOLUZIONE DEL PARLAMENTO EUROPEO	3
MOTIVAZIONE.....	9
PROCEDURA	15

PROPOSTA DI RISOLUZIONE DEL PARLAMENTO EUROPEO

sull'attuazione della strategia d'informazione e di comunicazione riguardante l'euro e l'Unione economica e monetaria (2005/2078(INI))

Il Parlamento europeo,

- vista la comunicazione della Commissione al Consiglio, al Parlamento europeo, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni sull'attuazione della strategia d'informazione e di comunicazione riguardante l'euro e l'Unione economica e monetaria (COM(2004)0552),
 - vista la comunicazione della Commissione al Consiglio, al Parlamento europeo, al Comitato economico e sociale europeo, al Comitato delle regioni e alla Banca centrale europea - Prima relazione sui preparativi concreti per il futuro ampliamento della zona euro (COM(2004)0748),
 - viste le sue posizioni del 16 giugno 2000¹ sulle disposizioni relative all'introduzione dell'euro,
 - vista la sua risoluzione del 6 luglio 2000² sulla strategia di comunicazione e informazione sull'Unione economica e monetaria (UEM) e sull'euro fino al 2002,
 - vista la sua risoluzione del 4 luglio 2001 sui mezzi per aiutare gli operatori economici nel passaggio all'euro³,
 - visto l'articolo 45 del proprio regolamento,
 - vista la relazione della commissione per i problemi economici e monetari (A6-0197/2005),
- A. considerando che, dopo sei anni di esistenza, il progetto di conseguimento dell'UEM e di introduzione dell'euro, è ritenuto in generale un progetto oltremodo ben riuscito,
- B. considerando che tale giudizio è suffragato dal prestigio dell'euro sui mercati finanziari internazionali, dalla fatturazione commerciale in euro in continua crescita e dal crescente spostamento verso l'euro delle riserve mondiali in dollari delle banche centrali,
- C. considerando che i benefici della moneta unica e degli strumenti che la accompagnano - politica monetaria unica e accentuato coordinamento delle politiche economiche - non possono essere messi seriamente in discussione in questa fase, con disponibilità di crediti a condizioni più interessanti grazie a tassi di interesse che hanno raggiunto il minimo storico, aumentata trasparenza dei prezzi con conseguente loro abbassamento nel medio termine, eliminazione del rischio di cambio nella zona euro, agevolazione del commercio

¹ GU C 67, del 1.3.2001, pag. 324.

² GU C 121, del 24.4.2001, pag. 459.

³ GU C 65 E, del 14.3.2002, pag. 162.

e dei viaggi intra-UE, pressione sugli Stati membri affinché attuino politiche fiscali volte alla stabilità,

- D. considerando tuttavia che determinati settori del pubblico europeo sembrano avere una percezione negativa dell'euro, soprattutto negli Stati membri in cui il tasso di conversione della valuta nazionale rispetto all'euro è stato fissato ad un livello elevato; considerando che l'Eurobarometro mostra che tale tendenza è in aumento, visto che immediatamente prima dell'introduzione dell'euro era favorevole alla nuova moneta il 68% degli intervistati, passati subito dopo al 75% e al 66% nella prima metà del 2004; considerando che i risultati negativi dei referendum svoltisi in Svezia e Danimarca sono un'ulteriore prova dell'esistenza di un'opposizione pubblica alla moneta unica europea; considerando che anche i sondaggi condotti in nuovi Stati membri riflettono un certo scetticismo nei confronti l'adozione dell'euro dovuto principalmente a una mancanza di informazioni pertinenti,
- E. considerando che, oltre alle indagini quantitative effettuate tramite l'Eurobarometro, sarebbe importante condurre indagini qualitative sulle ragioni più profonde che determinano la posizione dei cittadini europei rispetto all'euro; considerando che è soltanto mediante interviste in profondità che i reali motivi del rifiuto dell'euro e dello scetticismo nei confronti dell'Unione economica e monetaria in certi gruppi di popolazione possono essere accertati e quindi utilizzati come base di strategie di informazione mirate, in cui la selezione dei gruppi di popolazione (euroscettici) dovrebbe competere allo Stato membro interessato e ai rispettivi responsabili nazionali della comunicazione
- F. considerando che le esperienze delle imprese e le conclusioni della scienza della comunicazione sul cosiddetto marketing post-vendita possono essere adottate a conferma dell'importanza della comunicazione anche dopo l'introduzione dell'euro; considerando inoltre che è importante non solo conquistare la fiducia dei cittadini nel periodo che precede l'introduzione dell'euro, ma anche far sì che coloro che si sono convinti trovino conferma della giustezza della loro decisione e delle loro opinioni in messaggi ed eventi comunicativi anche dopo l'introduzione dell'euro,
- G. considerando che una strategia di comunicazione coerente, ambiziosa e duratura sull'euro e sull'UEM è necessaria per sostenere la moneta unica, per non ripetere gli errori del passato e per preparare i nuovi aderenti a una transizione senza scosse; considerando che la Commissione e la Banca centrale europea (BCE), sotto il controllo democratico del Parlamento europeo, unitamente alle autorità finanziarie degli Stati membri, sono i principali organismi responsabili del successo di tale strategia,
- H. considerando che nel medio e lungo periodo è inevitabile che l'inflazione nei nuovi Stati membri sia leggermente più elevata rispetto alla zona euro, a prescindere dall'introduzione dell'euro, a causa di differenze tuttora sostanziali nel livello dei prezzi e del complesso fenomeno del "catching up",
- I. considerando che, nell'ambito del processo democratico europeo, qualsiasi politica di informazione e comunicazione su un argomento europeo, per essere efficace, deve iscriversi nel quadro della strategia generale di informazione e comunicazione dell'Unione europea e riuscire quindi a dimostrare ai cittadini in modo coerente che

l'Unione porta vantaggi nella loro vita quotidiana

1. saluta con favore i vantaggi offerti dall'UEM, quali stabilità dei prezzi, costi di transazione ridotti, maggiore trasparenza dei prezzi nella zona euro, minore volatilità dei prezzi sui mercati valutari internazionali e protezione contro le crisi esterne, tassi di interesse storicamente bassi, tassi ipotecari bassi e maggiore facilità per chi viaggia; sostiene l'euro in quanto potente simbolo dell'integrazione europea e mezzo atto ad avvicinare i cittadini europei agli ideali su cui si fonda l'Unione;
2. nota l'evidente mancanza di popolarità dell'euro fra determinati settori della popolazione; considera tale fenomeno in contraddizione con il fatto che l'euro rappresenta probabilmente il più grande progetto europeo mai lanciato; ritiene che la moneta unica rimanga per l'UE una priorità in termini di comunicazione; è persuaso che i benefici dell'euro e dell'UEM - stabilità dei prezzi, tassi ipotecari ridotti, maggiore facilità per chi viaggia, protezione contro le fluttuazioni dei tassi di cambio e contro gli shock esterni - devono continuare ad essere promossi e spiegati esaurientemente al pubblico; ritiene che occorra porre un accento particolare sull'informazione e l'aggiornamento dei cittadini e dei consumatori europei e delle piccole e medie imprese (PMI,) che non dispongono di capacità sufficienti per adeguare immediatamente all'euro le loro transazioni economiche;
3. ritiene che la campagna per l'euro e l'UEM debba concentrarsi sui piccoli centri urbani e sulle regioni ultraperiferiche, dove le opportunità di informazione del pubblico rimangono ancora oggi limitate; ritiene opportuno mantenere, a discrezione di ciascuno Stato membro, la doppia indicazione dei prezzi (in valuta nazionale e in euro) fino alla piena familiarità dei cittadini, in particolare quelli di suddette regioni, con il sistema;
4. ritiene essenziale che i principali decisori politici non considerino concluso il progetto euro, in quanto la sua vitalità a lungo termine contribuirà al progresso generale dell'Unione e in quanto la popolarità dell'euro è importante relativamente alla futura ratifica del trattato che istituisce una Costituzione per l'Europa;
5. è favorevole a un più stretto coordinamento delle politiche economiche fra gli Stati membri e alla prudenza fiscale nel quadro di un riformato ma solido Patto di stabilità e di crescita; ritiene che il Patto di stabilità e di crescita riformato, approvato in linea di massima dal Consiglio europeo del marzo 2005, e i pertinenti regolamenti comunitari concernenti temi specifici, contribuiranno, mediante un'applicazione unitaria negli Stati membri, alla stabilità economica a lungo termine degli Stati membri e al loro adeguamento agli obiettivi della strategia di Lisbona;
6. plaude all'ultima relazione della Commissione concernente la sua strategia di comunicazione sull'euro ma rileva che i suoi toni sono forse troppo ottimistici in rapporto alla tendenza al ribasso della popolarità della moneta; invita la Commissione a perseguire i suoi principali obiettivi di comunicazione e ad indicare in dettaglio i passi necessari a raggiungerli; sottolinea

6. l'opportunità di utilizzare maggiormente le moderne tecniche di marketing nel presentare l'UEM al pubblico e cercando di "vendere" l'UEM, l'euro e i suoi vantaggi come un interessante "pacchetto";
7. concorda con la Commissione nel ritenere che la campagna di informazione debba essere adattata alla cultura, alla lingua, all'opinione pubblica prevalente ed alle preoccupazioni dei cittadini dei vari paesi e debba altresì considerare se il paese è già nella zona euro o vi entrerà a medio o breve termine o se intende invece rimanerne fuori;
8. continua a sostenere il programma PRINCE e chiede al riguardo un incremento dei fondi all'uopo disponibili; ritiene che il dialogo interistituzionale sull'euro possa essere migliorato per il tramite del Gruppo interistituzionale sull'informazione; avverte che il principio del cofinanziamento sotteso al programma PRINCE può generare gravi problemi e ritardi nell'introduzione dell'euro nei nuovi Stati membri, che mancano delle necessarie risorse finanziarie;
9. ritiene importante tener conto delle preoccupazioni dei cittadini dei tre Paesi pre-allargamento che restano fuori dalla zona euro - Regno Unito, Svezia e Danimarca - ed invita la Commissione ad aiutare i governi di questi Stati membri nel loro tentativo di vincere lo scetticismo del pubblico, qualora lo desiderino;
10. ritiene che il recente allargamento dell'UE porrà importanti sfide all'UEM e alla moneta unica; ritiene che la Commissione debba adoperarsi soprattutto per assistere i nuovi Stati membri a preparare i propri cittadini all'adozione dell'euro mediante un'intensa campagna di informazione, sorvegliarne l'attuazione una volta avviata tale campagna e presentare relazioni periodiche sull'attuazione dei piani d'azione nazionali per l'adozione dell'euro;
11. constata che l'obbligo della duplice indicazione dei prezzi, almeno circa tre mesi prima e fino a 12 mesi dopo l'introduzione dell'euro, può, in primo luogo, ridurre i timori del pubblico rispetto all'aumento dei prezzi indotto dall'euro e, in secondo luogo, esercitare una certa pressione sulle imprese e i fornitori di servizi affinché non prendano a pretesto il passaggio all'euro per aumentare i prezzi; ritiene che la duplice indicazione dei prezzi su base nazionale, vincolante o in base a codici di condotta volontari delle camere di commercio o in base ad accordi tra le parti economiche e sociali, abbia dato buoni risultati in occasione dell'introduzione dell'euro in molti dei primi 12 paesi della zona euro;
12. invita la Commissione a tener conto del timore di aumento di prezzi espresso dal pubblico dei nuovi Stati membri; ritiene che negli Stati che entreranno in futuro a far parte della zona euro si dovrebbe far tesoro dell'esperienza acquisita negli Stati che attualmente fanno parte della zona euro, nei quali sono stati registrati comportamenti scorretti ed esempi di eccessivo arrotondamento, al fine di evitare simili comportamenti; ritiene che vada spiegata ai cittadini di tutti gli Stati membri la differenza tra l'inflazione annuale e l'aumento dei prezzi causato dall'introduzione dell'euro;
13. nota che, rispetto ai vecchi Stati membri, nei nuovi Paesi si fa maggior ricorso alle transazioni finanziarie in contanti anziché ai mezzi di pagamento elettronici; sollecita la Commissione, gli Stati membri e le banche centrali nazionali a tener conto di tale fenomeno al momento di predisporre la transizione nei nuovi Stati membri; incoraggia

questi ultimi ad approfittare del passaggio all'euro per aumentare il numero dei pagamenti elettronici e con carte di credito; ritiene che un breve periodo di doppia circolazione sia la soluzione migliore per il successo della transizione nei nuovi Stati membri;

14. ritiene che le migliori pratiche e le conoscenze tecniche acquisite nel precedente processo di transizione siano utili per la transizione dei nuovi Stati membri, anche in vista del successivo allargamento e della preparazione dei nuovi paesi candidati;
15. invita la Commissione ad annettere maggiore importanza alle procedure di consultazione con le parti sociali, al fine di comprendere le esigenze del pubblico e in particolare delle organizzazioni sociali ed economiche specifiche;
16. chiede risorse finanziarie aggiuntive per l'istituzione in ogni Stato membro di forum nazionali per l'euro, sotto la responsabilità del ministero delle finanze e in stretta collaborazione con le banche centrali nazionali, un sistema che ha dato prova della sua utilità in precedenti occasioni; ritiene che l'UE debba sostenere progetti di "gemellaggio" mediante i quali i vecchi Stati membri possano contribuire alla diffusione di buone pratiche e al trasferimento di conoscenze, a livello dei ministeri delle finanze e in seno alle banche centrali;
17. invita la Commissione a riconoscere l'importanza del ruolo attivo del Parlamento europeo, dei parlamenti nazionali e delle autorità regionali e locali nella pianificazione e nell'attuazione della strategia di comunicazione riguardante l'euro e l'UEM; ritiene che l'azione di tali organi renda più democratico il dialogo sulla strategia di comunicazione e consenta di integrarvi meglio le preoccupazioni e le perplessità dei cittadini;
18. invita la BCE ad intraprendere, nel quadro della sua relazione annuale o di una relazione speciale, un'analisi quantitativa annua - da sottoporre all'esame del Parlamento europeo - dei benefici che l'euro ha apportato per il cittadino comune, con esempi concreti di come l'uso dell'euro abbia influito positivamente sulla vita quotidiana dei cittadini;
19. invita la Commissione a condurre un sondaggio specifico tra le PMI di tutta Europa per stabilire il livello di accettazione dell'euro nel settore; ritiene che, ai fini di tale sondaggio presso le PMI a livello europeo, si dovrebbero sfruttare tutte le possibilità per far sì che le PMI contribuiscano ai costi, poiché tale sondaggio - eventualmente mediante "sondaggi Omnibus" complementari - può anche fornire informazioni utili ai fini della loro politica aziendale; sottolinea l'importanza di associare i gestori di distributori automatici alle strategie di comunicazione e adeguamento, poiché questi svolgono un ruolo importante nell'accettazione delle nuove monete e banconote nella vita quotidiana dei cittadini;
20. invita il settore bancario a mettere a disposizione sportelli bancomat in grado di distribuire alla clientela un maggior numero di biglietti di piccolo taglio, dal momento che la maggior parte dei pagamenti in contanti sono mediamente inferiori ai 15-20 euro, in modo da ridurre il contante detenuto in cassa dai negozianti e ridurre conseguentemente il rischio di rapine; ritiene inoltre che ciò riduca il rischio per i consumatori di ricevere come resto banconote contraffatte;
21. chiede alla Commissione di pubblicare un'analisi, da sottoporre all'esame del Parlamento europeo, sul numero eccessivo di banconote da 500 euro circolanti, la cui emissione nel

2005 è raddoppiata raggiungendo il valore di 190 milioni, a seguito dell'accresciuta domanda proveniente dagli attori economici della zona euro; comprende i vantaggi delle banconote da 500 euro come strumento di tesaurizzazione, ma ammonisce contro i possibili rischi di criminalità finanziaria e riciclaggio connessi all'uso di banconote di tale valore;

22. constata l'aumento della quota del commercio elettronico nelle transazioni e si interroga di conseguenza sull'opportunità di mantenere le banconote da 500 euro, in origine giustificate dalla necessità di tener conto delle abitudini dei consumatori di taluni Stati membri;
23. chiede urgentemente alla BCE di rendere pubblica la ripartizione delle richieste di banconote da 500 euro da parte delle diverse banche centrali;
24. deplora i costi tuttora elevati dei pagamenti transfrontalieri al dettaglio effettuati in euro, sebbene il regolamento (CE) n. 2560/2001 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 19 dicembre 2001, relativo ai pagamenti transfrontalieri in euro¹, abbia comportato riduzioni sostanziali delle tariffe relative ai bonifici transfrontalieri standard in euro, e sostiene la creazione di un'Area unica europea dei pagamenti; invita la Commissione a presentare una disciplina globale per il settore e di cogliere tale opportunità per armonizzare i sistemi elettronici di pagamento nell'UE, onde ridurre i costi sostenuti dai consumatori e dalle PMI; sottolinea che l'efficacia del sistema poggia sulla fiducia dei consumatori, che è condizionata al riconoscimento dei loro diritti;
25. saluta con favore il fatto che la BCE sta attualmente lavorando a una seconda generazione di banconote; ritiene che la vasta diffusione dell'euro renda la moneta europea particolarmente vulnerabile alla contraffazione e sollecita la BCE ad esercitare grande vigilanza e a basarsi sull'esperienza acquisita al momento di mettere a punto la nuova generazione di banconote; giudica essenziale che Europol e le forze di polizia degli Stati membri trattino questo problema in via prioritaria;
26. ritiene che il dialogo interistituzionale sull'euro possa essere migliorato attraverso il Gruppo interistituzionale sull'informazione; invita la Commissione a continuare a trasmettere al Parlamento europeo l'aggiornamento trimestrale sul programma PRINCE;
27. ribadisce la sua volontà, espressa nella sua risoluzione del 12 maggio 2005 sull'attuazione della strategia di informazione e comunicazione dell'Unione europea², di approfondire la cooperazione interistituzionale al riguardo, organizzando annualmente una grande discussione sulla base di una relazione presentata dalla Commissione, associandovi le commissioni aventi una competenza globale e parziale in materia, dibattito cui parteciperebbe anche il Consiglio;
28. incarica il suo Presidente di trasmettere la presente risoluzione al Consiglio e alla Commissione.

¹ GU L 344 del 28.12.2001, pag. 13.

² Testi approvati in tale data, P6_TA(2005)0183.

MOTIVAZIONE

I. Introduzione

La pubblicazione nel 2004 da parte della Commissione europea della sua Comunicazione "sull'attuazione della strategia d'informazione e di comunicazione riguardante l'euro e l'Unione economica e monetaria", ha indotto il Parlamento europeo a lanciare un vasto dibattito fra tutti i soggetti interessati su quello che è un tema di vitale importanza per il progetto europeo: come informare adeguatamente le imprese e i cittadini europei sui benefici della nostra moneta unica, l'euro, e sul quadro macroeconomico che la accompagna, ovvero l'UEM (Unione economica e monetaria).

Il Parlamento europeo è stato strettamente associato ad ogni fase dell'UEM, dalla decisione di introdurre la moneta presa a Maastricht nel 1992, alla scadenza del 1° gennaio 1999 - quando i tassi di cambio degli Stati membri partecipanti sono stati fissati in modo irrevocabile rispetto all'euro ed è stata creata la Banca centrale europea - fino all'introduzione fisica della nuova moneta nel 2002.

Oggi, a distanza di sette anni dal lancio dell'euro, e alla luce della Comunicazione della Commissione, il relatore ritiene che sia giunto il momento di valutare i successi e i fallimenti dell'UEM, di proporre soluzioni e di indicare la via da seguire.

II. I successi dell'euro

L'UEM e l'euro sono i più grandi progetti paneuropei mai realizzati. In termini storici è arduo trovare esempi analoghi di formazione di una moneta unica in un intervallo di tempo così limitato. La presente relazione intende riaffermare il caldo sostegno dato dal Parlamento all'euro in quanto potente motore dell'integrazione europea e al tempo stesso strumento per conseguire gli obiettivi dell'Unione. Oltre a essere il simbolo di una comune identità e di valori condivisi, l'euro può agire anche da stimolo per una maggiore coesione in quanto dimostra che se gli Stati membri agiscono di concerto e con determinazione, i cittadini possono lecitamente attendersi di raccogliere benefici diffusi e duraturi.

Il successo dell'euro può essere misurato in vari modi:

1. Innanzitutto, la politica monetaria unica e l'accentuato coordinamento delle politiche economiche che supportano l'euro hanno fatto diminuire il costo del denaro per tutti: i tassi di interesse hanno raggiunto minimi storici stimolando gli investimenti e i consumi e apportando benefici reali ai consumatori, ad esempio grazie alla convenienza dei mutui e dei prestiti.
2. In secondo luogo, l'accresciuta trasparenza dei prezzi nella zona euro, che si coniuga con la salda gestione della politica monetaria da parte della BCE, hanno determinato un contesto stabile caratterizzato da bassa inflazione (solo il 2,3% nel 2001 e 2002), che sostiene a sua volta i consumi privati.

3. In terzo luogo, l'euro ha migliorato le capacità di difesa delle economie della zona euro contro le crisi finanziarie. Senza una moneta unica, recenti eventi quali gli attacchi terroristici dell'11 settembre 2001 a New York e dell'11 marzo 2004 a Madrid o gli scandali finanziari del 2002 avrebbero scatenato forti turbolenze finanziarie nell'Europa in generale, e in particolare in molte economie della zona euro, e avrebbero provocato il collasso delle monete nazionali.

4. In quarto luogo, il venir meno del rischio di cambio nella zona euro ha facilitato i viaggi entro tale area, eliminando anche il fastidio e i costi dei cambi di valuta. E' divenuto più agevole anche viaggiare al di fuori della zona euro, in quanto la moneta unica è ora accettata dappertutto come valuta internazionale.

5. In quinto luogo, poiché le materie prime e il petrolio sono offerti sul mercato mondiale in dollari Usa, i consumatori europei beneficiano dalla relativa solidità dell'euro rispetto al dollaro. Il tasso di cambio positivo significa per i consumatori europei carburante a prezzi relativamente bassi e generi alimentari a un costo inferiore.

6. Un altro effetto positivo dell'euro è l'aver determinato un incremento degli scambi intra-UE. Diversi studi dimostrano che l'UEM ha avuto un'incidenza positiva nell'area commerciale intra-euro che, dopo l'avvento dell'euro, è risultata mediamente pari al 10% in tutti i paesi della zona euro, e fino a ca. il 17% in Paesi quali i Paesi Bassi, la Spagna, il Belgio e l'Austria. Inoltre, la moneta unica ha contribuito all'incremento degli scambi commerciali con il resto del mondo. Dal 1999, la fatturazione in euro del commercio internazionale è considerevolmente cresciuta.

7. L'euro ha pure acquistato uno standing elevato sui mercati finanziari internazionali e sta assumendo un ruolo importante come moneta di riserva internazionale (dal 13,5% delle riserve mondiali nel 1999 al 19,7% nel 2003). L'euro sta così diventando un veicolo privilegiato per gli investimenti e i crediti internazionali (i titoli internazionali in euro tengono oggi testa a quelli in dollari Usa). Inoltre ne esce rafforzata anche la posizione dell'Europa nelle sedi ed organizzazioni internazionali.

8. L'integrazione monetaria stimola anche l'integrazione dei mercati dei capitali all'interno dell'UE, inducendo mutamenti strutturali nei settori bancario e finanziario. Le transazioni commerciali transfrontaliere sono in aumento e tale tendenza si sta progressivamente consolidando. La più ampia gamma di scelta e la discesa dei prezzi dovrebbero prima o poi essere avvertiti dal consumatore medio di servizi finanziari.

9. Ultimo, ma non meno importante, il fatto che l'UEM induce finalmente gli Stati membri ad adottare politiche fiscali orientate alla stabilità. La teoria ci insegna che l'esistenza di un'unione monetaria implica politiche fiscali coordinate o armonizzate, che minimizzino i rischi di comportamenti opportunistici (*free riding*) da parte di alcuni Stati membri. Nel 1999, spinti dalla necessità di imporre una ferrea disciplina, i responsabili decisionali creavano quello che fu denominato Patto di stabilità e di crescita. Malgrado le critiche che possono essere mosse a tale sistema, il Patto mostra ancora la sua validità in quanto rafforza la disciplina fiscale. Il relatore è persuaso che la revisione del Patto recentemente decisa dal Consiglio europeo possa essere considerata un passo in avanti solo se tutti gli Stati membri, senza eccezione, aderiranno pienamente al nuovo accordo. Se le nuove disposizioni saranno

nuovamente ignorate, l'euro e la sua pubblica immagine ne usciranno permanentemente danneggiati.

Tutti questi vantaggi sono il risultato del grande successo della strategia di introduzione della nuova moneta sul piano tecnico, sia nel 1999 al momento della conversione delle vecchie valute in euro, che nel 2002 al momento dell'introduzione fisica della nuova unità monetaria. Sul piano logistico, l'impresa di introdurre simultaneamente banconote e monete in 12 Paesi non può essere sottovalutata. Malgrado qualche pecca, l'operazione è stata globalmente un successo, al punto che non si è pensato a tutte le sue implicazioni. Oltre alla Banca centrale europea, alla Commissione europea e ai governi degli Stati membri, hanno contribuito a tale successo soggetti quali le PMI, le associazioni dei consumatori, i sindacati, le associazioni di categoria ed altri. Il Parlamento europeo ha svolto un ruolo centrale sostenendo gli sforzi della Commissione, approvando consistenti stanziamenti per la campagna e ponendosi come partner critico nel dibattito con la Commissione e la BCE. Dal 1996 alla metà del 2002, la Commissione ha erogato oltre 200 milioni di euro, soprattutto a carico delle linee del bilancio del programma PRINCE. Gli Stati membri hanno speso molto più di tale cifra, mentre la BCE ha contribuito con 80 milioni di euro.

III. I problemi dell'euro

Ciò detto, il relatore ritiene che la strategia di comunicazione sull'euro presenti margini di miglioramento. A distanza di ben sette anni dall'avvento dell'UEM e dell'euro, è giunto il momento di analizzare con occhio spassionato e obiettivo il quadro in cui attualmente ci muoviamo. Tale riflessione è tanto più necessaria in quanto il progetto euro non si può affatto considerare concluso: in realtà, promuovere i vantaggi dell'euro è un esercizio costante e giornaliero, così come mantenere e migliorare la credibilità e la stabilità della zona euro è un compito senza fine che richiede cura ed attenzione costanti. Il possibile futuro allargamento della zona euro a nuovi Paesi merita una riflessione approfondita sulla via che i responsabili decisionali devono percorrere per evitare gli errori del passato e per migliorare le precedenti campagne di comunicazione.

E' certo sconcertante constatare che, nonostante i suindicati vantaggi oggettivi dell'euro e malgrado la transizione generalmente indolore alla nuova moneta, determinati settori del pubblico europeo continuano a dichiarare di averne una percezione negativa. Tale tendenza è oltretutto in aumento. Per sconcertante che possa apparire tale fenomeno, i responsabili decisionali, e in particolare la Commissione e i ministri delle finanze degli Stati membri, devono prenderne atto ed adottare le necessarie misure correttive. Recenti sondaggi dell'Eurobarometro mostrano che nella zona euro gli intervistati favorevoli alla moneta unica erano il 68% immediatamente prima della sua introduzione, il 75% immediatamente dopo e il 66% nella prima metà del 2004.

Tali inchieste sono suffragate da altre più recenti condotte nei nuovi Stati membri, che indicano una crescente ostilità nei confronti dell'adozione dell'euro: appena il 44% della popolazione dei nuovi Stati membri crede che l'introduzione dell'euro avrà un'incidenza positiva per il proprio Paese, mentre il 47% non vuole che l'euro soppianti la moneta nazionale. E' inutile dire che, nei tre Paesi pre-allargamento che restano fuori dalla zona euro - Gran Bretagna, Svezia e Danimarca - l'opinione pubblica continua a manifestare un'opposizione generale alla moneta unica, come brutalmente confermato dai risultati negativi

dei referendum tenuti in Svezia e Danimarca.

Oltre alle ragioni che non sono trattate nella presente relazione (euroscetticismo, nazionalismo, attaccamento alle tradizioni nazionali e così via), uno dei motivi principali dell'atteggiamento così negativo del pubblico negli Stati membri che hanno adottato l'euro è la sensazione che dopo la transizione i prezzi siano aumentati notevolmente. Senonché, le odierne stime indicano che l'effetto generale dell'introduzione dell'euro sull'inflazione è stato nel 2002 pari ad appena lo 0,2%. Un aumento impercettibile, che però cela una realtà apparsa chiara alla gente comune nel corso del 2002 e 2003. Trattandosi di un valore medio, tale percentuale nasconde le enormi impennate di prezzo registrate per le voci di spesa quotidiane, quali caffè, verdure, pane, giornali, taglio di capelli, imposte locali, fino alle tasse di parcheggio. Sebbene l'inflazione registrata nel periodo di gennaio 2002 fosse parzialmente imputabile ai cattivi raccolti e ad altri fattori economici, il relatore è persuaso che tali percezioni siano state aggravate da determinati errori commessi durante il processo di transizione all'euro. Ad esempio, al consumatore medio non sono state fornite sufficienti informazioni sul probabile rischio che i prezzi dei beni e servizi di uso quotidiano erano destinati a salire. I cittadini sono stati così colti di sorpresa assumendo un atteggiamento negativo che tende a persistere. Il problema delle informazioni inadeguate riguarda anche le PMI che oltretutto non sono state rifornite con sufficiente contante per far fronte a tutte le transazioni svolte nei primi mesi. Gli accordi fra i governi centrali e le associazioni delle PMI nonché - cosa ancora più sconcertante - le amministrazioni locali per evitare aumenti opportunistici di prezzo, non sembrano aver funzionato o hanno funzionato solo in parte. Infine, è ora apparso chiaro che è stato un errore concludere le campagne di comunicazione sull'euro così presto dopo la sua introduzione fisica. Sarebbero stati necessari tempi più lunghi per consolidare l'immagine dell'euro presso il pubblico e rettificare prontamente le errate impressioni create da determinati aumenti di prezzo: pur rivestendo scarsa importanza per l'economia nel suo complesso tali incrementi hanno inciso pesantemente sul budget del consumatore medio. Il relatore propone pertanto che la BCE presenti un'analisi quantitativa annua sui benefici che l'euro ha apportato al cittadino comune. Ciò indurrà i responsabili decisionali dell'UE a tener conto, non soltanto degli aspetti macroeconomici dell'evoluzione della moneta, ma anche dei suoi effetti sulla gente.

Numerosi altri benefici dell'euro, quali una maggiore trasparenza dei prezzi e i conseguenti effetti sulla concorrenza, saranno avvertiti se e quando i governi adotteranno le misure necessarie al completamento del mercato interno, auspicabilmente nel quadro della Strategia di Lisbona.

IV. Proposte di miglioramento

Tenuto conto di quanto precede, con la presente relazione si intende suggerire una possibile via da percorrere. Non si pretende di esporre un programma dettagliato di spesa sulle campagne di comunicazione o altri aspetti, ma piuttosto di sottoporre al pubblico europeo chiari messaggi e chiare scelte politiche, preparando così il terreno a una vigorosa azione di difesa della moneta da parte della Commissione e degli Stati membri.

La moneta unica rimane - e deve continuare a rimanere - una priorità comunicazionale per l'UE. I benefici dell'euro e dell'UEM devono essere "venduti" ed illustrati al pubblico senza tregua. I responsabili decisionali non possono abbassare la guardia. Se il progetto Euro viene

dato per scontato, ogni shock o crisi politica esterna potrebbe scatenare un attacco all'unione monetaria. L'euro non deve essere il capro espiatorio di fallimenti altrui. Tale considerazione assume particolare rilevanza nella prospettiva dei referendum di ratifica del trattato costituzionale attualmente in corso nell'UE.

Il relatore saluta pertanto con favore l'ultima relazione della Commissione concernente la sua strategia di comunicazione sull'euro, ma ritiene che essa sia eccessivamente ottimistica in relazione ai problemi sopra delineati. La Commissione dovrà chiarire i suoi principali obiettivi di comunicazione ed indicare in dettaglio i passi necessari a raggiungerli. Essa dovrà applicare tecniche di marketing più moderne e cercare di "vendere" l'euro e i suoi benefici come un "pacchetto" globale. Per far ciò è necessario che il Parlamento europeo continui a sostenere fermamente il programma PRINCE e autorizzi un aumento della sua dotazione.

Un discorso particolare va fatto per gli Stati membri che non fanno parte della zona euro. Occorrono speciali piani d'azione per aiutare i governi di questi Stati membri a superare lo scetticismo del pubblico. Numerosi dati e ricerche stanno ad indicare che, se verranno loro presentati fatti oggettivi, i cittadini di questi Paesi potranno cambiare idea. Tuttavia non c'è stata sufficiente volontà politica da parte delle autorità politiche - soprattutto nel Regno Unito, in Svezia e in Danimarca - per promuovere l'euro in maniera credibile ed efficace. Lo stesso sta accadendo nei nuovi Stati membri che hanno fatto ingresso nell'UE nel 2004. Dal punto di vista politico, l'allargamento è un fatto di enorme importanza politica, ma meno rilevante in termini macroeconomici. E' questa forse la ragione per cui le autorità di quegli Stati membri non hanno ancora prestato sufficiente attenzione alla necessità di una strategia comunicazionale coerente sull'euro. I dieci nuovi Paesi sono tutti al di fuori della zona euro, ma non beneficiano di una clausola di non partecipazione (opt-out) e prima o poi dovranno adottare la nuova moneta. Il livello di consapevolezza circa l'obbligo per i nuovi Stati membri di adottare l'euro è purtroppo basso, giacché il 57% della popolazione ritiene che il proprio Paese sia libero di adottare l'euro o meno. Questo è un motivo in più perché la Commissione si adoperi per aiutare tali Paesi sulla via dell'adozione dell'euro, in particolare dissipando i timori di aumenti di prezzo nutriti da larga parte della loro pubblica opinione. E' altresì importante notare che nei nuovi Stati membri si fa maggior ricorso alle transazioni finanziarie in contanti anziché ai mezzi elettronici di pagamento. Una soluzione per facilitare la transizione è l'istituzione di Forum nazionali per l'euro, sotto la responsabilità del ministero delle finanze. Inoltre, la relazione promuove il modello di "gemellaggio" in base al quale ogni nuovo Stato membro è patrocinato da uno Stato "mentore" appartenente alla zona euro. Infine, il relatore ritiene che un breve periodo di doppia circolazione sia la soluzione migliore per il successo della transizione nei nuovi Paesi.

La presente relazione chiede una serie di iniziative specifiche per promuovere l'accettazione dell'euro:

- ❑ indagini sugli abusi e sui fenomeni di arrotondamento eccessivo registratisi in occasione dell'introduzione dell'euro nel 2002;
- ❑ sondaggi specifici organizzati dalla Commissione tra le PMI per stabilire il loro livello di accettazione della moneta;
- ❑ distribuzione negli sportelli automatici di un maggior numero di banconote da 20 anziché

di 50 euro, in modo da ridurre il contante detenuto in cassa dai negozianti e ridurre conseguentemente il rischio di rapine;

- ❑ espletamento da parte della Commissione di uno studio sull'eccessivo numero di tagli da 500 euro in circolazione, che comporta rischi di criminalità finanziaria e riciclaggio;
- ❑ elaborazione da parte della Commissione di una normativa organica che crei un'Area unica europea dei pagamenti, al fine di ridurre gli elevati costi dei pagamenti transfrontalieri al dettaglio;
- ❑ segnalazione a Europol e alle polizie degli Stati membri dei rischi di contraffazione della nuova generazione di banconote.

PROCEDURA

Titolo	Attuazione della strategia d'informazione e di comunicazione riguardante l'euro e l'Unione economica e monetaria			
Numero di procedura	2005/2078(INI)			
Base regolamentare	art. 45			
Commissione competente per il merito Annuncio in Aula dell'autorizzazione	ECON 9.6.2005			
Commissione(i) competente(i) per parere Annuncio in Aula	CULT 9.6.2005			
Pareri non espressi Decisione	CULT 24.5.2005			
Cooperazione rafforzata Annuncio in Aula				
Proposta(e) di risoluzione inclusa(e) nella relazione				
Relatore(i) Nomina	Jules Maaten 21.9.2004			
Relatore(i) sostituito(i)				
Esame in commissione	14.3.2005	18.4.2005	23.5.2005	15.6.2005
Approvazione	15.6.2005			
Esito della votazione finale	favorevoli: 35 contrari: 2 astensioni: 0			
Membri titolari presenti al momento della votazione finale	Pervenche Berès, Sharon Margaret Bowles, Udo Bullmann, Ieke van den Burg, David Casa, Paolo Cirino Pomicino, Jan Christian Ehler, Elisa Ferreira, Jean-Paul Gauzès, Robert Goebbels, Gunnar Hökmark, Benoît Hamon, Karsten Friedrich Hoppenstedt, Sophia in 't Veld, Othmar Karas, Piia-Noora Kauppi, Wolf Klinz, Guntars Krasts, Enrico Letta, Gay Mitchell, Cristobal Montoro Romero, Alexander Radwan, Bernhard Rapkay, Eoin Ryan, Antolín Sánchez Presedo, Margarita Starkevičiūtė, Ivo Strejček, John Whittaker			
Supplenti presenti al momento della votazione finale	Pilar del Castillo Vera, Jorgo Chatzimarkakis, Mía De Vits, Satu Hassi, Ján Hudacký, Syed Saleh Kamall, Jules Maaten, Tobias Pflüger			
Supplenti (art. 178, par. 2) presenti al momento della votazione finale	Antonio Masip Hidalgo			
Deposito – A[6]	23.6.2005		A6-0197/2005	