

I

(Atti legislativi)

DECISIONI

DECISIONE N. 1194/2011/UE DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO

del 16 novembre 2011

che istituisce un'azione dell'Unione europea per il marchio del patrimonio europeo

IL PARLAMENTO EUROPEO E IL CONSIGLIO DELL'UNIONE EUROPEA,

visto il trattato sul funzionamento dell'Unione europea, in particolare l'articolo 167, paragrafo 5, primo trattino,

vista la proposta della Commissione europea,

previa trasmissione del progetto di atto legislativo ai parlamenti nazionali,

visto il parere del Comitato delle regioni ⁽¹⁾,

deliberando secondo la procedura legislativa ordinaria ⁽²⁾,

considerando quanto segue:

(1) Il trattato sul funzionamento dell'Unione europea (TFUE) ha lo scopo di creare un'unione sempre più stretta tra i popoli europei e assegna all'Unione, tra l'altro, il compito di contribuire al pieno sviluppo delle culture degli Stati membri, nel rispetto delle loro diversità nazionali e regionali, evidenziando nel contempo il patrimonio culturale comune. A tale riguardo, se necessario, l'Unione appoggia e integra l'azione degli Stati membri intesa a migliorare la conoscenza e a diffondere la cultura e la storia dei popoli europei.

(2) Una migliore conoscenza e consapevolezza, soprattutto fra i giovani, del patrimonio comune, seppure diverso,

contribuirà a rafforzare il senso di appartenenza all'Unione e il dialogo interculturale. È quindi importante favorire un più ampio accesso al patrimonio culturale e valorizzarne la dimensione europea.

(3) Il TFUE istituisce inoltre la cittadinanza dell'Unione, che integra la cittadinanza nazionale degli Stati membri ed è un importante elemento per la salvaguardia e il rafforzamento del processo di integrazione europea. Affinché i cittadini diano il loro pieno appoggio all'integrazione europea è opportuno dare maggiore rilievo ai valori, alla storia e alla cultura che li accomunano come elementi chiave della loro appartenenza a una società fondata su principi di libertà, democrazia, rispetto dei diritti umani, diversità culturale e linguistica, tolleranza e solidarietà.

(4) Il 28 aprile 2006 a Granada, in Spagna, è stata avviata un'iniziativa intergovernativa per il marchio del patrimonio europeo («iniziativa intergovernativa»).

(5) Il 20 novembre 2008 il Consiglio ha adottato conclusioni ⁽³⁾ intese a trasformare l'iniziativa intergovernativa in un'azione dell'Unione («azione»), in cui si invita la Commissione a presentargli una proposta relativa alla creazione da parte dell'Unione di un «Marchio del patrimonio europeo» («marchio») e a precisare le modalità pratiche di attuazione di tale progetto.

(6) La consultazione pubblica e la valutazione dell'impatto portate avanti dalla Commissione hanno confermato il valore dell'iniziativa intergovernativa ma hanno suggerito che andava ulteriormente sviluppata perché potesse esprimere tutto il suo potenziale e che il coinvolgimento dell'Unione potrebbe fornirgli un chiaro valore aggiunto, contribuendo a migliorarne notevolmente la qualità.

⁽¹⁾ GU C 267 dell'1.10.2010, pag. 52.

⁽²⁾ Posizione del Parlamento europeo del 16 dicembre 2010 (non ancora pubblicata nella Gazzetta ufficiale) e posizione del Consiglio in prima lettura del 19 luglio 2011. Posizione del Parlamento europeo del 16 novembre 2011.

⁽³⁾ GU C 319 del 13.12.2008, pag. 11.

- (7) Il marchio dovrebbe beneficiare dell'esperienza maturata nell'ambito dell'iniziativa intergovernativa.
- (8) Il marchio dovrebbe quindi puntare al valore aggiunto e alla complementarità rispetto ad altre iniziative, come l'elenco del patrimonio mondiale dell'Unesco, la lista rappresentativa del patrimonio culturale immateriale dell'umanità dell'Unesco e gli itinerari culturali europei del Consiglio d'Europa. Il suo valore aggiunto dovrebbe essere rappresentato dal contributo apportato dai siti selezionati alla storia e alla cultura europee, compresa la costruzione dell'Unione, dalla loro chiara dimensione educativa rivolta ai cittadini, soprattutto i giovani, nonché dalla creazione di reti fra i vari siti finalizzata allo scambio di esperienze e buone pratiche. L'azione dovrebbe concentrarsi non tanto sulla conservazione dei siti, che dovrebbe essere comunque garantita dai regimi di protezione esistenti, quanto soprattutto sulla promozione dei siti, sull'accesso a essi e sulla qualità dell'informazione e delle attività offerte.
- (9) Oltre a rafforzare il senso di appartenenza dei cittadini europei all'Unione e a stimolare il dialogo interculturale, l'azione contribuirebbe anche a rafforzare il valore e il profilo del patrimonio culturale, a migliorare il suo ruolo nello sviluppo economico e sostenibile delle regioni, in particolare attraverso il turismo culturale, a promuovere le sinergie fra il patrimonio culturale e il settore della creatività contemporanea, e, più in generale, a promuovere i valori democratici e i diritti umani che stanno alla base dell'integrazione europea.
- (10) Questi obiettivi concordano pienamente con quelli contenuti nella comunicazione della Commissione «Un'agenda europea per la cultura in un mondo in via di globalizzazione», che comprendono la promozione della diversità culturale e del dialogo interculturale nonché della cultura quale catalizzatore della creatività.
- (11) È fondamentale che il marchio sia assegnato in base a criteri e procedure comuni, chiari e trasparenti, anche durante i primi due anni di selezione allorché dovrebbero applicarsi disposizioni transitorie.
- (12) La procedura di selezione dei siti conformemente all'azione dovrebbe essere realizzata in due fasi. Inizialmente i siti dovrebbero essere preselezionati a livello nazionale. Ove opportuno, gli Stati membri potrebbero coinvolgere le autorità locali e regionali. La selezione dovrebbe poi aver luogo a livello dell'Unione. È opportuno che ciascun sito a cui viene assegnato il marchio sia controllato al fine di garantire il rispetto continuo dei criteri previsti per il marchio.
- (13) Nel corso della prima valutazione della presente azione è opportuno esaminare l'ampliamento del suo ambito di applicazione geografico.
- (14) Qualora vi sia un chiaro legame tematico tra vari siti ubicati in uno Stato membro, la presente azione dovrebbe consentire candidature comuni. Tali candidature comuni dovrebbero includere un numero ragionevole di siti partecipanti e presentare un valore aggiunto europeo rispetto alle candidature individuali per gli stessi siti.
- (15) In ragione della dimensione transnazionale di taluni siti, l'azione dovrebbe del pari consentire candidature comuni sia nel caso di siti ubicati nei vari Stati membri ma che convergono su un tema specifico, sia nel caso di siti ubicati nel territorio di almeno due Stati membri.
- (16) Per garantire l'uniformità delle condizioni di attuazione della presente decisione, in particolare delle disposizioni relative alla designazione dei siti a cui assegnare il marchio, al ritiro del marchio e alla formalizzazione della rinuncia alla stessa, le competenze di esecuzione dovrebbero essere conferite alla Commissione.
- (17) Le disposizioni amministrative relative al marchio dovrebbero essere semplici e flessibili, conformemente al principio di sussidiarietà.
- (18) Poiché gli obiettivi della presente decisione non possono essere conseguiti in misura sufficiente dagli Stati membri, soprattutto a causa della necessità di nuovi criteri e procedure comuni, chiari e trasparenti per l'assegnazione del marchio nonché di un maggiore coordinamento fra gli Stati membri, e possono dunque essere conseguiti meglio a livello di Unione, quest'ultima può intervenire in base al principio di sussidiarietà sancito dall'articolo 5 del trattato sull'Unione europea. La presente decisione si limita a quanto è necessario per conseguire tali obiettivi, in ottemperanza al principio di proporzionalità enunciato nello stesso articolo,
- HANNO ADOTTATO LA PRESENTE DECISIONE:
- Articolo 1*
- Stabilimento**
- È istituita un'azione dell'Unione europea («azione») denominata «marchio del patrimonio europeo» («marchio»).

Articolo 2

Definizioni

Ai fini della presente decisione, si intende per:

- 1) «siti», i monumenti, i siti naturali, subacquei, archeologici, industriali o urbani, i paesaggi culturali, i luoghi della memoria, i beni culturali e il patrimonio immateriale associati a un luogo, compreso il patrimonio contemporaneo;
- 2) «sito transnazionale»:
 - a) siti situati in diversi Stati membri che convergono su un tema specifico per presentare una candidatura comune; o
 - b) un sito la cui posizione geografica comprende il territorio di almeno due Stati membri;
- 3) «sito tematico nazionale», diversi siti, ubicati nello stesso Stato membro, che convergono su un tema specifico al fine di presentare una candidatura comune.

Articolo 3

Obiettivi

1. L'azione contribuisce al conseguimento dei seguenti obiettivi generali:

- a) rafforzamento del senso di appartenenza dei cittadini europei all'Unione, in particolare dei giovani, sulla base dei valori comuni e degli elementi della storia e del patrimonio culturale europei nonché della consapevolezza della diversità nazionale e regionale;
- b) promozione del dialogo interculturale.

2. Al fine di raggiungere gli obiettivi di cui al paragrafo 1, l'azione persegue i seguenti obiettivi intermedi:

- a) sottolineare il valore simbolico e migliorare la visibilità dei siti che hanno rivestito un ruolo importante nella storia e nella cultura dell'Europa e/o nella costruzione dell'Unione;
- b) aumentare la consapevolezza dei cittadini europei riguardo alla storia dell'Europa e alla costruzione dell'Unione nonché riguardo al loro patrimonio culturale comune, seppure diverso, soprattutto in relazione ai valori democratici e ai diritti umani alla base del processo di integrazione europea.

3. Gli stessi siti perseguono i seguenti obiettivi specifici:

- a) mettere in luce la propria rilevanza europea;
- b) sensibilizzare i cittadini europei al patrimonio culturale comune, soprattutto i giovani;
- c) favorire la condivisione di esperienze e lo scambio di buone pratiche attraverso l'Unione;
- d) estendere e/o migliorare l'accesso per tutti, soprattutto 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 il settore della creazione e della creatività contemporanea, dall'altro;
- g) contribuire all'attrattiva e allo sviluppo economico e sostenibile delle regioni, in particolare attraverso il turismo culturale.

Articolo 4

Partecipazione all'azione

All'azione possono partecipare su base volontaria gli Stati membri.

Articolo 5

Valore aggiunto e complementarità dell'azione con altre iniziative

La Commissione e gli Stati membri provvedono affinché vi sia complementarità e valore aggiunto dell'azione rispetto ad altre iniziative nel campo del patrimonio culturale quali l'elenco del Patrimonio mondiale dell'Unesco, la lista rappresentativa del patrimonio culturale immateriale dell'umanità dell'Unesco e gli itinerari culturali europei del Consiglio d'Europa.

Articolo 6

Ammissibilità

I siti ai sensi dell'articolo 2 sono ammissibili all'assegnazione del marchio.

Articolo 7

Criteri

1. L'assegnazione del marchio avviene secondo i seguenti criteri («criteri»):

- a) i siti candidati per il marchio devono avere un valore europeo simbolico e devono rivestire un ruolo importante nella storia e nella cultura d'Europa e/o nella costruzione dell'Unione europea. Essi devono dimostrare pertanto di possedere una o più delle seguenti caratteristiche:
- i) carattere transfrontaliero o paneuropeo: come la loro influenza e attrattiva passata e presente vadano oltre le frontiere nazionali di uno Stato membro;
 - ii) collocazione e ruolo nella storia e nell'integrazione europee e legame con eventi, personalità o movimenti chiave europei;
 - iii) collocazione e ruolo nello sviluppo e nella promozione dei valori comuni che sono alla base dell'integrazione europea;
- b) i siti candidati per il marchio devono presentare un progetto, la cui realizzazione deve iniziare al più tardi entro la fine dell'anno di designazione, che include tutti gli elementi seguenti:
- i) sensibilizzare i cittadini alla rilevanza europea del sito, soprattutto tramite adeguate attività di comunicazione, segnaletica e formazione del personale;
 - ii) organizzare attività didattiche, in particolare rivolte ai giovani, per aumentare la consapevolezza della storia comune dell'Europa e del suo patrimonio comune, seppure diverso, e rafforzare il senso di appartenenza ad uno spazio comune;
 - iii) promuovere il multilinguismo e facilitare l'accesso ai siti utilizzando varie lingue dell'Unione;
 - iv) partecipare alle attività di messa in rete dei siti che hanno ricevuto il marchio al fine di scambiare esperienze e avviare progetti comuni;
 - v) migliorare la visibilità e l'attrattiva del sito su scala europea, anche utilizzando le possibilità offerte dalle nuove tecnologie nonché dai mezzi digitali e interattivi e cercando sinergie con altre iniziative europee.
- Ogni qualvolta 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 europee, stimolino il dialogo interculturale e incoraggino i collegamenti fra il patrimonio e la creazione e la creatività contemporanee;
- c) i siti candidati per il marchio devono presentare un progetto che include tutti gli elementi seguenti:
- i) garantire una buona gestione del sito, con definizione di obiettivi e indicatori;
 - ii) garantire che il sito venga preservato e tramandato alle generazioni future conformemente alle misure di salvaguardia pertinenti;
 - iii) provvedere alla qualità degli strumenti di accoglienza, quali la presentazione storica, le informazioni ai visitatori e la segnaletica;
 - iv) garantire l'accesso al sito per il più ampio pubblico possibile, anche mediante adeguamenti del sito o azioni di formazione del personale;
 - v) riservare un'attenzione particolare al pubblico giovane, in particolare concedendogli accessi al sito in condizioni privilegiate;
 - vi) promuovere il sito come destinazione turistica sostenibile;
 - vii) sviluppare una strategia di comunicazione coerente e completa che metta in luce la rilevanza europea del sito;
 - viii) garantire che la gestione del sito sia il più possibile rispettosa dell'ambiente.
2. Riguardo ai criteri di cui al paragrafo 1, lettere b) e c), ciascun sito è valutato in modo proporzionato, tenendo conto delle sue caratteristiche.

Articolo 8

Panel europeo

1. È istituito un panel europeo di esperti indipendenti («panel europeo») per effettuare la selezione e il controllo a livello dell'Unione. Esso garantisce la corretta applicazione dei criteri da parte dei siti in tutti gli Stati membri.
2. Il panel europeo è composto da 13 membri; quattro nominati dal Parlamento europeo, quattro dal Consiglio, quattro dalla Commissione e uno dal Comitato delle regioni, secondo le rispettive procedure. Il panel europeo nomina il suo presidente.

3. Il panel europeo è composto da esperti indipendenti dotati di una solida esperienza e competenza nei campi pertinenti agli obiettivi dell'azione. Ogni istituzione o organo cerca di garantire che le competenze degli esperti che nomina siano il più possibile complementari e che tali esperti siano selezionati garantendo una copertura geografica equilibrata.

4. I membri del panel europeo sono nominati per tre anni.

Tuttavia, nel 2012 quattro esperti vengono nominati dal Parlamento europeo per due anni, quattro dal Consiglio per tre anni, quattro dalla Commissione per un anno e uno dal Comitato delle regioni per tre anni.

5. I membri del panel europeo dichiarano qualsiasi conflitto di interessi in corso o potenziale riguardo a un determinato sito. Nel caso di una tale dichiarazione da parte di un membro, o qualora emerga un siffatto conflitto di interessi, il membro non prende parte alla valutazione del sito né degli altri siti dello Stato membro o degli Stati membri interessati.

6. Tutte le relazioni, le raccomandazioni e le notifiche del panel europeo sono pubblicate dalla Commissione.

Articolo 9

Modulo di candidatura

Al fine di mantenere le procedure il più possibile efficaci e semplici la Commissione prepara un modulo comune di candidatura («modulo di candidatura») che riflette i criteri e che viene utilizzato da tutti i siti candidati.

Articolo 10

Preselezione a livello nazionale

1. La preselezione dei siti per l'assegnazione del marchio è sotto la responsabilità degli Stati membri.

2. Ciascuno Stato membro può preselezionare fino a un massimo di due siti ogni due anni.

3. La preselezione avviene secondo i criteri e sulla base del modulo di candidatura.

4. Ciascuno Stato membro partecipante stabilisce le proprie procedure e il calendario per la preselezione conformemente al principio di sussidiarietà, adoperandosi per disposizioni amministrative che siano il più possibile semplici e flessibili. Esso trasmette i moduli di candidatura dei siti preselezionati alla Commissione entro il 1° marzo dell'anno in cui ha luogo la procedura di selezione, conformemente al calendario riportato in allegato.

5. La Commissione pubblica l'elenco completo dei siti preselezionati e ne informa il Parlamento europeo, il Consiglio e il Comitato delle regioni senza indugio dopo la conclusione della fase di preselezione, affinché il Parlamento europeo, il Consiglio, il Comitato delle regioni, gli Stati membri o qualsiasi altra persona o entità possa presentare alla Commissione qualsiasi osservazione suscettibile di influire sulla selezione dei siti.

Articolo 11

Selezione a livello di Unione

1. La selezione dei siti per l'assegnazione del marchio è effettuata dal panel europeo sotto la responsabilità della Commissione.

2. Il panel europeo valuta le candidature dei siti preselezionati e sceglie al massimo un sito per ciascuno Stato membro. Se necessario, possono essere richieste ulteriori informazioni e possono essere organizzate visite dei siti.

3. La selezione avviene in base ai criteri e al modulo di candidatura. Il panel europeo tiene inoltre debitamente conto delle osservazioni di cui all'articolo 10, paragrafo 5.

4. Il panel europeo pubblica una relazione relativa ai siti preselezionati e la trasmette alla Commissione entro la fine dell'anno in cui ha luogo la selezione. Tale relazione comprende una raccomandazione per l'assegnazione del marchio e fornisce una spiegazione a corredo delle sue conclusioni in merito ai siti che sono selezionati e a quelli che non lo sono. La Commissione trasmette senza indugio tale relazione al Parlamento europeo, al Consiglio e al Comitato delle regioni per informazione.

5. I siti candidati che non sono selezionati possono presentare negli anni seguenti nuove candidature per la preselezione a livello nazionale.

Articolo 12

Siti transnazionali

1. Per essere ammesso all'assegnazione del marchio, un sito transnazionale soddisfa le seguenti condizioni:

a) pieno rispetto dei criteri da parte di ciascun sito partecipante;

b) designazione di uno dei siti partecipanti come coordinatore incaricato di essere l'unico punto di contatto per la Commissione;

c) presentazione della candidatura sotto un nome comune;

d) se del caso, dimostrazione dell'esistenza di un chiaro legame tematico.

2. Le candidature per i siti transnazionali seguono la stessa procedura degli altri siti. Dopo consultazione tra i siti partecipanti, con il coinvolgimento delle competenti autorità nazionali, ciascun sito partecipante compila un modulo per la candidatura e lo trasmette al coordinatore. I siti transnazionali sono preselezioni dallo Stato membro del coordinatore nei limiti del numero dei siti di cui all'articolo 10, paragrafo 2, e sono proposti a nome di tutti gli Stati membri interessati dopo che questi hanno espresso parere favorevole.

3. Quando un sito transnazionale è selezionato, il marchio è assegnato al sito transnazionale nell'insieme e sotto il nome comune.

4. Se un sito transnazionale risponde a tutti i criteri, in fase di selezione gli sarà data priorità.

Articolo 13

Siti tematici nazionali

1. Per essere ammesso all'assegnazione del marchio, un sito tematico nazionale soddisfa tutte le seguenti condizioni:

- a) dimostrazione del valore aggiunto europeo di una candidatura comune rispetto a candidature individuali;
- b) dimostrazione di un chiaro legame tematico;
- c) pieno rispetto dei criteri da parte di ciascun sito partecipante;
- d) designazione di uno dei siti partecipanti come coordinatore incaricato di essere l'unico punto di contatto per la Commissione;
- e) presentazione della candidatura sotto un nome comune.

2. Le candidature per i siti tematici nazionali seguono la stessa procedura applicabile agli altri siti. Ciascun sito partecipante compila un modulo di candidatura e lo invia al coordinatore. I siti tematici nazionali sono preselezionati dallo Stato membro interessato nei limiti del numero dei siti di cui all'articolo 10, paragrafo 2.

3. Qualora un sito tematico nazionale sia selezionato, il marchio è assegnato al sito tematico nazionale nel suo insieme e sotto il nome comune.

Articolo 14

Designazione

1. La Commissione designa i siti ai quali assegnare il marchio tenendo debitamente conto delle raccomandazioni del panel europeo. Essa informa della designazione il Parlamento europeo, il Consiglio e il Comitato delle regioni.

2. Il marchio viene assegnato in modo permanente, alle condizioni di cui all'articolo 15 e a condizione del prosieguo dell'azione, fatto salvo l'articolo 16.

Articolo 15

Controllo

1. Ciascun sito a cui viene assegnato il marchio è controllato periodicamente al fine di verificare che esso continui a rispettare i criteri nonché il progetto e il piano di lavoro presentati al momento della candidatura.

2. Gli Stati membri sono responsabili del controllo di tutti i siti che si trovano nei rispettivi territori. Il controllo di un sito transnazionale è di competenza dello Stato membro del coordinatore.

3. Gli Stati membri raccolgono tutte le informazioni necessarie e preparano una relazione ogni quattro anni, conformemente al calendario riportato nell'allegato. Gli Stati membri trasmettono la relazione alla Commissione entro il 1° marzo dell'anno in cui ha luogo la procedura di controllo. La Commissione sottopone la relazione all'esame del panel europeo.

4. Il panel europeo pubblica una relazione sullo stato dei siti che hanno ricevuto il marchio entro la fine dell'anno in cui ha luogo la procedura di controllo, comprendente se necessario le raccomandazioni di cui tenere conto nel periodo di controllo successivo.

5. La Commissione stabilisce, in cooperazione con il panel europeo, indicatori comuni affinché gli Stati membri possano applicare un approccio coerente per il controllo.

Articolo 16

Ritiro del marchio o rinuncia allo stesso

1. Qualora il panel europeo stabilisca che un sito non rispetta più i criteri o il progetto e il piano di lavoro presentati al momento della candidatura, esso avvia un dialogo con lo Stato membro in questione attraverso la Commissione, al fine di agevolare gli adeguamenti necessari del sito.

2. Se diciotto mesi dopo l'inizio del dialogo il sito non ha ancora apportato gli adeguamenti necessari, il panel europeo ne dà notifica alla Commissione. Tale notifica deve essere accompagnata da una motivazione e deve includere raccomandazioni pratiche su come migliorare la situazione.

3. Se diciotto mesi dopo la notifica di cui al paragrafo 2 le raccomandazioni pratiche non sono state messe in atto, il panel europeo rivolge una raccomandazione alla Commissione con cui chiede il ritiro del marchio al sito in questione.

4. Qualora il panel europeo stabilisca che un sito che partecipa a un sito transnazionale o un sito tematico nazionale non rispetta più i criteri o il progetto e il piano di lavoro presentati al momento della candidatura, si applica la procedura di cui ai paragrafi 1, 2 e 3. Il ritiro ai sensi del presente paragrafo si applica al sito transnazionale o al sito tematico nazionale nel suo insieme. Tuttavia, nei casi in cui non sia compromessa la coerenza del sito transnazionale o del sito tematico nazionale, il panel europeo può raccomandare di limitare il ritiro al sito partecipante in questione.

5. La Commissione adotta la decisione in merito al ritiro del marchio tenendo debitamente conto delle raccomandazioni di cui al paragrafo 3. Essa informa del ritiro il Parlamento europeo, il Consiglio e il Comitato delle regioni.

6. I siti possono rinunciare al marchio in qualsiasi momento e in tal caso essi lo notificano allo Stato membro interessato che informa a sua volta la Commissione della rinuncia. Quest'ultima formalizza la rinuncia e ne informa il Parlamento europeo, il Consiglio e il Comitato delle regioni.

Articolo 17

Modalità pratiche

1. La Commissione esegue l'azione. In particolare:

- a) garantisce la coerenza e la qualità complessive dell'azione;
- b) assicura il coordinamento fra gli Stati membri e il panel europeo;
- c) alla luce degli obiettivi e dei criteri, stabilisce orientamenti ai fini dell'assistenza nelle procedure di selezione e di controllo in stretta cooperazione con il panel europeo;

d) fornisce sostegno al panel europeo.

2. La Commissione è tenuta a comunicare le informazioni riguardanti il marchio e a garantirne la visibilità a livello di Unione, in particolare creando e gestendo un sito web specifico. La Commissione assicura inoltre la creazione di un logo per l'azione.

3. La Commissione promuove le attività di messa in rete fra i siti che hanno ricevuto il marchio.

4. Le azioni di cui ai paragrafi 2 e 3 del presente articolo nonché i costi del panel europeo sono finanziati con la dotazione finanziaria di cui all'articolo 20.

Articolo 18

Valutazione

1. La Commissione garantisce una valutazione esterna e indipendente dell'azione. Detta valutazione ha luogo ogni sei anni conformemente al calendario riportato nell'allegato ed esamina ogni elemento, tra cui l'efficacia dei processi di gestione dell'azione, il numero dei siti, l'impatto dell'azione, l'ampliamento dell'ambito di applicazione geografica, le possibilità di migliorarla e l'opportunità di mantenerla.

2. La Commissione presenta al Parlamento europeo, al Consiglio e al Comitato delle regioni una relazione in merito alla valutazione di cui al paragrafo 1 entro sei mesi dalla sua conclusione, corredata, se del caso, di opportune proposte.

Articolo 19

Disposizioni transitorie

1. Gli Stati membri che non hanno partecipato all'iniziativa intergovernativa del marchio del patrimonio europeo («iniziativa intergovernativa») possono preselezionare fino ad un massimo di quattro siti candidati al marchio nel 2013.

2. Gli Stati membri che hanno partecipato all'iniziativa intergovernativa possono preselezionare fino a un massimo di quattro siti candidati al marchio nel 2014. Essi possono proporre siti cui è già stato assegnato un marchio nel quadro dell'iniziativa intergovernativa.

3. Tutti i siti di cui ai paragrafi 1 e 2 sono valutati dal panel europeo in base agli stessi criteri e seguono la stessa procedura applicabile agli altri siti.

4. Qualora uno dei siti di cui ai paragrafi 1 e 2 non rispetti i criteri o siano necessarie ulteriori informazioni relative a esso, il panel europeo avvia un dialogo con lo Stato membro in questione tramite la Commissione per valutare se sia possibile migliorare la domanda prima che venga presa una decisione. Se necessario potranno essere organizzate visite del sito.

Articolo 20

Disposizioni finanziarie

1. La dotazione finanziaria per l'attuazione dell'azione per il periodo dal 1° gennaio 2012 al 31 dicembre 2013 è pari a 650 000 EUR.

2. Gli stanziamenti annuali sono autorizzati dall'autorità di bilancio nei limiti del quadro finanziario pluriennale.

Articolo 21

Entrata in vigore

La presente decisione entra in vigore il giorno successivo alla pubblicazione nella *Gazzetta ufficiale dell'Unione europea*.

Fatto a Strasburgo, il 16 novembre 2011

Per il Parlamento europeo

Il presidente

J. BUZEK

Per il Consiglio

Il presidente

W. SZCZUKA

ALLEGATO

Calendario

Anno	
2011	Entrata in vigore della decisione Lavori preparatori
2012	Lavori preparatori
2013	Prima selezione dei siti per gli Stati membri che non hanno partecipato all'iniziativa intergovernativa
2014	Prima selezione dei siti per gli Stati membri che hanno partecipato all'iniziativa intergovernativa
2015	Selezione
2016	Controllo
2017	Selezione
2018	Valutazione del marchio
2019	Selezione
2020	Controllo
2021	Selezione
2022	—
2023	Selezione
2024	Controllo Valutazione del marchio
2025	Selezione
...	...