



Bruxelles, 25.1.2023  
COM(2023) 36 final

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

**sull'attuazione, sui risultati e sulla valutazione generale dell'Anno europeo delle ferrovie  
2021**

## **1. Introduzione**

Il 2021 è stato designato Anno europeo delle ferrovie dalla decisione (UE) 2020/2228 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 23 dicembre 2020<sup>1</sup>. L'obiettivo generale dell'Anno europeo delle ferrovie era quello di incoraggiare e sostenere l'impegno dell'UE, degli Stati membri, delle autorità regionali e locali e di altre organizzazioni per incrementare la quota di passeggeri e merci trasportati su ferrovia. Tale obiettivo generale è stato suddiviso in una serie di obiettivi specifici<sup>2</sup>.

La presente relazione fornisce una panoramica dell'attuazione, dei risultati e della valutazione generale delle iniziative intraprese nell'ambito dell'Anno europeo delle ferrovie 2021, in linea con l'articolo 7 della relativa decisione. La relazione valuta il successo ottenuto dalle attività di comunicazione e sensibilizzazione nel raggiungere il pubblico destinatario. Per la valutazione di tali iniziative, la Commissione ha individuato dei criteri relativi alle campagne. Con l'aiuto di un contraente esterno, tali criteri sono stati tradotti in indicatori chiave di prestazione (ICP) misurabili, indicati come segue:

- copertura: raggiungimento del pubblico destinatario attraverso i canali pertinenti, calcolato in base al numero di utenti che hanno visto i contenuti relativi all'Anno europeo delle ferrovie (per canali di comunicazione e numeri totali);
- coinvolgimento: coinvolgimento con i contenuti e i messaggi della campagna e moltiplicazione degli stessi, misurati in base al numero di interazioni registrate con i contenuti sull'Anno europeo delle ferrovie (traccia digitale ottenuta dal sito web dell'Anno europeo delle ferrovie, della newsletter, dei contenuti sui social media e degli eventi);
- consapevolezza: misurata in base alle menzioni sui media di riferimento, agli indicatori dei social media e alla ricerca documentale (a seguito degli eventi dell'Anno europeo delle ferrovie).

## **2. Attuazione dell'Anno europeo delle ferrovie 2021**

### **2.1. Governance**

Come nel caso dell'Anno europeo del patrimonio culturale 2018, per l'attuazione dell'Anno europeo delle ferrovie 2021 è stato adottato un approccio decentrato, in linea con la relativa decisione.

A livello nazionale, il coordinamento delle attività legate all'Anno europeo delle ferrovie è stato assicurato dai referenti nazionali, in rappresentanza di tutti gli Stati membri. Alcune

---

<sup>1</sup> Decisione (UE) 2020/2228 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 23 dicembre 2020, relativa a un Anno europeo delle ferrovie (2021), (GU L 437 del 28.12.2020).

<sup>2</sup> Come specificato all'articolo 2 della decisione (UE) 2020/2228.

iniziative legate all'Anno europeo delle ferrovie hanno avuto luogo anche in paesi terzi, come Norvegia, Svizzera e Turchia.

A livello dell'UE, l'attuazione dell'Anno europeo delle ferrovie è stata uno sforzo congiunto della Commissione europea (con la partecipazione di diverse direzioni generali e rappresentanze negli Stati membri), degli Stati membri, dei partner istituzionali e dei portatori di interessi.

La Commissione ha coordinato l'Anno europeo delle ferrovie a livello dell'UE e ha convocato otto riunioni dei referenti nazionali, alle quali hanno partecipato rappresentanti del Parlamento europeo in veste di osservatori. La Commissione ha inoltre convocato quattro riunioni di un gruppo dei principali portatori di interessi, composto da rappresentanti delle organizzazioni o degli organismi operanti nel settore del trasporto ferroviario e che riflettono la diversità del settore. Più in generale, la Commissione ha partecipato a innumerevoli riunioni bilaterali e multilaterali con le numerose autorità e i molti portatori di interessi impegnati nell'Anno europeo delle ferrovie, quali gli operatori ferroviari (sia gli operatori storici che i nuovi entranti), i gestori dell'infrastruttura, le organizzazioni logistiche, il settore delle forniture ferroviarie, le associazioni che rappresentano i passeggeri, compresi quelli con disabilità e a mobilità ridotta, i sindacati, i portatori di interessi attivi nel settore dell'istruzione, della cultura e del turismo o le organizzazioni internazionali.

## **2.2. Risorse**

A causa dell'adozione tardiva della decisione relativa all'Anno europeo delle ferrovie, non è stato possibile garantire un bilancio specifico per l'Anno europeo delle ferrovie nel 2021 e quindi finanziare eventuali inviti a presentare proposte che avrebbero potuto sostenere iniziative selezionate dei portatori di interessi. Nonostante ciò, la Commissione ha mobilitato il più possibile risorse dai programmi esistenti, nell'ambito delle procedure di bilancio per il 2020 e per il 2021 nonché conformemente al quadro finanziario pluriennale 2021-2027. I finanziamenti sono stati stanziati dal bilancio della DG MOVE, in particolare: per la campagna di comunicazione dell'Anno europeo delle ferrovie; per il Connecting Europe Express; per eventi come la cerimonia per il premio Women in Rail Awards; e per gli studi di fattibilità. Allo sforzo comune hanno contribuito anche diverse altre direzioni generali, le rappresentanze della Commissione negli Stati membri<sup>3</sup>, l'impresa comune Shift2Rail e l'Agenzia dell'Unione Europea per le ferrovie. La Commissione non dispone di informazioni dettagliate sulle risorse destinate all'Anno europeo delle ferrovie dagli Stati membri o dai portatori di interessi.

## **3. Valutazione delle attività chiave dell'Anno europeo delle ferrovie**

---

<sup>3</sup> In particolare, le rappresentanze della Commissione hanno organizzato o facilitato 49 eventi relativi all'Anno europeo delle ferrovie in 14 Stati membri.

### **3.1. Campagna di comunicazione dell'Anno europeo delle ferrovie a livello dell'UE**

È stata organizzata una campagna di comunicazione a livello dell'UE volta a incoraggiare l'uso delle ferrovie. I principali destinatari di questa campagna come potenziali clienti per i servizi di trasporto ferroviario sono stati i giovani cittadini dell'UE (16-25 anni), i turisti, i pendolari, coloro che viaggiano per lavoro e le imprese. La campagna di comunicazione si è avvalsa di moltiplicatori come i portatori di interessi istituzionali e settoriali, sia a livello europeo che nazionale, nonché i media.

Il materiale per la comunicazione è stato messo a disposizione di tutti gli Stati membri dell'UE e dei portatori di interessi coinvolti con i contenuti chiave in tutte le lingue ufficiali dell'UE (ad eccezione dell'irlandese). Il materiale comprendeva: un'identità visiva specificamente concepita per l'Anno europeo delle ferrovie; uno slogan ("Hop On!"); l'hashtag #EUYearofRail; messaggi chiave; infografiche relative alle ferrovie; immagini per i social media; filtri Instagram; video; e GIF. Tutti questi elementi potevano essere utilizzati gratuitamente nell'ambito delle attività legate all'Anno europeo delle ferrovie. La Commissione ha creato e gestito durante tutto l'Anno europeo delle ferrovie un apposito sito web<sup>4</sup>, che forniva informazioni sulle varie iniziative e illustrava i messaggi della campagna con le "Storie dell'Anno europeo delle ferrovie": testimonianze, videoclip e articoli dedicati alle carriere nel settore ferroviario e a ispirazioni di viaggio. Per tenere informati i partner e i moltiplicatori dell'Anno europeo delle ferrovie sui momenti salienti della campagna è stata creata una newsletter che ha raggiunto 1 341 abbonati.

Come evento faro, la Commissione ha organizzato un treno speciale dell'UE che ha attraversato il continente per 5 settimane (il "Connecting Europe Express", cfr. sezione 3.3). Una campagna di influenza ha visto 11 influencer viaggiare in treno per il continente, di cui 9 sul Connecting Europe Express. Questi influencer hanno informato il loro pubblico sulle opportunità di viaggio in treno all'interno dell'Europa e lo hanno incoraggiato a prendere il treno più spesso. Diversi giornalisti sono stati invitati a partecipare al viaggio del Connecting Europe Express.

Sono state avviate delle media partnership con Reuters e Politico. Un articolo sponsorizzato da Reuters<sup>5</sup> ha diffuso i messaggi chiave dell'Anno europeo delle ferrovie, mentre i banner sul sito web di Politico hanno indirizzato i lettori al piano d'azione della Commissione per promuovere il trasporto ferroviario di passeggeri transfrontaliero e a lunga percorrenza<sup>6</sup>, presentato alla fine dell'Anno europeo delle ferrovie. Una panoramica della campagna di comunicazione dell'Anno europeo delle ferrovie è presentata nell'allegato della presente relazione.

Secondo la valutazione del contraente (mc Group), la campagna sui social media ha raggiunto circa 64 milioni di persone, la maggior parte delle quali erano giovani (i soggetti di età compresa tra i 16 e i 25 anni rappresentavano circa il 64 % delle persone raggiunte). Nel 2021 l'hashtag #EUYearofRail è apparso 26 064 volte sulle piattaforme dei social media (Twitter,

---

<sup>4</sup> [https://wayback.archive-it.org/12090/20220704145452/https://europa.eu/year-of-rail/index\\_en](https://wayback.archive-it.org/12090/20220704145452/https://europa.eu/year-of-rail/index_en)

<sup>5</sup> <https://www.reuters.com/article/sponsored/connecting-europe-by-train>

<sup>6</sup> <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52021DC0810&from=IT>

Instagram e Facebook). La campagna per l'Anno europeo delle ferrovie è stata integrata nelle attività di comunicazione istituzionale della Commissione. È stata ad esempio inserita nella Giornata dell'Europa 2021, durante la quale l'Anno europeo delle ferrovie è stato rappresentato in un'esposizione virtuale, con un pannello informativo interattivo e un quiz rivolto ai giovani. I principali account social della Commissione hanno organizzato dirette streaming con gli influencer dell'Anno europeo delle ferrovie su Instagram. Sul canale Instagram della DG EAC "European Youth" sono stati pubblicati un quiz e un concorso fotografico sull'Anno europeo delle ferrovie, con l'assegnazione di pass Interrail. Bozze di post per i social media sono state inoltre distribuite a tutte le direzioni generali pertinenti. Sull'account Spotify dell'UE è stata creata una playlist di 26 brani per l'Anno europeo delle ferrovie nelle 24 lingue ufficiali dell'UE. Uno striscione dell'Anno europeo delle ferrovie è stato inoltre esposto sull'edificio Charlemagne della Commissione nei mesi di gennaio e febbraio 2021.

La campagna di comunicazione dell'Anno europeo delle ferrovie, durata 13 mesi da gennaio 2021 a gennaio 2022, è stata valutata sulla base dei suddetti ICP secondo l'analisi effettuata dal contraente. I risultati della valutazione sono riportati nei punti seguenti.

- Copertura: la copertura totale della campagna sui social media è stata di 64 milioni di utenti unici che hanno visto i contenuti della campagna su tutti i suoi canali social media: Facebook, Instagram e Twitter.
- Coinvolgimento: in totale sono state 230 000 le persone che hanno interagito attivamente con i canali social media della campagna attraverso azioni sui post (like, condivisioni, commenti o click). Il coinvolgimento è variato da un mese all'altro e ha raggiunto il livello massimo nel mese di settembre 2021, con 86 000 persone (in occasione di una campagna specifica sul Connecting Europe Express).
- Consapevolezza: il numero totale di "impressioni", ovvero le volte in cui i contenuti della campagna sono stati visualizzati dagli utenti dei social media (sia che queste visualizzazioni fossero a pagamento o meno), è stato di 87 milioni<sup>7</sup>. Il numero di impressioni sui social media ha raggiunto un picco nei mesi di settembre, ottobre e novembre 2021, grazie alla campagna di influenza per il Connecting Europe Express, con un totale di 17 milioni di impressioni al mese in quei tre mesi. Un altro aumento si è verificato nei mesi di dicembre 2021 e gennaio 2022, quando la Commissione ha attuato un piano di comunicazione dedicato che prevedeva l'uso di social media "organici" (cioè senza promozioni a pagamento) e campagne mediatiche a pagamento<sup>8</sup>. Complessivamente la consapevolezza e le impressioni, non solo dai social media, ma anche dai media a pagamento offline (stampa) e online/digitali (ad esempio siti web, blog, media partnership a pagamento con Reuters e Politico), nonché dai media "di proprietà" (ossia di proprietà della Commissione e che appaiono ad esempio sul sito web della campagna), hanno sfiorato gli 89 milioni.

---

<sup>7</sup> La differenza tra copertura e impressioni è data dalle visualizzazioni di utenti unici rispetto alle visualizzazioni totali: le impressioni contano ogni singola volta che il contenuto è stato visualizzato; un account potrebbe quindi aver visto lo stesso post tre volte, il che corrisponde a tre impressioni, anche se si tratta di un solo utente unico.

<sup>8</sup> Sono state create pubblicità sui social media (con GIF e video su temi riguardanti le vacanze, i treni notturni e una descrizione degli influencer sul Connecting Europe Express) per incoraggiare il pubblico destinatario a scegliere il treno come mezzo di trasporto durante le vacanze e per promuovere i treni notturni in tutta Europa.

### **3.2. Eventi di apertura e di chiusura dell'Anno europeo delle ferrovie**

L'Anno europeo delle ferrovie è stato ufficialmente lanciato a livello dell'UE durante un evento di un'intera giornata organizzato il 29 marzo 2021 a Lisbona<sup>9</sup>, in formato ibrido, nell'ambito della presidenza portoghese dell'Unione europea. Il programma comprendeva diversi relatori di alto livello provenienti dalle istituzioni dell'UE e dagli Stati membri, nonché rappresentanti dell'industria e della società civile. In particolare la commissaria per i Trasporti Adina Vălean ha annunciato in tale occasione il "Connecting Europe Express" (cfr. sezione 3.3). Il coinvolgimento sui social media è stato molto alto durante tutta la giornata<sup>10</sup> e l'hashtag della campagna #EUYearofRail è stato di tendenza su Twitter in Belgio (dove per un certo periodo è stato l'hashtag più popolare).

La chiusura ufficiale dell'Anno europeo delle ferrovie si è svolta in occasione del vertice ferroviario del 21 febbraio 2022, nei pressi di Parigi<sup>11</sup>, sempre in formato ibrido, nell'ambito della presidenza francese dell'Unione europea. È stata l'occasione per fare un bilancio dei risultati e degli insegnamenti tratti dall'Anno europeo delle ferrovie, per lanciare l'impresa comune "Ferrovie europee" e per passare il testimone all'Anno europeo della gioventù 2022.

### **3.3. Il Connecting Europe Express**

Il Connecting Europe Express, un treno speciale che ha attraversato 26 paesi nell'arco di 5 settimane tra settembre e ottobre 2021, ha costituito l'iniziativa faro dell'Anno europeo delle ferrovie, lanciata dalla Commissione. Si è trattato di un risultato europeo di portata veramente collettiva, in quanto ha riunito le autorità nazionali, regionali e locali, la società in generale e il settore ferroviario (dagli operatori storici e i nuovi entranti ai gestori dell'infrastruttura, fino all'industria dei macchinari ferroviari e del materiale rotabile). Più di 40 partner del settore hanno unito le forze per combinare una carrozza a cuccette austriaca con una carrozza ristorante italiana, una carrozza panoramica svizzera, una carrozza con posti a sedere tedesca, una carrozza per conferenze francese e una carrozza per esposizioni ungherese. A queste carrozze, che viaggiavano tutte su scartamento europeo standard, sono stati aggiunti un treno che circola sullo scartamento iberico e un altro che circola sullo scartamento baltico. La Comunità delle ferrovie europee (CER) ha coordinato la gestione tecnica e operativa dei treni con la partecipazione di oltre 40 operatori ferroviari.

Lungo tutto il viaggio e alle oltre 200 fermate il treno ha ospitato diverse conferenze e un'esposizione itinerante. Ha inoltre accolto a bordo scolaresche, responsabili politici, portatori di interessi e cittadini, per un totale di circa 1 500 passeggeri nel corso delle 5 settimane. Lungo il percorso sono stati organizzati numerosi incontri ed eventi di benvenuto e le fermate hanno coinciso con gli eventi chiave, come la riunione informale dei ministri dei Trasporti e dell'Energia a Brdo, in Slovenia, nonché il primo vertice ferroviario dei Balcani occidentali a Belgrado. I passeggeri hanno assistito all'accoppiamento automatico digitale dei carri merci a Halle (Saale) in Germania e alle operazioni intermodali presso il terminal di

---

<sup>9</sup> <https://www.2021portugal.eu/en/events/kick-off-of-the-european-year-of-rail-2021/>

<sup>10</sup> Impronta sui social media organici per il 29 marzo 2021: 520 000 di copertura, 18 000 di coinvolgimento, 1 milione di impressioni.

<sup>11</sup> <https://railwaysummit2022.site.calypso-event.net/en/>

Bettembourg in Lussemburgo. Il Connecting Europe Express ha inoltre sensibilizzato l'opinione pubblica sugli ostacoli che ancora si frappongono al trasporto ferroviario transfrontaliero. È stato ad esempio il primo treno nella storia recente ad aver collegato Estonia, Lettonia e Lituania, dal momento che un viaggio del genere non avveniva da più di 20 anni.

La Commissione ha inoltre organizzato conferenze a tema, tra cui: i) a Lisbona, sui collegamenti ferroviari tra città; ii) a Bucarest, sui fondi e i finanziamenti destinati ai progetti ferroviari; iii) a Brdo, sulla revisione della rete transeuropea dei trasporti (TEN-T); iv) a Berlino, sui servizi ferroviari europei a lunga percorrenza; e v) a Bettembourg, sul trasporto ferroviario di merci.

Per garantire la massima visibilità in tutta Europa, l'intero treno è stato ricoperto di adesivi con l'identità visiva dell'Anno europeo delle ferrovie. Oltre all'account Twitter della DG MOVE, un sito web<sup>12</sup> e un blog dedicati hanno raccontato ogni giorno il viaggio del Connecting Europe Express e gli eventi correlati. Anche nove influencer dell'Anno europeo delle ferrovie hanno viaggiato a bordo del treno e hanno documentato la loro esperienza. Grazie al sostegno dell'Agenzia dell'Unione europea per il programma spaziale, i cittadini interessati hanno potuto seguire il viaggio del treno attraverso uno strumento di localizzazione in tempo reale. Una cassetta degli attrezzi per la comunicazione, con modelli e immagini, è stata messa a disposizione dei collaboratori. Scambi regolari e condivisione di informazioni con esperti di comunicazione di organizzazioni e imprese nazionali, regionali e locali hanno contribuito a raggiungere gruppi target più ampi attraverso la stampa e i social media.

Il Connecting Europe Express ha rappresentato una grande opportunità per raggiungere direttamente il pubblico europeo e contribuire a riconquistare la fiducia nel trasporto condiviso nel contesto della pandemia di COVID-19. È stato anche un laboratorio in movimento, che ha rivelato in tempo reale i numerosi risultati dello spazio ferroviario europeo unico e della rete TEN-T, ma anche ciò che potrebbe ancora essere raggiunto nel settore ferroviario. Gli insegnamenti tratti<sup>13</sup> dal viaggio hanno ispirato il lavoro della Commissione sulle iniziative nel settore ferroviario per il 2021 e per il futuro.

### **3.4. Altri eventi e iniziative a livello europeo, nazionale, regionale e locale**

Nonostante le difficoltà imposte dalla pandemia di COVID-19, l'Anno europeo delle ferrovie è stato accolto con grande entusiasmo da una grande varietà di portatori di interessi, in particolare dal settore ferroviario, che ha compiuto tutti gli sforzi possibili a vari livelli per impegnarsi in azioni relative a tale evento. La Commissione ha ricevuto più di 350 proposte di eventi e attività da portatori di interessi e autorità di tutta Europa, anche da soggetti non coinvolti nel settore ferroviario. Più di 70 di tali proposte provenivano da autorità locali e regionali, sulla base della cooperazione instaurata dalla Commissione con il Comitato delle regioni. Mentre la maggior parte degli eventi tenuti nella prima metà dell'Anno europeo delle

---

<sup>12</sup> <https://www.connectingeuropeexpress.eu/>

<sup>13</sup> [https://wayback.archive-it.org/12090/20220623044203/https://europa.eu/year-of-rail/news/connecting-europe-express-journey-may-have-ended-our-work-has-only-just-begun-2021-10-07\\_en](https://wayback.archive-it.org/12090/20220623044203/https://europa.eu/year-of-rail/news/connecting-europe-express-journey-may-have-ended-our-work-has-only-just-begun-2021-10-07_en)

ferrovie si è svolta in formato digitale, il successo della campagna di vaccinazione in Europa ha consentito la realizzazione di più eventi ibridi e in presenza a partire dall'estate 2021. Poiché una serie di eventi previsti all'inizio del 2021 hanno dovuto essere rinviati a causa della pandemia e considerate le richieste di molti portatori di interessi, è stata concessa una certa flessibilità per cui è stato possibile organizzare eventi di valutazione nella prima metà del 2022.

Nel contesto dell'Anno europeo delle ferrovie sono stati organizzati molti eventi e iniziative interessanti<sup>14</sup>, in partenariato o individualmente. I punti che seguono ne descrivono alcuni.

- Sono state organizzate esposizioni e rassegne incentrate sul patrimonio ferroviario e sul futuro delle ferrovie, tra cui spettacoli nelle stazioni ferroviarie e lungo i binari. Ad esempio l'edizione 2021 del festival Europalia, intitolata "Trains & Tracks"<sup>15</sup>, consisteva in oltre 70 progetti multidisciplinari distribuiti tra istituzioni artistiche, stazioni e treni in Belgio e nei paesi limitrofi. Europalia ha anche ospitato incontri di carattere politico con giovani e rappresentanti delle istituzioni dell'UE. L'elemento centrale del festival Europalia è stata l'esposizione "Tracks to Modernity" presso i Musei Reali di Belle Arti di Bruxelles.
- Si sono svolti concorsi e premi, quali: i) il premio Women in Rail Awards<sup>16</sup>; ii) il premio RegioStars, in cui l'Anno europeo delle ferrovie è stato scelto come tema dell'anno<sup>17</sup>; iii) il premio ERCI Innovation Awards<sup>18</sup>; iv) premio per la migliore campagna europea di turismo ferroviario per il 2021<sup>19</sup>; e v) il premio European Railway<sup>20</sup>. Sono stati realizzati anche degli hackathon, ad esempio quelli organizzati da Shift2Rail<sup>21</sup> e da UNIFE<sup>22</sup>. Si sono tenute gare per gli studenti, come la sfida per l'innovazione ferroviaria condotta da Fer de France<sup>23</sup> o il concorso per i giovani lanciato dal voivodato della Pomerania in Polonia. Vale la pena segnalare che l'edizione 2021 di DiscoverEU<sup>24</sup>, un'azione del programma Erasmus+ che promuove i viaggi sostenibili, ha raddoppiato il numero di biglietti gratuiti assegnati ai giovani, per un totale di 60 000 biglietti. Inoltre, per essere selezionati, i 333 758 giovani che si sono candidati per un pass di viaggio DiscoverEU nel 2021 hanno dovuto rispondere a un quiz sull'Anno europeo delle ferrovie. Infine, nell'ambito di un incontro DiscoverEU di due giorni a Bruxelles, un evento organizzato nel marzo 2022 in collaborazione con Europalia ha riunito 100 partecipanti, tra giovani e responsabili politici.
- Sono state lanciate numerose campagne promozionali. Ad esempio sono stati affissi manifesti della campagna in 30 stazioni ferroviarie in tutta la Germania e sono stati

---

<sup>14</sup> La maggior parte degli eventi e delle iniziative per l'Anno europeo delle ferrovie può essere consultata all'indirizzo: [https://wayback.archive-it.org/12090/20220704151145/https://europa.eu/year-of-rail/year-rail-events\\_en](https://wayback.archive-it.org/12090/20220704151145/https://europa.eu/year-of-rail/year-rail-events_en)

<sup>15</sup> <https://europalia.eu/en/trains-and-tracks/about-this-edition>

<sup>16</sup> <https://www.cer.be/events/cer-events/1st-women-rail-awards>

<sup>17</sup> Si veda il comunicato stampa sull'edizione 2021 del premio RegioStars: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/it/IP\\_21\\_6475](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/it/IP_21_6475)

<sup>18</sup> <https://eurailclusters.com/2021/10/28/winners-of-the-erci-innovation-awards-2021/?cn-reloaded=1>

<sup>19</sup> <https://etc-corporate.org/best-european-rail-tourism-campaign-2021/>

<sup>20</sup> <https://www.europeanrailwayaward.eu/>

<sup>21</sup> <https://rail-research.europa.eu/news/hack-2-rail-join-shift2rails-online-hackathon/>

<sup>22</sup> <https://uic.org/events/uic-trainrail-hackathon-26-november-2021>

<sup>23</sup> <https://challenges.ferrocampus.fr/en/challenges/rail-innovation-2>

<sup>24</sup> [https://youth.europa.eu/discovereu\\_it](https://youth.europa.eu/discovereu_it)



collocati container con il marchio dell'Anno europeo delle ferrovie nei punti centrali di sette grandi città tedesche per promuovere il trasporto ferroviario. In Croazia cinque treni sono stati contrassegnati con l'identità visiva dell'Anno europeo delle ferrovie, mentre in Polonia gli uffici postali hanno emesso francobolli e biglietti di auguri dell'Anno europeo delle ferrovie. In Belgio sono state prodotte monete commemorative e il settore ferroviario belga ha lanciato una campagna sui social media per l'Anno europeo delle ferrovie. In Spagna la lotteria nazionale ha emesso un biglietto della lotteria dell'Anno europeo delle ferrovie, che è stato menzionato durante il notiziario televisivo di prima serata dell'emittente nazionale spagnola (RTVE). Sono state inoltre trasmesse diverse edizioni speciali di programmi televisivi a bordo dei treni.

- Sono state avviate iniziative per individuare le competenze mancanti e quelle necessarie alla forza lavoro ferroviaria di domani attraverso vari progetti finanziati dall'UE. Tra questi figurano: il progetto EDA Rail sull'occupabilità nel settore ferroviario alla luce della digitalizzazione e dell'automazione; l'alleanza per la formazione sulle competenze per il futuro sistema ferroviario europeo (progetto STAFFER Blueprint). Altre iniziative hanno cercato di attirare un maggior numero di donne verso le professioni ferroviarie, come illustrato dall'accordo sulle donne nel settore ferroviario firmato dalle parti sociali europee nel novembre 2021<sup>25</sup>. Il settore ha inoltre organizzato visite guidate "a porte aperte" nei centri di controllo ferroviario e nei terminal, in particolare per consentire agli studenti di scoprire le professioni ferroviarie.
- Conferenze e dibattiti sulle varie dimensioni del settore ferroviario, anche con specialisti non del settore e con i giovani.
- Dimostrazioni di progetti e presentazioni di prototipi innovativi.
- Viaggi in treno verso eventi, ad esempio il "treno per il clima" per la conferenza COP26<sup>26</sup>.
- Inaugurazione di nuovi collegamenti ferroviari per collegare regioni e attraversare frontiere.

Tutti questi eventi e iniziative hanno promosso il trasporto ferroviario a diversi tipi di pubblico, in particolare i giovani, in modo innovativo e accattivante. A differenza della campagna di comunicazione in sé, si è rivelato difficile valutare gli eventi e le iniziative legati all'Anno europeo delle ferrovie organizzati dai portatori di interessi in base ai suddetti ICP. Ciò è dovuto al basso livello di risposta degli organizzatori al questionario distribuito dal contraente al termine degli eventi e delle iniziative. Le risposte hanno riguardato solo il 23 % degli eventi individuati, un dato non sufficientemente rappresentativo per poter trarre conclusioni significative su quest'unica base.

#### **4. Studi di fattibilità**

Nell'ambito della decisione relativa all'Anno europeo delle ferrovie, il Parlamento europeo e il Consiglio hanno chiesto alla Commissione quanto segue.

---

<sup>25</sup> <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?langId=en&catId=85&newsId=10097&furtherNews=yes> (solo in EN).

<sup>26</sup> <https://railtothecop.com/climate-train>

*Nel corso dell'Anno europeo la Commissione prende in considerazione l'avvio di: a) uno studio sulla fattibilità della creazione di un'etichetta europea per promuovere le merci e i prodotti trasportati su rotaia, al fine di incoraggiare le imprese a passare al trasporto ferroviario; e b) uno studio di fattibilità in vista dell'introduzione di un indice di connettività ferroviaria, volto a classificare il livello di integrazione raggiunto attraverso l'utilizzo dei servizi sulla rete ferroviaria e a mettere in risalto il potenziale delle ferrovie di competere con altri modi di trasporto. Entro il 31 marzo 2021 la Commissione informa dei suoi piani il Parlamento europeo e il Consiglio.*

Come comunicato dalla Commissione al Parlamento europeo e al Consiglio il 30 marzo 2021, l'idea dell'etichetta europea per il trasporto ferroviario è stata associata alla nuova iniziativa della Commissione relativa al quadro armonizzato per la contabilizzazione delle emissioni di gas a effetto serra (collegata alle azioni 28, 33 e 34 della strategia per una mobilità sostenibile e intelligente<sup>27</sup>). L'iniziativa, denominata "CountEmissions EU", mira a favorire cambiamenti comportamentali verso l'adozione di soluzioni, in tutti i modi di trasporto, che producono meno emissioni di gas a effetto serra, sia per il trasporto di merci che di passeggeri. L'iniziativa si basa su una metodologia di riferimento comune per il calcolo delle emissioni di gas a effetto serra. I risultati della consultazione pubblica aperta sull'iniziativa "CountEmissions EU" sono in corso di elaborazione<sup>28</sup> e la proposta della Commissione è prevista per il 2023.

La Commissione ha inoltre appaltato uno studio sulla fattibilità di un indice di connettività ferroviaria, per dare seguito allo studio sul trasporto ferroviario di passeggeri a lunga percorrenza. Lo studio ha esaminato le caratteristiche desiderabili di un indice di connettività ferroviaria e ha prodotto un prototipo di tale indice che, per la maggior parte delle regioni NUTS3<sup>29</sup> in Europa, quantifica la connettività della regione in base: i) alla frequenza dei servizi; ii) alla durata del viaggio verso altre regioni NUTS3; iii) alla popolazione raggiungibile; e iv) al numero di trasferimenti necessari. I dati sono calcolati sulla base degli orari ferroviari 2022. La relazione finale risultante da questo studio è attualmente in fase di ultimazione e i suoi risultati saranno discussi al fine di definire i prossimi passi.

## **5. Contesto politico a livello dell'UE**

Durante l'Anno europeo delle ferrovie, la Commissione ha preso diverse iniziative nel campo del trasporto ferroviario, in linea con la strategia per una mobilità sostenibile e intelligente<sup>30</sup>. In particolare, il 14 dicembre 2021 la Commissione ha presentato il pacchetto sulla mobilità efficiente e verde. Questo pacchetto comprende un piano d'azione per promuovere il trasporto ferroviario di passeggeri transfrontaliero e a lunga percorrenza, un documento chiave per la politica ferroviaria dell'UE negli anni a venire che deriva direttamente dalle discussioni svolte e dalle esperienze maturate durante l'Anno europeo delle ferrovie. Il piano d'azione individua

---

<sup>27</sup> Comunicazione della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni, Strategia per una mobilità sostenibile e intelligente: mettere i trasporti europei sulla buona strada per il futuro, 9 dicembre 2020, COM(2020) 789 final.

<sup>28</sup> [https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/13217-Calcolare-le-emissioni-dei-trasporti-CountEmissions-EU\\_it](https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/13217-Calcolare-le-emissioni-dei-trasporti-CountEmissions-EU_it)

<sup>29</sup> Secondo la classificazione NUTS (classificazione comune delle unità territoriali per la statistica). Ulteriori dettagli sono disponibili all'indirizzo: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/nuts> (non disponibile in IT).

<sup>30</sup> [https://transport.ec.europa.eu/transport-themes/mobility-strategy\\_en](https://transport.ec.europa.eu/transport-themes/mobility-strategy_en) (solo in EN).

gli ostacoli esistenti per i servizi ferroviari e avanza proposte per affrontarli, ad esempio attraverso: una migliore gestione della capacità infrastrutturale; il coordinamento degli orari; un'emissione di biglietti più agevole per i clienti; e il miglioramento delle infrastrutture. Il pacchetto comprende anche la proposta di revisione del regolamento TEN-T, volta a garantire un'infrastruttura ferroviaria di buona qualità per il trasporto merci e passeggeri<sup>31</sup>.

Gli insegnamenti tratti dall'Anno europeo delle ferrovie sono confluiti anche nel lavoro della Commissione su ulteriori iniziative volte a migliorare le condizioni generali dei servizi ferroviari europei, che saranno presentate nel 2023. Tra queste figurano un'iniziativa intesa a migliorare la capacità ferroviaria<sup>32</sup> e la revisione della direttiva macchinisti<sup>33</sup>.

## 6. Conclusioni

Nonostante le sfide affrontate nel 2021, in particolare la pandemia di COVID-19, l'Anno europeo delle ferrovie è riuscito a promuovere il trasporto ferroviario come modo di trasporto sostenibile, innovativo, interconnesso, intermodale, sicuro e a prezzi accessibili. L'Anno europeo delle ferrovie ha inoltre permesso con successo di mantenere e sviluppare buone relazioni tra l'UE e i paesi limitrofi. Ha inoltre evidenziato la dimensione europea e transfrontaliera del trasporto ferroviario e il suo contributo all'economia, all'industria e alla società dell'UE. Attraverso i numerosi eventi e le varie iniziative che hanno avuto luogo nel 2021, l'Anno europeo delle ferrovie ha contribuito a dare in generale una percezione positiva del trasporto ferroviario. Ha inoltre creato un significativo slancio politico, riunendo autorità pubbliche, politici e portatori di interessi a tutti i livelli e in tutti gli Stati membri, con l'obiettivo comune di rafforzare il settore ferroviario. È importante notare che l'Anno europeo delle ferrovie ha mobilitato un numero senza precedenti di portatori di interessi che hanno contribuito attivamente al suo programma, quali gli operatori ferroviari (sia gli operatori storici che i nuovi entranti), i gestori dell'infrastruttura, le organizzazioni logistiche, il settore delle forniture ferroviarie, le associazioni che rappresentano i passeggeri, compresi quelli con disabilità e a mobilità ridotta, i sindacati, i portatori di interessi attivi nel settore dell'istruzione, della cultura e del turismo o le organizzazioni internazionali. I notevoli sforzi profusi nelle attività legate all'Anno europeo delle ferrovie da tutte le parti coinvolte, nonché la pertinenza delle discussioni tenute in queste occasioni si sono rivelati estremamente utili per il conseguimento degli obiettivi dell'Anno europeo delle ferrovie. Sono ora necessari ulteriori sforzi a tutti i livelli per migliorare le condizioni generali del settore ferroviario, completare lo spazio ferroviario europeo unico e aumentarne l'attrattiva nonché l'utilizzo in futuro.

---

<sup>31</sup> [https://transport.ec.europa.eu/news/action-plan-boost-passenger-rail-2021-12-14\\_en](https://transport.ec.europa.eu/news/action-plan-boost-passenger-rail-2021-12-14_en) (solo in EN).

<sup>32</sup> [https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/13134-Trasporto-internazionale-di-merci-e-passeggeri-aumentare-la-quota-del-traffico-ferroviario\\_it](https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/13134-Trasporto-internazionale-di-merci-e-passeggeri-aumentare-la-quota-del-traffico-ferroviario_it)

<sup>33</sup> [https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/13169-Macchinisti-miglioramento-del-sistema-di-certificazione-dellUE\\_it](https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/13169-Macchinisti-miglioramento-del-sistema-di-certificazione-dellUE_it)