



COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES

Bruxelles, le 3.10.2007
COM(2007) 568 final

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

Communiquer sur l'Europe en partenariat

{COM(2007) 569 final}
{SEC(2007) 1265}
{SEC(2007) 1267}

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION.....	3
1. UNE COMMUNICATION COHÉRENTE ET INTÉGRÉE	4
2. IMPLIQUER LES CITOYENS	6
2.1. Agir au niveau local	7
2.2. La citoyenneté européenne active	9
3. CRÉER UNE SPHÈRE PUBLIQUE EUROPÉENNE.....	10
3.1. La dimension politique.....	11
3.2. Les médias et les services d'information.....	11
3.3. Comprendre l'opinion publique européenne	13
4. RENFORCER L'APPROCHE DE PARTENARIAT	14
4.1. Collaborer avec les États membres	14
4.2. Collaborer avec les institutions européennes	16
4.3. Un accord interinstitutionnel sur la communication	16
5. CONCLUSIONS.....	17

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

Communiquer sur l'Europe en partenariat

INTRODUCTION

Cinquante ans après la signature du traité de Rome, l'Union européenne continue à se transformer et à se réformer pour répondre aux défis dans des domaines tels que la mondialisation, l'efficacité et l'indépendance énergétiques, la mobilité, la compétitivité, l'immigration, la sécurité et le changement climatique, et pour profiter au maximum des possibilités offertes. L'Union d'aujourd'hui est plus vaste, présente une plus grande diversité et s'occupe de questions de plus en plus complexes pour lesquelles la valeur ajoutée européenne est importante, mais difficile à faire comprendre.

Ce nouvel environnement appelle une méthode de travail plus sophistiquée, qui s'appuie dans une large mesure sur un partenariat entre différents acteurs de la société européenne pour produire des résultats qui comptent aux yeux des citoyens européens et sont débattus de façon adéquate avec eux. Selon les données disponibles, ces derniers sont intimement convaincus que seule une action à l'échelle européenne permettra à nos sociétés de relever les défis auxquels elles sont confrontées aujourd'hui. Ce changement actuel d'objectif et d'orientation de l'Union concorde donc avec les aspirations des citoyens.

Aujourd'hui plus que jamais, le débat sur l'Europe doit être porté au-delà des institutions, jusqu'aux citoyens. Cela a été souligné en juin 2007 par le Conseil européen, qui a indiqué qu'il était crucial de renforcer la communication avec les citoyens européens, en les informant de manière complète et exhaustive sur l'Union européenne et en les associant à un dialogue permanent¹. Cela sera particulièrement important pendant le processus de ratification du traité modificatif et à l'approche des élections européennes de 2009.

Ce défi ne concerne pas uniquement la Commission, mais l'ensemble des institutions et des organes communautaires et des États membres. Une politique de communication bien conçue et assortie de ressources adéquates constitue une composante essentielle de la panoplie de politiques de l'Union européenne. Elle doit, d'une part, se caractériser par une proximité avec les citoyens et, d'autre part, couvrir tout le territoire de l'Union et en dépasser les frontières actuelles pour s'étendre aux pays qui souhaitent devenir membres et au reste du monde.

La Commission actuelle a déjà adopté trois initiatives axées sur l'écoute, la communication et l'action au niveau local. Le plan d'action² a donné le coup d'envoi d'une grande réforme interne de l'utilisation des ressources de communication par la Commission. Le plan D³ a créé un cadre à long terme afin que le dialogue avec les citoyens aille au-delà de l'actuel débat sur «l'avenir de l'Europe». Plus récemment, le Livre blanc sur une politique de communication

¹ SI(2007) 500.

² SEC(2005) 985.

³ COM(2005) 494.

européenne⁴ a prôné une communication à double sens, caractérisée par la participation active des citoyens et par un changement d'orientation, depuis une démarche fondée sur Bruxelles vers une approche locale.

La présente communication utilise les résultats des initiatives susmentionnées⁵ pour consolider les activités en cours et formuler un ensemble de propositions concrètes qui devraient servir de base à une politique de communication européenne améliorée respectant l'autonomie des différentes institutions. L'objectif général est de renforcer la cohérence et les synergies entre les activités menées par les différentes institutions communautaires et par les États membres, de manière à permettre aux citoyens d'accéder plus facilement à l'information et de mieux comprendre les incidences des politiques de l'Union au niveau européen, national et local. Une telle politique répondra à certaines préoccupations fondamentales des citoyens, qui trouvent les informations sur l'Union européenne mal organisées, dispersées et difficiles à comprendre. La plupart du temps, les questions européennes sont considérées sous l'angle national; elles sont rarement présentées dans un contexte transnational, bien que de nombreux problèmes pratiques auxquels les citoyens sont confrontés ne puissent être résolus qu'au niveau européen. En outre, les citoyens connaissent plutôt mal l'Union européenne, ses institutions et ses politiques. Des remèdes devraient être apportés à cette situation par les États membres en premier lieu *via* les systèmes éducatifs, dont ils sont responsables, mais aussi par les plates-formes démocratiques, y compris les partis politiques, qui, à l'échelon national et européen, sont chargés de véhiculer des avis divergents pour animer et structurer le débat public sur les questions européennes.

Pour sa part, la Commission renforcera ses activités de communication en fournissant des informations et en participant à des débats et à des discussions avec les citoyens dans le contexte national, régional et local. De ce fait, elle promouvra la citoyenneté européenne active et contribuera à la création d'une sphère publique européenne. La Commission estime aussi qu'il incombe à tous les acteurs du processus décisionnel communautaire de communiquer sur les questions européennes. Dès lors, tout en conservant pleinement ses prérogatives institutionnelles, elle a l'intention de travailler en partenariat étroit avec les autres institutions de l'Union européenne, en invitant les États membres et toutes les parties prenantes intéressées autour de priorités annuelles spécifiques en matière de communication pour atteindre cet objectif. Pour étayer ce partenariat, la Commission propose de conclure un accord interinstitutionnel, afin de structurer le processus de communication de l'Union et d'inviter toutes les parties prenantes à s'engager à travailler au sein du cadre institutionnel cohérent et flexible proposé. Cela permettra l'élaboration d'un plan de travail annuel commun s'articulant autour des priorités communautaires choisies.

1. UNE COMMUNICATION COHÉRENTE ET INTÉGRÉE

Les activités de communication de la Commission visent à créer et à favoriser des échanges, des débats et la compréhension entre les institutions européennes, le grand public, la société civile organisée et des publics spécialisés au niveau européen, national, régional et local. En outre, le dialogue avec les citoyens et le renforcement de la transparence devraient faire partie intégrante de toute question. Il convient donc de consacrer du temps et une part adéquate des ressources disponibles à de telles fins.

⁴ COM(2006) 35.

⁵ SEC(2007) 1265.

De nombreux services de la Commission mènent des activités de communication, en utilisant les médias audiovisuels, l'Internet, la presse écrite, des publications, des manifestations et des relais d'information. Pour maximaliser les effets de ces activités, nous devons les intégrer efficacement et exploiter toutes les ressources disponibles de façon cohérente.

Le service du porte-parole restera un élément fondamental de la politique de communication de la Commission, se concentrant sur la transmission des nouvelles de la Commission à la presse écrite et audiovisuelle à Bruxelles et au-delà et répondant aux questions des médias. Par ailleurs, la Commission a adopté récemment une stratégie de communication interne et d'adhésion du personnel⁶ encourageant davantage de membres du personnel à avoir des contacts avec le public et les médias. Cette stratégie prévoit l'information du personnel ainsi que la formation d'une équipe d'orateurs des services de la Commission. En particulier, le personnel d'encadrement supérieur de la Commission devrait être habilité à communiquer sur les politiques communautaires, à participer à des débats publics et à jouer un rôle important dans le dialogue avec les médias, et formé à ces fins, pour compléter les effets du travail médiatique effectué par les commissaires.

La Commission continuera à travailler avec divers multiplicateurs afin de les aider à fournir des informations aux citoyens sur le terrain. Une série d'activités en cours fournissent déjà des éléments essentiels pour une politique de communication efficace, en promouvant la transparence et l'ouverture («Initiative européenne en matière de transparence»⁷), une Europe proche du citoyen («Un projet pour les citoyens – Produire des résultats pour l'Europe»⁸), la citoyenneté active (programme «L'Europe pour les citoyens»⁹), et une culture européenne («Un agenda européen de la culture à l'ère de la mondialisation»¹⁰).

La visibilité de l'action communautaire peut encore être améliorée à tous les niveaux, et son utilité peut être prouvée aux citoyens. La Commission coopère avec les États membres pour communiquer sur l'action de l'Union européenne dans divers domaines. Pour ce qui est des politiques de cohésion, d'environnement et de développement rural, les autorités de gestion doivent respecter des exigences minimales en matière de communication; les États membres sont obligés, conformément à la législation, de fournir des informations sur le programme au grand public ainsi qu'aux bénéficiaires potentiels¹¹. Toutefois, même lorsqu'aucune obligation législative n'existe, la Commission veillera à ce que la communication fasse partie intégrante de toute initiative et de tout programme.

Les activités de communication menées par la Commission dans les pays tiers visent à renforcer l'image de l'Union en tant qu'acteur mondial et à construire de bonnes relations par

⁶ SEC(2007) 912.

⁷ COM(2006)194.

⁸ COM(2006) 211.

⁹ Décision n° 1904/2006/CE (JO L 378 du 27.12.2006).

¹⁰ COM(2007) 242.

¹¹ Par exemple, pour la période 2007-2013, le règlement (CE) n° 1828/2006 de la Commission du 8 décembre 2006 fixant les modalités d'exécution des Fonds structurels et le règlement (CE) n° 1698/2005 du 20 septembre 2005 sur le Fonds européen agricole pour le développement rural (Feader) disposent que les autorités de gestion doivent respecter les exigences suivantes en matière de communication: la publication de listes des bénéficiaires; le placement de bandeaux d'information sur les sites des projets en cours et lors des manifestations de lancement aux niveaux national et régional ou des manifestations de communication annuelles dans les États membres et les régions. Les représentations de la Commission peuvent apporter leur contribution en diffusant des informations aux bénéficiaires potentiels.

une diplomatie publique préventive, et à aider ainsi la Commission à atteindre ses objectifs de politique extérieure. Elles reposent sur une stratégie commune aux services chargés de politiques extérieures spécifiques, pour accroître la cohérence des actions et renforcer les synergies lors de la communication sur les différentes politiques et améliorer leur visibilité. La plupart de ces activités sont réalisées avec la participation active des délégations de la Commission. Cette dernière présentera au groupe de travail interinstitutionnel d'information un document sur la communication de l'Union dans les pays tiers.

Sur la base des objectifs stratégiques pluriannuels de la Commission, des initiatives clés aux incidences majeures sur le plan de la communication ont été définies pour la première fois dans la stratégie politique annuelle de cette année, et il en sera de même dans les stratégies futures. L'étape suivante consiste en l'intégration de ces priorités spécifiques dans le programme de travail législatif de la Commission¹². La Commission a l'intention de mieux coordonner les activités de communication relatives à ces questions citoyennes intersectorielles menées par l'ensemble des services concernés en créant des équipes de projet spéciales¹³ chargées d'élaborer un plan de communication précisant les outils, les ressources et les méthodes d'évaluation¹⁴. Le train de mesures «Énergie-Changement climatique» de janvier 2007 a constitué l'une des premières tentatives d'une telle approche de communication intégrée. Sur la base de l'expérience acquise, cette méthode de travail sera perfectionnée et appliquée aussi souvent que possible.

La concrétisation des propositions contenues dans la présente communication ne nécessite aucune modification du programme financier pluriannuel existant¹⁵. Toutefois, vu les ressources limitées, des gains d'efficacité importants devront être réalisés et des synergies accrues devront être créées, en exploitant ces ressources pour la communication sur l'Europe et en incluant les activités de communication dans les plans de gestion annuels.

2. IMPLIQUER LES CITOYENS

Plus de huit Européens sur dix estiment important d'être informés sur les questions européennes. Sept sur dix souhaitent en savoir plus sur leurs droits en tant que citoyens. Près de deux tiers d'entre eux considèrent que les informations disponibles sur l'Union européenne sont utiles et intéressantes, mais ils sont presque aussi nombreux à les trouver insuffisantes¹⁶. Les citoyens souhaitent un débat plus ouvert, dans lequel ils exprimeraient leur avis pour influencer le processus décisionnel au niveau communautaire.

Conformément aux conclusions récentes du Conseil européen, la Commission se dote de structures, de moyens et de compétences appropriés pour remplir son obligation consistant à garantir une information adéquate et à associer les citoyens au dialogue et au débat. Les six premiers projets transnationaux de la société civile relevant du plan D ont été lancés en 2006.

¹² Certaines de ces priorités seront examinées au sein du groupe de travail interinstitutionnel d'information afin d'étudier la possibilité d'une action commune (voir le point 4.2).

¹³ La campagne de réforme du marché du vin est un bon exemple d'une telle démarche.

¹⁴ La direction générale de la communication affectera des ressources humaines et budgétaires aux priorités en matière de communication et invitera les représentations de la Commission à faire de même dans leurs plans de gestion annuels.

¹⁵ Établi dans les documents SEC(2007) 500 et SEC(2007) 530.

¹⁶ Tous les résultats de sondages d'opinion mentionnés dans la présente communication proviennent de l'Eurobaromètre Flash sur le livre blanc (Eurobaromètre Flash n° 189a intitulé «La communication de l'Union européenne et les citoyens»). Le travail sur le terrain a été effectué en septembre 2006.

En 2007, une deuxième série de projets a été financée, au niveau local cette fois, l'accent étant placé principalement sur les jeunes et les femmes. Au cours des prochains mois, la Commission fera le point sur les résultats du plan D et présentera des propositions afin d'élargir le débat démocratique dans toute l'Europe. Cette opération sera effectuée en parallèle avec le processus de ratification du traité modificatif par les États membres et la préparation des élections européennes. Un troisième groupe de projets de la société civile sera lancé d'ici 2008-2009. Un soutien sera notamment apporté à des initiatives visant à accroître la participation aux prochaines élections européennes.

Le cadre renouvelé du plan D visera aussi à faire participer les nombreux partenaires jouant un rôle dans le développement de l'Union européenne, dont les ONG, les associations professionnelles et le nombre croissant d'entreprises qui souhaitent en savoir plus sur l'Europe, ses politiques, ses programmes et ses processus. Ces partenaires disposent souvent de ressources et d'un savoir-faire très importants en matière de communication, et la Commission tentera d'établir des partenariats avec eux pour communiquer sur des sujets d'intérêt général tels que le changement climatique et la lutte contre la xénophobie.

Dans ce contexte, le multilinguisme est crucial. Ces dernières années, le nombre des langues dans lesquelles la Commission communique a doublé. Un réseau d'antennes pour le multilinguisme a été créé dans les représentations. Face à une limitation des ressources, des compromis entre l'augmentation de la quantité d'informations publiées et l'élargissement du public semblent inévitables ; ils demanderont une approche cohérente.

2.1. Agir au niveau local

Il est essentiel de communiquer au niveau régional et local pour faire participer les citoyens à un débat européen, comme l'a confirmé notre expérience de l'application du plan d'action et du plan D. Le projet pilote consistant à placer du personnel supplémentaire chargé de la communication dans onze des représentations de la Commission dans les États membres et quatre bureaux régionaux a permis un changement radical pour ce qui est du nombre et de la qualité des activités destinées à promouvoir un débat européen au sein des cultures politiques nationales¹⁷. La Commission trouve important de poursuivre sur la lancée de cette expérience réussie et, en fonction des résultats de l'évaluation actuelle de toutes les activités de communication en cours, elle envisagera de la consolider et de l'élargir.

Les activités renforcées dans les représentations pilotes ont été complétées par le travail effectué par plus de 400 relais d'information Europe Direct, qui fournissent des informations sur l'Union au niveau local et régional, y compris dans les zones rurales. La Commission ouvrira de nouveaux relais d'information Europe Direct en Bulgarie et en Roumanie dès 2008. L'an prochain, elle publiera aussi un appel de propositions, afin de renouveler l'ensemble du réseau dans les vingt-sept États membres de l'Union. Cela permettra d'améliorer encore la couverture géographique et de garantir que les relais sont en mesure de fournir des informations sur les priorités en matière de communication ainsi que sur d'autres questions essentielles pour les citoyens.

¹⁷ En 2006, les représentations pilotes ont organisé plus de 830 séminaires, publié et donné plus de 4 000 communiqués et conférences de presse et fourni une assistance dans le contexte de plus de 370 visites de commissaires.

La Commission gère aussi un grand nombre de réseaux d'information et d'assistance dans des domaines spécifiques, tels que EURES, ERA-MORE¹⁸, SOLVIT¹⁹ et les Euro Info Centres et les Centres Relais Innovation²⁰. Ces centres offrent des liens et des relais remarquables avec de nombreux acteurs opérant au niveau local et régional (organisations de partenaires sociaux, universités, entreprises, services de l'emploi, chambres de commerce, centres de langues et de formation). La Commission analysera la faisabilité d'une action plus coordonnée entre ces centres, qui renforcera sa capacité à communiquer. La possibilité d'accroître les synergies entre les réseaux est étudiée au sein du réseau de communication externe, en particulier autour des priorités définies en matière de communication. Un groupe interservices a été créé pour examiner comment différents réseaux de la Commission pourraient coopérer au sein d'un service d'assistance du marché unique.

Indépendamment de la communication avec le public et la société civile, les représentations renforceront les activités consistant à organiser des visites de commissaires dans les régions²¹ et à soutenir les efforts visant à fournir des informations aux journalistes au niveau régional et local à l'aide de moyens traditionnels mais aussi de technologies modernes. La participation d'autres organes de l'Union européenne, tels que les agences décentralisées, fournira des exemples concrets d'initiatives communautaires au service des citoyens. Les représentations et les bureaux d'information du Parlement européen œuvrent ensemble au renforcement de leurs liens. Dans la plupart des cas, les premières et les seconds sont réunis sous le même toit, dans les Maisons de l'Europe. Cela leur permet d'accroître leur visibilité et de mener davantage d'actions communes tout en conservant des identités distinctes.

Un projet pilote commun avec le Parlement européen est lancé pour la période 2007-2008 – il concerne, dans un premier temps, les Maisons de l'Europe de Tallinn, Dublin et Madrid –, afin de créer des espaces publics européens destinés à accueillir une large gamme d'activités européennes. La phase pilote de ces espaces attirera de nouveaux publics et créera une nouvelle image – qui sera aussi plus ciblée sur les jeunes. En tant que «lieux de rencontre» pour les citoyens, les ONG, les acteurs politiques et les médias, les espaces publics européens seront conçus pour accueillir des expositions, des films, des réunions, des visites, des discussions, des forums de débat et des conférences axées principalement sur la société civile, la politique, l'éducation, l'université, les groupes de réflexion et le monde culturel. Ils apporteront une contribution tangible à la concrétisation de l'«agenda européen de la culture à l'ère de la mondialisation». Des liens seront établis avec le réseau des instituts culturels nationaux (EUNIC) afin de promouvoir les divers programmes culturels et autres initiatives soutenus par les institutions de l'Union européenne tout en coopérant avec les réseaux régionaux et locaux, la société civile et les médias pour toucher un public le plus large possible dans les zones urbaines et rurales. Les espaces publics européens offriront de nouvelles infrastructures, telles qu'un centre de conférence, un bureau d'information, une zone d'exposition et une salle de lecture. Il se peut que certaines de ces infrastructures existent déjà,

¹⁸ EURES – Services européens de l'emploi; ERA-MORE – Réseau européen des centres de mobilité.

¹⁹ SOLVIT est un réseau de résolution de problèmes en ligne, au sein duquel les États membres de l'Union coopèrent pour régler sans recourir à la justice des problèmes résultant de la mauvaise application de la législation du marché intérieur par les autorités publiques.

²⁰ En 2008, les activités des Euro Info Centres et des Centres Relais Innovation actuels seront transférées à un nouveau réseau pour soutenir les entreprises et l'innovation. Ce réseau regroupera quelque 600 centres et couvrira la majeure partie du territoire de l'UE-27.

²¹ À cette fin, elles s'appuieront principalement, mais pas exclusivement, sur le succès qu'ont représenté les visites de commissaires dans différentes régions du pays de la présidence à l'occasion des réunions traditionnelles entre la Commission et la présidence au début du mandat de cette dernière.

mais l'ouverture des espaces et les efforts déployés pour appeler de nouveaux acteurs à nouer le dialogue avec la Commission et le Parlement créeront un nouvel environnement.

Compte tenu de l'expérience positive de la communication sur la réforme du secteur vinicole, les initiatives communautaires pourraient être présentées par des spécialistes des politiques en question aux parties intéressées et au grand public le jour de leur adoption, en même temps à Bruxelles et dans les États membres, en fonction des ressources dont disposent les représentations et les services chargés desdites politiques.

2.2. La citoyenneté européenne active

Le processus de consultation sur le livre blanc a confirmé que les acteurs de la société civile souhaitent vivement être associés de manière plus étroite au processus européen. La Commission soutient déjà la citoyenneté européenne active à travers les programmes «L'Europe pour les citoyens» et «Droit fondamentaux et citoyenneté»²², qui promeuvent une participation accrue à la vie démocratique de l'Union. Les programmes «Jeunesse en action» et «Culture» contribuent aussi à favoriser la citoyenneté active au moyen d'échanges de mobilité transfrontalière.

L'éducation et la formation à la citoyenneté active relèvent de la compétence des États membres. Les droits et les obligations des peuples en tant que citoyens européens figurent dans le programme scolaire dans moins de la moitié des États membres de l'Union; vingt États membres y ont inclus l'histoire de l'intégration européenne²³. L'Europe peut apporter une valeur ajoutée dans ce domaine, en coordonnant les échanges de bonnes pratiques. Toutes les parties concernées devraient exploiter pleinement la recommandation européenne sur les compétences clés pour l'éducation et la formation tout au long de la vie, qui fournit aux États membres un outil pour développer les compétences sociales et civiques dans le contexte des compétences fondamentales dont tout citoyen a besoin pour réussir dans la société de la connaissance. Ces compétences comprennent l'étude des langues étrangères, qui est précieuse pour l'acquisition de compétences interculturelles, lesquelles représentent à leur tour une composante importante de la citoyenneté européenne active. La Commission utilisera les résultats d'une consultation publique réalisée en 2007, qui définira pour quels aspects de l'enseignement scolaire une action conjointe au niveau communautaire pourrait aider les États membres. Par exemple, elle examinera comment les écoles pourraient apporter les compétences clés aux étudiants de façon optimale et comment les communautés scolaires peuvent contribuer à préparer les jeunes à devenir des citoyens responsables, conformément aux valeurs européennes fondamentales.

Le programme pour l'éducation et la formation tout au long de la vie soutient des projets pertinents pour l'éducation et la formation à la citoyenneté active et le développement des compétences civiques. La Commission encouragera aussi les échanges de bonnes pratiques entre enseignants dans ce domaine. Elle fournira une aide pour la constitution de dossiers d'information sur des thèmes européens destinés à être utilisés par les écoles et les enseignants intéressés et comprenant des liens vers les publications utiles pouvant être téléchargées à partir du site web EUROPA.

²² Décision n° 16505/06 du Conseil du 27 mars 2007.

²³ «L'éducation à la citoyenneté à l'école en Europe», Le réseau d'information sur l'éducation en Europe (Eurydice), 2005.

La Commission souhaite introduire des visites plus ciblées pour les étudiants et les écoliers, et examinera comment procéder. Les représentations de la Commission et les relais Europe Direct inviteront aussi des groupes de différents secteurs sociaux (y compris des étudiants) à des séminaires et des débats dans leurs locaux, en utilisant le matériel d'information existant. Les visites effectuées par quelque 400 fonctionnaires allemands de l'Union européenne dans leurs anciennes écoles au cours de la présidence allemande, en 2007, ont remporté un vif succès; elles ont permis d'ouvrir un débat dans les écoles et ont été couvertes par les médias locaux. La Commission a l'intention de poursuivre cette expérience lors des présidences futures. De même, elle va maintenir l'initiative du «9-Mai dans les écoles», réalisée en étroite coopération avec les autorités locales et régionales, les députés européens et la société civile²⁴.

La Commission encourage les relations avec les organisations de la société civile et leurs réseaux transnationaux à travers ses programmes et ses politiques, avec l'aide d'un réseau interne de contacts destiné à échanger des bonnes pratiques, réfléchir à des problèmes communs et élaborer une méthode cohérente entre les unités de la Commission responsables desdites relations. Elle améliorera l'accès des organisations de la société civile à la Commission en désignant un point de contact spécifique avec la société civile dans chacun de ses services.

3. CRÉER UNE SPHÈRE PUBLIQUE EUROPÉENNE

Bon nombre de décisions politiques ayant des incidences considérables sur la vie quotidienne des Européens sont prises au niveau européen. Les politiques qui sont perçues comme répondant aux attentes des citoyens – qu'elles concernent le marché intérieur, le changement climatique, la mobilité durable, le commerce, l'énergie ou l'immigration – et qui reposent sur de vastes consultations constituent le meilleur moyen de prouver l'intérêt que présente l'Union européenne pour ses citoyens. La communication relative à ces politiques doit dépasser les frontières nationales pour emprunter des voies transfrontalières qui encouragent le débat et le dialogue sur des questions d'intérêt commun, tout en reflétant l'ordre du jour européen.

Pour approfondir et élargir le débat sur l'Union européenne, il faut que celle-ci tienne les engagements qu'elle a pris dans ses politiques. La nécessité de garantir l'innocuité des substances chimiques utilisées dans les produits européens, l'ouverture du marché des services, la réduction des obstacles aux paiements transfrontaliers, l'amélioration des droits des consommateurs, le renforcement de la sécurité du transport aérien, la promotion de la sécurité et de la qualité alimentaires, la protection de la campagne et de l'environnement, la définition d'une politique climatique et énergétique intégrée, la coopération policière par-delà les frontières et la réduction du coût des appels de téléphonie mobile passés à l'étranger sont autant de questions qui ont fait l'objet de décisions européennes, accompagnées d'un débat souvent très animé. Ce débat doit être encouragé, et il ne peut avoir lieu que si le processus d'élaboration des politiques apparaît comme pertinent et porteur d'une valeur ajoutée pour le processus législatif dans les différents États membres.

²⁴ En 2007, EuropeAid a organisé la visite de 75 «ambassadeurs» dans les écoles de 44 régions de 18 États membres, afin qu'ils participent à un débat sur la coopération extérieure, touchant ainsi directement 97 000 élèves. De même, mais sans se limiter aux écoles, la DG AGRI dispose d'une «équipe verte» (*Green Team*) composée d'environ 80 ambassadeurs chargés de répondre aux préoccupations du public et de lui expliquer la PAC et la politique de développement rural.

3.1. La dimension politique

Pris conjointement, les taux de participation et la résonance des politiques européennes dans les campagnes pour les élections européennes permettent de mesurer l'ampleur du défi que représente la création d'une sphère publique européenne. Les partis politiques nationaux et européens et les représentants élus appartenant aux différentes familles politiques se trouvent dans une position privilégiée pour soulever des questions européennes dans les débats nationaux et contribuer à créer des débats publics à l'échelle européenne. C'est précisément la nature controversée et souvent polarisée des échanges entre partis politiques qui suscite l'intérêt et des demandes d'informations plus nombreuses sur les questions concernées. Ces dernières années, on a pu observer plusieurs cas très médiatisés dans lesquels l'intérêt du public pour les questions européennes a été provoqué par un désaccord politique et électoral sur ces questions²⁵.

La Commission s'est engagée à soutenir les efforts déployés pour accroître le taux de participation aux élections européennes à venir. Les prochains projets de la société civile relevant du plan D viseront, en partie, à y contribuer. En outre, en juin 2007, la Commission a adopté une proposition visant à réviser le règlement existant sur les partis politiques européens²⁶ pour permettre la mise sur pied de fondations politiques européennes. Cela contribuera aussi au renforcement d'un débat véritable et éclairé sur les questions européennes et à la création d'une sphère publique européenne.

Par ailleurs, la Commission tentera de développer au maximum le potentiel de communication dans ses relations avec les parlements nationaux. À la suite d'une proposition du Parlement européen, elle travaille à la création de réseaux d'information pilotes, des réseaux de forums de discussion sur l'Internet entre députés européens, députés nationaux, journalistes et formateurs d'opinion, complétés par des réunions dans toute l'Union. Ces réseaux contribueront largement à l'introduction de débats européens dans les parlements nationaux. Ils favoriseront aussi le débat entre députés nationaux sur des thèmes européens et étayeront les systèmes électroniques d'échange d'informations des parlements nationaux.

3.2. Les médias et les services d'information

La Commission présentera des propositions concrètes visant à mieux répondre aux défis liés aux nouvelles technologies des médias d'ici la fin de cette année²⁷. Les médias audiovisuels restent la source d'information préférée pour ce qui est des affaires européennes. La télévision et la radio abordent des questions européennes dans les bulletins d'information ou à l'occasion de débats lorsque des politiques européennes importantes sont arrêtées. Des messages sont aussi diffusés à la télévision et à la radio dans le contexte de campagnes d'information sur des politiques communautaires spécifiques. Malgré cela, des études montrent²⁸ – et deux tiers des Européens continuent de penser – que les informations sur l'Union européenne fournies par les médias nationaux sont insuffisantes.

²⁵ On peut notamment citer la constitution, l'élargissement et des propositions dans le domaine économique telles que la directive sur les services.

²⁶ COM(2007) 364.

²⁷ Les diverses propositions présentées dans ce chapitre font suite aux recommandations formulées lors de la conférence des parties prenantes intitulée *Europe in Vision* qui a eu lieu les 4 et 5 décembre 2006 à Helsinki.

²⁸ L'information relative à l'Europe et la télévision, Étude qualitative auprès de téléspectateurs dans les 27 États membres de l'Union européenne, Commission européenne, avril 2007.

La Commission contribuera à assurer une couverture plus large et plus durable des affaires européennes sur les chaînes audiovisuelles existantes et encouragera la création de réseaux européens d'organismes de radio et de télévision. La consultation sur le livre blanc a en effet révélé un profond souhait de voir la Commission proposer des programmes audiovisuels informatifs, éducatifs et divertissants sur les affaires européennes *via* des missions de service public dans tous les États membres de l'Union. Ces missions doivent être exécutées de façon à garantir la complète indépendance éditoriale des organismes de radio et de télévision.

La politique existante de cofinancement de programmes de radio et de télévision a encouragé des dizaines de chaînes à créer des programmes sur l'Union européenne. Pour accroître son efficacité, la Commission proposera des contrats pluriannuels à des réseaux d'organismes de radio et de télévision de toute l'Europe. Ces réseaux produiront et diffuseront des programmes relatifs aux affaires communautaires en toute indépendance, selon leurs propres normes éditoriales et sous des formats communs. Les contrats contiendront une charte obligatoire garantissant la liberté éditoriale des opérateurs.

Le service de la Commission destiné à la couverture audiovisuelle des affaires communautaires, *Europe by Satellite* (EbS), contribuera aussi aux missions de service public décrites ci-dessus et les facilitera. La demande de temps sur EbS a atteint le point de saturation, la couverture en direct d'événements tels que les séances plénières et les réunions des commissions du Parlement entrant en conflit avec la transmission d'images d'actualité non montées pour les journalistes professionnels et les conférences de presse. Par conséquent, la Commission proposera aux autres institutions européennes de doubler la capacité d'EbS pour couvrir un plus large éventail d'activités communautaires.

L'Internet est le principal média combinant texte, son et images et permettant aux utilisateurs de réagir et de discuter entre eux. Il constitue déjà le premier support de débats transfrontaliers. Le site web EUROPA, l'un des plus vastes du monde, continuera à être remodelé aux fins d'une interactivité accrue et d'une navigation et de fonctions de recherche améliorées²⁹. Le contenu sera organisé de façon plus accessible et conviviale, et davantage d'images et de documents vidéo et audio devraient être fournis. De cette manière, EUROPA restera un point de référence européen important pour l'information sur les questions communautaires, complétant ainsi les sites des administrations nationales. Les propositions de modification d'EUROPA seront fondées sur une enquête menée auprès des utilisateurs en 2007.

En outre, l'Union européenne doit renforcer sa présence sur le web en dehors d'EUROPA. La Commission souhaite encourager la création d'un réseau de sites web de la société civile et du secteur privé ou public promouvant les contacts avec les citoyens européens ou entre ceux-ci en apportant son soutien à des sites qui accordent une attention particulière aux affaires européennes et stimulent le débat sur les questions de politique communautaire. La Commission elle-même devrait aussi participer davantage à des entretiens et des discussions sur d'autres sites. Toutes ces évolutions seront expliquées en détail dans les documents stratégiques relatifs à l'Internet et à l'audiovisuel que la Commission présentera, respectivement, avant la fin de l'année 2007 et au début de l'année 2008.

²⁹ La direction générale de l'informatique a réalisé une étude en vue de formuler des recommandations relatives à une stratégie unique de recherche et d'extraction pour l'ensemble de la Commission.

Les publications sur papier conserveront un rôle dans la communication sur l'Union européenne. Malgré la prépondérance croissante de l'Internet, la demande de telles publications augmente. Il est donc essentiel d'élaborer une politique d'édition transmédia combinant publications sur papier, sur l'Internet et sous forme audiovisuelle et exploitant les dernières évolutions des technologies de la communication³⁰.

3.3. Comprendre l'opinion publique européenne

Il est essentiel de mesurer l'opinion publique pour savoir ce que les Européens pensent et attendent de l'Union. Les enquêtes Eurobaromètre aident à analyser les attentes du public dans divers domaines, à évaluer les incidences des politiques et à déterminer les préoccupations des citoyens et leur vision des choses, de manière à améliorer à la fois l'élaboration des politiques et la communication.

En réponse à la consultation sur le livre blanc, la Commission introduira des nouveautés dans les méthodes utilisées par l'Eurobaromètre³¹ afin de développer son aptitude à écouter l'opinion publique et à réagir en conséquence. Le but est d'utiliser les sondages de façon plus stratégique au cours des phases pertinentes du processus, telles que l'élaboration des politiques et l'analyse des incidences, ainsi que pendant la conception et l'évaluation des activités de communication.

Les améliorations concrètes comprendront un recours plus important aux outils d'enquête qualitatifs, y compris aux méthodes innovantes de certains des projets du plan D, et l'analyse combinée de données quantitatives et qualitatives pour obtenir une image plus complète des attentes du public. L'emploi de méthodes de sondage ciblées pour mesurer les effets de la communication sera étendu. L'analyse des résultats d'enquête sera améliorée: la vitesse de réaction sera accrue, un accent renforcé sera placé sur l'utilisation effective des résultats et les résultats régionaux et locaux seront aussi pris en compte. L'analyse secondaire des données disponibles pour répondre à des questions ciblées, sur demande, deviendra plus courante. Les résultats seront diffusés plus rapidement et plus largement. Un réseau consultatif d'experts nationaux en matière d'opinion publique sera créé dans le but d'échanger des bonnes pratiques, de favoriser les synergies et de fournir des conseils sur des questions méthodologiques.

Le Centre de contact Europe Direct³² est un service d'information destiné aux citoyens ; il répond gratuitement aux questions dans toutes les langues officielles de l'Union. Il sera mis en avant en tant que principal point d'accès pour les citoyens cherchant des informations sur l'Union européenne, et pourra à l'avenir indiquer aux services concernés de la Commission et aux autres institutions européennes quels sont les sujets de préoccupation des demandeurs.

La consultation est une confrontation avec la réalité à laquelle il est nécessaire et utile que les propositions soient soumises. Toutefois, elle ne peut être efficace que si elle est suffisamment large et participative. Depuis l'adoption des normes minimales applicables aux

³⁰ L'Office des publications est le principal responsable des publications en ligne et hors ligne. Il est dirigé par un comité de gestion interinstitutionnel. Il gère le service *EU Bookshop*, qui est le point d'entrée unique permettant aux citoyens d'accéder à l'ensemble des publications de l'Union.

³¹ Comme cela a été proposé lors de la conférence des parties prenantes qui s'est déroulée le 27 octobre 2006 à Madrid sur le thème «Comprendre l'opinion publique européenne».

³² Sis à Bruxelles.

consultations³³, la Commission a consulté les parties intéressées et les citoyens de l'Union sur une série d'initiatives. Le site web type pour les consultations en ligne, «Votre point de vue sur l'Europe» (europa.eu/yourvoice), contribue à clarifier le processus de consultation et encourage les services de la Commission à appliquer les normes de manière cohérente. Afin de favoriser un meilleur retour d'informations, un pluralisme accru et une participation variée pour ce qui est des avis et de l'intérêt exprimés par les parties prenantes au niveau national, régional et local dès l'un des premiers stades de l'élaboration des politiques, la pratique récente consistant à associer les représentations aux campagnes qui ont pour but de faire connaître les consultations dans les États membres sera renforcée. Par exemple, les représentations organiseront des contacts et des rencontres préliminaires avec les parties prenantes afin de les encourager à contribuer aux principales consultations liées aux priorités en matière de communication.

4. RENFORCER L'APPROCHE DE PARTENARIAT

Les institutions communautaires, les organes de l'Union, les États membres et les autorités régionales et locales des quatre coins de l'Europe communiquent diversement – du double point de vue de la méthode et de la quantité – sur les questions de politique européenne. Toutes les parties associées plus directement au processus décisionnel européen sont tenues de communiquer et d'expliquer. Elles doivent toutes conserver leur autonomie et leurs prérogatives pour communiquer à leur manière, mais elles ont largement la possibilité d'œuvrer ensemble, en tant que partenaires, à la valorisation du débat et de la discussion sur l'Europe. Jusqu'ici, seules des tentatives ponctuelles et limitées ont été effectuées pour encourager des actions de communication communes, et il est apparu nécessaire de se mettre d'accord sur des thèmes communs et de travailler ensemble plus efficacement. La consultation sur le livre blanc a fait ressortir clairement le souhait d'une coopération et d'une collaboration plus étroites entre les institutions et les organes de l'Union et les États membres pour communiquer sur l'Europe. La Commission va donc tenter de renforcer les partenariats à tous les niveaux, autour des priorités communautaires en matière de communication définies conjointement, en proposant un accord interinstitutionnel.

4.1. Collaborer avec les États membres

Les gouvernements nationaux sont chargés de définir l'orientation de la politique européenne au sein du Conseil et de faire connaître leurs missions et leurs politiques aux citoyens. Les résultats des sondages montrent que ces derniers attendent de leur gouvernement national qu'il les informe de ce que l'Union européenne fait pour eux et des incidences de ces activités sur leur vie quotidienne. Plus de deux tiers des Européens préfèrent prendre contact avec des services nationaux pour les questions réglées par l'Union.

Toutefois, la Commission peut fournir une aide précieuse à tous les États membres intéressés. Elle propose de renforcer ses liens avec eux en organisant des réunions régulières avec les «directeurs nationaux de la communication» des États membres pour définir les priorités essentielles en matière de communication, garantir le suivi du processus dans ce domaine et échanger des informations sur les activités y afférentes³⁴. La Commission souhaite aussi établir des partenariats de gestion avec les États membres intéressés. Des partenariats de ce

³³ COM(2002) 704.

³⁴ Le réseau existant entre les États membres et les institutions communautaires (Infonet) sera développé pour atteindre cet objectif.

type, qui constituent un cadre sur mesure pour la coopération entre la Commission, le Parlement et l'État membre concerné, ont déjà donné de bons résultats en Allemagne et ont été conclus aussi avec la Hongrie et la Slovaquie. Les négociations sont en cours avec plusieurs autres États membres qui ont présenté une demande formelle dans ce sens³⁵. Ces partenariats pourraient servir d'outils pour réaliser au niveau central, régional et local des activités conjointes relevant des priorités définies en matière de communication.

Les partenariats de gestion amélioreront la coordination des activités de communication relevant des priorités définies, sur la base de plans de communication conjoints³⁶. Ces plans font l'objet de négociations au niveau politique entre la Commission, le Parlement européen et les autorités nationales mandatées pour régler les questions de communication. Dès lors, les activités inscrites dans le plan de communication conjoint sont caractérisées par une ouverture politique et garantissent la représentation d'avis divers dans les débats sur les questions européennes. Cette coopération aidera donc à adapter la communication aux circonstances locales et à la rattacher aux ordres du jour politiques nationaux (élections, événements nationaux importants, intérêts spécifiques, etc.). La responsabilité de la concrétisation des partenariats de gestion est partagée entre la Commission et les autorités de l'État membre concerné. La première assure le financement, tandis que les secondes apportent les ressources humaines et les infrastructures³⁷.

Le partenariat de gestion en cours avec le gouvernement fédéral allemand constitue un bon exemple à cet égard. Il est considéré comme un outil précieux pour traduire dans la réalité les idées partagées par l'État membre et les institutions européennes. Depuis 2005, une dizaine d'initiatives majeures ont été prises, qui ont démontré qu'une coopération étroite de ce type pouvait donner de bons résultats³⁸.

Les autorités régionales et locales, à titre individuel ou organisées en associations, peuvent jouer un rôle crucial dans la promotion de la communication sur l'Europe. La communication doit être menée de façon à démontrer l'intérêt local des décisions et des politiques communautaires³⁹. En coopération avec le Comité des régions, la Commission veillera à ce que les informations utiles soient fournies à ces autorités et à ce que des mécanismes appropriés soient mis en place afin de recueillir leurs idées et leurs propositions quant à l'amélioration de la communication sur l'Europe au niveau local et régional. Des actions régionales et locales pourraient aussi être incluses dans les partenariats de gestion, en parallèle avec les activités déjà réalisées sur la base de partenariats stratégiques (financement distinct et complémentaire des projets). En plus du travail effectué par les représentations, les relais

³⁵ L'Autriche, la Belgique, la France, l'Italie, la Lettonie, le Portugal et la Pologne.

³⁶ D'autres types de partenariat avec la Commission peuvent aussi être proposés aux États membres - COM(2004) 196.

³⁷ Les partenariats de gestion n'empêchent pas la Commission de poursuivre ou de mettre sur pied d'autres formes de partenariat de communication, comme des partenariats stratégiques ou des accords ad hoc. Il s'agit là d'instruments très flexibles qui ont prouvé leur valeur dans des domaines spécifiques comme l'introduction de l'euro.

³⁸ La tournée d'information nationale «L'Europe a cinquante ans – Cinquante villes font la fête» en Allemagne et les «séminaires de formation à l'intention des rédacteurs des magazines des établissements d'enseignement secondaire» visant à faire figurer les questions européennes dans lesdits magazines ne sont que deux exemples de projets fructueux réalisés à travers un partenariat de gestion.

³⁹ L'expérience de l'Écosse, avec le conseil consultatif régional de la mer du Nord, qui permet la consultation directe des parties de la population directement concernées par la politique de la pêche, comme les autres conseils consultatifs régionaux établis dans le cadre de la politique commune de la pêche, montre que les citoyens s'intéressent aux sujets qui ont des incidences directes sur leur vie.

Europe Direct et les agences de l'Union dans ce domaine⁴⁰, la Commission établira des liens plus étroits avec les bureaux désireux de participer parmi les 250 bureaux représentant les autorités régionales et locales à Bruxelles.

4.2. Collaborer avec les institutions européennes

Le Groupe de travail interinstitutionnel d'information est la structure existante pour convenir de la stratégie de communication de l'Union et choisir des priorités communes pour les institutions européennes et les États membres. Il est coprésidé par le Parlement européen, la Commission et la présidence. Toutefois, son statut politique et sa légitimité doivent être renforcés et élargis de manière à ce qu'il puisse fournir plus efficacement des orientations concernant les priorités de l'Union en matière de communication, à temps pour que des synergies puissent être trouvées entre les ordres du jour des institutions européennes et des États membres dans ce domaine. Les décisions du Groupe nécessitent un suivi exhaustif et cohérent, à la fois politique et administratif. Avec l'aide de la présidence, le Groupe «Information» du Conseil assurera un contrôle du processus de communication.

Le Comité économique et social européen et le Comité des régions siègent en tant qu'observateurs au Groupe de travail interinstitutionnel d'information. La coopération avec ces deux organes est également renforcée par l'insertion d'addenda relatifs à la politique d'information dans les protocoles sur les modalités de coopération. Ces addenda soulignent la volonté politique de la Commission et des deux comités d'établir un partenariat à long terme et de travailler conjointement au développement de l'information et de la communication décentralisées à l'intention des citoyens européens. La coopération reposera sur des priorités en matière de communication clairement définies et destinées à être appliquées de manière décentralisée au niveau régional et local.

4.3. Un accord interinstitutionnel sur la communication

Pour créer un cadre adéquat en vue d'une meilleure coopération autour du processus de communication de l'Union européenne tout en respectant l'autonomie des institutions communautaires et des États membres, la Commission propose un accord interinstitutionnel avec le Parlement européen et le Conseil. Toutes les autres institutions et tous les autres organes de l'Union sont invités à soutenir la Commission, le Parlement européen et le Conseil dans cette tâche. Le but d'un tel accord est de parvenir à une convergence de vues sur les principales priorités en matière de communication de l'Union européenne dans son ensemble, de définir la valeur ajoutée d'une méthode communautaire dans ce domaine pour des questions prioritaires spécifiques, de créer des synergies quant aux ressources utilisées par chaque institution, de réaliser des activités liées à ces priorités et d'encourager les États membres à coopérer. Cela n'empêche pas chaque institution communautaire de mener ses propres activités de communication distinctes, adaptées à son rôle spécifique et à ses parties prenantes.

La Commission reconnaît le rôle de chaque État membre dans la communication sur l'Europe au niveau national, régional et local, dans la ou les langues officielles. L'accord interinstitutionnel contiendra l'engagement politique des institutions communautaires et des États membres de se charger d'informer les citoyens des affaires européennes et de

⁴⁰ Par exemple, le réseau d'assistance aux entreprises à l'échelle de l'Union qui sera lancé au début de l'année 2008.

communiquer avec eux à ce sujet. En outre, un tel accord politique soulignera les principes et les droits principaux à respecter dans le contexte de la communication sur l'Europe et définira les modalités de la coopération entre les partenaires, en prévoyant un suivi adéquat et une responsabilité politique. Les principes d'ouverture, de pluralisme et de participation devraient constituer la base de toute action de communication sur l'Europe. L'accord interinstitutionnel conduira à l'adoption d'un plan de travail annuel commun fixant des priorités communautaires en matière de communication. Ce plan sera élaboré par la Commission – sur la base de discussions relatives aux priorités en matière de communication présentées dans la stratégie politique annuelle – puis soumis aux autres institutions et aux organes consultatifs de l'Union.

5. CONCLUSIONS

La Commission mobilisera toutes les ressources dont elle dispose aux fins d'une communication efficace et intégrée.

En particulier, la Commission propose:

- un accord interinstitutionnel, pour créer un cadre adéquat en vue d'une meilleure coopération au bénéfice du processus de communication de l'Union européenne tout en respectant l'autonomie des institutions communautaires et des États membres;
- des partenariats de gestion avec les États membres qui le souhaitent. Ces partenariats constitueront l'instrument principal pour mener des initiatives conjointes en matière de communication;
- la création du réseau des espaces publics européens dans les représentations;
- le recensement des aspects de l'enseignement scolaire pour lesquels une action conjointe au niveau communautaire pourrait aider les États membres;
- le renforcement de l'Eurobaromètre;
- l'activation des réseaux d'information pilotes, pour améliorer la communication entre les politiques européens et nationaux et avec les autres formateurs d'opinion.

Par ailleurs, au cours des prochains mois, la Commission:

- adoptera une nouvelle stratégie concernant l'Internet, pour soutenir des réseaux de la société civile et des sites web du secteur privé ou public axés sur l'Union européenne et promouvant les contacts avec les citoyens européens ou entre ceux-ci;
- adoptera une nouvelle stratégie concernant l'audiovisuel, pour aider des réseaux d'organismes de radio et de télévision de toute l'Europe à produire et à diffuser des programmes sur les affaires européennes;
- élaborera une communication de suivi sur le plan D et lancera une nouvelle série de projets de la société civile relevant du plan D, l'objectif général étant d'appuyer le processus de ratification du traité modificatif et d'accroître la participation aux élections européennes qui auront lieu en 2009;

- envisagera de consolider et d'élargir les expériences récentes réussies visant à renforcer l'action des représentations.

Fiche d'impact budgétaire

DOMAINE(S) POLITIQUE(S): TITRE 16 – COMMUNICATION

ACTIVITES: TOUTES LES ACTIVITES DU DOMAINE POLITIQUE

COMMUNICATION « COMMUNIQUER SUR L'EUROPE EN PARTENARIAT »

1. LIGNES BUDGÉTAIRES (CONFORMEMENT A LA NOMENCLATURE DE L'APB 2008)

1.1. Lignes opérationnelles

16 02 02	Actions multimédias
16 02 03	Informations destinées aux médias
16 02 04	Exploitation des studios de radiodiffusion et de télévision et équipements audiovisuels
16 03 01	Relais d'information
16 03 02	Actions locales
16 03 04	Actions spécifiques sur des thèmes prioritaires, dont PRINCE
16 03 06	Projet pilote concernant des réseaux d'information pilotes (RIP)
16 04 01	Analyse de l'opinion publique
16 04 02	Outils d'information et de communication en ligne
16 04 03	Publications écrites ciblées

1.2. Ligne pour l'assistance technique et administrative afférente

16 01 04 01	Actions de communication — Dépenses pour la gestion administrative
-------------	--

2. BASE LÉGALE

Tâches découlant des prérogatives de la Commission sur le plan institutionnel, visées à l'article 49, paragraphe 6, du règlement (CE, Euratom) n° 1605/2002 du Conseil du 25 juin 2002 portant règlement financier applicable au budget général des Communautés européennes (JO L 248 du 16.9.2002, p. 1), modifié par le règlement (CE) n° 1995/2006 (JO L 390 du 30.12.2006, p. 1).

3. CARACTÉRISTIQUES BUDGÉTAIRES

Ligne budgétaire	Nature de la dépense		Nouvelle	Participation AELE	Participation pays candidats	Rubrique du cadre financier
16 01 04 01 Actions de communication — Dépenses pour la gestion administrative	DNO	CND	Non	Non	Non	N° [3b]
16 02 04 Exploitation des studios de radiodiffusion et de télévision et équipements audiovisuels	DNO	CD	Non	Non	Non	N° [5]
16 02 02 à 16 04 03 (excepté 16 02 04) Lignes budgétaires opérationnelles de la DG COMM	DNO	CD	Non	Non	Non	N° [3b]

4. ESTIMATION DE L'INCIDENCE FINANCIÈRE PAR OBJECTIF PRINCIPAL ET PAR RÉALISATION

Du point de vue des ressources, les conséquences de la communication restent conformes au cadre de la programmation financière pluriannuelle telle que définie dans le document SEC(2007)500.

3.1. Synthèse des ressources financières

Voir tableau 1 en annexe.

3.2 Estimation détaillée de l'incidence financière des actions principales

Voir tableau 2 en annexe.

5. DÉPENSES ADMINISTRATIVES – BESOIN SPÉCIFIQUE

Les besoins en ressources humaines et administratives seront couverts par l'allocation accordée à la direction générale gestionnaire dans le cadre de la procédure annuelle d'allocation.

Le projet pilote consistant à placer du personnel supplémentaire chargé de la communication dans onze des représentations de la Commission dans les États membres et quatre bureaux régionaux a permis un changement radical pour ce qui est du nombre et de la qualité des activités destinées à promouvoir un débat européen au sein des cultures politiques nationales. Néanmoins, la Commission tient à se fonder sur une expérience concluante. Ainsi, elle étudiera les résultats de l'évaluation de la totalité des activités de communication actuellement en cours, en examinant notamment la valeur ajoutée des représentations pilotes et l'éventualité de leur extension, avant de procéder à toute extension au cours des prochaines années.

ANNEXE

TABLEAU 1

Ligne	Intitulé	BUDG 2007	APB 2008	Programmation financière				
				2009	2010	2011	2012	□ 2013
16 01	Dépenses administratives du domaine d'action "Communication"	3.865	3.600	3.987	4.065	4.145	4.225	4.306
16 01 04 01	Actions de communication — Dépenses pour la gestion administrative	3.865	3.600	3.987	4.065	4.145	4.225	4.306
16 02	Communication et médias	27.720	30.882	32.380	32.881	33.390	33.902	34.420
16 02 02	Actions multimédias	18.750	20.700	21.380	21.800	22.227	22.657	23.091
16 02 03	Informations destinées aux médias	3.370	3.970	4.100	4.181	4.263	4.345	4.429
16 02 04	Exploitation des studios de radiodiffusion et de télévision et équipements audiovisuels (rubrique 5)	5.600	6.212	6.900	6.900	6.900	6.900	6.900
16 03	Communication au niveau local	39.514	38.530	39.555	40.314	41.085	41.859	42.642
16 03 01	Relais d'information	16.753	15.300	15.802	16.113	16.429	16.746	17.067
16 03 02	Actions locales	8.393	10.400	10.502	10.689	10.879	11.070	11.263
16 03 04	Actions spécifiques sur des thèmes prioritaires, dont PRINCE	7.868	12.830	13.251	13.512	13.777	14.043	14.312
16 03 06	EuroGlobe Projet pilote concernant des réseaux d'information pilotes (RIP)	1.500 5.000						
16 04	Outils d'analyse et de communication	21.830	21.830	21.546	21.990	22.441	22.894	23.352
16 04 01	Analyse de l'opinion publique	5.600	5.800	5.990	6.108	6.228	6.348	6.470
16 04 02	Outils d'information et de communication en ligne	10.180	10.880	11.237	11.458	11.683	11.909	12.137
16 04 03	Publications écrites ciblées	6.050	5.150	4.319	4.424	4.530	4.637	4.745
16	Communication (rubrique 3b)	87.328	88.630	90.568	92.350	94.161	95.980	97.820

TABLEAU 2 (PAGE 1 / 2)

Intitulé des objectifs, des catégories d'actions et des réalisations	Réalisation nouvelle ou existante	Ligne budgétaire ou	Type de dépenses	Coût moyen	Crédits d'engagement en millions d'euros (jusqu'à la 3 ^e décimale)													
					2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013	
					Nbre de réalisations	Coût total	Nbre de réalisations	Coût total	Nbre de réalisations	Coût total	Nbre de réalisations	Coût total	Nbre de réalisations	Coût total	Nbre de réalisations	Coût total	Nbre de réalisations	Total
OBJECTIF OPÉRATIONNEL n° 1 IMPLIQUER LES CITOYENS																		
Pour le Plan D, un montant de 2,1 millions EUR est alloué en 2007 et 3 autres millions sont prévus (pour la troisième vague) par l'APB 2008 dans la ligne budgétaire 16 03 04 couvrant les "actions spécifiques sur des thèmes prioritaires"																		
Catégorie d'actions 1: AGIR AU NIVEAU LOCAL																		
Réalisation 1: représentations pilotes	continue	16 03 02	actions locales supplémentaires	0,040	11	0,440	15	0,600	20	0,800	25	1,000	27	1,080	27	1,080	27	1,080
Réalisation 2: relais Europe direct	extension (surtout à partir de 2009)	16 03 01	nouvelles subventions pour des relais à partir de 2009	0,025 en plus par relais			30 nouveaux relais en RO/BU	nouvel appel, subventions accrues, ± 490	1,470			1,470		1,470		1,470		1,470
Réalisation 3: visites des commissaires dans les régions	en cours	16 03 02	aide à l'organisation de rencontres avec les médias	0,003	27	0,081	27	0,081	27	0,081	27	0,081	27	0,081	27	0,081	27	0,081
Réalisation 4: séminaires pour journalistes	continue	16 02 03	séminaires supplémentaires	0,020	6	0,120	6	0,120	10	0,200	10	0,200	15	0,300	18	0,360	18	0,360
Réalisation 5: réseau d'espaces publics européens	nouveau à partir de 2007-2008	16 03 02	équipement de nouveaux locaux + activités (avec des moyens réaffectés)	0,050	3	0,150	3	0,150	20	1,000	27	1,350	27	1,350	27	1,350	27	1,350
Catégorie d'actions 2: PROMOTION DE LA CITOYENNETÉ EUROPÉENNE ACTIVE																		
Réalisation 1: visites de groupes scolaires et autres organisées par les représentations et les relais et visites de fonctionnaires de la Commission dans leurs anciennes	existant	160,302	actions locales spécifiques (avec les présidences)	0,040	2	0,080	2	0,080	2	0,080	2	0,080	2	0,080	2	0,080	2	0,080

TABLEAU 2 (PAGE 2 / 2)

OBJECTIF OPÉRATIONNEL n° 2 CRÉER UNE SPHÈRE PUBLIQUE EUROPÉENNE

Catégorie d'actions 1: LA DIMENSION POLITIQUE																	
Réalisation 1: Réseaux d'information pilotes	à partir de 2007	16 03 06	site Web pour les RIP	4.000	1	4.000											
			réunions	0.100	10	1.000											

Catégorie d'actions 2: LES MÉDIAS ET LES SUPPORTS D'INFORMATION																		
Réalisation 1: programmes sur les questions concernant l'UE produits et diffusés par un réseau d'organismes de radio et télédiffusion	en cours	16 02 02	réseaux de radio et/ou télédiffusion	entre 5,5 et 8	1	5.500	1	8.000	1	8.000	1	8.000	1	8.000	1	8.000	1	8.000
Réalisation 2: renforcement de la capacité d'EBS - accroissement de la diversité du matériel disponible	nouveau	16 02 03	production vidéo					0.600		0.600		0.600		0.600		0.600		6.000
		16 02 04	améliorations techniques + nouveau EBS à partir de 2009					0.612		1.300		1.300		1.300		1.300		1.300
Réalisation 3: amélioration du site Web Europa	en cours	16 04 02	mise en service d'un nouveau moteur de recherche	0.300	1	0.300		pm										
	en cours	16 04 02	nouvelle "plate-forme flexible"	0.300	1	0.300		pm										
	en cours	16 04 02	évaluation d'Europa	0.300	1	0.300		pm										
Réalisation 4: réseau de sites Web publics et privés au contenu européen	nouveau	16 04 02	financement de sites Web à contenu sur l'UE	0.010			20	0.200	20	0.200	20	0.200	20	0.200	20	0.200	20	0.200

Catégorie d'actions 3: ÉCOUTER ET RÉAGIR																		
Réalisation 1: réseau d'experts indépendants sur l'opinion publique	nouveau	16 01 04	réunions de 15 experts	0.015	1	0.015	2	0.030	2	0.030	2	0.030	2	0.030	2	0.030	2	0.030

OBJECTIF OPÉRATIONNEL n° 3	RENFORCER L'APPROCHE DE PARTENARIAT
----------------------------	--

Catégorie d'actions 1: COLLABORER AVEC LES ÉTATS MEMBRES																		
---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Réalisation 2: Partenariat avec les États membres	en cours	16 03 04	partenariats de gestion (avec des moyens réaffectés)	entre 0,1 et 0,7	4	1.400	10	3.950	15	5.250	20	7.000	24	8.400	27	9.450	27	9.450
---	----------	----------	--	------------------	---	-------	----	-------	----	-------	----	-------	----	-------	----	-------	----	-------

COÛT TOTAL	15.786	17.423	19.011	21.311	22.891	24.001	29.401
-------------------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------