



Commission européenne
Représentation en France

Supprimé : Commission
européenne
Représentation en France

A L'ECOUTE DES FRANCAIS

Rapport de synthèse du Cercle de réflexion sur la communication européenne

Supprimé : **(VERSION
DRAFT)**

Remerciements

Mes remerciements les plus chaleureux vont d'abord aux 200 membres du Cercle de réflexion, pour leur participation active à ses travaux ainsi qu'aux autres acteurs qui y ont contribué, notamment les relais Europe *Direct*.

Ils s'adressent tout spécialement aux responsables des cinq groupes de travail constitués dans le cadre du Cercle de réflexion : Madame Babette NIEDER, Présidente de Génération Europe 21, responsable du groupe « les jeunes et l'Europe », Madame Martine MEHEUT, Présidente de l'Association Européenne des Enseignants, responsable du groupe « le monde de l'éducation », Madame Martine CLEMENT, membre de la Commission Europe du MEDEF, responsable du groupe « le monde du travail », Monsieur Michael KELLER, chargé des affaires européennes et internationales à l'Association des Maires de France, responsable du groupe « le processus décisionnel en Europe : le rôle des citoyens, des collectivités territoriales et des autres acteurs », Madame Nicole HEBERT, associée chez Publicis Consultants, responsable du groupe « les hommes de l'art ».

Mes remerciements vont aussi aux personnalités qui ont bien voulu honorer de leur présence les réunions plénières du Cercle, tenues entre novembre 2005 et avril 2006, notamment Monsieur François-Xavier ORTOLI, ancien Président de la Commission européenne, Monsieur Michel BARNIER, ancien ministre des Affaires étrangères et ancien membre de la Commission européenne, Monsieur Yves-Thibault de SILGUY, ancien membre de la Commission européenne, Mesdames Catherine LALUMIERE, Claudie HAIGNERE, Noëlle LENOIR, anciennes ministres déléguées aux Affaires européennes, Monsieur Jo LEINEN, Vice-président du Parlement européen, Monsieur Pierre LEQUILLIER, Président de la délégation pour l'Union européenne de l'Assemblée nationale, Monsieur Michel HERBILLON, député, Madame Claude du GRANRUT, membre du Comité des Régions.

Ils vont également aux autorités françaises qui ont accompagné la démarche, notamment Monsieur Etienne de PONCINS, Directeur du Cabinet de la ministre déléguée aux Affaires européennes et Monsieur Rainier d'HAUSSONVILLE, conseiller technique chargé des Affaires économiques européennes au Cabinet du Premier ministre.

Je tiens à remercier la Vice-présidente de la Commission européenne, Madame Margot WALLSTRÖM, le Vice-président de la Commission européenne, Monsieur Jacques BARROT, le Directeur général de la Communication, Monsieur Claus SORENSEN, le Directeur général adjoint Monsieur Panos CARVOUNIS, Mesdames Beate GMINDER et Andrea DAHMEN de la Direction générale de la Communication pour la confiance qu'ils m'ont témoignée.

Ce message serait incomplet s'il ne s'adressait pas également à mes collègues du Bureau d'information du Parlement européen et à son Directeur Jean-Guy GIRAUD ainsi qu'à l'ensemble du personnel de la Représentation qui a accompagné efficacement les travaux du Cercle, en particulier Madame Laurence de RICHEMONT et Monsieur Renaud SOUFFLOT de MAGNY pour l'élaboration du rapport de synthèse.

Yves GAZZO
Chef de la Représentation

L'amitié se nourrit de communication

Supprimé : Citation ?

Montaigne, Les Essais

Résumé:

Dans le cadre du plan D (Démocratie, Dialogue, Débat), la Représentation en France de la Commission européenne a pris l'initiative de créer un Cercle de réflexion sur la communication européenne. Celui-ci, composé de responsables politiques et de représentants de la société civile s'est organisé en cinq groupes de travail.

Supprimé : et

Supprimé : souhaite

Supprimé : Elle

Supprimé : cependant pas

Il constate que les citoyens, qui restent très européens, sont souvent mal informés sur l'Union européenne et que le sentiment d'un éloignement des institutions est largement répandu, alors même que les attentes vis-à-vis de l'Europe sont fortes, tout comme le désir de participation, sentiments confirmés par les études Eurobaromètre spécifiques à la France.

Le Cercle présente des propositions concrètes visant notamment à accroître la professionnalisation de la communication communautaire, à la décentraliser davantage et à faciliter la participation des citoyens.

La Représentation en France de la Commission européenne prend acte des ces constats et souscrit à ses objectifs. Elle se tient prête à accompagner leur mise en œuvre. Cependant, elle ne pourra y parvenir sans une forte mobilisation de l'ensemble des acteurs concernés.

Supprimé : Remerciements ?
Remerciements¶

Table des matières

INTRODUCTION	5
1. LE CONTEXTE :	5
1. UN MALAISE DANS L'OPINION	5
2. LE PLAN D : « DEMOCRATIE, DIALOGUE, DEBAT »	6
2. LA METHODE :	6
1. UN CERCLE, CINQ GROUPES	6
2. DES ETUDES D'OPINION	7
3. LES AUTRES SOURCES	9
PREMIERE PARTIE : LE CONSTAT	10
1. MECONNAISSANCE :	10
1. UN GRAND PUBLIC PEU INFORME	10
2. UNE COMMUNICATION INSUFFISANTE AVEC LA SOCIETE CIVILE	10
3. LA FAIBLE IMPLICATION DES JOURNALISTES ET DES RESPONSABLES POLITIQUES	11
2. ELOIGNEMENT :	11
1. UN DESENCHANTEMENT VIS-A-VIS DE LA SPHERE POLITIQUE EN GENERAL	11
2. UNE CONSTRUCTION EUROPEENNE PERÇUE COMME TROP DISTANTE	11
3. ATTENTES :	12
1. UN BILAN NUANCE	12
2. LE SOUHAI D'UNE EUROPE DES RESULTATS	13
3. UN DESIR DE DEBAT ET DE PARTICIPATION	14
SECONDE PARTIE : LES PROPOSITIONS	15
1. UNE PROFESSIONNALISATION ACCRUE	15
1. COORDONNER ET CIBLER	15
2. SIMPLIFIER	16
2. UNE DECENTRALISATION PLUS PUSSEE :	17
1. L'ECHELON NATIONAL	18
2. L'ECHELON REGIONAL ET LOCAL	19
3. UNE COMMUNICATION DE PROXIMITE	20
3. UNE PARTICIPATION A DEVELOPPER :	21
1. CONNAITRE ET COMPRENDRE : DEVELOPPER LA FORMATION A TROIS NIVEAUX	22
2. DEVELOPPER LES ECHANGES, SOUTENIR LES PROJETS	23
3. MIEUX IMPLIQUER LES CITOYENS ET LEURS REPRESENTANTS	24
CONCLUSION	26
1. UNE MOBILISATION COLLECTIVE :	26
1. LE NECESSAIRE ENGAGEMENT DE LA COMMISSION...	26
2. ...MAIS AUSSI DES AUTRES ACTEURS	26
2. UN PROCESSUS GRADUEL :	26
1. DE LA SENSIBILISATION AU PARTENARIAT	26
2. LA CREATION D'UN COMITE DE PILOTAGE	27
3. UNE COMMUNICATION INDISSOCIABLE DU PROJET QU'ELLE VEHICULE	27

INTRODUCTION

L'Europe, près d'un demi-siècle après la signature du traité de Rome, dont nous célébrerons le cinquantième anniversaire le 25 mars 2007, reste largement méconnue du grand public.

Il est vrai que l'Europe d'aujourd'hui ne ressemble que de très loin à celle des Pères Fondateurs, même si le message de Robert Schuman évoquant, dans sa déclaration du 9 mai 1950, « une communauté économique [...] ferment d'une communauté plus large et plus profonde » est plus que jamais d'actualité.

Ces vingt dernières années, l'Union européenne et ses institutions (Commission, Conseil, Parlement, ...) se sont métamorphosées. Un éventail de plus en plus large de tâches influençant de multiples façons la vie quotidienne de ses citoyens a été confié à l'Union tandis que les élargissements successifs ont modifié en profondeur sa culture politique et son mode de fonctionnement. Or la communication de l'Europe avec ses citoyens ne s'est pas développée au même rythme, conduisant parfois à un sentiment de distance et d'incompréhension.

Comment améliorer la politique de communication de l'Union et associer les citoyens à la construction européenne ? Tel est l'objet du présent rapport dont les conclusions sont issues des travaux du Cercle de réflexion sur la communication, créé en novembre dernier par la Représentation en France de la Commission européenne.

1. Le contexte :

1. Un malaise dans l'opinion

Les enquêtes d'opinion, notamment celles de l'Eurobaromètre, témoignent certes du fort attachement des citoyens à la construction européenne ; mais elles indiquent aussi, comme nous le verrons plus loin, qu'il existe dans le public un certain désenchantement vis-à-vis de la sphère politique en général et de l'Union européenne en particulier. En France, celui-ci s'est exprimé de façon spectaculaire le 29 mai 2005 lorsque les électeurs se sont prononcés contre le projet de Constitution, qui avait pourtant été ratifié par neuf Etats membres¹. Les causes du « non » français sont multiples et variées², mais l'événement a renforcé la détermination de la Commission européenne à s'interroger sur sa façon de communiquer avec les citoyens.

¹ Depuis lors, cinq autres Etats ont ratifié le Traité constitutionnel, portant à quatorze le nombre total de ratifications.

² Voir notamment l'étude post-électorale Eurobaromètre Flash 171 : http://europa.eu.int/comm/public_opinion/flash/fl171_fr.pdf

Supprimé : [INTRODUCTION](#) 4¶

[1. LE CONTEXTE](#) : 4¶

[1. UN MALAISE DANS L'OPINION](#) : 4¶

[2. LE PLAN D : « DEMOCRATIE, DIALOGUE, DEBAT »](#) : 4¶

[2. LA METHODE](#) : 6¶

[1. UN CERCLE, CINQ GROUPES](#) : 6¶

[2. DES ETUDES D'OPINION](#) : 7¶

[3. LES AUTRES SOURCES](#) : 8¶

[PREMIERE PARTIE : LE](#)

[CONSTAT](#) : 9¶

[1. MECONNAISSANCE](#) : 9¶

[1. UN GRAND PUBLIC PEU](#)

[INFORME](#) : 9¶

[2. UNE COMMUNICATION](#)

[INSUFFISANTE AVEC LA SOCIETE](#)

[CIVILE](#) : 9¶

[3. LA FAIBLE IMPLICATION DES](#)

[JOURNALISTES ET DES](#)

[RESPONSABLES POLITIQUES](#) : 10¶

[2. ELOIGNEMENT](#) : 10¶

[1. UN DESENCHEMENT VIS-A-](#)

[VIS DE LA SPHERE POLITIQUE EN](#)

[GENERAL](#) : 10¶

[2. UNE CONSTRUCTION](#)

[EUROPEENNE PERCUE COMME](#)

[TROP DISTANTE](#) : 10¶

[3. LA PLACE PARTICULIERE DES](#)

[ELUS LOCAUX ET REGIONAUX](#) : 11¶

[3. ATTENTES](#) : 11¶

[1. UN BILAN NUANCE](#) : 11¶

[2. LE SOUHAIT D'UNE EUROPE](#)

[DES RESULTATS](#) : 11¶

[3. UNE IDENTITE EUROPEENNE](#)

[FONDEE SUR DES VALEURS](#)

[COMMUNES](#) : 11¶

[4. UN REGARD PARFOIS CRITIQUE,](#)

[MAIS LE SOUHAIT D'UNE EUROPE](#)

[PLUS FORTE](#) : 11¶

[5. UN DESIR DE DEBAT ET DE](#)

[PARTICIPATION](#) : 11¶

[SECONDE PARTIE : LES](#)

[PROPOSITIONS](#) : 14¶

[1. UNE](#)

[PROFESSIONNALISATION ACCRUE](#)

[14¶](#)

[1. COORDONNER ET CIBLER](#) : 14¶

[2. SIMPLIFIER](#) : 15¶

[2. UNE DECENTRALISATION PLUS](#)

[POUSSEE](#) : 16¶

[1. L'ECHELON NATIONAL](#) : 16¶

[2. L'ECHELON REGIONAL ET](#)

[LOCAL](#) : 17¶

[3. UNE COMMUNICATION DE](#)

[PROXIMITE](#) : 18¶

[3. UNE PARTICIPATION A](#)

[DEVELOPPER](#) : 19¶

[1. CONNAITRE ET COMPRENDRE :](#)

[DEVELOPPER LA FORMATION A](#)

[TROIS NIVEAUX](#) : 19¶

[1]

Supprimé : Introduction

Supprimé : ¶

Supprimé : L'Europe, près d'un demi siècle après la signature du traité de Rome, dont nous célébrerons le cinquantième anniversaire le 25 mars 2007, reste largement méconnue du grand public.¶ Il est vrai que l'Europe d'aujourd'hui ne ressemble que de très loin à celle des P(... [2]

Supprimé : .

Supprimé : M

Supprimé : ¶

2. Le plan D : « Démocratie, dialogue, débat »

La nomination de Margot Wallström

Cet exercice a été initié dès la formation de l'actuelle Commission. La nomination, pour la première fois, d'une Commissaire spécifiquement en charge de la communication, avec rang de Vice-présidente, Madame Margot Wallström, a d'ailleurs symbolisé l'importance attachée à ce dossier par le nouveau Collège.

Supprimé : avait

Supprimé : symbolisait

Supprimé : que

Supprimé : attachait à ce dossier

Supprimé : ¶

Supprimé : S

Supprimé : tous les Etats membres

Supprimé : ont

La période de réflexion et le plan D

Suite aux « non » français et néerlandais, le Conseil européen a décidé en juin 2005 d'ouvrir une « période de réflexion » devant notamment se traduire par un « large débat » associant les institutions politiques, mais aussi les citoyens et la société civile. C'est dans ce cadre que la Commission européenne a proposé au mois d'octobre un « plan D » comme « *Démocratie, dialogue, débat* »³. En parallèle, elle a déposé en février 2006 un Livre blanc sur une politique de communication européenne, sur lequel les citoyens sont appelés à se prononcer⁴.

C'est dans ce contexte que la Représentation en France de la Commission a pris l'initiative de lancer un Cercle de réflexion consacré à la communication sur l'Europe.

2. La méthode :

Supprimé : —Saut de page—

Supprimé : ¶

1. Un Cercle, cinq groupes

Un dialogue avec la société civile

Un large débat avec les citoyens a déjà eu lieu à l'occasion de la campagne référendaire fin 2004 et dans la première moitié de l'année 2005. A la suite de celui-ci, les autorités françaises souhaitent privilégier le dialogue avec la société civile. Le Cercle de réflexion sur la communication européenne initié par la Représentation en France en novembre 2005 s'inscrit dans cette logique.

Supprimé : Les autorités françaises estiment qu'u

Supprimé : Elles

Supprimé : actuellement

Supprimé : plutôt qu'avec le citoyen en direct

Un cercle informel composé de plus de 200 personnes

Composé de responsables politiques - qu'ils soient anciens Présidents ou anciens membres de la Commission européenne, anciens ministres délégués aux Affaires européennes ou élus européens, nationaux, régionaux et locaux - ainsi que de représentants des milieux professionnels et syndicaux, de responsables associatifs et de représentants des médias et du monde de la communication, il s'est constitué sur une base informelle, en fonction de la disponibilité et de la bonne volonté des participants. Dès le départ, il s'est voulu ouvert à toutes les personnes désireuses d'y participer, ce qui explique que le nombre de ses membres a plus que doublé : ils étaient environ 70 au moment de son lancement en novembre 2005, ils sont aujourd'hui plus de 200 (voir liste complète en Annexe I).

Supprimé : mais aussi

Supprimé : sur base

Supprimé : XXX

Il est apparu très rapidement que le Cercle ne pourrait parvenir à des conclusions opérationnelles s'il fonctionnait uniquement dans le cadre de ses réunions plénières et il a donc été décidé de mettre en place plusieurs groupes, qui se sont réunis très régulièrement entre novembre 2005 et avril 2006.

³ http://europa.eu.int/eur-lex/lex/LexUriServ/site/fr/com/2005/com2005_0494fr01.pdf

⁴ http://europa.eu.int/comm/communication_white_paper/index_fr.htm

Cinq groupes de travail

Cinq groupes de travail ont été ainsi constitués :

1. **Les jeunes et l'Europe**, sous la présidence de Babette Nieder, Secrétaire générale de Génération Europe 21
2. **Le monde de l'éducation**, sous la présidence de Martine Méheut, Présidente de l'Association Européenne des Enseignants (AEDE)
3. **Le monde du travail**, sous la présidence de Martine Clément, membre de la Commission Europe du MEDEF
4. **Le processus décisionnel en Europe : le rôle des citoyens, des collectivités territoriales et des autres acteurs**, sous la présidence de Michael Keller, Chargé des affaires européennes et internationales à l'Association des Maires de France
5. **Les hommes de l'art** (les professionnels de la communication), sous la présidence de Nicole Hébert, associée de Publicis Consultants

Supprimé : a

Supprimé : é

Supprimé : e

Supprimé : responsable du Bureau européen de

Supprimé :

Afin d'éviter que les travaux ne se dispersent, ce qui aurait pu nuire à l'aspect opérationnel des conclusions, il a été demandé aux participants de se concentrer sur la communication elle-même, ce qui n'a pas empêché certains groupes d'aborder d'autres aspects.

Supprimé : es

Supprimé : directement politiques

Supprimé : qui a bien voulu présider aux destinées du Cercle,

Des sessions plénières et des réunions par groupe de travail

Après une première réunion plénière à la Représentation le 10 novembre 2005, en présence du Vice-président de la Commission européenne, Monsieur Jacques Barrot, les groupes de travail se sont réunis de façon périodique, une à deux fois par mois, voire plus (voir calendrier des réunions en Annexe II). Ils ont présenté l'état d'avancement de leurs travaux lors des réunions plénières du Cercle des 27 janvier et 24 mars 2006. Ils sont parvenus à des conclusions opérationnelles qui sont présentées dans leur intégralité dans les Annexes III à VII du présent rapport.

Ce document a été officiellement présenté lors de la dernière réunion plénière du Cercle, le 28 avril 2006, en présence du Vice-président Jacques Barrot. Il a également été transmis à la Vice-présidente Margot Wallström, afin de nourrir la contribution de la Commission européenne en vue du Conseil européen des 15 et 16 juin 2006.

Mise en forme : Puces et numéros

2. Des études d'opinion

2.a – Les études Eurobaromètre :

Pour alimenter ses réflexions, le Cercle a consulté les sondages Eurobaromètre existants. L'Eurobaromètre constitue une base de données irremplaçable qui présente notamment l'avantage de permettre une comparabilité dans le temps (certaines questions étant posées à l'identique depuis de nombreuses années) et dans l'espace (des indicateurs similaires étant disponibles pour tous les Etats membres).

Supprimé : ¶
Saut de page
<#>Des études d'opinion¶
¶
2.a – Les études Eurobaromètre :¶

Trois études Eurobaromètre ad hoc

Afin de permettre une analyse plus fine, la Représentation en France a, en outre, fait réaliser entre janvier et avril 2006 trois études Eurobaromètre ad hoc étroitement liées aux travaux du Cercle⁵ :

Supprimé : directement connectées

- **L'Eurobaromètre Flash « Quelle Europe ? »** consacré aux attentes des Français vis-à-vis de la construction européenne. Ce sondage a été effectué par téléphone par EOS Gallup Europe/TNS Sofres auprès d'un échantillon représentatif de 2000 personnes⁶.

- **Une étude qualitative auprès du milieu enseignant** en France, à la demande du groupe de travail « Le monde de l'éducation ». Pour cette enquête, OPTEM/CSA a organisé deux discussions de groupe réunissant des enseignants du secondaire et a procédé à 24 entretiens téléphoniques approfondis auprès d'enseignants et de chefs d'établissement du secondaire.

- **Une étude qualitative auprès de responsables des syndicats de salariés et de chefs d'entreprises exerçant des responsabilités dans des organisations patronales** ou ayant participé à des programmes communautaires, à la demande du groupe de travail « Le monde du travail », pour laquelle 35 entretiens téléphoniques approfondis ont été organisés par OPTEM/CSA.

Les résultats de ces enquêtes sont présentés dans les annexes VIII à X du présent rapport. Une version complète est également disponible sur le site Internet de la Représentation en France⁷ et sur les pages du site Europa consacrées à l'analyse de l'opinion publique⁸.

2.b – Les enquêtes directement pilotées par les groupes :

Supprimé : ¶

D'autres enquêtes ont également été réalisées sur une base plus empirique par les groupes de travail eux-mêmes :

Supprimé : ¶

- **Après des jeunes de 12 à 25 ans** : Le groupe « Les jeunes et l'Europe » a envoyé un questionnaire à des collégiens de 12 à 15 ans et a obtenu 68 réponses. Par ailleurs, il a réuni le 11 mars 2006 à la Maison de l'Europe de Paris, avec le soutien de la Représentation en France de la Commission européenne, un panel d'une quarantaine de jeunes de 16 à 25 ans d'horizons très divers.

- **Après de chefs d'entreprises membres du MEDEF** : Le groupe « Le monde du travail » a élaboré un questionnaire qui a été envoyé à 400 entreprises membres des MEDEF territoriaux. Le dépouillement des 155 réponses reçues a été réalisé par le MEDEF à Paris.

On trouvera les principaux résultats de ces études dans les conclusions des groupes de travail (annexes III et V du présent rapport).

Supprimé : les

Supprimé : conclusions

Deux enquêtes directement pilotées par les groupes de travail

⁵ Ces trois enquêtes ont été effectuées en utilisant les contrats-cadres Eurobaromètre coordonnés par l'unité « Analyse de l'opinion et suivi des médias » de la Direction générale Communication de la Commission européenne.

⁶ Les résultats de cet Eurobaromètre ont été présentés le 15 mars 2006 lors d'une conférence de presse en présence du Vice-président Jacques Barrot.

⁷ <http://europa.eu.int/france>

⁸ http://europa.eu.int/comm/public_opinion/index_fr.htm

Supprimé : ¶

3. Les autres sources

D'autres éléments de *feedback* ont été pris en compte dans la rédaction du présent document :

- **Les fiches d'information des relais Europe Direct** : les 39 relais Europe *Direct* implantés en France⁹, qui ont pour vocation de relayer au niveau local l'information européenne, ont été invités à travailler sur trois types de documents permettant à la Commission européenne de bénéficier d'un retour d'information régulier. Parmi eux se trouve un questionnaire « micro-trottoir » auquel près d'un millier de personnes ont déjà répondu. La synthèse de ces fiches d'information se trouve en Annexe XI.

- **Le forum Internet « Débat pour l'Europe »** : à la fin du mois de mars dernier, la Commission a lancé un forum en ligne, multilingue, permettant aux internautes de participer directement au débat sur l'avenir de l'Union. La Représentation en France participe à la modération des débats et a réalisé une première synthèse des centaines de contributions qui ont été reçues sur le canal français au cours des premières semaines. Le lecteur intéressé pourra la lire en Annexe XII.

Supprimé : ¶

Sur la base de ces divers éléments, la Représentation en France de la Commission européenne a rédigé le présent rapport en mettant en exergue les principaux enseignements en termes de communication sur l'Europe. Les contributions des groupes de travail étant très riches, il n'a pas été possible de refléter l'ensemble des réflexions dans ce rapport, mais afin d'éviter toute déperdition d'information, la Représentation a fait le choix d'y annexer l'intégralité des conclusions.

Supprimé : , qui s'efforce d'en synthétiser

Supprimé : La Commission assume seule la responsabilité rédactionnelle du texte.

Supprimé : Toutefois, l

Supprimé : et

Supprimé : elle

Supprimé : de ces dernières

Supprimé : Le document sera officiellement présenté lors de la dernière réunion plénière du Cercle, le 28 avril 2006, en présence du Vice-président Jacques Barrot. Il sera également transmis à la Vice-présidente Margot Wallström, en vue de la conférence de synthèse des débats nationaux qui se tiendra à Bruxelles le 9 mai prochain et à l'issue de laquelle la Commission préparera un rapport pour le Conseil européen des 15 et 16 juin.¶

Les retours d'information des relais Europe Direct

Le point de vue des internautes

Un triple constat et trois axes de recommandations

Les actions de l'Union européenne sont mal connues du public, et le sentiment d'une distance trop importante de « Bruxelles » est largement partagé, mais les Français ont dans leur grande majorité de fortes attentes vis-à-vis de l'Europe. Partant de ce triple constat, ce rapport propose un ensemble de pistes pour améliorer la communication sur l'Europe et la rapprocher des citoyens, autour de trois axes : (1) une professionnalisation accrue, (2) une décentralisation plus poussée, (3) une participation renforcée.

Il importe toutefois de conserver à l'esprit que la Commission européenne ne pourra mettre en place à elle seule les mesures préconisées et que la réussite passera nécessairement par la mobilisation de tous les acteurs impliqués.

⁹ http://europa.eu.int/france/europe_direct.htm

Première partie : LE CONSTAT

Supprimé : .

1. Méconnaissance :

Supprimé : ¶

¶

Supprimé : ¶

1. Un grand public peu informé

Le manque d'information : un sentiment et une réalité

Selon l'Eurobaromètre Flash publié le 15 mars 2006, 36% des Français seulement se déclarent bien informés sur l'Union européenne. Ce sentiment est corroboré par les résultats du test objectif de connaissances que l'Eurobaromètre standard propose régulièrement aux sondés. A titre d'exemple, moins de la moitié des Français considèrent que la proposition « Les députés européens sont élus directement par les citoyens de l'Union européenne » est exacte. Et à peine plus d'un tiers savent qu'il existe un hymne européen.

Supprimé : Le lien entre information et comportements politiques est flagrant puisque 44% des électeurs du « oui » le 29 mai se disent bien informés, contre 30% des électeurs du « non ».

Supprimé : , à l'automne dernier,

Supprimé : considéraient

Supprimé : était vraie

Supprimé : ai

Les plus jeunes ne sont guère plus informés que leurs aînés : aucun des 12-15 ans ayant répondu au questionnaire du premier groupe de travail « *ne connaît un seul des programmes de la Commission européenne destinés aux jeunes alors qu'une large majorité [...] souhaitent vivre, travailler ou faire des études dans un autre pays européen* ».

Le lien entre information et attachement à l'Europe

Par ailleurs, il existe une corrélation forte entre le niveau d'information et l'attachement à la construction européenne : en moyenne, les personnes les mieux informées tendent à avoir une vision plus positive de l'Union.

Supprimé : ¶

Supprimé : ¶

2. Une communication insuffisante avec la société civile

Une information parcellaire chez les enseignants...

Plus surprenant peut-être, les publics « spécialisés » ne sont pas nécessairement au fait des actions et du mode de fonctionnement de l'Union.

L'étude qualitative conduite auprès du monde éducatif montre ainsi que les enseignants sont, pour beaucoup d'entre eux, peu au courant du fonctionnement des institutions communautaires, mais aussi dans une certaine mesure des programmes qui les concernent directement. Le groupe « Jeunes » met également le doigt sur le manque de formation des enseignants sur les questions européennes, qui vaut également pour les acteurs extra-scolaires tels que « *les travailleurs sociaux, les agences pour l'emploi, les formateurs en entreprise, les élus locaux etc* ».

... et chez les chefs d'entreprise

Par ailleurs, un quart des chefs d'entreprise ayant répondu au questionnaire transmis par le MEDEF avouent ne pas pouvoir citer un seul Commissaire européen et 86% disent ne pas avoir connaissance de la stratégie de Lisbonne. Ils sont 98% à ne pas connaître SOLVIT, service d'aide aux citoyens et aux entreprises intervenant pour résoudre les difficultés juridiques liées à une mauvaise application des règles du marché intérieur¹⁰. L'étude qualitative auprès des partenaires sociaux révèle par ailleurs une certaine méconnaissance des actions de l'Union dans le domaine social.

Supprimé : connaissent pas

Supprimé : , surtout parmi les responsables syndicaux, d

¹⁰ http://europa.eu.int/solvit/site/about/index_fr.htm

3. La faible implication des journalistes et des responsables politiques

Supprimé : hommes

Des médias peu impliqués

Plusieurs groupes de travail regrettent que les médias soient insuffisamment impliqués dans la communication sur l'Europe. Certains ont relevé que les journalistes en charge des affaires européennes, qui bénéficient d'un accès privilégié à l'information européenne, sont généralement « à part » au sein des rédactions. De nombreux participants à l'étude qualitative conduite auprès des partenaires sociaux regrettent l'absence de profondeur d'analyse et le « biais national » des médias français dans leur couverture des dossiers européens. L'opinion manifeste une certaine attente puisque quatre personnes sur cinq interrogées par l'Eurobaromètre dans le cadre du Flash « *Quelle Europe ?* » estiment que les médias devraient davantage parler de l'Union européenne.

Supprimé : ¶

Supprimé : ont regretté

Supprimé : systématiquement

Supprimé : s

Supprimé : par la Commission européenne

Bruxelles, un « bouc émissaire » facile

Les connaissances parfois superficielles des journalistes généralistes sur les dossiers européens permettent d'ailleurs à certains hommes et femmes politiques d'utiliser « Bruxelles » comme « bouc émissaire » sans que la contradiction ne leur soit apportée par les médias. Pour 87% des sondés, les politiques devraient parler davantage de l'Union. Cela n'empêche pas le personnel politique d'être largement discrédité, aux yeux de l'opinion.

Supprimé : La relative incompétence

Supprimé : «

Supprimé : »

Supprimé : aimeraient que

Supprimé : nt

Supprimé : – alors même que ceux-ci sont

Supprimé : s

Supprimé : ¶

¶

Supprimé : ¶

2. Eloignement :

1. Un désenchantement vis-à-vis de la sphère politique en général

Le désenchantement vis-à-vis du politique

En effet, selon l'Eurobaromètre standard de l'automne dernier, à peine 9% des Français déclarent faire « *plutôt confiance* » aux hommes politiques, contre 83% qui ne leur font « *plutôt pas confiance* ».

L'Eurobaromètre Flash révèle, quant à lui, que pour quatre Français sur cinq, les hommes politiques « pensent à leur intérêt personnel avant de penser à l'intérêt général ». Près des trois quarts considèrent également qu'aujourd'hui, « l'action politique a peu de poids par rapport aux réalités économiques ».

Supprimé : Notre

Supprimé : jugent que

Supprimé : e

Supprimé : aujourd'hui

Supprimé : L

L'Eurobaromètre standard indique que la défiance envers les institutions politiques nationales est en France supérieure à la moyenne européenne : 60% des Français ne font plutôt pas confiance au Parlement et le chiffre s'élève même à 71% pour le gouvernement.

Supprimé : ¶

2. Une construction européenne perçue comme trop distante

En comparaison, l'Union européenne semble presque « *tirer son épingle du jeu* » même si 50% des Français ne lui accordent pas leur confiance.

Une Union jugée trop éloignée des préoccupations des citoyens

Il n'en demeure pas moins que selon l'Eurobaromètre Flash, la construction européenne est perçue comme étant trop éloignée des préoccupations des citoyens par plus de quatre personnes sur cinq.

Supprimé : XXX

Des institutions européennes perçues comme trop technocratiques

Le décalage entre deux France

L'aspect technocratique des institutions européennes est parfois dénoncé, que cela prenne la forme d'une critique sur la complexité du processus de décision, sur une « rigidité administrative normalisatrice à l'excès » (chez certains responsables patronaux) ou sur le « langage bureaucratique » des textes européens (jeunes réunis par le groupe de travail « Les jeunes et l'Europe »).

Le groupe « Les hommes de l'art » s'inquiète, quant à lui, du « décalage grandissant entre une minorité de la population au fait de l'actualité et une France qui ne lit pas Le Monde et ne connaît pas le site Europa ».

Supprimé : Les

Supprimé : du

Supprimé : regrettent également le « langage bureaucratique » des textes disponibles

3. Attentes :

1. Un bilan nuancé

Les Français, tout en restant majoritairement attachés à l'Union européenne, dressent un bilan nuancé de la construction européenne : ils ne remettent pas en cause son « socle » constitué de valeurs communes, ils la perçoivent comme un « bouclier » face au reste du monde et ils la voient aussi comme un « fer de lance » dans beaucoup de domaines concrets ; ils critiquent toutefois ses faiblesses en termes de bien-être et d'emploi et expriment des réserves sur le dernier élargissement.

Supprimé : <#>La place particulière des élus locaux et régionaux¶

¶

Mise en forme : Puces et numéros

1.a – Une Europe qui n'est pas remise en cause dans ses fondements... :

Des valeurs communes

Le sentiment d'une identité européenne commune fondée sur des valeurs est largement partagé : les deux tiers des personnes interrogées par l'Eurobaromètre considèrent que les pays de l'Union possèdent des valeurs qui les distinguent du reste du monde.

Une identité à la fois française et européenne

Un large consensus sur les valeurs de l'Europe se dégage également parmi les jeunes ayant participé au premier groupe de travail. Ceux qui connaissent d'autres Européens estiment presque tous qu'ils ont quelque chose en commun avec eux. Le sentiment d'une identité européenne est plus fort chez ceux qui ont l'expérience concrète d'un échange ou d'un voyage et certains affirment se sentir « plus européens et plus français à la fois », donnant raison à l'écrivain italien contemporain Claudio Magris pour qui « chaque nouvelle identité renforce la première ». Ce sentiment de double appartenance se retrouve dans les résultats de notre sondage : trois citoyens sur cinq déclarent se sentir à la fois français et européens.

Un fort soutien à la construction européenne

Il ressort de l'ensemble des enquêtes réalisées dans le cadre du Cercle de réflexion que le principe même de la construction européenne est quasiment plébiscité. Selon l'Eurobaromètre Flash, trois Français sur quatre jugent positivement l'appartenance de leur pays à l'Union européenne - les plus jeunes et les personnes ayant le niveau d'études le plus élevé se montrant les plus enthousiastes. La même proportion estime que la construction européenne nous rend plus forts face au reste du monde et près de quatre personnes sur cinq considèrent qu'elle permet de garantir la paix sur le continent. Une majorité juge également qu'elle nous permet de mieux lutter contre les effets négatifs de la mondialisation

L'Europe nous rend plus forts

Sécurité aérienne, environnement : une perception positive

Parmi les effets positifs, les sondés citent notamment la sécurité aérienne (74%), la qualité de l'environnement (72%), la formation des jeunes (64%) et la protection des consommateurs (55%).

Emploi : une déception

1.b – ... mais qui présente des faiblesses :

En revanche, une nette majorité pense que la construction européenne joue un rôle négatif sur le coût de la vie et sur l'emploi. Alors que de nombreuses études soulignent que le chômage est perçu comme étant le principal problème du pays, près de deux Français sur trois jugent qu'aujourd'hui la construction européenne est une mauvaise chose pour l'emploi.

Chômage et protection sociale au cœur des préoccupations

Les participants aux micro-trottoirs d'Europe Direct et les internautes qui se sont exprimés sur le forum « Débat pour l'Europe » citent également l'emploi et la protection sociale au sens large comme des domaines dans lesquels l'Union devrait davantage s'impliquer. Une distinction est parfois faite entre la croissance économique du pays, pour laquelle l'Union est créditée d'un rôle positif et le bien-être pour lequel les jugements sont plus sévères.

Enfin, l'opinion française porte un regard plutôt critique sur l'élargissement à dix nouveaux Etats membres en 2004, qui est une bonne chose pour 47% des répondants et une mauvaise pour 49%.

2. Le souhait d'une « Europe des résultats »

Mise en forme : Puces et numéros

Les citoyens français, parfois réservés sur le bilan, n'en aspirent pas moins à un renforcement du socle, du bouclier et du fer de lance, pour reprendre la métaphore utilisée plus haut.

Un projet économique, mais aussi politique, social et humain

Face à une construction européenne souvent perçue d'abord dans sa dimension économique, ils souhaitent bâtir un projet qui soit également de nature politique et dans lequel la dimension sociale aurait toute sa place. Certains, parmi les jeunes notamment, soulignent aussi l'importance des aspects culturels et humains, et en particulier de la notion de tolérance.

L'Europe de la recherche plébiscitée

Les Français attendent manifestement une Europe du concret. Selon l'Eurobaromètre, ils estiment en particulier que l'Union européenne peut permettre de mieux résoudre les problèmes dans les domaines de la recherche et de l'innovation technologique (88%), de la protection de l'environnement (82%), de la lutte contre le terrorisme (82%), du commerce international (80%) et de l'aide aux pays les plus pauvres (79%).

Le soutien au principe d'une Constitution

Si de fortes réticences s'expriment sur la perspective de futurs élargissements, à la Turquie notamment, on relèvera toutefois que le souhait d'une Constitution demeure très ancré, confirmant que le « non » du 29 mai 2005 ne doit pas être interprété comme un refus de l'idée même de Constitution. Seuls 12% des Français interrogés par l'Eurobaromètre rejettent en effet cette idée. Ils sont 9% à penser qu'il faudrait faire voter à nouveau les Français sur le texte déjà soumis à référendum, 35% à penser qu'il faudrait renégocier une Constitution à partir du projet existant et 39% à préférer une négociation qui reparte de zéro.

En bref, tout semble indiquer que les Français ne souhaitent pas moins d'Europe, mais plus de résultats. Cette attitude explique sans doute leur fort désir de débat et de participation.

Supprimé : <#>Une identité européenne fondée sur des valeurs communes¶

¶ Interrogés sur ce qui définit l'identité européenne, les sondés placent en tête la démocratie et le respect des droits de l'homme (46%), une économie de marché (44%) et la géographie (41%). Par ailleurs, 66% des personnes interrogées considèrent que les pays de l'Union européenne possèdent des valeurs communes qui les distinguent du reste du monde.¶ Un large consensus se dégage également parmi les jeunes ayant participé au premier groupe de travail sur les valeurs de l'Europe. Ceux qui connaissent d'autres Européens estiment presque tous qu'ils ont quelque chose en commun avec eux. Le sentiment d'une identité européenne est plus fort chez ceux qui ont l'expérience concrète d'un échange ou d'un voyage et certains affirment se sentir « plus européens et plus français à la fois ».¶ Ce sentiment de double appartenance se retrouve dans les résultats de notre sondage : 60% des citoyens déclarent se sentir à la fois français et européens. Par ailleurs, 67% des personnes interrogées se disent « plutôt pas » ou « pas du tout » d'accord avec l'affirmation selon laquelle la construction européenne est une menace pour notre identité.¶

<#>Un regard parfois critique, mais le souhait d'une Europe plus forte¶

¶ 2.a – Un bilan nuancé :¶

¶ L'Eurobaromètre nous permet d'évaluer avec précision la façon dont les Français jugent le bilan de la construction européenne.¶

• L'Europe nous rend plus fort...¶

Trois Français sur quatre jugent positivement l'appartenance de leur pays à l'Union européenne, les plus jeunes et les personnes ayant le niveau d'études le plus élevé se montrant les plus enthousiastes. La même proportion estime que la construction européenne nous rend plus forts face au reste du monde et 79% considèrent qu'elle permet de garantir la paix sur le continent. 54% jugent également qu'elle nous permet de mieux lutter contre les effets négatifs de la mondialisation et 55% qu'elle est une bonne chose pour la protection des consommateurs français.¶

... [3]

Supprimé : ¶

3. Un désir de débat et de participation

Les attentes des Français en matière d'information sont importantes, qu'elles passent par la télévision et la radio, ou par des sources plus proches du quotidien des citoyens.

Mais la demande va bien au-delà : c'est un désir de débattre et d'être davantage associé aux prises de décision qui ressort des travaux des groupes. Les trois-quarts des Français affirment que des débats sur la construction européenne peuvent les intéresser « beaucoup » ou « un peu », en souhaitant que ceux-ci prennent d'abord la forme de discussions publiques ouvertes aux citoyens (64%) et de grands débats télévisés (54%). Invités à désigner ceux qui, selon eux, devraient être au premier plan pour animer ces débats, ils choisissent d'abord les élus locaux et régionaux (57%) puis la société civile (33%), suivie de peu par le gouvernement, les parlementaires et les institutions européennes.

Trois personnes sur quatre déclarent par ailleurs souhaiter être davantage associées aux prises de décision dans l'Union. Cette dimension apparaît également dans les conclusions de la plupart des groupes de travail du Cercle.

Le désir de « reconnaissance » est particulièrement vif, notamment parmi les partenaires sociaux. Plus généralement, beaucoup regrettent un manque de « retour » de la part de la Commission européenne lorsque celle-ci consulte les citoyens ou la société civile.

Un besoin d'information

L'intérêt pour des débats européens

Le souhait d'être davantage associés aux prises de décision

Seconde partie : LES PROPOSITIONS

Supprimé : .

Les propositions des cinq groupes de travail du Cercle de réflexion sont très riches. Elles se trouvent en intégralité dans les annexes III à VII du présent rapport. Les orientations qui en découlent pour améliorer la communication sur l'Europe sont présentées ci-dessous.

Supprimé : Plus modestement, nous tentons dans ce second volet de présenter les grandes orientations autour desquelles peuvent s'organiser les actions à entreprendre ou à développer

Supprimé : axes

Trois objectifs

Trois objectifs se dégagent, étroitement corrélés avec le constat dressé dans la première partie du rapport :

(1) une professionnalisation accrue, condition *sine qua non* pour mieux répondre aux besoins des citoyens en matière d'information ;

(2) une décentralisation plus poussée, qui devrait permettre de lutter contre le sentiment d'éloignement des institutions européennes ;

(3) une participation à développer, puisque les citoyens expriment des attentes fortes vis-à-vis de l'Europe et qu'ils souhaitent être davantage impliqués dans le processus décisionnel.

Supprimé : ¶

Supprimé : ¶

1. Une professionnalisation accrue

La communication : un art d'exécution

Comme le souligne le groupe « les hommes de l'art » qui a réuni des professionnels de la communication, l'objectif doit être simple : il s'agit, ainsi que l'avait notamment rappelé Monsieur Jacques Barrot, lors de la première réunion du Cercle de réflexion, de s'interroger sur la manière de mieux communiquer sur la valeur ajoutée de l'Union européenne. Cela implique en particulier des actions ciblées et coordonnées, ainsi qu'une simplification des messages et des procédures. Car, toujours selon le groupe, « si la communication est effectivement un art, cet art est tout entier dans l'exécution » !

Supprimé : ARROT

Supprimé : c

Supprimé : façon

1. Coordonner et cibler

Supprimé : ¶

Mise en forme : Puces et numéros

Supprimé : ¶

Supprimé : ¶

1.a – Coordonner les actions :

Trop d'information tue la communication

Partant du principe que « trop d'information tue la communication », plusieurs contributions relèvent que la diversité des initiatives prises par les directions générales de la Commission nuit à leur lisibilité d'ensemble. Il est par exemple difficile pour les citoyens ou les entreprises de trouver leur chemin parmi les multiples services destinés à les informer ou à simplifier leurs démarches.

Une meilleure coordination entre les Directions générales et la Représentation de la Commission

Le groupe sur les « hommes de l'art » préconise notamment que la Représentation de la Commission dans chaque Etat membre soit plus directement tenue informée des initiatives émanant des unités responsables de la communication dans les Directions générales de la Commission. De fait, la Représentation constate que les efforts menés, à la suite du plan d'action sur la communication de juillet 2005, pour mieux coordonner l'action des Directions générales ne se traduisent pas toujours par une information adéquate des Représentations sur les projets en cours.

Supprimé : conduits

Supprimé :

Un meilleur calendrier

La coordination passe également par un choix plus judicieux du calendrier des actions de communication, afin de « coller » davantage aux préoccupations des médias et du public. Certains sujets peuvent faire l'objet d'une communication plus poussée à certaines périodes de l'année, qu'il s'agisse de la sécurité aérienne ou des eaux de baignade avant les vacances d'été, par exemple.

Supprimé : ¶

Supprimé : ¶

Des catégories plus sensibles

1.b – Définir des cibles :

Selon le rapport du groupe « Les hommes de l'art », ce ne sont ni les europhiles ni les opposants irréductibles qu'il faut s'efforcer de convaincre en priorité, mais « *Le marais* » relativement peu informé et peu intéressé. Le groupe suggère que des catégories, moins bien informées sur l'Europe fassent l'objet d'un ciblage prioritaire, tels que les jeunes et les femmes.

Supprimé : Ce ne sont ni les europhiles ni les opposants irréductibles qu'il faut s'efforcer de convaincre, mais le «

Supprimé : relativement peu informé et peu politisé qui est susceptible de basculer d'un côté ou de l'autre en fonction des influences auxquels il est soumis », selon le rapport du groupe « les hommes de l'art »,

Supprimé : pour lequel certains groupes

Supprimé : pourraient faire

La cartographie des relais d'opinion

Pour mieux les atteindre, il est recommandé par le groupe « d'accepter un minimum de techniques inspirées de celles du marketing ». Ceci pourrait commencer par une « cartographie très précise des relais d'opinion (médias, associations, élus) dont on peut, plus ou moins, prévoir les positions » sur telle ou telle mesure.

Couvrir la presse dans sa diversité

Il s'agirait aussi d'accorder toute la place nécessaire aux secteurs de la presse qui sont trop souvent « laissés en jachère : presse régionale, presse professionnelle, presse féminine, presse grand public ».

Les avantages du marketing et ses limites

Toutefois, comme plusieurs membres du Cercle ont eu l'occasion de le souligner lors des plénières, une approche de type « marketing » n'est pas nécessairement la panacée : communiquer sur l'Europe, c'est communiquer sur un projet avec des valeurs fortes, auxquelles les Français se révèlent particulièrement attachés. Il convient donc de bien doser, dans la communication, ce qui peut relever d'une approche « professionnelle » au sens des techniques de communication traditionnelles et ce qui relève du « supplément d'âme » indispensable pour susciter l'adhésion au projet européen.

Supprimé : c

2. Simplifier

Mise en forme : Puces et numéros

Supprimé : ¶

Supprimé : ¶

Utiliser un langage simple

2.a – Simplifier les messages... :

Beaucoup regrettent que les institutions européennes utilisent un « langage technocratique » dans leur communication avec les citoyens et qu'elle accorde une trop large place aux aspects institutionnels et techniques au détriment des bénéfices concrets apportés par l'Union¹¹.

Supprimé :

Selon le groupe, une des possibilités consisterait à permettre aux Représentations dans les Etats membres de « traduire » les messages en évitant au maximum l'utilisation du jargon.

Des documents en français

Afin d'être compréhensibles, l'information doit également être disponible en français. Rappelons à cet égard qu'un Français sur deux dit ne pas être à même de participer à une conversation dans une langue étrangère.

¹¹ A titre d'exemple, le groupe « Le monde du travail » suggère ainsi de faire référence à ce qu'était l'Europe il y a une vingtaine d'années pour mesurer le chemin parcouru. A l'époque, le continent était divisé en deux blocs, les doubles impositions étaient monnaie courante, il fallait des devises pour voyager, ...

Ce message véhiculé par les groupes de travail rejoint pleinement une préoccupation constante de la Représentation, s'agissant de la nécessaire disponibilité en français des documents clé pour la communication sur l'Union européenne (communiqués de presse notamment).

Supprimé : ¶

Supprimé : ¶

2.b – ... et les procédures :

De nombreux participants du Cercle ont relevé la complexité de certaines procédures de marché qui découragent les bonnes volontés. Appels à propositions « incompréhensibles », lourdeur des critères à remplir par les soumissionnaires, etc.

Supprimé : voire l'absurdité

Certains craignent aussi que le souci légitime de contrôle n'aboutisse à une certaine inertie. Ce que le groupe « Les hommes de l'art » résume ainsi : « Une frilosité, un recours aux audits d'audits, au détriment de l'action ».

Supprimé : ¶

La Représentation a eu l'occasion d'appeler à maintes reprises l'attention du siège de la Commission, au plus haut niveau, sur les difficultés procédurales issues notamment du Règlement Financier, dont les dispositions se révèlent peu adaptées à une communication réactive face à l'événement et peuvent dans certains cas aller jusqu'à stériliser les efforts de communication entrepris par les Représentations.

Supprimé : ¶

Supprimé : s

Supprimé : r

Supprimé : f

Supprimé : s

2. Une décentralisation plus poussée :

Comme cela a déjà été amplement souligné tant par la communication sur le « plan D » d'octobre 2005 que par le Livre Blanc sur la communication européenne adopté le 1er février 2006, les institutions européennes et la Commission européenne, en particulier, ne peuvent communiquer à elles seules, depuis Bruxelles, en direction de près d'un demi-milliard de citoyens aux langues, aux cultures et aux traditions politiques diverses.

Supprimé : ¶

Comme le souligne le rapport du groupe de travail « Les hommes de l'art », « il est illusoire de vouloir communiquer de la même manière sur un sujet donné aux Bretons, aux habitants du nord de la Finlande et à ceux de l'est de la Pologne ».

Supprimé : Comme

Dans tout effort de communication sur l'Europe, il apparaît désormais indispensable de se rapprocher le plus possible du citoyen européen : par un renforcement des efforts de communication à l'échelon national (notamment via des partenariats avec les autorités des Etats membres); par le développement d'une composante régionale, voire locale ; et plus généralement par une communication de proximité, ce qui rejoint d'ailleurs une des préoccupations de la Vice-présidente Wallström.

Supprimé : t

La simplification des procédures administratives

Une communication au plus proche du terrain

Un partenariat
étroit avec les
autorités
nationales

Des outils de
financement plus
souples

Des capacités
accrues pour les
Représentations

1. L'échelon national

1.a – Développer le partenariat avec les Etats membres :

Du point de vue, de la Représentation, une communication ciblée vers le public français ne peut avoir lieu que sur base d'un partenariat étroit et effectif avec les autorités nationales, même si dans bien des domaines, cette responsabilité leur échoit de façon prioritaire (formation des enseignants et des élus par exemple).

Lors de la campagne référendaire en 2005, des actions conjointes de communication ont pu être conduites sur la base du « partenariat stratégique », qui a donné lieu à la définition en commun d'un ensemble d'actions, menées à bien sur base de financements séparés pour chaque type d'opérations. Pour 2006 – 2007, plusieurs actions son envisagées, notamment dans la perspective de la commémoration du 50^{ème} anniversaire du traité de Rome le 25 mars 2007.

En outre, la question de l'avenir, au-delà de la convention actuelle, qui expire en mars 2007, du Centre d'Information sur l'Europe « Sources d'Europe » - dont le gouvernement et la Commission sont membres fondateurs - fait l'objet d'un examen attentif, avec la perspective de la mise en place d'un « partenariat de gestion » en 2007.

L'expérience de ces dernières années met toutefois en évidence la nécessité absolue de disposer d'outils de financement, voire de possibilités de cofinancement, permettant de mettre en place des actions de communication de façon suffisamment réactives par rapport à l'état du débat politique en cours.

1.b – Renforcer l'échelon des Représentations :

Le groupe « Les hommes de l'art » préconise que soit adopté au minimum l'axiome « Think global, act local » qui est de règle dans toute entreprise internationale, en allant au besoin jusqu'au « Think local, act local ».

Il est ainsi préconisé que soient données « plus de liberté et de ressources aux Représentations » et que soit permis aux représentations de « nouer des partenariats avec des entreprises privées, sous des modalités à définir, en vue de promouvoir, grâce à toute sortes de techniques de communication sous-employées (jeux interactifs, sponsoring), certaines vitrines de l'UE (Erasmus, Leonardo, liberté de circuler, sécurité alimentaire etc... ». Le groupe rappelle notamment que la communication sur l'euro, dont on s'accorde à reconnaître qu'elle fut un succès, a été possible grâce au recours à plus de 700 partenariats avec des entreprises privées.

Il est à noter toutefois qu'en l'état actuel du Règlement Financier, ce type de partenariat n'est pas envisageable, la règle étant celle du passage par les appels à propositions / appels d'offres. Du point de vue, de la Représentation, une réflexion sur ce sujet mériterait d'être conduite dans le cadre des révisions, en cours ou à venir, du Règlement Financier.

Supprimé : .

Mise en forme : Puces et numéros

Supprimé : ¶

Supprimé : ¶

Supprimé : Vu

Supprimé : la mise en place d'un partenariat de gestion et de

Supprimé : ne

Supprimé : ¶

¶

¶

¶

Supprimé : ¶

Supprimé :

Supprimé : r

Supprimé : f

Supprimé : Vu

Supprimé : r

Supprimé : f

2. L'échelon régional et local

La place particulière des élus régionaux et locaux

Les collectivités territoriales, lieux de diffusion de l'information

Les relais Europe Direct : prendre le « pouls du terrain »...

... et un rôle de premier plan dans l'organisation de débats

2.a – Les collectivités territoriales, acteurs privilégiés :

Les études d'opinion montrent que les élus régionaux et locaux font figure d'exception par rapport au discrédit qui frappe la classe politique. La participation élevée aux élections municipales, surtout dans les zones rurales et les petites villes, s'explique en partie par la visibilité des équipes municipales et de leurs actions. Les élus de terrain, de par leur notoriété, leur proximité et leur image, semblent donc à même d'être des relais particulièrement crédibles, comme le montre l'Eurobaromètre Flash du 15 mars (57% de Français font en priorité confiance aux élus locaux et régionaux pour communiquer sur l'Europe).

Comme le souligne le groupe de travail sur « le processus décisionnel en Europe : le rôle des citoyens, des collectivités territoriales et des autres acteurs », « les collectivités territoriales sont des lieux essentiels de diffusion de l'information et de communication sur l'Europe. La communication sur l'Europe devrait être mise en place à ce niveau, afin de couvrir le public le plus large par l'intermédiaire de relais d'opinion diversifiés ».

Toujours pour ce groupe, le producteur d'une information sur l'Europe « utiliser les têtes de réseaux à traduire, transposer et adapter le message aux circonstances et aux réalités locales/sectorielles pour faciliter la communication. » Il y a en effet « une forte attente citoyenne quant à une implication majeure des élus locaux dans l'explicitation des enjeux de nature territoriale et européenne. »

Ainsi, il apparaît que la communication sur l'Europe ne peut se concevoir sans la participation des élus, même si elle ne saurait se limiter à leurs seules interventions.

2.b – L'Europe sur le terrain : les relais Europe Direct :

Le groupe « Les hommes de l'art » préconise également que les relais Europe Direct soient formés à « un rôle de feedback qualitatif pour permettre à la Représentation d'ajuster au plus près les actions à entreprendre ».

La Représentation s'est déjà orientée en ce sens avec l'établissement d'un mécanisme de « retour d'information » des 39 relais Europe Direct implantés sur le territoire français (voir fiche de synthèse jointe en annexe XI).

Elle souhaite toutefois, sur base des travaux du Cercle de réflexion à l'échelon national, poursuivre très au-delà l'implication de ces relais dans le travail de réflexion sur la communication sur l'Europe au niveau régional et local.

Par ailleurs, elle prévoit d'ores et déjà d'apporter un soutien financier et logistique à la mise en place d'une dizaine de grands débats régionaux sur l'Europe avec la participation d'une quinzaine de relais Europe Direct. Le premier d'entre eux se tiendra dès le 21 mai prochain à Strasbourg.

Supprimé : ¶

Mise en forme : Puces et numéros

Supprimé : ¶

Supprimé : f

Supprimé : ¶

Supprimé : ¶

Supprimé : ¶

Supprimé : ¶

Supprimé : ¶

Supprimé : ¶

Supprimé : c

Supprimé : E

Supprimé : par ailleurs

Supprimé : , comme celui prévu

Supprimé : , sur proposition du relais Europe Direct

Supprimé : ¶

Supprimé : ¶

2.c – L'importance de la presse quotidienne régionale :

Des liens plus étroits avec la presse régionale

Les retours d'information des relais Europe Direct mettent en évidence que la presse écrite est le média qui, au niveau régional, traite majoritairement des questions européennes. Même si la qualité est globalement bonne du fait de la présence de correspondants à Bruxelles, on constate une tendance à reprendre que des dépêches de façon assez neutres ou à mettre l'accent sur les difficultés de l'Union européenne plus que sur ses succès.

Supprimé : Vu

Du point de vue de la Représentation, il est fondamental de nouer des liens plus étroits avec la presse quotidienne régionale, comme elle le fait en particulier depuis le lancement du plan D, complément indispensable de l'effort de décentralisation sur le terrain des activités d'information et de communication sur l'Union européenne.

Supprimé : ¶

3. Une communication de proximité

Mise en forme : Puces et numéros

3.a – Des lieux et des dates symboliques :

Des lieux de rencontre sur l'Europe

Une communication de proximité passe également par des lieux de rencontre. Depuis le départ de Sources d'Europe de La Défense, certains regrettent l'absence de lieu clairement identifié symbolisant l'Europe et où il soit par exemple possible d'amener une classe. Il convient de rappeler à cet égard que les audits successifs du centre avaient clairement mis en évidence une baisse de la fréquentation du centre à La Défense, où son implantation était par ailleurs d'un coût considérable pour les membres fondateurs. Ceci a conduit au transfert de la médiathèque à la Documentation française (qui a, à cette occasion ouvert une salle consacrée à l'Europe) et au déménagement du Centre dans le même immeuble que celui qui abrite le Bureau d'Information du Parlement européen et de la Représentation de la Commission.

Supprimé : sur 4400 m2

Supprimé : deux

Supprimé : , le gouvernement français et la Commission européenne, d'où le

Supprimé : p

Supprimé : , au 288 boulevard Saint Germain, en juillet 2004

Une plus grande visibilité

Certains groupes soulignent que l'adresse de la Représentation elle-même, qui n'a certes pas vocation à accueillir avec régularité de larges groupes de visiteurs, est largement méconnue et son entrée n'est indiquée qu'avec discrétion.

La visibilité peut aussi passer, sur les sites qui ont bénéficié de financements communautaires, par les panneaux mentionnant l'origine des fonds et comportant le drapeau européen. De tels panneaux – même s'ils sont requis par la législation communautaire sur les fonds structurels - ne semblent malheureusement que rarement présents ou insuffisamment apparents.

L'information sur les « lieux de vie »

L'information pourrait aussi passer par des « lieux de vie », qu'il s'agisse des Centres d'Information et de Documentation Jeunesse (CIDJ) – dont certains hébergent des relais Europe Direct - et des Centres d'Information et d'Orientation (CIO) dans les établissements scolaires mais aussi, dans un registre différent de « fêtes itinérantes » ou autres. Le groupe de travail « Les jeunes et l'Europe » propose ainsi des initiatives culturelles et sportives et propose même l'instauration d'une journée civique européenne.

La journée du 9 mai

La symbolique peut aussi passer par la Journée de l'Europe le 9 mai. Plusieurs membres du Cercle expriment le souhait que cette date revête une plus grande importance ou qu'elle devienne un jour férié.

Supprimé : ¶

Supprimé : ¶
¶
¶

3.b – Des messagers crédibles et ciblés

Des témoignages concrets

La proximité et la légitimité des messagers jouent aussi leur rôle. Les jeunes semblent ainsi souhaiter des « témoignages » d'autres jeunes ayant participé à une expérience européenne. L'idée d'utiliser comme vecteur des personnalités populaires sortant du champ politique (artistes, sportifs, ...) a également été avancée.

Des « ambassadeurs de bonne volonté »

Conformément aux orientations définies par le plan D, la Représentation explore la possibilité d'avoir en France des « Ambassadeurs de bonne volonté », même si elle constate que, selon l'Eurobaromètre Flash du 15 mars, seul un quart des Français souhaite voir de telles personnalités au premier plan pour animer les débats sur la construction européenne.

Supprimé : f

3.c – Des supports d'information plus accessibles

L'information sur les réalisations de l'Union

En outre, il apparaît, comme le souligne le groupe « le monde du travail », que pour mieux mettre en valeur ce que l'Europe fait en France, la Commission devrait établir un répertoire des principales réalisations de toute nature, afin que les partenaires sociaux, les médias et tous les corps intermédiaires puissent y puiser pour leurs actions d'information et de communication. Le Centre d'information sur l'Europe (Sources d'Europe) mettra en ligne à partir du 2 mai une carte de France interactive présentant par région le nombre de projets et le détail des crédits européens par domaine d'intervention.

Supprimé : En outre, il apparaît, comme le souligne le groupe « le monde du travail », que pour mieux mettre en valeur ce que l'Europe fait en France, la Commission devrait établir un répertoire des principales réalisations de toute nature, afin que les partenaires sociaux, les médias et tous les corps intermédiaires puissent y puiser pour leurs actions d'information et de communication.¶
¶

Diffuser plus largement 7 Jours Europe

De nombreux participants aux travaux du groupe ont souligné l'intérêt et la qualité du bulletin d'information 7 Jours Europe adressé chaque semaine à 6000 abonnés et également disponible sur Internet¹².

Alors que la publication est momentanément interrompue, la Représentation en France de la Commission européenne souhaite la rendre davantage accessible au grand public, en révisant son contenu, en rendant sa présentation plus attractive et en élargissant sa diffusion. Celle-ci pourrait notamment toucher l'ensemble des maires des communes de plus de 5000 habitants, ainsi que l'ensemble des conseillers régionaux et généraux. La possibilité de couvrir le monde de l'éducation en l'envoyant aux recteurs d'académie et aux chefs d'établissements (secondaire et facultés) est également envisagée.

Supprimé : ¶

3. Une participation à développer :

Connaître et comprendre pour participer

« Pour participer, il faut connaître et comprendre » : telle est peut-être la principale leçon de la réunion tenue avec des jeunes de 16 à 25 ans venus de toute la France, à l'initiative du groupe de travail sur « Les jeunes et l'Europe », le 11 mars dernier à la Maison de l'Europe de Paris, avec le soutien de la Représentation.

Ce message pourrait valoir pour tous et non seulement pour les jeunes, ce qui met en évidence la nécessité de franchir plusieurs étapes pour mieux associer les citoyens au processus décisionnel européen, allant de la formation à la consultation et la coopération, en passant par le développement des échanges.

Supprimé : A bien y réfléchir, c

Supprimé : vaut

Supprimé : de

¹² http://europa.eu.int/france/outils/sept_jours/index_fr.htm

1. Connaître et comprendre : développer la formation à trois niveaux

Mise en forme : Puces et numéros

Supprimé : ¶

Supprimé : ¶

Supprimé : ¶

1.a – Les enseignants

Supprimé : ¶

L'étude Eurobaromètre qualitative sur le monde enseignant et les conclusions du groupe sur « le monde de l'éducation » ont mis en évidence l'impérative nécessité d'une formation à grande échelle du milieu enseignant sur les questions européennes. Sont notamment cités comme des impératifs le besoin de :

- s'assurer d'une formation continue des enseignants sur l'histoire et les avancées de la construction européenne ;

- développer les programmes permettant une plus grande mobilité vers d'autres pays de l'Union européenne des enseignants de toute discipline et étudiants d'IUFM (Instituts de Formation des Maîtres) ;

- d'organiser des formations à la gestion des programmes européens pour les enseignants.

Supprimé : ¶

D'une manière générale, le souhait d'une valorisation – dans leur cursus personnel - de l'engagement des enseignants en faveur de l'Europe est souligné par un grand nombre d'intervenants.

Supprimé : ¶
¶

Les réflexions faites par les jeunes de 16 à 25 ans, réunis à l'initiative du groupe « les jeunes et l'Europe », qui expriment pour un certain nombre d'entre eux « une critique virulente des cursus spécialisés comme les sections européennes et estiment que les cours n'ont pas de contenu européen et que les enseignants ne sont pas formés aux questions européennes » ne peuvent que renforcer la nécessité impérieuse d'un effort de formation à grande échelle des enseignants.

Supprimé : ¶
¶
¶

Sans elle, la dimension européenne de l'enseignement risque de rester cantonnée à certaines disciplines au lieu d'irriguer l'ensemble de la vie scolaire – à travers, par exemple, les projets d'établissements.

Supprimé : ¶

Supprimé : ¶

1.b – les élus

Pour permettre aux élus et notamment aux élus régionaux et locaux de jouer pleinement le rôle d'information sur l'Union européenne qui est attendu d'eux par les Français, il convient de leur donner la formation et les outils favorisant une bonne appréhension des objectifs poursuivis par l'Union européenne et des politiques conduites à cet effet.

Il ne s'agit pas, naturellement, de dicter aux élus la conduite à tenir, ni la position à prendre s'agissant de telle politique ou de telle mesure adoptée par l'Union européenne. L'objectif est de leur permettre, par une connaissance suffisamment développée des institutions, des politiques et des programmes en cours, d'informer leurs concitoyens et d'animer activement les débats sur l'Europe, comme le souhaitent les Français.

Supprimé : naturellement

Supprimé : ou telle

Supprimé : ou telle

Supprimé : mais

Supprimé : e participer

Supprimé : aux

1.c – les médiateurs professionnels

Supprimé : qui sont considérés par les Français comme le premier vecteur souhaitable de communication et d'information sur l'Europe

Il ressort des travaux du groupe sur « Les jeunes et l'Europe » une volonté clairement affichée de développer la formation de tous les médiateurs professionnels : « éduquer et former les professionnels pour qu'ils sachent de quoi ils parlent, qu'ils ne fassent pas n'importe quoi et qu'ils ne disent pas n'importe quoi ».

Supprimé : ¶

Supprimé : ¶

Supprimé : l

Des enseignants mieux formés et plus mobiles...

... dont l'engagement devrait être valorisé

Donner des outils aux élus

La formation des médiateurs professionnels

Au-delà de la virulence du propos, il convient de retenir l'attente très forte qui existe, en particulier chez les jeunes mais aussi dans de plus larges publics, d'avoir des interlocuteurs suffisamment formés et informés sur l'Europe, ce qui implique la mise en place de programmes de formation/sensibilisation pour tous ceux qui, à un titre ou à un autre et quelle que soit leur catégorie professionnelle, vont être appelés à communiquer sur le sujet.

Supprimé : ne

2. Développer les échanges, soutenir les projets

Supprimé : ¶

Supprimé : ¶

Mise en forme : Puces et numéros

Supprimé : ¶

Supprimé : m

2.a – Dans le cadre scolaire

Le groupe « Monde de l'enseignement » préconise un ensemble d'actions à conduire par des professionnels de l'éducation et auxquelles les institutions peuvent apporter leur soutien, qu'il s'agisse : de concours de classes, intégrables dans l'agenda scolaire ; de concours de performance en matière européenne proposés aux établissements ; d'activités sollicitant plusieurs disciplines (itinéraires de découverte) ; d'un encouragement à participer au jumelage électronique « e-twinning » ; de projets européens entre établissements scolaires et régions ; de compétitions sportives entre établissements de différents Etats membres.

Supprimé :

Comme le soulignent plusieurs groupes, le soutien à ce type de projet nécessite des moyens conséquents, qu'il s'agisse du développement des bourses Erasmus ou du jumelage des villes par exemple.

Supprimé : ¶

¶
¶
¶
¶
¶

Supprimé : ¶

2.b – Les échanges de jeunes

Pour le groupe sur « les jeunes et l'Europe », il existe un large consensus parmi les jeunes sur les valeurs de l'Europe, avec le souhait d'un programme ambitieux pour une Europe politique : « ce qui est en attente encore, c'est une Europe qui va faire preuve de plus de justice, d'égalité, de solidarité et de tolérance à l'intérieur des peuples et entre les peuples [...]. Comment est-ce que l'Europe pourrait nous faire accéder à cette solidarité, comment elle pourrait nous conforter dans cette envie de solidarité et de tolérance, promouvoir la diversité culturelle à travers la tolérance ? ».

Supprimé : ¶

Le groupe souligne que « sur la question de leur identité européenne, leur sentiment d'appartenance, les 16-25 ans évoquent clairement l'expérience concrète d'un échange, d'un voyage, d'un Erasmus, d'un Service Volontaire... ».

Supprimé : ¶

Supprimé : ¶

2.c – Dans le cadre professionnel

Le groupe sur « le monde du travail » fait la suggestion suivante : « compte tenu du fait que l'année 2006 est l'année de la mobilité, pour créer un esprit véritablement européen, il faudrait notamment penser à des programmes d'échanges sur le modèle Erasmus mais qu'ils soient également conçus pour les travailleurs et les apprentis avec de véritables moyens de vie : poursuite des études, logement etc... ».

Supprimé : ¶

D'une manière générale, pour la Représentation, le succès des programmes Erasmus et Leonardo, qui sont véritablement perçus comme des « vitrines » de l'action européenne, pour reprendre les termes du groupe « hommes de l'art », appelle à leur développement et à leur extension à des publics toujours plus larges car il s'avèrent être l'un des meilleurs vecteurs pour développer le sentiment d'appartenance à l'Union européenne.

Supprimé : vu de

Encourager les actions des établissements scolaires

Développer les échanges pour les jeunes...

... et pour les autres

3. Mieux impliquer les citoyens et leurs représentants

Mise en forme : Puces et numéros

Supprimé : ¶

Supprimé : ¶

3.a – Le rôle des collectivités territoriales

Supprimé : évidence de façon très précise

Supprimé :

Supprimé : , comme l'ont montré en particulier les exemples de Glasgow et de Cracovie

Supprimé :

Le rôle-clé des collectivités territoriales...

... qui devraient être mieux informées

Ainsi que cela a été mis en exergue par le groupe de travail sur « Le processus décisionnel en Europe », les collectivités territoriales doivent jouer un rôle-clé, dans la mesure où elles ont « une population identifiable » sur « un territoire politiquement construit » et que l'Europe est pour elles « un partenaire incontournable », notamment dans le cadre de la mise en œuvre de la stratégie de Lisbonne. « L'Europe est une chance pour les collectivités territoriales », souligne également ce groupe de travail.

Il apparaît de ce fait indispensable d'assurer une meilleure information des collectivités territoriales sur les questions européennes, par les réseaux d'information sur l'Europe, la délégation nationale du Comité des Régions, les députés européens français - dont une grande partie ont en même temps un mandat local -, les associations départementales des Maires, l'organisation de déplacements d'élus locaux à Bruxelles ou Strasbourg, les sénateurs et les députés.

Le groupe de travail sur le processus décisionnel en Europe a également mis en évidence son souhait de voir se développer « le travail des collectivités territoriales dans les réseaux européens (échange de meilleurs pratiques, organisation de manifestation multilatérales, etc...) ».

... et pouvoir prendre part aux décisions

Il est enfin suggéré par le groupe de conduire une réflexion sur la création éventuelle par les autorités nationales d'une instance de consultation des collectivités territoriales, pour leur permettre de prendre part plus activement aux prises de position de la France sur les dossiers européens en cours. L'organisation de rencontres annuelles avec la délégation nationale du Comité des Régions est également souhaitée.

Supprimé : ¶

Supprimé : ¶

3.b – Le rôle des partenaires sociaux

Les partenaires sociaux, interlocuteurs naturels...

Pour le groupe « le monde du travail », le rôle des partenaires sociaux en tant que vecteurs d'information et de communication sur l'Europe devrait être reconnu et ceux-ci devraient apparaître comme des interlocuteurs naturels de l'exécutif communautaire, tant à Bruxelles que dans les Etats membres. C'est indispensable pour rapprocher l'Europe des acteurs du monde du travail, d'abord en la faisant connaître, ce qui faciliterait et encouragerait leur participation au processus décisionnel.

Supprimé : Comme le souligne

Il est de ce fait très important que les corps intermédiaires participent aux grandes consultations organisées par les institutions européennes et qu'ils soient également des centres de relais d'information sur l'Europe, contribuant à faire connaître les atouts de la participation à l'Union.

Supprimé : ¶

... et relais pour la participation des citoyens

L'objectif est en effet que les relais intermédiaires, - syndicats, entreprises, organisations de l'économie sociale et solidaire, les collectivités territoriales – puissent permettre aux citoyens de participer activement au projet européen, sous les formes les plus appropriées.

Supprimé : ¶

Supprimé : ¶

3.c – L'implication des citoyens

La notion de participation n'est pas la même pour tous : pour certains, cela signifie participer à des programmes européens, pour d'autres participer au processus de décision en tant que tel et avoir son mot à dire sur les politiques européennes en cours d'élaboration.

Vu du côté des jeunes, cela signifie en particulier « que les jeunes soient entendus, que ceux qui participent à des programmes européens puissent partager leur expérience avec d'autres personnes, pourquoi pas à la radio ou à la télévision » [...] « cela pourrait ouvrir les yeux aux plus âgés qui ne s'intéressent pas forcément à l'Europe par qu'ils sont assez fermés et qu'ils n'en ont pas une bonne compréhension ».

Comme le souligne en particulier le groupe sur « le processus décisionnel », « le citoyen européen doit pouvoir participer pleinement aux consultations publiques qui constituent un vecteur indispensable du développement d'un espace public communautaire. »

Toujours selon ce groupe, la citoyenneté européenne doit être mieux prise en compte dans les programmes communautaires par la valorisation d'une évaluation partagée.

Supprimé : ¶
¶

Supprimé : ¶
¶

Supprimé : p

Supprimé : ¶

Supprimé : ¶

Supprimé : ¶

CONCLUSION

1. Une mobilisation collective :

1. Le nécessaire engagement de la Commission...

Supprimé : ¶

Mise en forme : Puces et numéros

La Commission européenne est pleinement engagée dans l'exercice d'écoute et de débat, comme en témoignent le Plan D, mais aussi son plan d'action et son Livre blanc sur la communication.

Au niveau de la Représentation en France, la création même du Cercle de réflexion symbolise l'importance accordée à la communication et au dialogue avec la société civile. L'équipe de la Représentation a d'ailleurs été renforcée et de nouvelles actions seront initiées dans les mois qui viennent.

Citons par exemple l'organisation dès le mois de mai 2006 de débats interrégionaux en partenariat avec les Relais Europe Direct ou la mise sur pied à partir de cet automne de larges forums avec la société civile.

2. ...mais aussi celle, indispensable, des autres acteurs

Mise en forme : Puces et numéros

Supprimé : ¶

Pour relancer la communication sur l'Europe, une dynamique doit être amorcée : avec les Etats membres, avec les organisations socioprofessionnelles, patronales et syndicales, les médias, les associations, et la société civile en général.

La première phase initiée par ce rapport, à savoir identifier des pistes de réflexion et d'action au niveau national, va devoir être relayée sur le terrain par les relais d'information sur l'Europe - communautaires (Europe Direct, Euro Info Centres, ...) ou non (Maisons de l'Europe) - mais aussi par l'ensemble des collectivités territoriales et des acteurs de terrain, avec l'aide des associations d'élus.

Supprimé : ¶

Supprimé : d

Supprimé : IC

Supprimé : m

Supprimé : ¶

2. Un processus graduel :

1. De la sensibilisation au partenariat

Mise en forme : Puces et numéros

Supprimé : ¶

Il s'agit d'une approche graduelle qui implique de développer les partenariats à tous les niveaux :

- avec les autorités nationales en premier lieu, auxquelles il appartient d'examiner la faisabilité de certaines pistes explorées dans ce rapport et qui relèvent de la seule compétence nationale (en matière d'Education nationale, notamment)

- avec l'ensemble des acteurs concernés par l'Europe tant au niveau national que régional, y compris dans le secteur privé,

- avec les médias nationaux, régionaux et locaux.

Supprimé : ¶

L'engagement de la Commission

Une dynamique qui doit concerner tous les acteurs

Des partenariats à tous les niveaux

Poursuivre les travaux du Cercle de réflexion

2. La création d'un Comité de pilotage

Dans cette perspective et dans la mesure où les recommandations du rapport seront validées, il est souhaitable de prévoir que les travaux du Cercle de réflexion se poursuivent.

En effet, le Cercle a dû travailler dans des délais très brefs pour tenir compte du calendrier européen et notamment de l'échéance du Conseil européen de juin 2006, mais la constitution d'un comité de pilotage chargé de veiller à la mise en œuvre des recommandations doit être envisagée pour l'avenir.

Un tel comité aurait pour objet de veiller concrètement à la mise en œuvre des recommandations présentées dans le rapport, dans la mesure où celles-ci auront reçu le soutien de la Commission et ce en étroite concertation avec les autorités nationales.

L'idée du groupe sur « le processus décisionnel » de mettre en place une structure d'information et de dialogue sur les affaires européennes avec la société civile et ses représentants, qui comprendrait également des représentants des autorités nationales et des institutions européennes, pourrait être explorée par ce groupe de pilotage.

Supprimé : ¶

Mise en forme : Puces et numéros

Supprimé : tant au niveau européen que national

Supprimé : au-delà de l'échéance actuelle

Supprimé : ¶

Supprimé : ¶

Supprimé : ¶
<#>D'autres modes de dialogue¶
<#>¶

Supprimé : mérite d'être explorée. Ce pourrait être l'une des missions du groupe de pilotage

Supprimé : ¶

3. Une communication indissociable du projet qu'elle véhicule

Comme on a eu l'occasion de le mentionner à plusieurs reprises, la communication au sens strict ne saurait à elle seule répondre au désir de participation. Lors des réunions plénières du Cercle de réflexion, un débat s'est amorcé sur les causes de la prise de distance de certains citoyens par rapport à la construction européenne. Pour certains intervenants, il s'agit moins d'un problème de communication que d'une crise politique.

Quelle sera demain la définition de l'Europe ? Quels seront ses valeurs, ses finalités, ses limites géographiques, ses ambitions sur la scène internationale ? Quelle place accordera-t-elle à l'économique, au social, au culturel, à l'humain ? Quelles actions peut-elle entreprendre qui puissent avoir un impact visible et positif sur la vie quotidienne des Européens ?

Au-delà des nombreuses propositions concrètes formulées par le Cercle, c'est aussi en affirmant son projet et en affichant des résultats concrets que l'Union pourra convaincre et inciter les citoyens à s'investir dans l'espace public européen.

Supprimé : ¶

Une nécessaire réflexion politique

*
-
* *

Supprimé : c

Supprimé : gigantesque

Supprimé :

Supprimé : considérables

Supprimé : c

Supprimé : sur la voie d'un tel

Supprimé :

Supprimé : **Seconde partie : LES PROPOSITIONS**

¶

¶

Les propositions des cinq groupes de travail du Cercle de réflexion sont très riches. Elles se trouvent en intégralité dans les annexes III à VII du présent rapport et nous n'avons pas ici l'ambition de les lister de façon exhaustive. Plus modestement, nous tentons dans ce second volet de présenter les grandes orientations autour desquelles peuvent s'organiser les actions à entreprendre ou à développer.¶

Trois axes se dégagent, étroitement corrélés avec le constat dressé dans la première partie du rapport :¶

(1) la professionnalisation, qui semble une condition *sine qua non* pour répondre aux besoins des citoyens en matière d'information¶

(2) la décentralisation, qui devrait permettre de lutter contre le sentiment d'éloignement des institutions européennes¶

(3) la participation, puisque les citoyens expriment des attentes fortes vis-à-vis de l'Europe et qu'ils souhaitent être davantage impliqués dans le processus décisionnel.¶

¶

¶

1.

Professionalisation¶

Coordonner et cibler¶

¶

1.a – Coordonner les actions :¶

¶

Partant du principe que « trop d'informations tuent la communication », plusieurs contributions relèvent que la diversité des initiatives prises par les directions générales de la Commission nuisent à leur lisibilité d'ensemble. Il est par exemple difficile pour les citoyens ou les entreprises de trouver leur chemin parmi les multiples services destinés à les informer ou à simplifier... [4]

Supprimé : —Saut de page—

Annexes

¶

¶

¶

¶

Travaux du Cercle de réflexion :¶

... [5]

S'il convenait de ne retenir qu'un message des travaux conduits par le Cercle de réflexion durant les six mois écoulés, ce serait peut-être celui formulé collectivement par les jeunes réunis à l'initiative de l'un des groupes de travail : « pour participer, il faut connaître et comprendre ».

C'est en effet à un **considérable** effort de formation, d'information et de sensibilisation de tous les « médiateurs » qu'ils soient enseignants, élus, représentants des corps constitués ou tous autres médiateurs professionnels que sont invitées les institutions européennes et nationales.

Il convient de ne pas se cacher l'ampleur du défi, qui nécessite la mobilisation de moyens humains et financiers **suffisants**, tant au niveau communautaire que national. Mais les moyens ne doivent pas être une fin en soi et seule une concertation active et permanente, entre toutes les parties prenantes, permettra de s'engager utilement sur cette voie.

La Représentation en France de la Commission remercie à nouveau tous les participants au Cercle pour leur très précieuse contribution à ses travaux et elle se tient prête, avec l'aval du siège de la Commission, à poursuivre avec eux **ce** dialogue au service de la cause européenne.

Un besoin considérable de formation et d'information

Un défi collectif

<u>INTRODUCTION</u>	4
<u>1. LE CONTEXTE :</u>	4
1. <u>UN MALAISE DANS L'OPINION</u>	4
2. <u>LE PLAN D : « DEMOCRATIE, DIALOGUE, DEBAT »</u>	4
<u>2. LA METHODE :</u>	6
1. <u>UN CERCLE, CINQ GROUPES</u>	6
2. <u>DES ETUDES D'OPINION</u>	7
3. <u>LES AUTRES SOURCES</u>	8
<u>PREMIERE PARTIE : LE CONSTAT</u>	9
<u>1. MECONNAISSANCE :</u>	9
1. <u>UN GRAND PUBLIC PEU INFORME</u>	9
2. <u>UNE COMMUNICATION INSUFFISANTE AVEC LA SOCIETE CIVILE</u>	9
3. <u>LA FAIBLE IMPLICATION DES JOURNALISTES ET DES RESPONSABLES POLITIQUES</u>	10
<u>2. ELOIGNEMENT :</u>	10
1. <u>UN DESENCHANTEMENT VIS-A-VIS DE LA SPHERE POLITIQUE EN GENERAL</u>	10
2. <u>UNE CONSTRUCTION EUROPEENNE PERÇUE COMME TROP DISTANTE</u>	10
3. <u>LA PLACE PARTICULIERE DES ELUS LOCAUX ET REGIONAUX</u>	11
<u>3. ATTENTES :</u>	11
1. <u>UN BILAN NUANCE</u>	11
2. <u>LE SOUHAIT D'UNE EUROPE DES RESULTATS</u>	11
3. <u>UNE IDENTITE EUROPEENNE FONDEE SUR DES VALEURS COMMUNES</u>	11
4. <u>UN REGARD PARFOIS CRITIQUE, MAIS LE SOUHAIT D'UNE EUROPE PLUS FORTE</u>	11
5. <u>UN DESIR DE DEBAT ET DE PARTICIPATION</u>	13
<u>SECONDE PARTIE : LES PROPOSITIONS</u>	14
<u>1. UNE PROFESSIONNALISATION ACCRUE</u>	14
1. <u>COORDONNER ET CIBLER</u>	14
2. <u>SIMPLIFIER</u>	15
<u>2. UNE DECENTRALISATION PLUS PUSSEE :</u>	16
1. <u>L'ECHELON NATIONAL</u>	16
2. <u>L'ECHELON REGIONAL ET LOCAL</u>	17
3. <u>UNE COMMUNICATION DE PROXIMITE</u>	18
<u>3. UNE PARTICIPATION A DEVELOPPER :</u>	19
1. <u>CONNAITRE ET COMPRENDRE : DEVELOPPER LA FORMATION A TROIS NIVEAUX</u>	19
2. <u>DEVELOPPER LES ECHANGES, SOUTENIR LES PROJETS</u>	20
3. <u>MIEUX IMPLIQUER LES CITOYENS ET LEURS REPRESENTANTS</u>	21
<u>CONCLUSION</u>	23
<u>1. UNE MOBILISATION COLLECTIVE :</u>	23
1. <u>LE NECESSAIRE ENGAGEMENT DE LA COMMISSION...</u>	23
2. <u>...MAIS AUSSI DES AUTRES ACTEURS</u>	23
<u>2. UN PROCESSUS GRADUEL :</u>	23
1. <u>DE LA SENSIBILISATION AU PARTENARIAT</u>	23
2. <u>LA CREATION D'UN COMITE DE PILOTAGE</u>	23
3. <u>D'AUTRES MODES DE DIALOGUE</u>	24

<u>3. UNE COMMUNICATION INDISSOCIABLE DU PROJET QU'ELLE VEHICULE</u>	24
<u>ANNEXES</u>	25
<hr/>	
<u>INTRODUCTION</u>	4
<u>1. LE CONTEXTE :</u>	4
1. <u>UN MALAISE DANS L'OPINION</u>	4
2. <u>LE PLAN D : « DEMOCRATIE, DIALOGUE, DEBAT »</u>	4
<u>2. LA METHODE :</u>	5
1. <u>UN CERCLE, CINQ GROUPES</u>	5
2. <u>DES ETUDES D'OPINION</u>	6
3. <u>LES AUTRES SOURCES</u>	7
<u>PREMIERE PARTIE : LE CONSTAT</u>	8
<hr/>	
<u>1. MECONNAISSANCE :</u>	8
1. <u>UN GRAND PUBLIC PEU INFORME</u>	8
2. <u>UNE COMMUNICATION INSUFFISANTE AVEC LA SOCIETE CIVILE</u>	8
3. <u>LA FAIBLE IMPLICATION DES JOURNALISTES ET DES HOMMES POLITIQUES</u>	8
<u>2. ELOIGNEMENT :</u>	9
1. <u>UN DESENCHANTEMENT VIS-A-VIS DE LA SPHERE POLITIQUE EN GENERAL</u>	9
2. <u>UNE CONSTRUCTION EUROPEENNE PERÇUE COMME TROP DISTANTE</u>	9
3. <u>LA PLACE PARTICULIERE DES ELUS LOCAUX ET REGIONAUX</u>	9
<u>3. ATTENTES :</u>	9
1. <u>UNE IDENTITE EUROPEENNE FONDEE SUR DES VALEURS COMMUNES</u>	9
2. <u>UN REGARD PARFOIS CRITIQUE, MAIS LE SOUHAIT D'UNE EUROPE PLUS FORTE</u>	10
3. <u>UN DESIR DE DEBAT ET DE PARTICIPATION</u>	10
<u>SECONDE PARTIE : LES PROPOSITIONS</u>	11
<hr/>	
<u>1. PROFESSIONALISATION :</u>	11
1. <u>COORDONNER ET CIBLER</u>	11
2. <u>SIMPLIFIER</u>	12
3. <u>FORMER</u>	12
<u>2. DECENTRALISATION :</u>	12
1. <u>L'ECHELON NATIONAL</u>	13
2. <u>L'ECHELON REGIONAL ET LOCAL</u>	13
3. <u>UNE COMMUNICATION DE PROXIMITE</u>	14
<u>3. PARTICIPATION :</u>	14
1. <u>DES COLLECTIVITES TERRITORIALES MIEUX ASSOCIEES AU PROCESSUS DECISIONNEL</u>	14
2. <u>LE CADRE SCOLAIRE :DEVELOPPER LES ECHANGES, SOUTENIR LES PROJETS</u>	15
3. <u>L'IMPLICATION DES CITOYENS</u>	15
<u>CONCLUSION</u>	17
<hr/>	
<u>1. UNE MOBILISATION COLLECTIVE :</u>	17
1. <u>LE NECESSAIRE ENGAGEMENT DE LA COMMISSION...</u>	17
2. <u>...MAIS AUSSI DES AUTRES ACTEURS</u>	17
<u>2. UN PROCESSUS GRADUEL :</u>	18

1. DE LA SENSIBILISATION AU PARTENARIAT	18
2. LA CREATION D'UN COMITE DE PILOTAGE	18
3. D'AUTRES MODES DE DIALOGUE	18
3. UNE COMMUNICATION INDISSOCIABLE DU PROJET QU'ELLE VEHICULE	18

[ANNEXES](#) 19

Page 5: [2] Supprimé	souffre	25/04/2006 18:48:00
<p>L'Europe, près d'un demi siècle après la signature du traité de Rome, dont nous célébrerons le cinquantième anniversaire le 25 mars 2007, reste largement méconnue du grand public.</p> <p>Il est vrai que l'Europe d'aujourd'hui ne ressemble que de très loin à celle des Pères Fondateurs, même si le message de Robert Schuman évoquant, dans sa déclaration du 9 mai 1950, « <i>une communauté économique [...] ferment d'une communauté plus large et plus profonde</i> » est plus que jamais d'actualité.</p> <p>Ces vingt dernières années, l'Union européenne s'est métamorphosée : un large éventail de tâches influençant de multiples façons la vie quotidienne de ses citoyens lui a été confié tandis que les élargissements successifs ont modifié en profondeur sa culture politique et son mode de fonctionnement. Or la communication de l'Europe avec ses citoyens ne s'est pas développée au même rythme, conduisant à un sentiment de distance et souvent d'incompréhension vis-à-vis de l'Europe.</p>		

Page 14: [3] Supprimé	souffre	26/04/2006 10:22:00
-----------------------	---------	---------------------

Une identité européenne fondée sur des valeurs communes

Interrogés sur ce qui définit l'identité européenne, les sondés placent en tête la démocratie et le respect des droits de l'homme (46%), une économie de marché (44%) et la géographie (41%). Par ailleurs, 66% des personnes interrogées considèrent que les pays de l'Union européenne possèdent des valeurs communes qui les distinguent du reste du monde.

Un large consensus se dégage également parmi les jeunes ayant participé au premier groupe de travail sur les valeurs de l'Europe. Ceux qui connaissent d'autres Européens estiment presque tous qu'ils ont quelque chose en commun avec eux. Le sentiment d'une identité européenne est plus fort chez ceux qui ont l'expérience concrète d'un échange ou d'un voyage et certains affirment se sentir « plus européens et plus français à la fois ».

Ce sentiment de double appartenance se retrouve dans les résultats de notre sondage : 60% des citoyens déclarent se sentir à la fois français et européens. Par ailleurs, 67% des personnes interrogées se disent « plutôt pas » ou « pas du tout » d'accord avec l'affirmation selon laquelle la construction européenne est une menace pour notre identité.

Un regard parfois critique, mais le souhait d'une Europe plus forte

2.a – Un bilan nuancé :

L'Eurobaromètre nous permet d'évaluer avec précision la façon dont les Français jugent le bilan de la construction européenne.

- L'Europe nous rend plus fort...

Trois Français sur quatre jugent positivement l'appartenance de leur pays à l'Union européenne, les plus jeunes et les personnes ayant le niveau d'études le plus élevé se montrant les plus enthousiastes. La même proportion estime que la construction européenne nous rend plus forts face au reste du monde et 79% considèrent qu'elle permet de garantir la paix sur le continent. 54% jugent également qu'elle nous permet de mieux lutter contre les effets négatifs de la mondialisation et 55% qu'elle est une bonne chose pour la protection des consommateurs français.

- ... mais ne nous apporte pas vraiment de bien-être

La distinction entre croissance économique et bien-être, déjà relevée par d'autres études, trouve ici une nouvelle illustration : 55% pensent que la construction européenne est une bonne chose pour la croissance économique en France, mais l'opinion se répartit en parts quasiment égales entre ceux qui estiment qu'elle contribue à la prospérité de la France (49%) et ceux qui pensent le contraire (48%).

Et ils ne sont que 39% à penser que la construction européenne contribue à une meilleure qualité de vie en France. 58% jugent d'ailleurs qu'elle a peu d'impact sur leur vie quotidienne.

- Effets positifs de la construction européenne : la sécurité aérienne et la qualité de l'environnement en tête

Le bilan est jugé très positif pour la sécurité aérienne (74%), la qualité de l'environnement (72%), la formation des jeunes (64%), la protection des consommateurs (55%).

- Un bilan négatif pour l'emploi

Alors que de nombreuses études soulignent que le chômage est perçu comme étant le principal problème du pays, 63% des Français jugent qu'aujourd'hui la construction européenne est une mauvaise chose pour l'emploi. Une majorité estime également que son impact est négatif sur les petites et moyennes entreprises. 65% pensent qu'elle a un rôle négatif sur le coût de la vie et 58% la voient comme une mauvaise chose pour l'agriculture.

- 2004 : des élargissements pas encore digérés

L'opinion française dresse un bilan plutôt critique de l'élargissement à dix nouveaux Etats membres en 2004, qui est une bonne chose pour 47% des répondants et une mauvaise pour 49%.

2.b – Une construction européenne que l'on souhaite plus dynamique

L'Eurobaromètre a également interrogé les Français sur leurs souhaits pour l'Europe de demain.

- Un projet à la fois politique et économique

45% des personnes interrogées estiment que l'Union européenne devrait être à la fois un grand marché et un projet politique, 22% privilégiant la dimension économique et 13% l'aspect politique.

- Le difficile équilibre entre nécessités économiques et exigence sociale

Deux tiers des sondés se disent tout à fait ou plutôt d'accord avec l'affirmation selon laquelle « aujourd'hui, la priorité devrait être de développer la compétitivité européenne car c'est la seule façon de maintenir notre protection sociale ». 83% sont par ailleurs favorables à une certaine harmonisation des normes sociales entre les différents pays de l'Union européenne.

- Une valeur ajoutée dans le domaine de la recherche et de l'innovation

Invités à indiquer, pour une quinzaine de domaines, si la coopération au sein de l'Union européenne peut ou non permettre de mieux résoudre les problèmes, les sondés répondent majoritairement « oui » pour chacun des items proposés. Les scores les plus élevés sont obtenus par la recherche et l'innovation technologique (88%), la protection de l'environnement (82%), la lutte contre le terrorisme (82%), le commerce international (80%) et l'aide aux pays les plus pauvres (79%).

Les Français expriment davantage de doutes sur l'impact possible de la coopération européenne sur les services publics (51% des réponses positives) et l'emploi (51%).

- Elargissements : toujours des réticences

Cette étude révèle que l'opposition majoritaire des Français à de nouveaux élargissements est avant tout liée au calendrier envisagé. Seulement 10% souhaitent que la Roumanie adhère à l'Union « le plus vite possible » mais seulement 16% aimeraient qu'elle n'y adhère « jamais », les autres préférant une adhésion « dans quelques années » ou « plus tard ». Pour la Bulgarie, les chiffres sont respectivement de 11% et 12%. La Turquie fait figure d'exception : 4% souhaitent une

adhésion le plus rapidement possible, 16% dans quelques années, 16% dans 10 à 15 ans, 23% plus tard et 38% jamais.

- Le souhait d'une Constitution demeure très ancré

Comme l'avait déjà montré d'autres études, le « non » au projet de Traité ne doit pas être interprété comme un refus de l'idée même de Constitution. Seuls 12% des Français (et seulement 17% parmi les électeurs du « non ») se prononcent en effet contre l'abandon de toute idée de Constitution. 9% pensent qu'il faudrait faire revoter les Français sur le même texte, 35% qu'il faudrait renégocier une Constitution à partir du projet existant et 39% qu'il faudrait renégocier une nouvelle Constitution en repartant de zéro.

Ces données sont confirmées par les autres études réalisées dans le cadre du Cercle de réflexion, qu'elles aient été réalisées auprès des jeunes, du monde de l'enseignement, ou des partenaires sociaux.

En bref, tout semble indiquer que les Français ne souhaitent pas moins d'Europe, mais plus de résultats. Cette attitude explique sans doute que leur fort désir de débat et de participation.

Seconde partie : LES PROPOSITIONS

Les propositions des cinq groupes de travail du Cercle de réflexion sont très riches. Elles se trouvent en intégralité dans les annexes III à VII du présent rapport et nous n'avons pas ici l'ambition de les lister de façon exhaustive. Plus modestement, nous tentons dans ce second volet de présenter les grandes orientations autour desquelles peuvent s'organiser les actions à entreprendre ou à développer.

Trois axes se dégagent, étroitement corrélés avec le constat dressé dans la première partie du rapport :

- (1) la professionnalisation, qui semble une condition *sine qua non* pour répondre aux besoins des citoyens en matière d'information
- (2) la décentralisation, qui devrait permettre de lutter contre le sentiment d'éloignement des institutions européennes
- (3) la participation, puisque les citoyens expriment des attentes fortes vis-à-vis de l'Europe et qu'ils souhaitent être davantage impliqués dans le processus décisionnel.

1. Professionalisation

Coordonner et cibler

1.a – Coordonner les actions :

Partant du principe que « trop d'informations tue la communication », plusieurs contributions relèvent que la diversité des initiatives prises par les directions générales de la Commission nuisent à leur lisibilité d'ensemble. Il est par exemple difficile pour les citoyens ou les entreprises de trouver leur chemin parmi les multiples services destinés à les informer ou à simplifier leurs démarches.

La coordination passe également par un choix plus judicieux du calendrier des actions de communication, afin de coller davantage aux préoccupations des médias et du public. A titre d'exemple, les sujets liés à la sécurité aérienne pourraient être présentés avant les vacances.

1.b – Définir des cibles :

Ce ne sont ni les europhiles ni les opposants irréductibles qu'il faut s'efforcer de convaincre, mais le « marais » relativement peu informé et peu politisé qui est susceptible de basculer d'un côté ou de l'autre en fonction des influences auxquels il est soumis.

Certains groupes plus sensibles pourraient faire l'objet d'un ciblage prioritaire, tels que les jeunes et les femmes, comme le proposent « les hommes de l'art ».

Pour mieux les atteindre, il est recommandé « d'accepter un minimum de techniques inspirées de celles du marketing ». Ceci pourrait commencer par une « cartographie très précise des relais d'opinion (médias, associations, élus) dont on peut, plus ou moins, prévoir les positions » sur telle ou telle mesure. Il s'agirait aussi d'accorder toute la place nécessaire aux secteurs de la presse qui sont trop souvent « laissés en jachère : presse régionale, presse professionnelle, presse féminine, presse grand public ».

Simplifier

2.a – Simplifier les messages... :

Beaucoup regrettent que les institutions européennes utilisent un « langage technocratique » dans leur communication avec les citoyens et qu'elle accorde une trop large place aux aspects institutionnels et techniques au détriment des bénéfices concrets apportés par l'Union.

Une des possibilités consisterait à permettre aux Représentations dans les Etats membres de « traduire » les messages en évitant au maximum l'utilisation du jargon.

Afin d'être compréhensibles, l'information doit également être disponible en français. Rappelons à cet égard qu'un Français sur deux dit ne pas être à même de participer à une conversation dans une langue étrangère.

2.b – ... et les procédures :

De nombreux participants du Cercle ont relevé la complexité voire l'absurdité de certaines procédures de marché qui découragent les bonnes volontés. Appels à propositions « incompréhensibles », lourdeur des critères à remplir par les soumissionnaires, etc.

Certains craignent aussi que le souci légitime de contrôle n'aboutisse à une certaine inertie. Ce que le groupe « Les hommes de l'art » résume ainsi : « Une frilosité, un recours aux audits d'audits, au détriment de l'action ».

Former

3.a – Les journalistes :

3.b – Les professionnels de l'enseignement :

2. Décentralisation :

Comme cela a déjà été amplement souligné tant par la communication sur le « plan D » d'octobre 2005 que par le Livre Blanc sur la communication européenne adopté le 1er février 2006, les institutions européennes et la Commission européenne, en particulier, ne peuvent communiquer à elles seules, depuis Bruxelles, en direction de près d'un demi-milliard de citoyens aux langues, aux cultures et aux traditions politiques diverses. Comme le souligne le rapport du groupe de travail « *Les hommes de l'art* », « *il est illusoire de vouloir communiquer de la même manière sur un sujet donné aux Bretons, aux habitants du nord de la Finlande et à ceux de l'est de la Pologne* ».

Dans tout effort de communication sur l'Europe, il apparaît désormais indispensable de se rapprocher le plus possible du citoyen européen : par un renforcement des efforts de communication à l'échelon national (notamment via des partenariats avec les autorités des Etats membres); par le développement d'une composante régionale, voire locale ; et plus généralement par une communication de proximité.

L'échelon national

1.a – Développer le partenariat avec les Etats membres :

Vu de la Représentation, une communication ciblée vers le public français ne peut avoir lieu que sur base d'un partenariat étroit et effectif avec les autorités nationales.

Lors de la campagne référendaire en 2005, des actions conjointes de communication ont pu être conduites sur la base du « partenariat stratégique », qui a donné lieu à la définition en commun d'un ensemble d'actions, menées à bien sur base de financements séparés pour chaque type d'opérations. Pour 2006 – 2007, plusieurs actions sont envisagées, notamment dans la perspective de la commémoration du 50^{ème} anniversaire du traité de Rome le 25 mars 2007.

En outre, la question de la mise en place d'un partenariat de gestion et de l'avenir, au-delà de la convention actuelle, qui expire en mars 2007, du Centre d'Information sur l'Europe « Sources d'Europe » - dont le gouvernement et la Commission sont membres fondateurs - fait l'objet d'un examen attentif.

L'expérience ces dernières années met en évidence la nécessité absolue de disposer d'outils de financement, voire de possibilités cofinancement, permettant de mettre en place des actions de communication de façon suffisamment réactive par rapport à l'état du débat politique en cours.

1.b – Renforcer l'échelon des Représentations :

Le groupe « Les hommes de l'art » préconise que soit adopté au minimum l'axiome « *Think global, act local* » qui est de règle dans toute entreprise internationale, en allant au besoin jusqu'au « *Think local, act local* ».

Sont ainsi préconisées les mesures suivantes :

« *donner plus de liberté et de ressources aux Représentations* » ;

« *accepter que les Représentations puissent traduire correctement, au besoin réécrire les supports de communication* » ;

« *permettre aux Représentations de nouer des partenariats avec des entreprises privées, sous des modalités à définir, en vue de promouvoir, grâce à toute sortes de techniques de communication sous employées (jeux interactifs, sponsoring etc...) certaines vitrines de l'UE (Erasmus, Leonardo, liberté de circuler, sécurité alimentaire etc...)* ».

L'échelon régional et local

2.a – Les collectivités territoriales, acteurs privilégiés :

Les études d'opinion montrent que les élus régionaux et locaux font figure d'exception par rapport au discrédit qui frappe la classe politique. La participation élevée aux élections municipales, surtout dans les zones rurales et les petites villes, s'explique en partie par la visibilité des équipes municipales et de leurs actions. Les élus de terrain, de par leur notoriété, leur proximité et leur image, semblent donc à même d'être des « passeurs » crédibles.

2.b – L'Europe sur le terrain : les relais Europe Direct :

Le groupe « Les hommes de l'art » préconise également que les relais Europe Direct soient formés à « un rôle de feedback qualitatif pour permettre à la Représentation d'ajuster au plus près les actions à entreprendre ».

2.c – L'importance de la presse quotidienne régionale :

Une communication de proximité

3.a – Des lieux symboliques :

Une communication de proximité passe également par des lieux de rencontre. Depuis le départ de *Sources d'Europe* de La Défense, certains regrettent l'absence de lieu clairement identifié symbolisant l'Europe et où il soit par exemple possible d'amener une classe. L'adresse de la Représentation elle-même, qui n'a certes pas vocation à accueillir avec régularité de larges groupes de visiteurs, est largement méconnue et son entrée n'est indiquée qu'avec discrétion.

La visibilité peut aussi passer, sur les sites qui ont bénéficié de financements communautaires, par les panneaux mentionnant l'origine des fonds et comportant le drapeau européen. De tels panneaux ne semblent malheureusement pas toujours présents ou suffisamment apparents.

L'information pourrait aussi passer par des « lieux de vie », qu'il s'agisse des CIDJ et des CIO dans les établissements scolaires mais aussi, dans un registre différent de « fêtes itinérantes » ou autres.

3.b – Des messagers crédibles :

La proximité et la légitimité des messagers jouent aussi leur rôle. Les jeunes semblent ainsi souhaiter des « témoignages » d'autres jeunes ayant participé à une expérience européenne. L'idée d'utiliser comme vecteur des personnalités populaires sortant du champ politique (artistes, sportifs, etc) a également été avancée, bien que l'Eurobaromètre conclue que moins d'un quart des Français souhaitent que de telles personnalités soient au premier plan pour animer les débats sur la construction européenne.

3. Participation :

Des collectivités territoriales mieux associées au processus décisionnel

Ainsi que cela a été mis en évidence de façon très précise par le groupe de travail sur « Le processus décisionnel en Europe », les collectivités territoriales doivent jouer un rôle clé, dans la mesure où elles ont « une population identifiable » sur « un territoire politiquement construit » et que l'Europe est pour elles « un partenaire incontournable », notamment dans le cadre de la mise en œuvre de la stratégie de Lisbonne.

« L'Europe est une chance pour les collectivités territoriales », souligne également ce groupe de travail, comme l'ont montré en particulier les exemples de Glasgow et de Cracovie.

Il apparaît de ce fait indispensable d'assurer une meilleure information des collectivités territoriales sur les questions européennes, par :

- « les réseaux d'information sur l'Europe »
- « la délégation nationale du Comité des Régions »
- « les députés européens français dont une grande partie ont en même temps un mandat local »
- « le biais des associations départementales des Maires »
- « l'organisation de déplacement d'élus locaux à Bruxelles ou Strasbourg »
- « les sénateurs et les députés ».

Le groupe de travail sur le processus décisionnel en Europe a également mis en évidence son souhait de voir se développer :

- « le travail des collectivités territoriales dans les réseaux européens (échange de meilleurs pratiques, organisation de manifestation multilatérales, etc...) »
- « une reconnaissance explicite pour les collectivités territoriales dans les programmes communautaires en faveur du développement »
- « le programme Citoyens d'Europe », avec en particulier son volet relatif aux jumelages.

Si la décentralisation en matière de communication sur l'Europe est indispensable pour répondre aux souhaits des citoyens européens, Français en particulier, de débattre de l'Europe avec leurs élus locaux et régionaux, elle est loin d'être suffisante pour assurer une plus grande proximité du citoyen vis-à-vis des institutions européennes, que seule une participation accrue au processus décisionnel peut permettre.

Le cadre scolaire : développer les échanges, soutenir les projets

L'implication des citoyens

« *Pour participer, il faut connaître et comprendre* » : telle est peut-être la principale leçon de la réunion tenue avec des jeunes de 16 à 25 ans venus de toute la France, à l'initiative du groupe de travail sur « *Les jeunes et l'Europe* », le 11 mars dernier à la Maison de l'Europe de Paris, avec le soutien de la Représentation.

Réciproquement, on pourrait avancer que pour connaître et comprendre, il faut être en mesure de participer.... Ce qui met en évidence la nécessité de franchir plusieurs étapes pour mieux associer les citoyens au processus de décisionnel européen, allant de l'apprentissage à la coopération, en passant par la consultation.

Consultation : *Voir le groupe de travail sur le processus décisionnel (pistes examinées pour améliorer les consultations lancées par la Commission et, suite à la circulaire du 19 décembre 2005, pistes pour améliorer la prise en compte du point de vue des collectivités par les autorités nationales)*

Coopération : *voir conclusions du même groupe pour établir une véritable coopération entre collectivités territoriales et Commission ; voir également les pistes au niveau national*

Saut de page

CONCLUSION

1. Une mobilisation collective :

Le nécessaire engagement de la Commission...

La Commission européenne est pleinement engagée dans l'exercice d'écoute et de débat, comme en témoigne le Plan D, mais aussi son plan d'action et son Livre blanc sur la communication.

Au niveau de la Représentation en France, la création même du Cercle de réflexion symbolise l'importance accordée à la communication et au dialogue avec la société civile. L'équipe de la Représentation a d'ailleurs été renforcée et de nouvelles actions seront initiées dans les mois qui viennent.

Citons par exemple l'organisation dès le mois de mai 2006 de débats interrégionaux en partenariat avec les Relais Europe Direct ou la mise sur pied à partir de cet automne de larges forums avec la société civile.

...mais aussi des autres acteurs

Pour relancer la communication sur l'Europe, une dynamique doit être amorcée : avec les Etats membres, avec les organisations socioprofessionnelles, patronales et syndicales, les médias, les associations, et la société civile en général

La première phase initiée par ce rapport, à savoir identifier des pistes de réflexion et d'action au niveau national, va devoir être relayée sur le terrain par les relais d'information sur l'Europe - communautaires (Europe direct, EIC, ...) ou non (maisons de l'Europe) - mais aussi par l'ensemble des collectivités territoriales et des acteurs de terrain, avec l'aide des associations d'élus ;

Il s'agit d'une approche graduelle, qui implique de développer des partenariats à tous les niveaux :

avec les autorités nationales en premier lieu, auxquelles il appartient d'examiner la faisabilité de certaines pistes explorées dans ce rapport et qui relèvent de la seule compétence nationale (en matière d'Education nationale, notamment)

avec l'ensemble des acteurs concernés par l'Europe tant au niveau national que régional, y compris dans le secteur privé,

avec les médias nationaux, régionaux et locaux.

Dans cette perspective et dans la mesure où les recommandations du rapport seront validées tant au niveau européen que national, il pourrait être envisagé que les travaux du Cercle de réflexion se poursuivent au-delà de l'échéance actuelle : en effet, le Cercle a dû travailler dans des délais très brefs pour tenir compte du calendrier européen et notamment de l'échéance du Conseil européen de juin 2006, mais la constitution d'un comité de pilotage chargé de veiller à la mise en œuvre des recommandations pourrait être suggérée pour l'avenir.

2. Un processus graduel :

De la sensibilisation au partenariat

La création d'un Comité de pilotage

D'autres modes de dialogue

3. Une communication indissociable du projet qu'elle véhicule

Comme on a eu l'occasion de le mentionner à plusieurs reprises, la communication au sens strict ne saurait à elle seule répondre au désir de participation. Lors des réunions plénières du Cercle de réflexion, un débat s'est amorcé sur les causes de la prise de distance de certains citoyens par rapport à la construction européenne. Pour certains intervenants, il s'agit moins d'un problème de communication que d'une crise politique.

Quelle sera demain la définition de l'Europe ? Quels seront ses valeurs, ses finalités, ses limites géographiques, ses ambitions sur la scène internationale ? Quelle place accordera-t-elle à l'économie, au social, au culturel, à l'humain ? Quelles actions peut-elle entreprendre qui puissent avoir un impact visible et positif sur la vie quotidienne des Européens ?

Au-delà des nombreuses propositions concrètes formulées par le Cercle, c'est aussi en affirmant son projet et en affichant des résultats concrets que l'Union pourra convaincre et inciter les citoyens à s'investir dans l'espace public européen.

Annexes

Travaux du Cercle de réflexion :

- I. Composition du Cercle
- II. Calendrier des réunions
- III. Conclusions du groupe de travail *Les jeunes et l'Europe*
- IV. Conclusions du groupe de travail *Le monde de l'enseignement*
- V. Conclusions du groupe de travail *Le monde du travail*
- VI. Conclusions du groupe de travail *Le processus décisionnel : le rôle des citoyens, des collectivités territoriales et des autres acteurs*
- VII. Conclusions du groupe de travail *Les hommes de l'art – Les professionnels de la communication*

Etudes Eurobaromètre :

- VIII. Eurobaromètre Flash « *Quelle Europe ?* »
- IX. Etude qualitative auprès du monde enseignant
- X. Etude qualitative auprès des partenaires sociaux (Premiers éléments)

Autres éléments :

- XI. Contribution des relais Europe Direct
- XII. Premiers éléments d'analyse du forum Internet « *Débat pour l'Europe* »

Questions en suspens :

Nettoyage des rapports des groupes ? (coquilles, erreurs grammaticales, mise en page...)

Vérification des titres exacts des chefs de groupe

Membres du Cercle ou membres des groupes ?

Impression : 100 copies en urgence pour le 28 + combien d'autres ?

Traduction en interne ? Via DGT ? Par appel d'offres restreint (1 offre si < 3000 € 3 offres au-delà) ?