



ALTO RAPPRESENTANTE
DELL'UNIONE PER
GLI AFFARI ESTERI E
LA POLITICA DI SICUREZZA

Bruxelles, 14.6.2019
JOIN(2019) 12 final

**COMUNICAZIONE CONGIUNTA AL PARLAMENTO EUROPEO, AL CONSIGLIO
EUROPEO, AL CONSIGLIO, AL COMITATO ECONOMICO E SOCIALE
EUROPEO E AL COMITATO DELLE REGIONI**

Relazione sull'attuazione del piano d'azione contro la disinformazione



A. Introduzione

Proteggere le nostre istituzioni e i nostri processi democratici dalla disinformazione¹ costituisce una sfida importante per le nostre società. Per fronteggiarla, l'UE ha messo in atto un quadro solido per un'azione coordinata che rispecchia pienamente i nostri valori e diritti fondamentali europei.

A dare forza alla democrazia europea è la partecipazione attiva dei suoi cittadini. Il tasso record di affluenza alle urne registrato nelle recenti elezioni del Parlamento europeo dimostra che i cittadini europei intendono impegnarsi per plasmare il futuro della loro Unione.

Sebbene sia troppo presto per trarre conclusioni definitive sul livello e l'impatto della disinformazione in queste elezioni, è chiaro che le misure adottate nel quadro del piano d'azione comune contro la disinformazione² e del "pacchetto elezioni"³, elaborato specificamente per queste elezioni, hanno contribuito a scoraggiare gli attacchi e a portare alla luce i tentativi di disinformazione. Incoraggiati da queste iniziative, numerosi giornalisti, verificatori di fatti, piattaforme, autorità nazionali, ricercatori, insieme alla società civile nel suo complesso, hanno dato il loro contributo per sensibilizzare i cittadini su come contrastare questa minaccia. L'aumentata sensibilizzazione dell'opinione pubblica ha reso più difficile ai malintenzionati manipolare il dibattito pubblico.

Non è il caso, tuttavia, di dormire sugli allori; la lotta contro la disinformazione deve continuare. Si tratta di una sfida a lungo termine che riguarda tutte le componenti delle nostre società e che richiede impegno e sforzi costanti. Occorre fare di più per proteggere i processi democratici e le istituzioni della nostra Unione da manipolazioni e disinformazione.

La relazione pubblicata oggi dalla Commissione e dall'Alta rappresentante fornisce una prima valutazione dei progressi compiuti finora e illustra i principali insegnamenti da trarre per il futuro. Illustra in modo più dettagliato il modo in cui il piano d'azione e il pacchetto elezioni hanno contribuito a combattere la disinformazione nel contesto delle elezioni europee. La relazione rappresenta inoltre il contributo della Commissione e dell'Alta rappresentante alla riunione del Consiglio europeo del 20 e 21 giugno 2019.

B. Verso un approccio coordinato alla lotta contro la disinformazione

Con l'adozione del piano d'azione contro la disinformazione, la Commissione e l'Alta rappresentante hanno creato un solido quadro per far fronte alle minacce provenienti dall'interno e dall'esterno

¹ La Commissione definisce la disinformazione come "un'informazione rivelatasi falsa o fuorviante concepita, presentata e diffusa a scopo di lucro o per ingannare intenzionalmente il pubblico, e che può arrecare un pregiudizio pubblico. La disinformazione non include gli errori di segnalazione, la satira e la parodia, o notizie e commenti chiaramente identificabili come di parte" (COM(2018) 236). Obiettivo della disinformazione è distrarre e dividere, insinuare il seme del dubbio distorcendo e falsando i fatti, al fine di disorientare i cittadini minando la loro fiducia nelle istituzioni e nei processi politici consolidati.

² JOIN(2018)36.

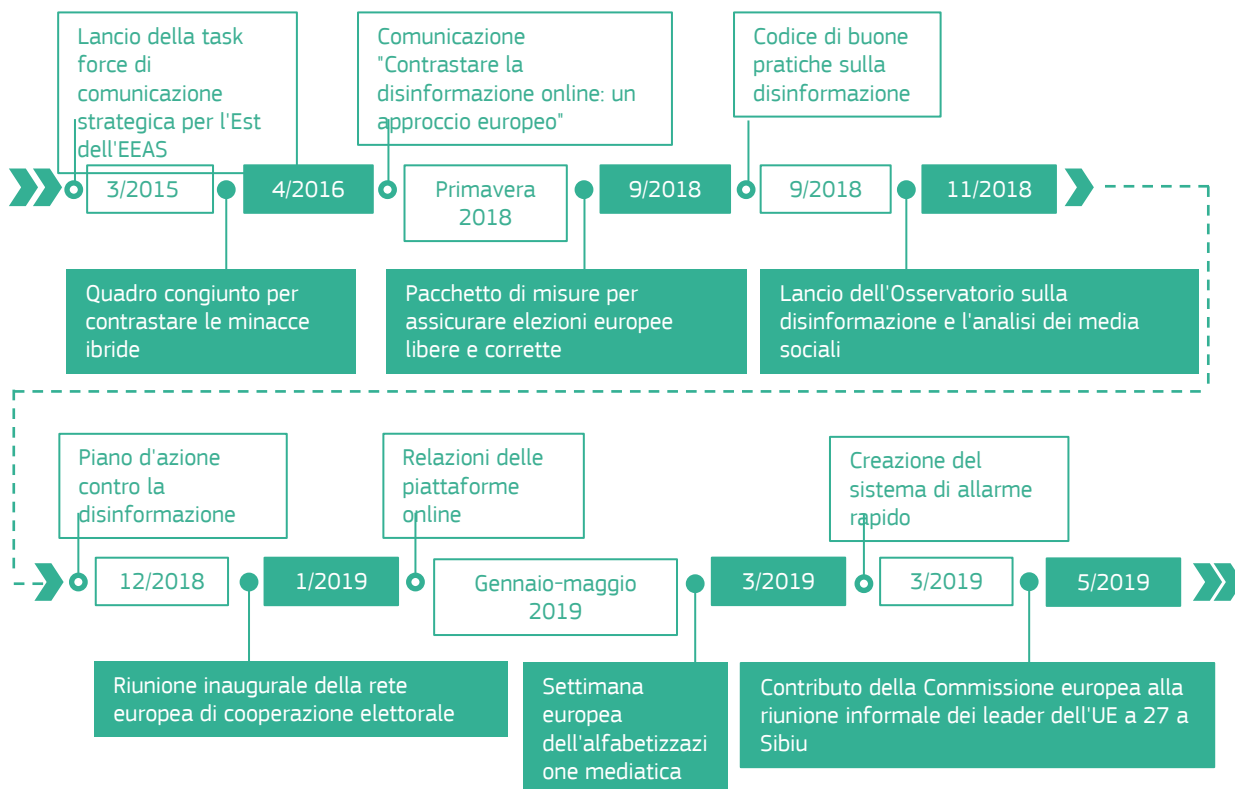
³ Il "pacchetto elezioni" comprende: la comunicazione della Commissione "Assicurare elezioni europee libere e corrette" (COM(2018) 637); la raccomandazione della Commissione sulle reti di cooperazione in materia elettorale, la trasparenza online, la protezione contro gli incidenti di cibersicurezza e la lotta alle campagne di disinformazione nel contesto delle elezioni al Parlamento europeo, (COM(2018) 5949); gli orientamenti della Commissione sull'applicazione del diritto dell'Unione in materia di protezione dei dati nel contesto elettorale, (COM(2018) 638); il regolamento (UE, Euratom) n. 2019/493 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 25 marzo 2019, che modifica il regolamento (UE, Euratom) n. 1141/2014 per quanto riguarda la procedura di verifica relativa alle violazioni delle norme in materia di protezione dei dati personali nel contesto delle elezioni del Parlamento europeo (GU L 851 del 27.3.2019, p. 7).



dell'UE. Tutti i soggetti interessati, le istituzioni europee, gli Stati membri, il mondo dell'industria e la società civile, hanno collaborato concentrandosi su quattro linee d'azione:

1. l'UE ha rafforzato la propria capacità di individuare e contrastare la disinformazione attraverso le task force di comunicazione strategica ("task force East StratCom") e la cellula dell'UE per l'analisi delle minacce ibride presso il servizio europeo per l'azione esterna. Ha inoltre migliorato la risposta coordinata istituendo un sistema di allarme rapido per facilitare lo scambio di informazioni tra gli Stati membri e le istituzioni dell'UE;
2. l'UE ha collaborato con le piattaforme online e con l'industria nell'ambito di un codice di autoregolamentazione sulle buone pratiche sulla disinformazione, con l'intento di migliorare la trasparenza delle comunicazioni politiche e di prevenire manipolazioni dei loro servizi. In tal modo gli utenti possono sapere perché visualizzano determinati contenuti politici e annunci ed essere informati sulla loro provenienza e su chi c'è dietro;
3. la Commissione e l'Alta rappresentante, in cooperazione con il Parlamento europeo, hanno contribuito ad aumentare la consapevolezza e la resilienza della società alla disinformazione, in particolare mediante il ricorso a una messaggistica maggiormente basata sui fatti e un impegno rinnovato per promuovere l'alfabetizzazione mediatica;
4. la Commissione ha sostenuto gli sforzi profusi dagli Stati membri per garantire l'integrità delle elezioni e rafforzare la resilienza dei sistemi democratici dell'Unione agevolando la collaborazione, fornendo orientamenti e sostegno e adottando misure legislative.

Panoramica delle azioni congiunte e coordinate dell'UE contro la disinformazione





1. Migliorare le capacità e rafforzare le risposte coordinate

La Commissione e l'Alta rappresentante hanno rafforzato le capacità dell'Unione di individuare, analizzare e smascherare la disinformazione, nonché di provvedere a una risposta coordinata, segnatamente attraverso il sistema di allarme rapido. A tal fine sono state potenziate tutte le attività correlate della direzione generale della Comunicazione e aumentate le risorse finanziarie e umane delle task force per la comunicazione strategica del Servizio europeo per l'azione esterna. Ad esempio, l'aumento della dotazione di bilancio ha aiutato la task force di comunicazione strategica per l'Est ad ampliare la portata delle sue attività e a sviluppare ulteriormente il monitoraggio professionale.

Il sistema di allarme rapido ha agevolato lo scambio e la condivisione giornalieri di informazioni tra le autorità dell'UE e gli Stati membri su una serie di casi e tendenze per quanto riguarda la disinformazione.

Le prove attualmente disponibili non hanno permesso di individuare una campagna di disinformazione transfrontaliera ben definita proveniente da fonti esterne e mirata specificamente alle elezioni europee. Tuttavia, gli elementi raccolti hanno rivelato l'esistenza di attività di disinformazione continue e sostenute, da parte di fonti russe⁴, finalizzate a frenare l'affluenza degli elettori alle urne e a influenzarne le preferenze. Tali attività hanno riguardato un'ampia gamma di argomenti, spaziando dalla messa in discussione della legittimità democratica dell'Unione all'utilizzo di dibattiti pubblici a effetto disgregante su temi come la migrazione e la sovranità. Ciò conferma che le campagne di disinformazione realizzate da operatori statali e non statali⁵ rappresentano una minaccia ibrida per l'UE.

Operatori malintenzionati hanno cercato persistentemente di utilizzare la disinformazione per promuovere idee estremiste e dividere l'opinione pubblica locale, sferrando, tra l'altro, attacchi infondati contro l'UE. Esponenti politici nazionali hanno spesso adottato la tattica e le argomentazioni di cui si servono le fonti russe per attaccare l'UE e i suoi valori⁶ e a quest'azione hanno preso parte anche altri soggetti esterni.



Operatori malintenzionati si sono serviti dell'incendio della cattedrale di Notre Dame per esemplificare il presunto declino dei valori cristiani e occidentali nell'UE. Hanno anche colto al volo l'occasione per addebitare la crisi politica e la susseguente caduta del governo in Austria a uno "Stato nello Stato in Europa", a "servizi di sicurezza tedeschi e spagnoli" e ad altri ancora. La diffusione di voci sull'irrelevanza dei poteri legislativi del Parlamento europeo e sul suo controllo da parte di lobbisti puntava a dissuadere gli elettori dal votare⁷.

⁴ Il numero di casi di disinformazione attribuiti a fonti russe e documentati dalla task force di comunicazione strategica per l'Est a partire dal gennaio 2019 (998) è il doppio rispetto a quello dello stesso periodo del 2018 (434).

⁵ Si vedano in particolare le comunicazioni di Facebook a proposito della rimozione di pagine, gruppi e account in altri paesi: <https://newsroom.fb.com/news/>.

⁶ <https://www.isdglobal.org/isd-publications/interim-briefing-propaganda-and-digital-campaigning-in-the-eu-elections/>

⁷ Per maggiori informazioni sui casi di disinformazione di questo tipo, si consulti il portale EUvsDisinfo: <https://euvsdisinfo.eu/disinformation-cases/>.



Le tattiche a cui ricorrono si evolvono rapidamente, al ritmo delle misure adottate dagli Stati e dalle piattaforme online. Invece di realizzare operazioni su larga scala su piattaforme digitali, tali operatori, in particolare quelli legati a fonti russe, sembrano ora optare per operazioni localizzate su scala minore, più difficili da individuare e smascherare.

Vista la natura sempre più sofisticata delle attività di disinformazione e le difficoltà incontrate dai ricercatori indipendenti per accedere ai dati pertinenti di cui dispongono le piattaforme, elaborare una valutazione conclusiva della portata e dell'impatto delle campagne di disinformazione richiederà tempo e azioni concertate da parte della società civile, del mondo accademico, delle pubbliche autorità e delle piattaforme online.

Il sistema di allarme rapido ha dimostrato la propria validità nel favorire un coordinamento più stretto tra le istituzioni dell'UE e le autorità nazionali. Il numero di interazioni tra le autorità è in costante aumento e lo strumento è diventato un punto di riferimento per la lotta contro la disinformazione. Il sistema ha permesso inoltre di rafforzare la cooperazione con le piattaforme online, sebbene queste ultime dovranno agire in maniera più reattiva in risposta alle segnalazioni esterne in merito a "comportamenti non autentici" e contenuti maligni. Il sistema di allarme rapido ha altresì agevolato la cooperazione con partner internazionali, come il G7 e l'Organizzazione del trattato del Nord Atlantico, che verrà rafforzata ulteriormente in futuro.

2. Attuazione del codice di buone pratiche sulla disinformazione

Le piattaforme online sono diventate potenti canali di informazione per molti cittadini dell'UE e possono quindi svolgere un ruolo cruciale nella diffusione di disinformazione. Per questo motivo, la Commissione ha esortato le piattaforme a intensificare l'impegno nella lotta contro la disinformazione. Di conseguenza, nell'ottobre 2018 le principali piattaforme, tra cui Facebook, Google, Twitter, le società di software e le organizzazioni che rappresentano il settore della pubblicità, hanno adottato un codice di buone pratiche sulla disinformazione in regime di autoregolamentazione⁸. In tal modo, si sono volontariamente impegnate a intensificare gli sforzi per migliorare la trasparenza, l'affidabilità e l'attendibilità dei loro servizi.

In vista delle elezioni europee del 2019, la Commissione e il gruppo dei regolatori europei per i servizi di media audiovisivi (ERGA)⁹ hanno effettuato un monitoraggio mirato delle azioni intraprese da Facebook, Google e Twitter sulla base delle relazioni mensili presentate da tali piattaforme da gennaio a maggio 2019¹⁰. Dal monitoraggio sono emersi i seguenti risultati:

- ▶ le piattaforme online hanno migliorato il **vaglio delle inserzioni pubblicitarie** per limitare le pratiche malevole di acchiappaclick (click baiting) e ridurre gli introiti pubblicitari per coloro che postano disinformazione. Le relazioni mensili hanno fornito dati dettagliati, per Stato membro, sul numero di annunci pubblicitari rimossi e di "account pubblicitari" chiusi per comportamenti ingannevoli o fuorvianti¹¹;

⁸ Nel maggio 2019 Microsoft ha sottoscritto il codice.

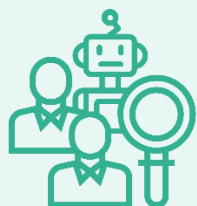
⁹ Nella riunione del 20-21 giugno 2019 l'ERGA adotterà una relazione completa.

¹⁰ La Commissione ha pubblicato tali relazioni unitamente alla sua valutazione dei progressi compiuti nell'attuazione del codice.

¹¹ In tali comportamenti rientrano i furti di identità, l'invio di spam, le false dichiarazioni sull'identità, i link verso "fabbriche di annunci pubblicitari" ("ad-farm") e/o siti web impostori. Nel corso del periodo di cinque mesi preso in esame, Google ha preso misure contro 131 621 "account pubblicitari" operanti nell'UE per violazione delle sue politiche in materia di false dichiarazioni sull'identità e contro 26 824 "account pubblicitari" operanti nell'UE per violazione delle sue politiche in materia di contenuti non sufficientemente



- ▶ tutte e tre le piattaforme online hanno intensificato gli sforzi per migliorare la **trasparenza degli annunci politici**, in particolare contrassegnandoli e rendendoli accessibili al pubblico in archivi consultabili di annunci politici;
- ▶ le piattaforme hanno dichiarato di aver adottato azioni per garantire **l'integrità dei loro servizi**, concentrandosi sulle manipolazioni consistenti nel rendere più visibili determinati contenuti e attuate mediante operazioni coordinate, nonché sull'uso abusivo di bot e di account falsi.



Da gennaio a maggio le piattaforme online hanno intrapreso azioni contro "comportamenti non autentici" al fine di limitare la portata generale di spam e disinformazione. Google ha dichiarato di aver rimosso in totale oltre 3,39 milioni di canali YouTube e 8 600 altri canali per violazione delle sue norme in materia di spam e furto di identità. Facebook ha disattivato 2,19 miliardi di falsi account nel primo trimestre del 2019 e ha adottato misure specifiche nei confronti di pagine, gruppi e account (1 574 non operanti nell'UE e 168 operanti nell'UE) per "comportamento non autentico" mirato agli Stati membri dell'UE. Twitter è intervenuto in merito a circa 77 milioni di account simil-spam o di account falsi a livello mondiale.

Nei giorni precedenti le elezioni, grazie alle segnalazioni di investigatori e giornalisti indipendenti¹², le piattaforme online hanno individuato e rimosso altri account che diffondevano disinformazione e incitamento all'odio. Sono stati segnalati oltre 600 gruppi e pagine Facebook operanti in Francia, Germania, Italia, Regno Unito, Polonia e Spagna per diffusione di disinformazione e incitamento all'odio o per l'utilizzo di profili falsi al fine di promuovere artificialmente le idee di partiti o il contenuto di siti che essi sostenevano. Queste pagine hanno generato 763 milioni di visualizzazioni. Sulla base delle segnalazioni di ricercatori, verificatori di fatti e membri della società civile sono stati inoltre individuati ulteriori esempi di tentativi su grande scala di manipolare i comportamenti elettorali in almeno nove Stati membri¹³.

Oltre all'impegno già prodigato, è necessario che le piattaforme facciano di più per contrastare efficacemente la disinformazione. Anche se Facebook, a differenza di Google e Twitter, ha esteso la propria trasparenza ai messaggi pubblicitari di sensibilizzazione su una determinata questione¹⁴ (issue-based ad), resta il problema dell'efficacia delle misure di trasparenza adottate da tutti i firmatari. Inoltre, le piattaforme non hanno compiuto progressi sufficienti per aumentare la trasparenza dei siti web che ospitano annunci, in parte a causa della mancanza di impegno da parte del settore pubblicitario.

originali; inoltre, ha intrapreso un'azione legale contro 1 188 account di publisher operanti nell'UE per violazione delle sue politiche in materia di "valuable inventory" (pagine con contenuto valido). Facebook ha dichiarato di avere preso provvedimenti nei confronti di circa 1,2 milioni di annunci pubblicitari per violazione delle sue politiche in materia di contenuto di scarsa qualità o perturbante, contenuto fuorviante o falso e per elusione dei suoi sistemi. Twitter ha dichiarato di aver rifiutato 6 018 annunci pubblicitari mirati all'UE per violazione della sua politica in materia di pratiche commerciali inaccettabili nel settore della pubblicità e 9 508 annunci pubblicitari destinati all'UE per violazione della sua politica in materia di qualità degli annunci pubblicitari.

¹² <https://www.theguardian.com/world/2019/may/22/far-right-facebook-groups-spreading-hate-to-millions-in-europe>.

¹³ Avaaz (2019): Far Right Networks of Deception Institute for Strategic Dialogue (2019): 2019 EU Elections Information Operations Analysis: Interim Briefing Paper; Avaaz & Institute for Strategic Dialogue (2019): Disrupted: Evidence of Widespread Digital Disruption of the 2019 European Parliament Elections.

¹⁴ Relativi, ad esempio, all'immigrazione, ai valori politici, ai diritti civili e sociali, alla sicurezza e politica estera e alla politica ambientale.



Tutte le piattaforme dovrebbero inoltre cooperare attivamente con i verificatori di fatti in tutti gli Stati membri e fare in modo che gli utenti possano individuare meglio la disinformazione, per esempio, mettendo a punto indicatori di affidabilità per le fonti di informazione, in cooperazione con organizzazioni del settore dei media.

Le piattaforme dovrebbero inoltre dare alla comunità di ricerca un accesso ragionevole ai dati, in linea con le norme in materia di protezione dei dati personali. La cooperazione con i ricercatori renderà più agevole individuare e analizzare le campagne di disinformazione, permetterà un efficace monitoraggio dell'attuazione del codice e una supervisione indipendente del funzionamento degli algoritmi. La Commissione continuerà a promuovere un ampio ricorso al codice tra tutte le parti interessate.

Entro la fine dell'anno, la Commissione valuterà l'efficacia del codice dopo il periodo iniziale di attuazione di 12 mesi. Qualora i risultati di tale valutazione non siano soddisfacenti, la Commissione potrà proporre ulteriori iniziative, anche di natura regolamentare.

3. Sensibilizzazione e rafforzamento della resilienza sociale

È necessario unire le forze per contrastare la disinformazione e stimolare la capacità di resilienza della società. Ciò sarà possibile responsabilizzando cittadini e società civile e facendo in modo che la comunicazione riguardante l'UE sia sempre fattuale. Nel periodo precedente alle elezioni europee, le istituzioni dell'UE hanno lavorato gomito a gomito nei seguenti settori:

- ▶ **Sensibilizzazione riguardo alla disinformazione:** le istituzioni dell'UE hanno lanciato una serie di iniziative per sensibilizzare l'opinione pubblica riguardo alla disinformazione in tutti gli Stati membri dell'UE, tra cui seminari, conferenze e briefing per i media. Complessivamente, tali iniziative hanno visto la partecipazione di centinaia di giornalisti, portando a una migliore comprensione e copertura giornalistica delle minacce di disinformazione. Le sessioni informative organizzate per i gruppi di visitatori, ad esempio durante la Settimana europea della gioventù a Bruxelles, hanno accolto circa 200 partecipanti provenienti da organizzazioni della società civile, università e organizzazioni giovanili.



In Germania è circolato un mito secondo cui, a causa delle nuove norme dell'UE in materia di protezione dei dati, i bambini non avrebbero più potuto appendere le tradizionali letterine per Santa Claus (i famosi "Wunschzettel") all'albero di Natale della propria città. È vero che le norme dell'UE in materia di protezione dei dati sono state concepite proprio per proteggere i dati personali utilizzati senza consenso, ma non vietano in nessun modo che i bambini condividano pubblicamente i propri desideri natalizi, a condizione che i loro genitori siano d'accordo.



- ▶ **Una migliore comunicazione sulle politiche dell'UE:** per sensibilizzare l'opinione pubblica e far capire meglio l'impatto che ha l'UE sulla nostra vita quotidiana, le istituzioni dell'UE hanno attuato una strategia di comunicazione proattiva e multilingue verso milioni di cittadini dell'UE, sia attraverso i social media¹⁵ che tramite apposite campagne di comunicazione¹⁶. Il Parlamento europeo ha lanciato una campagna di sensibilizzazione dal titolo "Stavolta voto"¹⁷ e diverse autorità nazionali hanno attuato iniziative analoghe. La Commissione e il Servizio europeo per l'azione esterna hanno sensibilmente moltiplicato le comunicazioni positive attraverso apposite campagne che hanno raggiunto milioni di cittadini.
- ▶ **Rafforzare la capacità dell'UE di reagire alla disinformazione:** la Commissione ha lavorato insieme al Servizio europeo per l'azione esterna e al Parlamento europeo per produrre e distribuire materiale volto a sfatare i miti e a sensibilizzare il pubblico, avvalendosi di competenze sia accademiche che istituzionali. La rete interna della Commissione contro la disinformazione è stata regolarmente attiva, in cooperazione con altre istituzioni dell'UE, riunendo in sé un mix di competenze politiche e comunicative. Diverse Rappresentanze della Commissione negli Stati membri hanno pubblicato sui loro siti web pagine volte a confutare determinati miti circolanti da anni sull'UE e hanno dato vita a partenariati con verificatori di fatti, gruppi editoriali e altre iniziative della società civile mirate a sfatare la disinformazione.



¹⁵ La Commissione, attraverso i propri account social, diffonde regolarmente informazioni sul tema della disinformazione: dal gennaio 2018 all'aprile 2019 sono stati pubblicati 57 post su Twitter, Facebook, Instagram e LinkedIn, per un totale di 54 781 interazioni, con un impatto pari a un totale di 3 256 476 visualizzazioni (solo Twitter e Facebook) e un totale di 385 655 utenti raggiunti (solo Facebook e Instagram).

¹⁶ "Un'Europa dei risultati" (InvestEU, in corso in 16 Stati membri con oltre 240 milioni di potenziali contatti nel periodo 2017-2018), "Un'Europa che dà forza" (EUandME, con un target di circa 100 milioni di persone di età compresa tra i 18 e i 35 anni nell'UE e oltre 60 milioni di potenziali contatti nel periodo 2018-2019) e "Un'Europa che protegge" (indirizzata alla fascia di età 35-55 anni, ha raggiunto quasi 60 milioni di potenziali contatti nel 2018-2019).

¹⁷ Questa campagna ha coinvolto 300 000 sostenitori impegnati a discutere di Europa nelle loro comunità locali e gruppi sociali, sia online che offline. Oltre 340 organizzazioni paneuropee hanno collaborato con il Parlamento per promuovere le elezioni.



- ▶ **Rafforzare la resilienza della società attraverso l'alfabetizzazione mediatica:** un elevato livello di alfabetizzazione mediatica è fondamentale per consentire ai cittadini di prendere decisioni informate nell'era digitale. Si tratta di un requisito indispensabile per una democrazia moderna e viva. Per potenziare le iniziative di alfabetizzazione mediatica in tutta l'UE e mettere in luce le migliori pratiche, in particolare a livello regionale e nazionale, la Commissione ha organizzato la prima Settimana europea dell'alfabetizzazione mediatica con oltre 320 eventi in programma nell'UE¹⁸. In linea con la nuova direttiva sui servizi di media audiovisivi¹⁹, gli Stati membri dovranno rafforzare le misure di alfabetizzazione mediatica nei loro quadri nazionali, in stretta collaborazione con le autorità di regolamentazione e con le altre parti interessate.
- ▶ **Responsabilizzare la società civile:** la rete internazionale di verifica dei fatti ha istituito una sezione europea di verificatori di fatti indipendenti, che opera in 14 Stati membri e ha realizzato un sito web in 11 lingue dell'UE. La Commissione continuerà ad agevolare la creazione di una comunità multidisciplinare europea di verificatori indipendenti e di ricercatori universitari. Nell'ambito del programma Orizzonte 2020, la Commissione ha finanziato investimenti in nuove tecnologie atte alla verifica e alla diffusione dei contenuti attraverso i social media. Per quanto riguarda i paesi limitrofi all'Unione, la Commissione ha intensificato gli sforzi per stringere legami tra la società civile dell'UE e quella dei paesi partner. Ciò ha consentito di individuare e testare soluzioni volte a combattere la disinformazione e proposte dalla comunità.



La Commissione ha lanciato l'osservatorio SOMA (Social Observatory for Disinformation and Social Media Analysis), che agevola la creazione di reti, lo scambio di conoscenze e l'elaborazione di migliori pratiche tra verificatori di fatti indipendenti. Un primo gruppo di 14 organizzazioni europee autorizzate alla verifica dei fatti ha già ottenuto l'accesso all'osservatorio SOMA, che sta peraltro istituendo dei centri multidisciplinari per la ricerca sulla disinformazione. Il meccanismo per collegare l'Europa garantirà inoltre finanziamenti per 2,5 milioni di EUR a favore di una nuova infrastruttura di servizi digitali al servizio di verificatori di fatti e ricercatori.

4. Proteggere l'integrità delle elezioni

Dopo il caso Facebook/Cambridge Analytica e le rivelazioni sulle interferenze elettorali in tutto il mondo, la Commissione ha agito con decisione per proteggere l'integrità delle elezioni e rafforzare la resilienza della società, in particolare con il suo pacchetto elezioni. Queste azioni hanno contribuito a conseguire risultati concreti nei seguenti settori:

- ▶ **Migliore coordinamento delle autorità elettorali:** le reti elettorali - autorità dotate di competenze pertinenti al contesto elettorale, istituite in collaborazione con gli Stati membri - hanno consentito una maggiore preparazione nei confronti di possibili minacce e un migliore coordinamento preelettorale delle attività a livello nazionale e dell'UE. Le attività previste comprendevano l'individuazione di minacce e lacune, la preparazione alle crisi, campagne di sensibilizzazione, sforzi per contrastare la disinformazione, il monitoraggio e l'applicazione delle norme applicabili nonché l'analisi delle leggi e delle procedure nazionali applicabili. Le attività di collaborazione realizzate hanno fornito un efficace sostegno alla preparazione delle elezioni negli

¹⁸ L'iniziativa è stata attuata in collaborazione con gli Stati membri e si è svolta dal 18 al 22 marzo 2019.

¹⁹ Direttiva 2018/1808/UE del Parlamento europeo e del Consiglio del 14 novembre 2018.



Stati membri e hanno contribuito ad ovviare ad alcune delle divergenze esistenti in questo complesso settore.

- ▶ **Una migliore protezione contro le minacce informatiche:** una serie di esercizi pratici organizzati con il sostegno dell'Agenzia dell'Unione europea per la sicurezza delle reti e dell'informazione (ENISA), della Commissione e del Parlamento hanno contribuito a rafforzare la preparazione e la resilienza alle minacce informatiche²⁰. Le istituzioni dell'UE hanno adottato misure per proteggere gli account social delle istituzioni dell'UE e dei loro principali rappresentanti²¹. Grazie all'adozione di un nuovo quadro giuridico²², l'UE può ora imporre sanzioni (ad esempio congelamento dei beni, divieti di viaggio) per scoraggiare e contrastare gli attacchi informatici che costituiscono una minaccia esterna per l'Unione o i suoi Stati membri.
- ▶ **Uso improprio dei dati personali:** per chiarire gli obblighi in materia di protezione dei dati, la Commissione ha pubblicato degli orientamenti²³ riguardo all'applicazione del regolamento generale sulla protezione dei dati nel contesto elettorale. Il comitato europeo per la protezione dei dati ha inoltre rilasciato una dichiarazione sull'uso dei dati personali in campagne politiche²⁴ nella quale si impegna a collaborare con altre autorità competenti per salvaguardare la fiducia nella sicurezza e nell'integrità delle elezioni. Inoltre, sono entrate in vigore nuove misure che introducono sanzioni per la violazione delle norme in materia di protezione dei dati da parte di partiti politici europei²⁵. La Commissione ha raccomandato agli Stati membri di adottare lo stesso approccio a livello nazionale.
- ▶ **Promuovere la trasparenza:** gli Stati membri, i partiti politici, le fondazioni e le campagne sono stati invitati ad adottare misure volte a migliorare la trasparenza delle comunicazioni e dei messaggi pubblicitari politici. L'obiettivo era quello di consentire ai cittadini dell'UE di riconoscere i messaggi pubblicitari e le comunicazioni di natura politica a pagamento su internet e di identificare i relativi inserzionisti. Ad esempio ciò è possibile obbligando gli inserzionisti a rendere disponibili sui loro siti web informazioni relative alle spese sostenute per attività online e ai criteri di targeting usati per i messaggi pubblicitari.

Basandosi su tale esperienza, nell'ottobre 2019 la Commissione adatterà una relazione completa sulle elezioni, che analizzerà fra le altre cose l'attuazione del pacchetto elezioni.

²⁰ Due esercitazioni organizzate dall'ENISA hanno aiutato le autorità nazionali nel prepararsi ad affrontare incidenti mirati a sollevare dubbi sulla legittimità delle elezioni e scenari che vedono attacchi informatici lanciati a danno di infrastrutture sensibili prima e durante le elezioni europee. Oltre 70 esperti in materia di gestione di incidenti provenienti dagli Stati membri dell'UE hanno partecipato all'ultima esercitazione del maggio 2019.

²¹ Servizio per l'assicurazione sui social media (SMAS) fornito dalla squadra di pronto intervento informatico dell'UE.

²² Regolamento (UE) 2019/796 del Consiglio concernente misure restrittive contro gli attacchi informatici che minacciano l'Unione o i suoi Stati membri, GU L 129I del 17.5.2019, pag. 1; Decisione (PESC) 2019/797 del Consiglio concernente misure restrittive contro gli attacchi informatici che minacciano l'Unione o i suoi Stati membri, GU L 129I del 17.5.2019, pag. 13.

²³ COM(2018) 638 final.

²⁴ https://edpb.europa.eu/sites/edpb/files/files/file1/edpb-2019-03-13-statement-on-elections_en.pdf.

²⁵ Regolamento (UE, Euratom) 2019/493 che modifica il regolamento (UE, Euratom) n. 1141/2014 per quanto riguarda la procedura di verifica relativa alle violazioni delle norme in materia di protezione dei dati personali nel contesto delle elezioni del Parlamento europeo (GU L 85I del 27.3.2019, pag. 7).



C. Conclusioni

Nella fase di avvicinamento alle elezioni europee, l'approccio coordinato dell'UE ha contribuito a rafforzare la preparazione e il coordinamento nella lotta contro la disinformazione. L'analisi preliminare dimostra che tale approccio ha contribuito a smascherare i tentativi di disinformazione e a preservare l'integrità delle elezioni²⁶, tutelando nel contempo la libertà di espressione. Come dimostra l'alta percentuale di affluenza alle urne (50,97 %, la più elevata degli ultimi vent'anni) i cittadini sono interessati all'Unione, che riveste importanza per le loro vite.

Non è tuttavia il caso di dormire sugli allori. La disinformazione è una minaccia in continua evoluzione, che richiede un'opera di ricerca continua per adeguare i nostri strumenti politici alle tendenze e pratiche emergenti. Le fonti malintenzionate, sia all'interno che all'esterno dell'UE, utilizzano costantemente nuove tattiche, puntando sempre più spesso a operazioni locali di portata ridotta, che hanno meno probabilità di essere individuate e smascherate. Ma l'obiettivo resta sempre lo stesso: dividere la società e minare la fiducia dei cittadini nelle istituzioni e nei processi democratici.

Proteggere le nostre istituzioni e i processi democratici dalla disinformazione e dalla manipolazione costituisce una sfida a lungo termine e richiede uno sforzo costante. È quindi necessario un impegno congiunto delle istituzioni dell'UE e degli Stati membri, sostenuto da risorse umane e finanziarie sufficienti per individuare, analizzare e smascherare in maniera ancora più efficace le campagne di disinformazione e prepararsi ancora meglio ad affrontare le campagne di disinformazione a livello nazionale e dell'UE. Sul settore privato, in particolare sulle piattaforme online, ricade una responsabilità particolare nella lotta alla disinformazione.

Il contributo della Commissione alla riunione informale dei leader dell'UE27, svoltasi a Sibiu il 9 maggio²⁷, parla chiaro: il rischio di campagne di disinformazione mirate continuerà anche in futuro a rappresentare una sfida importante, che impone un'azione congiunta da parte delle istituzioni dell'UE e degli Stati membri per contrastarne la minaccia.

Il Servizio europeo per l'azione esterna e la Commissione, insieme agli Stati membri, rafforzeranno ulteriormente la cooperazione nel quadro del sistema di allarme rapido, sviluppando, tra le altre cose, una metodologia comune per le analisi e lo smascheramento delle campagne di disinformazione e rafforzando i partenariati con i partner internazionali, come il G7 e l'Organizzazione del trattato del Nord Atlantico.

Quest'anno ancora la Commissione riferirà sull'attuazione del pacchetto elezioni e valuterà l'efficacia del codice di buone pratiche. Su questa base potranno essere valutate ulteriori azioni volte a garantire e migliorare la nostra risposta a lungo termine alla minaccia.

La Commissione e l'Alta rappresentante si impegnano a proseguire i propri sforzi congiunti per proteggere la nostra democrazia europea dalla disinformazione e dalla manipolazione. È nostra responsabilità condivisa tutelare il diritto dei cittadini dell'UE a un'informazione fattuale, obiettiva ed affidabile.

²⁶ Lo hanno peraltro riconosciuto anche soggetti e media indipendenti. Da uno studio dell'Oxford Internet Institute emerge che meno del 4 % delle notizie condivise via Twitter prima delle elezioni europee proveniva da fonti di disinformazione, mentre le condivisioni di notizie pubblicate da organi di informazione professionali tradizionali hanno rappresentato ben il 34 % del totale di "share". Secondo FactCheckEU, nel periodo che ha preceduto le elezioni europee la quota di contenuti di disinformazione è stata inferiore al previsto: essi non hanno infatti dominato le conversazioni come è invece accaduto in occasione di precedenti elezioni in Brasile, nel Regno Unito, in Francia o negli Stati Uniti.

²⁷ COM(2019) 218 final.