



COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES

Bruxelles, le 20.4.2004
COM(2004) 196 final

**COMMUNICATION DE LA COMMISSION
AU CONSEIL, AU PARLEMENT EUROPÉEN,
AU COMITÉ ÉCONOMIQUE ET SOCIAL EUROPÉEN
ET AU COMITÉ DES RÉGIONS**

sur

**La mise en oeuvre de la stratégie d'information et de communication
de l'Union européenne**

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION.....	3
I. Une communication plus structurée et mieux hiérarchisée	5
1. Coopération interinstitutionnelle.....	5
2. Des valeurs communes pour un même fil conducteur ?	6
3. Thèmes d'information prioritaires (PRINCE).....	7
3.1. Redéfinition des différentes stratégies thématiques.....	7
3.2. Programmation pluriannuelle.....	8
II. Mise en synergie des moyens d'action.....	9
1. Partenariat et Décentralisation	9
2. PRINCE	10
2.1. Modalités de partenariat.....	10
2.1.1. Partenariat stratégique.....	10
2.1.2. Partenariat de gestion	11
2.1.3. Partenariat ponctuel.....	12
3. Relais et réseaux.....	12
3.1. Info-Points Europe et Carrefours d'information et d'animation rurales	14
3.1.1. Choix d'un nouveau réseau - Gestion directe.....	15
3.1.2. Choix d'un nouveau réseau - Gestion centralisée indirecte.....	15
3.2. Grands Centres	16
3.3. Centres PHARE	16
4. Autres Instruments et outils de communication.....	17
4.1. Audiovisuel	17
4.1.1. Des outils en cours d'adaptation	17
4.1.2. Une approche plus dynamique	18
4.1.3. EuroNews.....	18
4.2. EUROPA 2ème Génération	21
4.3. Sondages et Europe Direct	22
4.3.1. Eurobaromètre.....	22
4.3.2. Europe Direct (00 800 6 7 8 9 10 11 – http://europa.eu.int/europedirect).....	22
CONCLUSION	23
FICHE FINANCIERE LEGISLATIVE.....	24

INTRODUCTION

Lors de sa réunion du 11 novembre 2003, la Commission a pris acte du fait "*que M. Vitorino lui soumettra, ..., une communication concernant la mise en œuvre de la stratégie d'information et de communication au-delà de 2004*".

On entend par stratégie d'information et de communication, le cadre de référence de la communication grand public (et non pas toutes les actions d'information de la Commission) tel que défini dans la communication de la Commission du 2 juillet 2002 [COM(2002)350 final].

Cette **stratégie** basée à la fois sur un renforcement de la coopération interinstitutionnelle et sur le développement de partenariats structurés avec les Etats-membres a fait l'objet de délibérations approfondies non seulement entre les diverses Institutions communautaires mais aussi avec la plupart des services d'information des gouvernements que ce soit d'une manière formelle à l'invitation de la Commission à Bruxelles, ou d'une manière plus informelle mais tout aussi fructueuse dans le cadre du Club de Venise.

Ce dialogue permanent a débouché sur une adhésion officielle du Conseil à cette stratégie par décision du 10 décembre 2002 et du Parlement européen le 10 avril 2003, à la suite des rapports de Messieurs Bayona et Andreasen.

Il est utile de rappeler les principaux **objectifs** de cette stratégie.

L'objectif principal consiste à "améliorer la perception de l'Union européenne et de ses Institutions et de leur légitimité en approfondissant la connaissance et la compréhension de ses missions, de sa structure et de ses réalisations et en établissant un dialogue avec les citoyens".

Ceci comprend notamment l'accroissement de la qualité du débat public européen, l'association des citoyens au processus de décision européen, une meilleure écoute du citoyen et de ses préoccupations et la reconstruction d'une façon méthodique et cohérente de l'image de l'UE.

Pour ce faire, la communication prévoit une approche réaliste et progressive reposant sur deux axes majeurs :

- Une capacité pour l'Union européenne d'élaborer et de diffuser des messages adaptés et ciblés sur ses différents thèmes d'information prioritaires ;
- Un partenariat volontaire et opérationnel avec les Etats membres permettant de développer une réelle mise en synergie des structures et capacités des Etats membres en complément des actions de l'Union européenne.

La cohérence de cette stratégie passe également par une meilleure coordination des **moyens** propres de la Commission tant en ce qui concerne ses outils de communication que sa culture interne de communication. Ceci repose sur :

- Une meilleure mise en synergie des moyens d'action de la Commission par rapport aux objectifs et priorités définis ;

- Une diffusion plus systématique et mieux organisée d'une culture interne de communication.

Ces objectifs doivent dorénavant être mis en œuvre dans un contexte nouveau caractérisé par la nécessaire adaptation des moyens disponibles dans la perspective d'une Union élargie.

Au titre de ses prérogatives institutionnelles¹, la Commission devra faire face à cette nouvelle donne à effectif constant pour le siège et particulièrement limité en ce qui concerne la création de 10 nouvelles Représentations. L'année 2005 sera ainsi la première année où la stratégie d'information et de communication s'appliquera de manière exhaustive dans l'EUR25².

¹ Avis du Service Juridique du 10 juillet 2003 « *les actions d'information et de communication relèvent des prérogatives institutionnelles de la Commission, que l'article 49.2.c) du RF permet d'exécuter sans acte de base* ».

² On rappellera pour mémoire que les crédits PHARE continueront à s'appliquer dans l'EUR8 jusqu'au 31.12.2004, dans le domaine de l'information et de la communication, sous la responsabilité de la DG ELARG.

I. Une communication plus structurée et mieux hiérarchisée

La stratégie préconisée repose d'abord sur une communauté d'objectifs entre les trois Institutions communautaires et doit être développée et mise en œuvre de façon étroitement concertée. La collaboration interinstitutionnelle est en effet essentielle et conditionne tant les activités du centre que celles des Représentations de la Commission, des Bureaux d'information du Parlement européen et des services d'information des gouvernements.

1. COOPERATION INTERINSTITUTIONNELLE

La collaboration interinstitutionnelle a d'abord enregistré, dès 2002, la pleine participation du Conseil au développement de la stratégie d'information et de communication, notamment au sein du Groupe Interinstitutionnel de l'Information (GII) qu'il copréside dorénavant avec la Commission et le Parlement européen. On relèvera à cet égard que dans ses conclusions du 10 décembre 2002, le Conseil a souligné « *que les activités d'information des Institutions de l'UE dans les Etats membres intéressés doivent être effectivement menées de concert avec celles des Etats membres en question* ».

Il avait également « *exprimé le souhait que les Etats membres tirent le maximum de profit des possibilités offertes par la nouvelle stratégie proposée par la Commission, ...* ».

Le Parlement européen, quant à lui, avait souligné, lors de son vote du 10 avril 2003, à quel point il appréciait « *l'effort de la Commission, ... , manifestant l'intention de consolider la coopération interinstitutionnelle et la mise en commun d'une stratégie d'information et de communication* ».

Il avait précisé que « *toute collaboration avec les Etats membres devrait se concentrer sur la mise en place de campagnes d'information prioritaires définies au niveau communautaire, mais adaptées aux diversités culturelles et linguistiques de chacun* ».

Au-delà de ces prises de position de principe, la collaboration interinstitutionnelle se développe sur le terrain dans des cellules de coordination réunissant les différents partenaires tel que le prévoit le texte même du *Memorandum of understanding* (MoU) que la Commission et le Parlement européen proposent à leurs partenaires gouvernementaux.

On notera en outre que cette collaboration interinstitutionnelle se développe également plus spécifiquement en termes administratifs et de gestion au sein des Maisons de l'Union européenne regroupant sous un même toit les Représentations de la Commission et les Bureaux d'information du PE.

Ce contrat de confiance que représente la collaboration interinstitutionnelle est à la base même de la stratégie préconisée. Il doit être renouvelé régulièrement au sein du Groupe Interinstitutionnel de l'Information (GII) dont la mission est de structurer cette coopération interinstitutionnelle au niveau politique.

Pour ce faire, le statut, le rôle et la mission du GII devront être réévalués afin de mieux assurer sa prééminence politique à l'égard de chacune des parties qui le composent. La préparation de ses travaux devra également être améliorée, de même que la mise en œuvre de ses décisions. Il faudra notamment assurer un suivi cohérent et efficace aux orientations

élaborées au sein du GII. La Commission est prête à en débattre avec ses partenaires suite au renouvellement des Institutions de cette année.

Mais le développement d'une communication structurée sur l'Union européenne passe également par une véritable pédagogie autour de son rôle et de ses missions.

2. DES VALEURS COMMUNES POUR UN MEME FIL CONDUCTEUR ?

Qu'il s'agisse de l'information d'ordre général sur l'existence et le rôle de l'Union ou de la communication autour des grands projets et enjeux de l'UE (thèmes d'information prioritaires PRINCE), le développement d'une stratégie d'information et de communication adaptée constitue une condition même du succès des politiques et initiatives de l'UE.

Pour être efficace, celle-ci doit reposer sur quelques valeurs communes permettant de structurer les messages de ses différentes politiques autour d'un référentiel commun.

Comme indiqué dans sa communication du 2 juillet 2002, une vaste étude, basée sur des interviews de différents *focus groups*, a été entreprise au cours du second semestre 2003 dans l'ensemble de l'EUR28³.

Cette étude portait d'abord sur la réceptivité des valeurs fondamentales de l'UE que sont la paix, la liberté, la solidarité et la diversité culturelle. Elle avait également pour objet de tester, moyennant ces valeurs, des éléments d'argumentaire sur les différents thèmes d'information prioritaires.

De manière synthétique, les premiers résultats de l'étude⁴ confirment le manque de connaissance des citoyens sur les données de base sur l'Union. Il en découle que les valeurs européennes communes prises comme référence de la communication sur l'Union, se révèlent peu suffisamment explicites sur un terrain aussi peu « fertile ».

En effet, au premier abord, ces valeurs apparaissent insuffisamment différenciatrices et spécifiques de l'Europe par rapport aux autres démocraties pour la plupart des *focus groups* testés. Leur exposé n'apparaît pas suffisamment mobilisateur pour individualiser la spécificité de l'Union.

En outre, la notion de valeur reste une notion abstraite et statique. Qu'il faille s'y référer est indéniable, même si leur pertinence en terme de communication doit passer au filtre des principaux objectifs politiques de l'Union et être « prouvée » par l'énoncé d'exemples concrets.

En effet, les citoyens interrogés se montrent réceptifs et intéressés lorsqu'on porte à leur connaissance des éléments d'information sur des aspects concrets des politiques communautaires en leur montrant en quoi elles peuvent les concerner.

Il est évidemment nécessaire d'accentuer l'effort d'information sur ces aspects, mais cela ne peut non plus constituer l'ossature d'un argumentaire mobilisateur sur l'Union si ces

³ Comprenant l'EUR15, les 10 pays candidats, la Bulgarie, la Roumanie et la Turquie.

⁴ Rapport d'étude qualitative relative à l'orientation de la communication sur l'UE (OPTM, janvier 2004).

éléments, par nature très divers, ne sont pas « fédérés » d'une manière ou d'une autre par un fil conducteur – celui des buts supérieurs dont ils procèdent.

Il est manifeste qu'on ne mobilisera les citoyens sur l'Union européenne qu'en leur délivrant un message politique fort sur les objectifs qu'elle se fixe, et même, au-delà, sur l'affirmation d'un dessein global supérieur – en montrant alors en quoi il s'appuie sur des valeurs.

Aussi les Institutions doivent-elles être capables d'élaborer leur propre ensemble de messages, et cela exige des références et des valeurs communes – un fil conducteur – qui puissent être partagées par eux. Le choix des principaux thèmes d'information doit être fait sur base des grandes politiques de l'Union pour les années à venir, et doit répondre aux besoins et préoccupations concrètes des citoyens (en fonction des priorités politiques définies par la décision de Stratégie Politique Annuelle). Les messages à élaborer et à diffuser doivent être « prioritaires » non seulement pour l'Union, mais aussi pour les citoyens.

Le défi qui se présente à l'Union en matière de communication est tout d'abord un défi de mobilisation, de générer la curiosité auprès des citoyens, de créer un intérêt, et de le faire avec un message ancrée dans des valeurs communes mais dont le contenu soit suffisamment concret pour que les citoyens s'y retrouvent.

3. THEMES D'INFORMATION PRIORITAIRES (PRINCE)

Comme annoncé dans sa communication du 2 juillet 2002, la Commission a, jusqu'à présent, poursuivi ses efforts autour des 4 thèmes d'information prioritaires définis, à savoir "L'élargissement", "L'avenir de l'Union", "L'espace de liberté, de sécurité et de justice" ainsi que "L'euro". Elle a également obtenu l'accord du Parlement européen et du Conseil pour la création d'un cinquième thème PRINCE en 2004 "Le rôle de l'Europe dans le monde" afin de mieux répondre aux préoccupations des citoyens de l'Union.

3.1. Redéfinition des différentes stratégies thématiques

Les différentes échéances de l'année 2004 justifient pleinement la nécessité de procéder à une actualisation des stratégies qui sous-tendent les différents thèmes d'information prioritaires mentionnés.

Cela concerne d'abord l'élargissement. Au-delà de l'étape décisive du 1^{er} mai 2004, cette stratégie de communication doit être poursuivie, en ne se limitant pas seulement à l'explication du processus d'adhésion des 10 nouveaux Etats membres, mais aussi en intégrant la poursuite des négociations avec les autres pays candidats et la dimension complémentaire de la nouvelle politique de voisinage. En la matière, il s'agit d'assurer la mise en place d'une pédagogie d'un processus continu, dessinant les frontières de l'Union de demain. Les orientations arrêtées par la Commission dans sa communication du 10 mai 2000 demeurent la référence applicable en la matière.

Cela se justifie encore plus pour l'Avenir de l'Union. Les négociations de la Conférence intergouvernementale continuent, et donc la nouvelle stratégie à mettre en oeuvre autour du nouveau traité constitutionnel devra tenir compte des élections européennes mais surtout du nouveau calendrier de négociation à venir.

Au-delà de l'année de transition que représente l'exercice 2004, il apparaît également indispensable de réfléchir à la pertinence éventuelle d'autres thèmes qui puissent, dans un souci de cohérence, mieux correspondre aux priorités politiques de la Commission.

3.2. Programmation pluriannuelle

Outre cette actualisation des thèmes déjà existants, le calendrier de l'année 2004 offre également l'occasion de procéder, pour 2005, à une meilleure adéquation entre les priorités stratégiques de la nouvelle Commission déclinées annuellement au travers de la décision de Stratégie Politique Annuelle et les différents thèmes d'information prioritaires. Il faudra également prendre pleinement en compte les nouvelles priorités qui seront identifiées dans le cadre des nouvelles perspectives financières.

Dans cette perspective, l'élargissement de l'Union devra s'accompagner d'un renforcement de la coopération interinstitutionnelle, basée sur une meilleure programmation et sur une redéfinition mieux hiérarchisée des différents thèmes d'information prioritaires pour les années 2005 et suivantes. Cette programmation devra également reposer sur une base pluriannuelle. Elle pourrait ainsi s'opérer sur une période de 4 à 5 ans (2005-2009), assortie d'un suivi annuel et d'une évaluation à mi-parcours basés dans des indicateurs d'impact à définir, afin de mieux correspondre à la durée de la législature et au mandat de la Commission. Ceci répondrait également mieux aux besoins de visibilité politique, de sécurité juridique et de garantie financière des Etats membres.

Au-delà des modalités de partenariat qui prévalent pour les activités PRINCE, l'adaptation de ces activités aux exigences de l'élargissement passe également par une meilleure rationalisation de leurs modalités de gestion.

Thèmes d'information prioritaires : adaptation des stratégies et reprogrammation.
--

II. Mise en synergie des moyens d'action

Les moyens d'action de la Commission sont à la fois centralisés et déconcentrés. Pour répondre au défi du développement de la stratégie d'information et de communication dans le cadre de l'EUR25, se posent non seulement la question de l'adaptation et de l'extension de l'ensemble de ces moyens à ce nouvel horizon, mais aussi la question de la mise à disposition de ressources adéquates tant au siège que dans les futures 25 Représentations.

1. PARTENARIAT ET DECENTRALISATION

Comme annoncé dans la communication du 2 juillet 2002, le partenariat proposé aux Etats membres et à leurs collectivités régionales et locales a trouvé un nouvel essor dans le développement d'accords politiques sous la forme de *Memorandum of understanding* (MoU). Ce texte de référence approuvé par le PE et le Conseil cristallise l'engagement politique réciproque entre les Etats membres et les Institutions communautaires sur les principaux vecteurs de la stratégie d'information et de communication de l'UE. Il correspond ainsi à un protocole d'accord purement politique, reposant sur une base volontaire, entre les différentes parties en présence. Cet instrument signé bientôt par la majorité des Etats membres, répond au souci de flexibilité et d'adaptabilité exprimé par la plupart des autorités publiques nationales quant à la mise en œuvre d'un plan de communication commun avec la Commission européenne.

Cet instrument validé par les Etats membres actuels pourra également être proposé en l'état, dès le 1er mai 2004, aux nouveaux Etats membres.

Pour mémoire, on rappellera que ce mémorandum qui porte la signature de la Commission, du gouvernement et du Parlement européen a pour objectif de coordonner les stratégies d'information et de communication sur l'UE de ces trois parties dans le cadre d'un partenariat se développant à la fois autour de la diffusion d'une information d'ordre général sur l'UE et autour des grands thèmes d'information prioritaires décidés en commun dans le cadre de PRINCE.

Afin de diffuser une information au plus près des citoyens, ce partenariat englobe également les relais et réseaux d'information et de documentation de l'UE, y compris les Grands Centres.

Le MoU prévoit ainsi la création d'une cellule de coordination, composée des représentants des trois parties (Commission européenne, Parlement européen, gouvernement national) chargée de coordonner la préparation, la mise en œuvre, le contrôle et l'évaluation de ce partenariat notamment autour d'un plan de communication commun. Cette cellule de coordination représente le socle pour la pleine association du PE à cet exercice ce qui renforce la dimension citoyenne et qui permet de profiter de l'engagement démontré par le PE (notamment dans ses rapports Andreasen⁵ et Bayona⁶). Toute action réalisée dans le cadre de ce partenariat porte une mention identifiant clairement à la fois le gouvernement et l'UE.

⁵ Résolution du 13 mars 2002 P5_TA(2002)0109.

⁶ Résolution du 10 avril 2003 P5_TA(2003)0187.

A ce jour, 6 MoU ont d'ores et déjà été signés (Grèce, Italie, Espagne, Portugal, France, Luxembourg) et 4 sont en voie de l'être au sein de l'Union actuelle (Autriche, Belgique, Pays-Bas, Finlande).

2. PRINCE

Outre la faculté d'une gestion centralisée des lignes d'information PRINCE (actions autonomes de la Commission), la mise en œuvre traditionnelle des actions d'information et de communication dans le cadre de PRINCE repose sur le partenariat entre la Commission et les Etats membres, c'est à dire sur une mise en commun autour d'un plan de communication agréé, des capacités d'action respectives de chacune des parties.

Ce partenariat nécessite notamment le développement de conventions de co-financement qui doivent dorénavant respecter les dispositions du nouveau RF. En effet les conventions utilisées jusqu'à présent se sont révélées non conformes au RF, lequel impose de nouvelles contraintes d'une part quant au contenu et au champ d'application de ces conventions, d'autre part quant à leur approbation en ce qui concerne la validation du monopole de fait ou de droit des autorités gouvernementales compétentes en ce qui concerne les actions envisagées.

Aussi apparaît-il nécessaire d'en revenir à l'esprit même du partenariat, c'est à dire d'abord à une collaboration en termes d'objectifs stratégiques entre la Commission et le gouvernement national en vue d'une meilleure répartition de "blocs de compétence" entre les parties sous l'égide d'une cellule de coordination commune, comme le prévoit les dispositions du MoU.

2.1. Modalités de partenariat

Trois types de partenariat peuvent être proposés aux Etats membres : le partenariat stratégique, le partenariat de gestion et le partenariat ponctuel. Ces trois types de partenariat ne sont pas exclusifs les uns des autres, mais représentent une palette de moyens d'action susceptibles d'intéresser, soit sur une base pluriannuelle, soit sur une base annuelle, les différents partenaires de la Commission. Cette offre de services répond au souci de flexibilité exprimé par la plupart des autorités nationales et/ou régionales.

Il n'en demeure pas moins qu'à l'heure actuelle seul le partenariat stratégique est directement et immédiatement opérationnel, alors que le partenariat de gestion et le partenariat ponctuel nécessitent encore la mise au point et l'adoption d'actes de base et de conventions-type.

2.1.1. Partenariat stratégique

La traduction immédiate des dispositions du MoU correspond à ce que l'on peut appeler la mise en œuvre d'un partenariat stratégique, c'est à dire, avec "blocs de compétence" respectifs et financement séparé mais complémentaire.

A l'instar de la pratique déjà déployée dans plusieurs Etats membres et conformément aux dispositions du MoU, ce partenariat correspond aux principes mêmes du programme PRINCE.

Selon ce partenariat, le gouvernement national, la Commission et le Parlement européen se mettent d'accord sur un plan de communication commun dont les différentes actions sont financées de manière séparée mais complémentaire soit par la Commission elle-même (moyennant appels à propositions ou appels d'offres), soit par le gouvernement national ou

régional (en conformité avec ses propres règles financières). Un logo commun peut également attester du fait que ces actions relèvent d'une stratégie commune.

Cette solution assure la continuité nécessaire dans la mise en œuvre de la stratégie d'information et de communication. Elle répond à l'exigence de souplesse nécessaire pour s'adapter aux différentes structures administratives de chaque pays et aux orientations de chaque gouvernement. Elle peut donc devenir un cadre d'action de référence pour l'ensemble des Etats membres.

2.1.2. Partenariat de gestion

Ce type de collaboration entre la Commission et les autorités d'un Etat membre correspond à un véritable partenariat structuré entre les parties, devant faciliter le co-financement du plan de communication agréé en commun. Il repose sur la mise en place d'une gestion centralisée indirecte confiant la gestion des activités d'information, décidées en commun, aux Etats membres.

Le choix de ce système suppose l'adoption d'une décision de la Commission (acte de base ou Beschluss) pour encadrer la délégation aux Etats membres. Cet acte de base, conformément à l'article 54.2.c) du RF et des articles 38 et 39 des ME devra définir exactement les tâches d'exécution déléguées et prévoir les modalités de contrôle nécessaires.

L'article 39.3 ME prévoit que « dans le cas d'une gestion par réseau impliquant la désignation d'au moins un organisme ou entité par Etat membre, cette désignation est effectuée par l'Etat membre, selon les dispositions de l'acte de base ».

A la suite de cette désignation par les Etats membres des services d'information ou départements administratifs concernés, la Commission devra, conformément à l'article 41 ME, prendre les actes de délégation nécessaires. Ces conventions de délégation devront notamment comporter la définition des tâches confiées, les conditions et les modalités de leur exécution, les règles de reporting, les modalités de contrôle, ainsi que les dispositions assurant la visibilité de l'action communautaire notamment par rapport aux autres activités de l'organisme bénéficiant de ces tâches d'exécution.

Ce n'est qu'à l'issue de cette double étape procédurale au sein de la Commission (Beschluss puis actes de délégation) que les transferts de fonds budgétaires pourront se faire annuellement moyennant, conformément à l'article 160 ME, la signature entre les services ordonnateurs délégués et les organismes reconnus pour effectuer ces tâches d'exécution, de conventions pour la mise à disposition des crédits opérationnels.

Les Etats membres interviennent alors comme des intermédiaires, responsables de l'octroi et de la gestion des subventions et marchés, selon les orientations, critères et procédures fixés par la Commission. La Commission doit constater que cette délégation de tâches d'exécution est conforme aux principes de bonne gestion financière⁷.

Une fois opérationnel, ce système offrira toute garantie de pérennité au partenariat entre l'Etat membre et la Commission, tout en répondant aux exigences de la planification des priorités politiques des Institutions.

⁷ Article 54.2 c du Règlement financier.

2.1.3. Partenariat ponctuel

Ce type de partenariat s'apparente à un simple cofinancement d'actions menées directement par les Etats membres. Contrairement au partenariat de gestion, l'Etat membre ne peut en revanche reverser de subventions en cascade car il se trouve en position de bénéficiaire et non de délégataire pour l'exécution du budget communautaire⁸. Une décision du Collège est requise dans ce cas pour justifier l'octroi de subventions sans appels à propositions, afin de confirmer la situation de monopole de fait ou de droit de l'autorité publique bénéficiaire pour les actions envisagées.

Comme pour toute subvention, la convention de simple cofinancement est conçue pour des bénéficiaires mettant en œuvre directement les actions, et non pour des intermédiaires (autorités publiques) reversant les fonds à des tiers, sous forme de subventions en cascade.

Or, très souvent, l'Etat membre ou l'autorité régionale se comporte comme intermédiaires dans la mise en œuvre de sa stratégie d'information et de communication. Ces conventions de simple cofinancement ont donc un champ d'application limité, d'autant qu'en principe chaque action nécessite une convention.

Aussi, faut-il noter que dans le cadre de ce partenariat ponctuel, la Commission peut aussi développer le schéma d'une convention-cadre avec convention spécifique assortie. En effet, l'approbation d'une telle convention-cadre par un Etat membre, suite à l'approbation par la Commission, lui permettrait de pouvoir signer rapidement, pendant une période 4 ans, pour une action donnée une convention spécifique, sans que celle-ci fasse l'objet d'une approbation supplémentaire par la Commission.

- Développement des MoU dans l'EUR25, comme socle de base du partenariat entre l'Etat membre et les Institutions communautaires ;
- Développement et mise au point des types de partenariat proposés.

3. RELAIS ET RESEAUX

On rappellera pour mémoire que dans sa communication du 2 juillet 2002, la Commission avait fait part de son souhait de définir "*un nouveau cadre d'action plus cohérent pour les relais et réseaux afin de mieux valoriser leur rôle dans le cadre de la nouvelle stratégie, et de préparer leur extension aux futurs Etats membres*".

La Commission s'appuie, pour la réalisation de ses activités d'information du citoyen, sur un réseau de plus de 1.000 relais d'information.

Il s'agit principalement des Info-Points Europe et Carrefours d'information et d'animation rurales, des centres de documentation européenne (CDE) et autres centres de référence universitaires (au total environ 780). En outre, la Commission bénéficie du réseau des 550 conférenciers de *Team Europe*. L'ensemble de ces réseaux a vocation à s'étendre : environ 100 organismes de l'EUR15 se sont spontanément portés candidats à devenir relais en 2004.

⁸ Les articles 53 à 57 du Règlement financier encadrent strictement ces possibilités de délégation, qui supposent au cas d'espèce la mise en place d'une gestion centralisée indirecte selon le schéma de partenariat de gestion.

Tel qu'annoncé dans la communication du 2 juillet 2002 une évaluation globale de l'ensemble des relais et réseaux ("stocktaking evaluation") a été effectuée en 2003 afin d'aider la Commission à définir un modèle de relais d'information de deuxième génération correspondant mieux aux besoins d'information actuels du citoyen.

Le but de l'évaluation était triple:

- effectuer un examen et analyse détaillés du système actuel;
- évaluer les expériences antérieures et l'efficacité actuelle;
- identifier les possibles améliorations sur la base des résultats de l'évaluation.

Le taux de réponse obtenu dans le cadre de cet exercice⁹ permet de garantir la fiabilité des résultats.

Parmi ces résultats, établis sur la base d'analyses quantitatives et qualitatives, les plus significatifs sont les suivants:

- 1) 91,3% des Représentations de la Commission dans les États membres ayant répondu (taux de réponse de 100%) jugent que les relais et réseaux sont utiles, voire très utiles, comme instruments multiplicateurs d'information du grand public. Ils permettent ainsi aux Représentations de remplir l'une de leurs missions prioritaires;
- 2) sur les 92% des relais d'information ayant participé à l'évaluation, plus de 80% affirment pouvoir compter sur le soutien politique de leurs autorités nationales au niveau local et/ou régional. Ceci témoigne de l'important soutien apporté par les États membres au travail des relais;
- 3) ce résultat est corroboré par les structures hôtes ayant répondu (66%), qui évaluent positivement (à plus de 85%):
 - l'importance des relais pour informer les citoyens sur l'Europe,
 - la valeur ajoutée des relais pour leur propre institution ainsi que
 - leur propre intérêt à soutenir un relais.
- 4) outre le soutien politique et financier, les relais peuvent compter sur un solide appui opérationnel (technique, logistique, matériel, administratif) de leurs structures hôtes: soutien administratif pour la production de matériel d'information ciblé sur les besoins locaux (dans 90% des cas) et soutien promotionnel (quelque 80% des structures hôtes font la promotion des actions de leurs relais dans les médias). En outre, les trois quarts affirment avoir l'intention d'augmenter la capacité de leurs relais pour répondre aux besoins des utilisateurs en matière d'information et documentation.

En résumé, les résultats de l'**évaluation** - fonctionnement et valeur ajoutée pour la diffusion du message de l'Union - démontrent largement que ces relais sont hautement proactifs et que, dans les États membres, tant les autorités nationales, locales ou régionales, que les structures

⁹

Représentations de la Commission européenne.....	100 %
Relais d'information: Carrefours, Info-Points, centres interrégionaux.....	92 %
Team Europe.....	50 %
Centres de documentation européenne et leurs organisations-hôtes.....	59 %
Autres organisations-hôtes.....	66 %

hôtes des relais et les Représentations de la Commission les considèrent comme des canaux d'information cruciaux pour les citoyens.

La « stocktaking evaluation » nous confirme donc dans la stratégie définie déjà en 2002, de vouloir donner aux IPE et les Carrefours un rôle clé dans le développement de la seconde génération de ses fournisseurs d'informations¹⁰.

L'élargissement de l'UE amène aujourd'hui la Commission à mieux rationaliser ses relais et réseaux. Ceci passe notamment par l'élaboration d'une dénomination et d'un logo identique pour l'ensemble des relais et réseaux. Cette dénomination pourrait reprendre le terme générique d'*Europe Direct*. Cette dénomination recouvrirait ainsi l'ensemble des services offerts par la Commission pour diffuser l'information et répondre aux questions des citoyens, qu'il s'agisse d'un numéro de téléphone gratuit, du site d'information *Europa* ou d'un relais local de proximité.

Ces relais bénéficient d'ores et déjà d'une importante assistance technique multiforme : fourniture gratuite de documentation et publications « grand public » (environ 1.500.000 exemplaires par an – EUR 15), accès à « l'internet des relais et réseaux », services spécialisés d'assistance via un help desk des relais et réseaux (pour un coût annuel d'environ 1.500.000€ - EUR 15), cours gratuits de formation du personnel (800 journées/homme par an – EUR 15), actions d'animation et de mise en réseaux notamment des réunions périodiques de coordination, visites, programmes d'échanges pour le personnel des relais (plus de 1.000 journées/homme par an – EUR 15) et des produits d'information originaux ciblés sur leurs besoins spécifiques.

Parmi ces relais et réseaux, les structures-hôtes des 266 Info-Points Europe et Carrefours d'information et d'animation rurales ont reçu de la Commission, jusqu'en 2003 compris, un apport additionnel sous forme d'une subvention directe et forfaitaire de fonctionnement, de l'ordre de 20.000 euros par an.

3.1. Info-Points Europe et Carrefours d'information et d'animation rurales

Lors de sa réunion du 26 novembre 2003, la Commission, suite à la confirmation de l'accord de l'Autorité budgétaire dégagé lors de la conciliation budgétaire du 24 novembre 2003, a autorisé pour la seule et dernière année, en 2004, le financement des structures-hôtes des IPE et des Carrefours par le biais de subventions de fonctionnement sur la base d'une décision transitoire *ad hoc* qui déroge au principe de l'appel à propositions inscrit dans le RF.

En vue de l'élaboration du nouveau cadre d'action pour les relais et réseaux (2ème génération) dans le cadre EUR25, la Commission considère utile de réévaluer le mérite du réseau actuel, en vue de son développement dans les nouveaux Etats membres. A cette fin, il est proposé de moderniser leur gestion, tout en tenant compte de la disparité de situations qui prévaut à l'heure actuelle dans le cadre de l'Union élargie. En effet, l'EUR 15 bénéficie déjà d'un réseau préconstitué alors qu'un tel réseau doit être créé dans l'EUR 10. Il est dès lors nécessaire de différencier le type de gestion prévu selon la zone considérée.

Il est ainsi proposé de lancer un appel à propositions (gestion directe) pour l'EUR 15, permettant ainsi aux IPE et Carrefours actuels de valoriser leur expérience dans le cadre d'une concurrence ouverte, sauf pour les pays de l'EUR 15 qui souhaiteraient bénéficier de la

¹⁰ Voir COM(2002) 350 du 2.7.2002

gestion centralisée indirecte, leur confiant la responsabilité de lancer eux-mêmes un tel appel à propositions .

Il est proposé pour l'EUR 10 de ne procéder que par gestion centralisée indirecte, afin de se baser dans chaque nouvel Etat membre sur l'expertise des autorités nationales quant à leurs besoins spécifiques en ce qui concerne la création de ces nouveaux relais et réseaux.

Ces deux systèmes seraient lancés de manière concomitante pour une période similaire de quatre ans, à l'issue de laquelle ils seront revus à la lumière de l'expérience.

Pour la bonne compréhension de la solution préconisée, il est utile de préciser les détails de gestion des deux systèmes en cause, qui devront tous deux être basés sur une décision de la Commission comportant les mêmes critères et dispositions pour la sélection et le financement de ce nouveau réseau.

3.1.1. Choix d'un nouveau réseau - Gestion directe

En application des principes d'égalité de traitement et de transparence, la sélection des structures-hôtes des relais bénéficiaires, à partir de 2005, d'une subvention de fonctionnement, passe obligatoirement par le lancement d'un appel à propositions.

Les critères de sélection et d'attribution, ainsi que les dispositions en matière financière et de contrôle, doivent être définis dans une décision de la Commission. Afin d'assurer la stabilité du réseau et la continuité de ses actions d'information et de communication, l'appel à propositions pourrait être lancé sur une base pluriannuelle (quatre ans). Dans ce cadre, des conventions de partenariat (conventions cadre) pourraient être passées pour la même période avec l'ensemble des bénéficiaires.

L'ordonnateur approuverait les programmes de travail et mettrait en œuvre les conventions spécifiques annuelles assorties à ces conventions cadre.

On notera, pour mémoire, que l'ensemble des conventions devra être signé, conformément à l'article 112.2 RF, avant le 30 avril 2005.

3.1.2. Choix d'un nouveau réseau - Gestion centralisée indirecte

Cette option revient à mettre en place un schéma de gestion centralisée indirecte dans lequel la mise en œuvre des activités et la gestion du réseau serait confiée aux Etats membres.

Pour être mise en œuvre, cette option devrait se fonder sur une décision de la Commission, requise pour encadrer la délégation aux Etats membres qui seront alors chargés de la gestion et de l'animation du réseau des relais, ce qui n'exonère pas la Commission de ses responsabilités en matière de contrôle (articles 54.2.c) RF et 38 et 39 ME). Cette décision devra comporter les mêmes critères de sélection et d'attribution ainsi que les dispositions financières pertinentes que la décision prévue pour le système de gestion directe.

Suite à l'adoption par la Commission de cet acte de base (Beschluss), les Etats membres devront désigner les entités susceptibles de bénéficier de cette délégation de gestion (article 39.3 ME). Sur la base de cette désignation, la Commission devra prendre les actes de délégation nécessaires (conventions de délégation, article 41 ME). Cet encadrement pluriannuel fixé, des conventions de mise à disposition des fonds pourront annuellement matérialiser les transferts de fonds correspondants aux subventions de fonctionnement des structures-hôtes de ce nouveau réseau de relais (article 160 ME).

Mais pour ce faire, il revient aux Etats membres (aux entités bénéficiaires de cette délégation) d'appliquer le RF de l'UE pour la sélection de ces nouveaux relais susceptibles de bénéficier d'une subvention de fonctionnement. En effet, ce système fait des Etats membres un simple intermédiaire dans l'application du RF : ils devront donc procéder eux-mêmes par appel à propositions à la sélection de ces nouveaux relais et réseaux.

Mise en œuvre des deux options relatives à la gestion de ce type de relais et réseaux.

3.2. Grands Centres

La Commission s'appuie sur trois Grands Centres nationaux, situés à Lisbonne, Paris et Rome. Elle est membre fondateur de ces trois centres, constitués sous forme de groupements d'intérêt économique européen (Lisbonne et Rome) ou de groupement d'intérêt économique (Paris), et financés à parité avec les Etats membres concernés. Elle siège dans toutes leurs instances dirigeantes.

Lors de sa réunion du 11 novembre 2003, la Commission a confirmé qu'en l'espèce la contribution communautaire est assimilable à une cotisation en tant que membre du groupement et n'est dès lors pas soumise aux dispositions applicables aux subventions. C'est sur cette base que la Commission a renouvelé la convention du Grand Centre *Sources d'Europe* à Paris, le 15 mars dernier.

Il apparaît cependant nécessaire de procéder à une évaluation globale de l'utilité et de l'impact des actions menées par ces trois Grands Centres avant d'envisager un développement de ses structures à l'échelle de l'Union élargie. Cette évaluation sera disponible dans le courant du deuxième semestre 2004.

De manière plus générale, cette question sera abordée dans le cadre, plus vaste, des orientations relatives à la participation de la Commission dans des organismes de droit privé, qui seront examinées très prochainement par la Commission.

Tout développement ou évolution de ces Grands Centres est donc soumis au respect de ces deux conditions préalables.

Conduite d'une évaluation globale des trois Centres existants et respect des obligations liées aux orientations de la Commission sur sa participation à des organismes de droit privé.

3.3. Centres PHARE

Des relais d'un type particulier existent à l'heure actuelle dans huit des dix futurs Etats membres. Il s'agit de Centres d'information de l'UE (PHARE) situés dans les capitales des pays concernés et financés à l'heure actuelle intégralement sur base des crédits PHARE.

Ces Centres n'auront plus d'existence légale au 31 décembre 2004. Ils ne pourront pas, en tout état de cause, être repris par la Commission.

En effet, plusieurs parmi les différentes fonctionnalités assurées par ces Centres seront, en partie, intégrées dans les nouvelles Représentations (contact avec la presse ...) et, en partie, sous-traitées à des sociétés externes sélectionnées par appel au marché (média monitoring). Si les Etats membres concernés le souhaitent, ils peuvent reprendre ces Centres en assurant leur financement en totalité.

Confirmation de la non reprise par la Commission des Centres d'information de l'UE (PHARE) des nouveaux pays membres.

4. AUTRES INSTRUMENTS ET OUTILS DE COMMUNICATION

L'écrasante majorité des opinions publiques en Europe reste très mal informée des questions européennes : selon les derniers résultats d'*Eurobaromètre* (EUR15), 72 % des citoyens reconnaissent ne rien savoir ou très peu de l'Union européenne.

C'est sur la base de ce constat que doit s'analyser l'utilité, la fonctionnalité et la valeur ajoutée des instruments et outils de communication de la Commission, qui vont devoir se développer par rapport aux besoins divers et multiples de 450 millions de personnes.

4.1. Audiovisuel

La télévision et la radio restent, de loin, les vecteurs d'information préférés des différentes opinions publiques en Europe, y compris dans les 10 nouveaux Etats membres. Le très fort accroissement de l'offre radio et télévisée (pour la seule EUR 15 existent plus de 1.100 chaînes de télévision nationales et 1.900 locales ou régionales, pour le 10, les chiffres seraient, respectivement, de 166 et 264), rend cependant plus complexe leur utilisation. Toucher « le grand public » avec les moyens limités par rapport aux coûts qu'impliquerait la réalisation d'un tel objectif nécessite d'élaborer des stratégies médias susceptibles de mieux ajuster l'offre de messages aux cibles visées et d'utiliser une masse critique de moyens vers les cibles multiplicateurs : professionnels de l'information (EbS et studios et médiathèque), décideurs et public intéressé par la politique (Euronews et chaînes d'information transnationales), tout en poursuivant une politique active de diversification de cofinancement d'actions (appels à propositions) vers des cibles diversifiées appartenant au «grand public ».

4.1.1. Des outils en cours d'adaptation

L'essentiel de la stratégie de communication audiovisuelle continuera à s'articuler autour des outils d'information destinés aux médias et aux professionnels de l'information : développement d'*Europe by Satellite* (EbS), de l'assistance aux médias électroniques et de la Médiathèque. L'ensemble est en cours de développement en format digital et l'offre de services en ligne ne cesse de croître.

En effet, l'ouverture de cette activité aux nouveaux Etats membres nécessite l'extension de la couverture de l'ensemble des événements européens à ceux-ci sur la même base que la prestation aujourd'hui assurée à l'échelle EUR15. Il en va de même pour l'activité de production en studio, qu'il s'agisse du développement d'un programme de coproduction adapté aux producteurs et/ou diffuseurs des nouveaux pays membres ou de la capacité de formation aux techniques audiovisuelles des membres ou du personnel de la Commission en provenance de ces pays.

Le développement d'*EbS* pour émettre et de son site internet en 21 langues - avec la possibilité d'aller au-delà à moyen terme - est d'ores et déjà en cours. De même des contrats-cadres sont négociés pour permettre un travail de production TV rapide et efficace dans l'EUR25.

Outil interinstitutionnel, *EbS* participe activement à une meilleure couverture télévisuelle des thèmes d'information prioritaires décidés au niveau du GII, à l'échelle de l'EUR25. La qualité

et la variété de ses productions fait qu'EbS est devenu, du fait de la demande pour ses services, le 8^{ième} fournisseur de l'Eurovision (EBU) sur une centaine de fournisseurs.

En outre, les séminaires d'information seront multipliés pour les journalistes de l'Union. Ces séminaires forment actuellement essentiellement des journalistes ressortissant des nouveaux Etats membres.

4.1.2. *Une approche plus dynamique*

Dans le contexte de l'élargissement, il est également indispensable de rechercher une plus grande adéquation entre les cibles envisagées et les moyens disponibles. Cette approche plus dynamique requiert à la fois le développement d'outils opérationnels offrant une meilleure connaissance du marché médiatique, des moyens renforcés pour mieux évaluer les besoins d'information variés et évolutifs des différents groupes de population et de mettre en place des stratégies média permettant de mieux sélectionner les médias en fonction des messages à véhiculer et des cibles à atteindre.

Il est ainsi proposé de poursuivre, tout en améliorant les modalités de gestion et de sélection, le cofinancement de programmes audiovisuels sur l'UE par le biais d'appels à propositions. Une telle approche, développée en 2003 avec un appel à propositions de 8,5 millions d'euros, a permis de cofinancer plus de 40 émissions de radio et de télévision dans l'EUR15. Un appel à proposition, dont les modalités sont en cours de standardisation afin de limiter les besoins en ressources humaines, sera lancé en 2004 par les Représentations EUR15, et par le centre, en coopération avec les REP, en 2005.

De même, l'initiation d'une coopération multilatérale entre les différentes chaînes parlementaires ou politiques de l'EUR25, conformément au souhait du Parlement exprimé par le rapport de M. Andreasen¹¹ et confirmé dans le rapport de M. Bayona¹² est en cours d'étude. Ce projet dénommé dorénavant *Channel Europe* a pour objectif, dans un premier temps, de faciliter la coopération entre ces chaînes afin qu'elles puissent, de plus en plus, faire accéder leurs téléspectateurs à l'information politique en provenance des autres Etats membres et des Institutions de l'union. A terme cela pourrait déboucher vers une chaîne d'information politique européenne. Des recommandations concrètes relatives à ce projet pourront être émises encore au cours de cette année 2004.

4.1.3. *EuroNews*

La Communication de la Commission du 9 juillet 2003 requerrait une évaluation ad hoc de l'aide communautaire à la chaîne Euronews. Cette évaluation a été effectuée par la société indépendante spécialisée Deloitte and Touche à la suite d'un appel d'offres¹³. Elle est positive. Ses principales conclusions sont les suivantes:

« Euronews is clearly relevant to EU Objectives.

“It is effective in achieving the objectives of providing EU-perspective information to a large number of people in several languages. Its effectiveness is inevitably limited by financial constraints.

¹¹ Résolution du 13 mars 2002 P5_TA(2002)0109.

¹² Résolution du 10 avril 2003 P5_TA(2003)0187.

¹³ « Evaluation of Conventions and co-financing projects with Euronews in the period 1993-2003 » Draft Final report DG Budg/2000/S 203-130610, European Commission, DG PRESS, March 2004.

“It is efficient as a partner for the Commission compared to comparable alternatives and to industry norms.

“Its utility is demonstrated by (limited) polling evidence of viewer attitudes, but it is again dependant on financial capacity...

“...Given Euronews’ unique nature and position, we are of the opinion that no other pan-European channel would have been appropriate or efficient as an alternative for the partnership between the Commission and Euronews. Its average cost per hour of broadcasting is extremely low compared to European average costs of public service broadcasters.”

Ces appréciations positives sont, en résumé, basées sur les éléments suivants :

- En premier lieu, le succès d’Euronews en termes de diffusion et d’audience et son ancrage fort dans le paysage audiovisuel européen.

Depuis 1993, date de ses premières émissions Euronews s’est développé dans un marché en évolution très rapide, tant du point de vue de l’offre que des technologies. Ainsi, alors que le nombre de chaînes de diffusion nationale ou transnationale est passé de 190 chaînes en 1993, à 1.132 chaînes¹⁴ en 2003, Euronews a pu étendre son réseau de diffusion de 35 millions à 151 millions de ménages. La chaîne est maintenant diffusée, en 7 langues dont le russe, par câble et satellite dans 78 pays, particulièrement en Europe et dans les pays du voisinage de l’UE (Est européen, Moyen Orient, Maghreb). Son audience s’est aussi accrue très fortement atteignant, fin 2003, plus de 7.1 millions de personnes par jour (contre 5.6 millions en 2000).

Par ailleurs, le website d’Euronews attire plus de 500.000 visiteurs par mois qui visitent plus de 4 millions de pages et téléchargent 3000 heures d’information vidéo.

En matière d’information européenne, Euronews est devenu la chaîne de référence dans le paysage audiovisuel de l’UE et des pays de son voisinage.

En second lieu, Euronews apparaît comme la chaîne de télévision aux coûts les plus bas dans le paysage européen.

En effet, selon les études disponibles, le coût par heure de diffusion d’Euronews est nettement inférieur à celui des autres chaînes de télévision¹⁵. Ainsi, les fonds communautaires, en 2004 de 3.6 millions d’euros, permettront de cofinancer 112 heures de productions nouvelles et 1.426 heures de diffusion d’émissions européennes, soit 4 heures d’information vues **chaque jour** par plus de 7.1 millions de spectateurs.

Il ne semble pas qu’il y ait un autre outil d’information susceptible d’obtenir un tel rapport qualité/rendement/coût.

En conclusion, **à moyen et long terme**, il apparaît donc comme tout à fait justifié et cela est recommandé par les évaluateurs, de conserver Euronews comme l’un des partenaires de la Commission dans le cadre de la mise en œuvre de sa stratégie audiovisuelle.

¹⁴ Cf. « La télévision transfrontière dans l’union européenne : impact sur les marchés et aspects juridiques » Observatoire Européen de l’Audiovisuel, Conseil de l’Europe, mars 2004.

¹⁵ Mac Kinsey & Company : « Organisatie-en efficiëntieverbeteringen Publieke Omroep », 2003.

Pour ce faire, une méthode compatible avec les règles financières consisterait à entrer dans une logique de marché. Une stratégie en matière de communication audiovisuelle étant définie, il est possible de confier à Euronews une partie de son exécution sous forme d'un marché de services négocié. Un tel marché pourrait être conclu pour les années 2005 et suivantes, conformément aux normes applicables aux marchés publics en matière de services culturels¹⁶.

Une telle approche permettrait par ailleurs d'éviter tout problème relatif à des aspects de concurrence. Tout d'abord parce que la procédure de marché public de service appartient au droit communautaire, ensuite parce qu'elle permet d'éviter toute surcompensation du service rendu.

Pour les années 2005-2007, la contribution communautaire serait de l'ordre de 9 à 12 millions d'euros sur les 3 ans.

A court terme, dans le cadre de l'élaboration du budget 2004, le PE a doté la ligne 16.02.02 « *Information du citoyen par les médias* » de 8.165.000 euros, en mettant 2 millions en réserve assortie du commentaire suivant :

« Une partie de ce crédit peut-être alloué à EuroNews, dans le respect des dispositions du RF. Le crédit inscrit en réserve sera libéré sur la base d'une évaluation par le PE, de propositions présentées par la Commission, pour le 1^{er} mai au plus tard, concernant les conditions et objectifs du financement d'EuroNews par le Budget Communautaire. »

Dans cette optique, la Commission pourrait décider d'attribuer à Euronews, en 2004 et sur le budget de 2004, une subvention de fonctionnement d'environ 2 millions d'euros¹⁷. Elle porterait la contribution cumulée de la Commission à EuroNews en 2004 à environ 5,4 millions d'euros¹⁸, soit environ 16,9 % du chiffre d'affaires de la chaîne correspondant au pourcentage de temps d'antenne cofinancé par la Commission.

La viabilité financière d'Euronews a fait l'objet d'une analyse positive lors de la procédure d'octroi de la subvention d'actions prise par la Commission en décembre 2003. La situation n'ayant pas changé depuis lors, une telle subvention n'aurait pas pour but d'assurer l'équilibre des comptes d'Euronews, mais en revanche, elle correspondrait aux recommandations faites à la Commission par l'évaluateur. Elle permettrait de contribuer à une accélération du renouvellement de l'outil de production d'Euronews, donc à l'amélioration de son efficacité, de son efficience et ainsi à la poursuite de la croissance de son audience. Par ailleurs, elle serait économiquement rationnelle.

Accorder une telle subvention de fonctionnement en 2004, nécessiterait que la Commission adopte, avant le 30 avril, une décision d'octroi conforme aux modalités du règlement financier¹⁹.

¹⁶ Cf. Directive 92/50/CEE du Conseil du 18 Juin 1992 portant coordination des procédures de passation des marchés publics de services, modifiée par les directives 97/52/CE (Accords OMC) et 2001/78/CE (avis standardisés) qui fait partie intégrante de nos procédures budgétaires et 126.b MODEx.

¹⁷ Article 108§2 du Règlement Financier.

¹⁸ Sur ces 5,4 millions, 0,6 millions sont financés sur le budget 2001 et un peu moins de 3 millions sur le budget 2003.

¹⁹ Particulièrement aux articles 108 (1)b) du Règlement financier et 168 c des modalités d'exécution.

Il conviendra, quelle que soit la décision prise, d'en informer le Parlement sur base d'une présentation motivée au regard des résultats présentés ci-dessus de l'évaluation externe d'Euronews. Si la Commission décide de poursuivre la collaboration avec Euronews au-delà de 2005, il conviendra d'en prévoir les montants ad hoc dans les travaux préparatoires du budget 2005 et des budgets suivants.

- Confirmation du rôle central d'*EbS* et de la gestion en format digital des banques de données ;
- Confirmation de l'approche centralisée de la politique audiovisuelle de la Commission et de l'UE ;
- Extension aux nouveaux Etats membres de la couverture audiovisuelle des grands événements de l'UE ;
- Décision d'octroi de subvention de fonctionnement, conforme aux disposition du règlement financier et de ses modalités d'exécution, pour l'année 2004, dans les meilleurs délais et pour adoption avant le 30 avril 2004 ;
- Définition des nouvelles modalités de collaboration avec Euronews pour les années 2005 et suivantes.

4.2. EUROPA 2ème Génération

Le 6 juillet 2001, la Commission a adopté la communication "*EUROPA 2ème Génération - services WEB avancés aux citoyens, aux entreprises et aux autres utilisateurs professionnels*" [C(2001)1753/2] dans le cadre du programme *eEurope*.

Cette communication avait pour objectif de développer la dimension interactive de cet instrument, de l'adapter à la dimension EUR25 et de le rendre plus accessible, par le biais d'une stratégie de portails, à différentes catégories d'utilisateurs.

Les années 2004 et 2005 seront marquées par le début de la migration des sites de la Commission vers un nouvel environnement de production et de gestion de l'information sur Internet, à condition cependant que les Directions générales y consacrent les ressources nécessaires. Ce processus est une condition indispensable de la réussite de *eCommission*.

Pour répondre aux besoins d'information générale des 450 millions de citoyens européens, la présentation de l'information doit se faire sur les deux premiers niveaux d'accès aux sites d'Europa dans les 20 langues officielles. En outre, une base de données multimédia devra être développée afin d'offrir une information de base à compléter et à adapter localement à la demande du public. Les relais et réseaux de deuxième génération pourraient ainsi utilement évoluer vers des *Cyber-relais* permettant un accès gratuit à l'information et aux services interactifs disponibles sur Europa.

Des portails plus spécifiques seront également développés à l'égard de publics cibles qu'il s'agisse des citoyens se déplaçant dans l'Union (jeunesse, étudiants, personnes à la recherche d'un emploi...), ou des différents publics professionnellement concernés quotidiennement par les activités et réglementations de l'UE.

On notera par ailleurs que les publications de la Commission feront l'objet de plus en plus d'une gestion électronique pour couvrir les besoins en temps réel de l'EUR25 et ainsi minimiser les coûts de stockage.

- Migration des sites de la Commission vers un système avancé de production et gestion de l'information sur Internet ;
- Développement interactif et multilingue d'Europa II, par portails spécifiques cogérés par les Directions générales concernées par le thème.

4.3. Sondages et Europe Direct

4.3.1. Eurobaromètre

L'activité « sondages » de la Commission représente une valeur de référence tendancielle inestimable tant pour l'Union européenne que pour les Etats membres. Cette valeur de référence doit être préservée et garantie à l'échelle de l'EUR25. Il en va en particulier de la fiabilité de l'instrument *Eurobaromètre* (EB).

Aussi a-t-il été décidé la mise en place des deux contrats-cadres *EB* standard/spécial et *EB* Flash qui couvriront chacun les 25 Etats membres. Ces deux outils devraient être opérationnels à l'automne 2004 pour l'*EB* standard/spécial et fin 2004 pour l'*EB* Flash.

Se pose également la question, dans la perspective de l'élargissement, de l'encadrement de cette activité « sondages » et plus particulièrement de l'*Eurobaromètre*. La Commission devrait être en mesure de procéder au contrôle nécessaire au développement de cette activité.

Par ailleurs, la Commission développe des études "*qualitatives*" pour les besoins de toutes les Directions générales qui couvrent déjà les 25 Etats membres (et même les 28) grâce à la signature d'un nouveau contrat-cadre depuis cette année.

4.3.2. Europe Direct (00 800 6 7 8 9 10 11 – <http://europa.eu.int/europedirect>)

Ce service offre un numéro d'appel gratuit ainsi qu'un formulaire électronique pour répondre aux questions des citoyens directement dans leurs langues sur l'ensemble des politiques communautaires. Ce service est d'ores et déjà adapté aux besoins des 25 Etats membres et sera également intégré dans la stratégie d'information et de communication de l'UE à la fois dans sa dimension interinstitutionnelle (contribution à la préparation des prochaines élections européennes) mais aussi dans sa dimension partenariale avec les Etats membres et les différents relais et réseaux de l'UE.

Au plus tard le 1^{er} mai 2004, tous les citoyens des nouveaux Etats membre auront accès au service *Europe Direct*. Un numéro d'appel unique sur le territoire de l'Union élargie sera opérationnel dès le printemps prochain.

Développement d'*Eurobaromètre* et d'*Europe Direct* sur une base interinstitutionnelle au profit de la stratégie d'information et de communication de l'UE.

CONCLUSION

Pour réussir, la stratégie d'information et de communication de l'Union européenne décidée le 2 juillet 2002 doit être arrêtée au niveau politique le plus élevé et reposer elle-même sur les priorités politiques des Institutions.

Les années à venir devront être mises à profit pour consolider l'acquis que représente la stratégie d'information et de communication de l'UE depuis juillet 2002.

En effet, l'élargissement de l'Union ne fait que renforcer la pertinence des concepts de partenariat et de déconcentration qui sous-tendent cette stratégie.

Le succès de sa mise en œuvre dépendra des missions que se donneront la Commission et les Etats membres dans ce domaine toujours croissant de la communication et des ressources disponibles.

Concernant la Commission, il s'agira à la fois de renforcer le rôle d'impulsion, de coordination et de programmation du Centre, mais aussi de mieux définir les missions des Représentations en conformité avec leurs moyens.

FICHE FINANCIERE LEGISLATIVE

Domaine(s) politique(s): 16 – PRESSE ET COMMUNICATION

Activité(s):

16 01 – Dépenses administratives du domaine politique Presse et Communication

16 02 – Information des médias sur les décisions et politiques de la Commission

16 03 – Analyse de l'opinion publique et élaboration de matériel d'information générale pour les citoyens

16 04 – Gestion intégrée des moyens de communication (aux niveaux central et local)

16 05 – Coordination de relais et de réseaux d'information dans l'Union européenne

DENOMINATION DE L'ACTION: MISE EN ŒUVRE DE LA STRATEGIE D'INFORMATION ET DE COMMUNICATION DE L'UNION EUROPEENNE

1. LIGNE(S) BUDGÉTAIRE(S) + INTITULÉ(S)

16 01 04 01 (ex – B3-300A) – Actions générales d'information sur l'Union européenne-
Dépenses pour la gestion administrative

16 01 04 02 (ex – B3-301A) – Relais d'information - Dépenses pour la gestion
administrative

16 01 04 03 (ex - B3-306A) – Actions d'information pour des politiques spécifiques –
Dépenses pour la gestion administrative

16 01 04 04 (ex – B3-303A) – Actions de communication - Dépenses pour la gestion
administrative

16 49 04 01 (ex – B3-300A) – Actions générales d'information sur l'Union européenne-
Dépenses pour la gestion administrative (Crédits de paiements 2004)

16 49 04 02 (ex – B3-301A) – Relais d'information - Dépenses pour la gestion
administrative (Crédits de paiements 2004)

16 49 04 03 (ex - B3-306A) – Actions d'information pour des politiques spécifiques –
Dépenses pour la gestion administrative (Crédits de paiements 2004)

16 49 04 04 (ex – B3-303A) – Actions de communication - Dépenses pour la gestion
administrative (Crédits de paiements 2004)

16 02 02 (ex – B3-3000B) – Information du citoyen par les medias

16 02 03 (ex – B3-3030B) – Communication directe medias

16 02 04 (ex – A-421) – Exploitation des studios TV et équipements audiovisuels

16 03 01 (ex – B3-3000B) – Analyse de l'opinion publique et actions de proximité

16 03 02 (ex – B3-3030B) – Actions de communication

16 04 02 (ex – B3-3000B) – Outils d’information du citoyen

16 04 03 (ex – B3030B) – Outils de communication

16 05 01 (ex – B3-301) – Relais d’information

16 01 02 01 (ex – titre A7) – Personnel externe de la DG PRESS

16 01 02 11 (ex – titre A7) – Autres dépenses de gestion de la DG PRESS

2. DONNÉES CHIFFRÉES GLOBALES

2.1 Enveloppe totale de l’action (ex- partie B) : 63,835 millions d’euros en CE en 2005

2.2 Période d’application:

2004-2006

2.3 Estimation globale pluriannuelle des dépenses:

a) Echancier crédits d’engagement/crédits de paiement (intervention financière) (cf. point 6.1.2)

en millions d’euros (à la 3^{ème} décimale)

Lignes 16 02 à 16 05	2004	2005	2006	Total
Crédits d’engagement (CE)	60,705	59,050	59,450	179,205
Crédits de paiement (CP)	51,900	53,200	53,200	158,300

b) Assistance technique et administrative (ATA) et dépenses d’appui (DDA) (cf. point 6.1.2)

en millions d’euros (à la 3^{ème} décimale)

Lignes 16 01 04	2004	2005	2006	Total
Crédits d’engagement (CE)	4,464	4,785	4,785	14,034
Crédits de paiement (CP)	2,869	4,785	4,785	12,439

Sous-total a+b	2004	2005	2006	Total
Crédits d’engagement (CE)	65,169	63,835	64,235	193,239
Crédits de paiement (CP)	54,769	57,985	57,985	170,739

c) Incidence financière globale des ressources humaines et autres dépenses de fonctionnement
(cf. points 7.2 et 7.3)

	2004	2005	2006	TOTAL
CE/CP	1,300	1,300	1,300	3,900

TOTAL a+b+c	2004	2005	2006	TOTAL
CE	66,469	65,135	65,535	197,139
CP	56,069	59,285	59,285	174,639

2.4 Compatibilité avec la programmation financière et les perspectives financières

Proposition compatible avec la programmation financière existante

2.5 Incidence financière sur les recettes

Aucune implication financière sur les recettes

3. CARACTÉRISTIQUES BUDGÉTAIRES

Nature de la dépense		Nouvelle	Participation AELE	Participation pays candidats	Rubrique PF
DNO	CD/CND	NON	NON	NON	3 et 5

4. BASE LÉGALE

Les activités concernées relèvent des prérogatives institutionnelles de la Commission.

5. DESCRIPTION ET JUSTIFICATION

5.1 Nécessité d'une intervention communautaire

5.1.1 Objectifs poursuivis

Lors de sa réunion du 11 novembre 2003, la Commission a pris acte du fait "que M. Vitorino lui soumettra, (...) , une communication concernant la mise en œuvre de la stratégie d'information et de communication au-delà de 2004".

On entend par stratégie d'information et de communication, le cadre de référence de la communication grand public (et non pas toutes les actions d'information de la Commission) tel que défini dans la communication de la Commission du 2 juillet 2002 sur « une stratégie d'information et de communication pour l'Union européenne » [COM(2002)350 final].

Cette **stratégie**, basée à la fois sur un renforcement de la coopération interinstitutionnelle et sur le développement de partenariats structurés avec les Etats-membres, a été soutenue par le Conseil dans ses conclusions du 10 décembre 2002 et par le Parlement européen dans sa résolution du 10 avril 2003, à la suite du rapport Bayona.

Son objectif principal consiste à "améliorer la perception de l'Union européenne et de ses Institutions et de leur légitimité en approfondissant la connaissance et la compréhension de ses missions, de sa structure et de ses réalisations et en établissant un dialogue avec les citoyens".

Ceci passe par un renforcement de la planification des actions d'information dans le cadre de la coopération interinstitutionnelle, et par une clarification des procédures de mise en œuvre.

Cette mise en œuvre doit se développer dans un contexte nouveau caractérisé d'une part par les conséquences de l'application du nouveau Règlement financier et de ses modalités d'exécution et d'autre part par la nécessaire adaptation des moyens disponibles dans la perspective de l'élargissement.

5.1.2 Dispositions prises relevant de l'évaluation ex ante

La mise en œuvre de la stratégie proposée repose sur l'ensemble des sondages d'opinions et études disponibles à la DG PRESS. Plus particulièrement, la présente communication (point I.2.) se base sur le « Rapport d'étude qualitative relative à l'orientation de la communication de l'UE » produit par la société OPTEM en janvier 2004. Cette étude confirme la nécessité absolue de structurer la communication de la Commission autour d'exemples concrets traduisant les objectifs politiques de l'Union européenne.

5.1.3 Dispositions prises à la suite de l'évaluation ex post

La fonction « Evaluation » ayant été créée en octobre 2003 au sein de la DG PRESS, le plan de gestion de la DG PRESS définira chaque année les principaux axes de l'évaluation à développer.

5.2 Actions envisagées et modalités de l'intervention budgétaire

Les lignes budgétaires concernées relèvent du Domaine politique « Presse et communication » (titre 16).

Les actions envisagées concernent essentiellement les actions générales d'information via le partenariat avec les Etats membres, la question du financement des relais et réseaux de l'UE, ainsi que les moyens de communication centralisés et déconcentrés dont la Commission dispose.

Les modalités de gestion proposées pour le partenariat avec les Etats membres (voir point 5.3 ci-dessous) peuvent également être utilisées pour la mise en œuvre des actions d'information prioritaire PRINCE²⁰.

²⁰

- Débat sur l'avenir de l'Union européenne (ligne budgétaire 25 03 02),
- Stratégie d'information et de Communication / Elargissement (ligne budgétaire 22 04 01),
- Espace de liberté, de sécurité et de justice (ligne budgétaire 18 08 01),
- Communication relative à l'Union économique et monétaire, y compris l'euro (ligne budgétaire 01 02 04),
- Rôle de l'Union européenne dans le monde (ligne budgétaire 16 04 05).

5.3 Modalités de mise en œuvre

Les objectifs seront poursuivis principalement à travers trois types d'intervention :

– Partenariat avec les Etats membres :

Dans le cadre de la Communication de la Commission du 2 juillet 2002 sur une Stratégie d'information et de communication pour l'Union européenne (COM(2002)350 final), et par référence aux dispositions du nouveau Règlement financier, la mise en œuvre des actions d'information et de communication via les Etats membres repose sur un partenariat, entre la Commission et les Etats membres, c'est à dire sur une mise en commun, autour d'un plan de communication agréé, des capacités d'action respectives de chacune des parties.

Trois options de partenariat sont envisageables :

- (1) **Partenariat de gestion** : système mis en oeuvre par une gestion centralisée indirecte qui confie, via une décision de la Commission, la gestion des activités d'information aux Etats membres.
- (2) **Partenariat ponctuel** : simple cofinancement d'actions spécifiques mises en œuvre par les Etats membres. Ceux-ci sont les bénéficiaires finaux de subventions (octroyées sur la base d'une décision de la Commission²¹) et non pas intermédiaires dans la mise en œuvre de la stratégie. Cette option comporte la possibilité d'appliquer le schéma convention-cadre (assortie de conventions spécifiques) pour une période de 4 années.
- (3) **Partenariat stratégique** : le financement des actions se fait de façon séparée mais complémentaire sur la base d'un plan de communication commun.

– Relais et réseaux:

La Commission s'appuie, pour la réalisation de ses activités d'information du citoyen, sur un réseau de plus de 1.000 relais d'information. Seuls les Info-Points Europe (IPE) et Carrefours d'information et d'animation rurales, au nombre de 266 en 2004, sont susceptibles de bénéficier d'une subvention (de fonctionnement) communautaire.

En vue de l'élaboration de ce nouveau cadre d'action pour les relais et réseaux (2ème génération) dans le cadre EUR25, la Commission maintiendra l'aide octroyée à ces entités sous la forme d'assistance technique cumulée avec des aides directes au fonctionnement de ces structures. Les modalités de gestion envisagées de ces aides sont les suivantes :

- (1) **EUR 15 : gestion directe** (lancement d'un **appel à propositions** pour la sélection des structures-hôtes des relais et réseaux, conformément aux normes du RF) ou **gestion centralisée indirecte**, pour les Etats membres qui le souhaitent ;
- (2) **EUR 10 : gestion centralisée indirecte** (la mise en oeuvre des relais serait confiée aux Etats membres qui l'acceptent via une décision de la Commission).

²¹ Destinée à valider la situation de monopole de droit ou de fait du bénéficiaire de la subvention (Etat membre) en fonction de l'action envisagée.

La Commission s'appuie également sur trois Grands Centres nationaux, situés à Lisbonne, Paris et Rome, dont elle est membre fondateur. Ils sont constitués sous forme de groupements d'intérêt économique européen (Lisbonne et Rome) ou de groupement d'intérêt économique (Paris), et financés à parité avec les Etats membres concernés.

Pour faire face aux besoins du développement de la stratégie d'information et de communication et pour répondre aux souhaits déjà exprimés de plusieurs Etats membres, il est proposé de se fixer comme objectif, à partir des trois Grands Centres existants et avant d'envisager un développement de ces structures à l'échelle de l'Union élargie, de procéder à une évaluation globale de l'utilité et de l'impact des actions menées par les Grands Centres actuels. En outre, des orientations relatives à la participation de la Commission dans des organismes de droit privé feront l'objet d'une communication du Secrétariat général, qui sera soumise au Collège incessamment. Tout développement ou évolution de ces Grands Centres est donc soumis au respect de ces deux conditions préalables.

– **Synergie des moyens d'action de la Commission**

Pour compléter les actions décrites ci-dessous, la Commission dispose également de plusieurs moyens d'action.

(1) Instruments et outils de communication :

- Audiovisuel :
 - Renforcement de la coopération multilatérale entre les différentes chaînes parlementaires ou politiques (projet Channel Europe) ; après l'analyse en cours, des recommandations concrètes seront émises en 2004 ;
 - Recours au cofinancement de programmes audiovisuels sur l'UE par le biais d'appels à propositions ;
 - Maintien des séminaires d'information pour les journalistes ;
 - Etablissement d'une base de coopération future avec EuroNews sur la base d'une subvention de fonctionnement en 2004 (nécessitant une décision de la Commission) et d'une procédure de marché négociée à partir de 2005.
- EUROPA 2^{ème} génération : migration des sites de la Commission vers un système avancé de production et de gestion de l'information sur Internet et développement interactif et multilingue d'Europa II (en cours).
- Sondages, notamment Eurobaromètre : adaptation à une Union élargie (en cours)
- Maintien d'Europe Direct (service d'appel gratuit pour répondre aux questions des citoyens en leur langue sur l'ensemble de l'activité communautaire).

(2) Représentations de la Commission dans les Etats membres (p.m.) :

La transformation des délégations dans les nouveaux Etats membres en Représentations, devrait aboutir en août 2005 à un réseau homogène de Représentations. Les nouvelles Représentations poursuivront après cette période une montée en puissance progressive.

Les options de référence reprises pour calculer l'incidence financière et sur les effectifs et dépenses administratives (points 6 et 7 ci-après) sont les suivantes :

Pour le partenariat avec les Etats membres :

- Partenariat de gestion : il implique la préparation au siège des instruments juridiques/financiers et leur négociation avec les autorités publiques des Etats membres par les Représentations, leur exécution et leur contrôle restant de la responsabilité des services ordonnateurs (pas de subdélégation des lignes PRINCE).

Pour les relais (Info-Points et Carrefours ruraux) :

- Gestion centralisée indirecte (pour les pays EUR 10 et les pays EUR 15 qui le souhaitent) et appel à propositions (pour les pays EUR 15 qui ne souhaitent pas bénéficier d'une gestion indirecte).

Pour l'audiovisuel (EuroNews) :

- Subvention de fonctionnement en 2004 (nécessité d'une décision d'octroi de la Commission) et marchés de services à partir de 2005.

6. INCIDENCE FINANCIÈRE

6.1 Incidence financière totale concernant la partie opérationnelle (ex-partie B).

6.1.1 Intervention financière

Crédits d'engagement en millions d'euros (à la 3^{ème} décimale)

	2004	2005	2006	TOTAL
16.02 02 Information du citoyen par les médias	10,165	9,000	9,000	28,165
	8,100 (*)	9,000 (*)	9,000 (*)	26,100 (*)
16.02 03 Communication directe par les médias	2,710	2,600	3,000	8,300
	1,000 (*)	1,100 (*)	1,100 (*)	3,200 (*)
16.03 01 Analyse de l'opinion publique et actions de proximité	6,800	8,000	8,000	22,800
	4,585 (*)	6,000 (*)	6,000 (*)	16,585 (*)
16.03 02 Action de communication	9,890	8,650	8,650	27,190
	1,000 (*)	1,000 (*)	1,000 (*)	3,000 (*)
16.04 02 Outils d'information au citoyen	9,650	7,300	7,300	24,250
	2,460 (*)	2,500 (*)	2,500 (*)	7,460 (*)
16.04 03 Outils de communication	4,400	5,750	5,750	15,900
	2,150 (*)	3,450 (*)	3,450 (*)	9,050 (*)
16.05 01 Relais d'information	17,100	17,750	17,750	52,600
	7,682 (*)	15,782 (*)	15,782 (*)	39,246 (*)
TOTAL	60,715	59,050	59,450	179,205
	26,977 (*)	38,832 (*)	38,832 (*)	104,641 (*)

(*) Les montants en italique font partie des crédits renseignés pour chaque ligne et correspondent à l'impact budgétaire présenté dans le tableau 6.2.

6.1.2 Assistance technique et administrative (ATA) et dépenses d'appui (DDA)

Crédits d'engagement en millions d'euros (à la 3^{ème} décimale)

	2004	2005	2006	TOTAL
16.01 04 01 General information work concerning the European Union – Expenditure on administrative management (ex B3-300A)	0,180	0,180	0,180	0,540
16.01 04 02 Information outlets – Expenditure on administrative management (ex B3-301A)	0,292	0,325	0,325	0,942
16.01 04 03 Information programme for European citizens (Prince) Information activities in connection with specific policies – Expenditure on administrative management (ex B3-306A)	2,592	2,880	2,880	8,352
16.01 04 04 Communication work - Expenditure on administrative management (ex B3-303A)	1,400	1,400	1,400	4,200
TOTAL	4,464	4,785	4,785	14,034

6.2. Calcul des coûts par mesure envisagée

Crédits d'engagement en millions d'euros (à la 3^{ème} décimale)

Ventilation	Type de réalisations	Nombre de réalisations	Coût unitaire moyen	Coût total 2005
	1	2	3	4=(2X3)
<u>16 02 02</u> <u>Information du citoyen par les medias</u>				<u>9,000</u>
Euronews	Financement de coproduction	Une convention à signer en 2005	4,000 (montant annuel)	4,000
Autres actions audiovisuelles	Appel à propositions audiovisuelles	1 (via divers contrats cadres)		4,400
	Séminaires d'information pour journalistes	nombre variable (sur la base d'un contrat-cadre)		0,600
<u>16 02 03</u> <u>Communication directe medias</u>				<u>1,100</u>
Autres actions audiovisuelles	Capacités de production pour couvrir l'actualité	1 (via plusieurs contrats cadres)		1,100

<u>16 03 01</u>				
<u>Analyse de l'opinion publique et actions de proximité</u>				
Partenariats avec les Etats membres (1)	Conventions de partenariat	8		<u>6,000</u>
Sondages	Eurobaromètres (EB) et sondages spécifiques	2 contrats cadres (EB std/special et EB Flash)		0,500 5,500
<u>16 03 02</u>				
<u>Actions de communication</u>				
Partenariats avec les Etats membres (1)	Conventions de partenariat	17		<u>1,000</u>
<u>16 04 02</u>				
<u>Outils d'information du citoyen</u>				
Europe Direct	Call center	1		<u>2,500</u>
<u>16 04 03</u>				
<u>Outils de communication</u>				
Europa	Nouveau système avancé	1 (via divers contrats cadres)		<u>3,450</u>
Autres actions audiovisuelles	Médiathèque	1 (sur la base de 3 contrats cadre)		3,100 0,350
<u>16 05 01</u>				
<u>Relais d'information</u>				
Relais et réseaux	Subvention aux structures hôtes des relais	Relais actuels (266) + 18 nouveaux relais par nouvel Etat membre	0,020	<u>15,782</u>
	Cotisation aux Grands Centres	3 Grands Centres actuels + 22 nouveaux Grands Centres (dont 9 en 2005)	0,500 (cotisation de démarrage)	5,292 3,600 2,390 4,500
COÛT TOTAL				38,832

(1) Les crédits mentionnés concernent uniquement les actions d'informations « institutionnelles » mises en œuvre par la DG PRESS. Les conventions de partenariat correspondantes pourront également être utilisées pour les crédits PRINCE qui relèvent de la compétence d'autres DG.

Pour information, les crédits PRINCE inscrits au budget 2004, et pour lesquels le recours à des conventions constitue une modalité de gestion envisagée, s'élèvent à :

- PRINCE – Débat sur l'avenir de l'Union européenne (25 03 02) : 4,5 millions d'euros
- PRINCE – Stratégie d'information et de Communication / Elargissement (22 04 01) : 16,5 millions euros.

Pour mémoire, les autres lignes PRINCE concernent les domaines suivants (budget 2004) :

- PRINCE – Communication relative à l'Union économique et monétaire, y compris l'euro (01 02 04) : 6 millions euros
- PRINCE – Espace de liberté, de sécurité et de justice (18 08 01) : 3 millions euros
- PRINCE – Rôle de l'Union européenne dans le monde (16 04 05) : 4 millions euros.

7. INCIDENCE SUR LES EFFECTIFS ET LES DEPENSES ADMINISTRATIVES

7.1. Incidence sur les ressources humaines

Types d'emplois	Effectifs à affecter à la gestion de l'action par utilisation des ressources existants et/ou supplémentaires		Total	Description des tâches découlant de l'action
	Nombre d'emplois permanents	Nombre d'emplois temporaires		
Fonctionnaires ou agents temporaires	N/A Compte tenu de la décision de la Commission sur l'APS 2005			
Autres ressources humaines				
Total				

Les besoins en ressources humaines identifiés pour la mise en œuvre des options mentionnées au point 5.3 sont estimés :

- pour la préparation des conventions dans le cadre des partenariats avec les Etats membres et assistance technique pour leur mise en œuvre (1 A, 1 B) ;
- pour la mise en place et la gestion d'un réseau élargi de relais (5 A, 4 B et 3 C)²² ;
- pour la mise en place et gestion de nouveaux grands centres d'information (7 B, 6 C)²³ ;
- pour le renforcement des actions de coordination opérationnelle pour toutes les activités déployées par les Représentations (1 A, 1 C).

Les services ordonnateurs de la Commission s'engagent à mettre en place les mécanismes de gestion appropriés, par le biais des propositions légales nécessaires afin de mettre en œuvre la stratégie d'information et de communication de la Commission, à l'intérieur des ressources humaines et budgétaires qui seront allouées.

7.2 Incidence financière globale des ressources humaines

N/A

²² Cette demande a fait l'objet d'un accord le 14 avril 2004 entre le Président, M. Vitorino et Mme Schreyer sur la base des éléments suivants :
- 5 postes additionnels pour mise à disposition immédiate en 2004 ;
- 3 postes additionnels en 2005 ;
- 4 postes à redéployer en 2004 par la DG PRESS.

²³ Demande indicative sans préjudice du résultat de l'évaluation et de la communication en préparation sur la participation de la Commission à des organismes de droit privé.

7.3 Autres dépenses de fonctionnement découlant de l'action

Ligne budgétaire (n° et intitulé)	Montants €	Mode de calcul
16 02 04 – Exploitation des studios TV et équipements audiovisuels	1.300.000 euros	Développement de Europe by Satellite (EbS) pour travailler en 21 langues (déjà en cours) et adaptation des moyens audiovisuels (production, médiathèque) gérés en format digital (en cours).
Total	1.300.000 euros	

Les montants correspondent aux dépenses totales de l'action pour 12 mois.

I.	Total annuel (7.2 + 7.3)	1.300.000 euros
II.	Durée de l'action	3 ans
III.	Coût total de l'action (I x II)	3.900.000 euros

8. SUIVI ET ÉVALUATION

8.1 Système de suivi

Pour les partenariats avec les Etats membres, un monitoring de l'ensemble des actions est assuré régulièrement par les unités opérationnelles du siège et par les Représentations à travers les cellules de coordination avec les Etats membres où elles sont représentées.

En ce qui concerne les relais et réseaux et les moyens d'action de la DG PRESS, le système de reporting interne à la DG PRESS sera renforcé afin de garantir une mobilisation optimale des ressources, dans un contexte nouveau (élargissement, nouvelles conventions conformes au règlement financier, contrôles renforcés, etc).

8.2 Modalités et périodicité de l'évaluation prévue

Des évaluations récurrentes seront réalisées à partir de 2004 selon une méthodologie d'évaluation propre à la DG PRESS et en s'inspirant de l'évaluation, en cours, sur les activités PRINCE .

Dans la ligne des évaluations sur les activités des relais, une évaluation spécifique sera menée en 2005, selon la méthodologie d'évaluation de la DG PRESS, sur la base notamment des rapports finaux d'activités des relais, des rapports des contrôles sur place, des rapports/analyses fournies par les Bureaux de représentation de la Commission, etc. Elle prendra également en compte les activités d'assistance technique fournies aux relais par les services de la Commission (formation, documentation, information, services audiovisuels et électroniques, etc.). L'exécution de cette évaluation sera externalisée.

9. MESURES ANTI-FRAUDE

Les dispositions de la réglementation financière, relatives à l'exécution du budget, et plus particulièrement aux mesures de contrôle, seront mises en œuvre.

En matière de subvention, les dispositions contenues dans les conventions conclues entre la Commission et les bénéficiaires prévoient la possibilité d'un contrôle sur place chez les bénéficiaires directs des subventions communautaires, par la Commission ou la Cour des comptes, ainsi que la possibilité d'exiger toute pièce justificative des dépenses faites dans le cadre des conventions, pendant les cinq années qui suivent le paiement du solde de la subvention.

Les bénéficiaires de subventions sont, en outre, soumis à des obligations de rapport et de décompte financier, qui sont analysés à la fois sous l'angle du contenu et de l'éligibilité des dépenses, conformément à l'objet du financement communautaire.

Il importe de souligner que la réalisation de contrôles préalables aux paiements intègrera tout élément objectif de vérification que le bénéficiaire de subvention peut fournir, telle la certification de documents financiers.