

PROGRAMME DE TRAVAIL ANNUEL EN MATIÈRE DE SUBVENTIONS ET DE MARCHÉS DANS LE DOMAINE DE LA COMMUNICATION POUR L'ANNÉE 2010

1. OBJECTIFS GÉNÉRAUX

Les activités de communication de la Commission relèvent de l'autonomie politique et des prérogatives institutionnelles de l'institution.

Les orientations politiques pour la prochaine Commission présentées par le Président Barroso précisent :

- "le dialogue avec les citoyens et les différents acteurs de la société civile, qui est la caractéristique de la Commission actuelle, continuera de revêtir la plus haute importance";
- "la Commission redoublera d'efforts pour être réellement présente et communiquer sur le terrain dans les États membres et les régions, en partenariat avec le Parlement européen, pour être à l'écoute des citoyens et en prise directe avec leurs questions et leurs préoccupations";
- "(...) ce fossé ne se comblera pas sans un partenariat étroit avec les autorités nationales et régionales"

L'ensemble des initiatives prises par la Commission contribuent à répondre à ce défi. La Communication "Communiquer sur l'Europe en partenariat" adoptée par la Commission le 3 octobre 2007¹, propose une vision globale et prospective de la stratégie de communication de la Commission et constitue le socle qui sous-tend les actions de la DG COMM.

Ce document souligne le fait que la communication sur les affaires européennes est de la responsabilité de tous ceux qui sont impliqués dans le processus décisionnel. La communication fixe les conditions pour une politique de communication sur deux fronts: une politique de communication fondée sur l'écoute et la consultation du citoyen et un partenariat avec les principaux acteurs politiques, économiques et sociaux dans les États membres.

Elle a depuis lors fait l'objet d'un suivi particulier sous la forme de deux communications portant respectivement sur une stratégie relative à l'Internet² et sur une stratégie relative à l'audiovisuel³.

Le partenariat s'est par ailleurs traduit par la signature le 22 octobre 2008 par le Parlement européen, le Conseil et la Commission de la Déclaration politique «Communiquer sur l'Europe en partenariat»⁴ précisant les modalités opérationnelles de partenariat entre les

¹ Communication de la Commission au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des régions «Communiquer sur l'Europe en partenariat», COM(2007) 568 final du 3 octobre 2007.

² Communication à la Commission «Communiquer sur l'Europe par l'internet – Faire participer les citoyens», SEC(2007) 1742 du 21 décembre 2007.

³ Communication à la Commission, «Communiquer sur l'Europe dans les médias audiovisuels», SEC(2008) 506 du 24 avril 2008.

⁴ JO C 13 du 20 janvier 2009, p.3

institutions communautaires et les États membres. La mise en œuvre de cette déclaration implique un investissement important sur le plan de la coordination interinstitutionnelle.

Sur la base de la communication du 3 octobre 2007 et de la Déclaration politique du 22 octobre 2008, la DG COMM a défini quatre objectifs généraux :

- développer une stratégie fondée sur des priorités de communication en phase avec les préoccupations des citoyens;
- établir un partenariat entre les principaux acteurs de la communication en Europe pour une meilleure efficacité;
- développer une Sphère Publique Européenne pour favoriser le débat sur l'UE;
- renforcer l'offre de services afin d'optimiser la capacité et la qualité de la communication de la Commission.

Pour 2010, la DG COMM déploiera son activité autour des priorités de communication qui seront retenues dans le programme de travail de la Commission pour 2010. Jusqu'à l'adoption de ce document, la DG COMM travaillera sur la base de trois priorités de communications découlant de la stratégie politique annuelle pour 2010⁵ :

- La relance économique
- L'environnement, le climat et l'énergie;
- Une meilleure gouvernance européenne pour les aspects de sécurité intérieure et extérieure qu'apportera le traité de Lisbonne.

Ces priorités devraient être confirmées par le programme de travail de la Commission pour 2010.

⁵ Communication de la Commission au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des régions «Stratégie politique annuelle pour 2010», COM(2009) 73 final du 18 février 2009.

2. ANALYSE PAR LIGNE BUDGÉTAIRE

Tous les marchés sont des marchés de services, sauf spécifié différemment.

2.1. Ligne budgétaire: 16 02 02 ACTIONS MULTIMÉDIA

2.1.1. Interventions financées à partir de cette ligne budgétaire

Les actions menées dans ce cadre visent à développer la sphère publique européenne. Elles concernent essentiellement le soutien à des chaînes d'information en continu sur les affaires européennes et l'initiation de réseaux européens de médias (radio, site Internet d'information et TV). Quelques productions internes, ainsi que des actions d'évaluation ou d'analyses du secteur audiovisuel sont également financées sur cette ligne budgétaire.

Pour l'année 2010, les actions seront centrées principalement sur la mise en œuvre du réseau européen de télévisions.

2.1.2. Mobilisation des crédits disponibles et modalités de mise en œuvre

Les crédits disponibles seront répartis entre les différentes actions et selon les diverses modalités de mise en œuvre décrites dans le tableau ci-dessous.

Crédits d'engagement: 30 750 000 euros

| Actions | Budget (en euros) | Modalités de mise en œuvre(*) | Calendrier indicatif (**) |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|---------------------------------------------------|------------------------------|
| 1. Production et diffusion multilingue et simultanée de programmes télévisés d'information sur l'Union européenne | | | |
| - <i>Euronews</i> | 5 800 000 | Appel d'offres > 60 000 €(x1) | Sem 1 (x1) |
| - <i>Euronews en arabe</i> | 5 200 000 | Contrat en cours | |
| 2. Réseaux multimédia et productions audiovisuelles | | | |
| - <i>Euranet, réseau radio</i> | 6 000 000 | Contrat en cours | |
| - <i>Pan-European TV Network</i> | 8 725 000 | Contrat en cours | |
| - <i>PressEurop</i> | 3 060 000 | Contrat en cours | |
| - <i>développement de productions audiovisuelles et traçabilité des productions vidéo</i> | 1 300 000 | Contrat en cours Appel d'offres > 60 000 €(x1) | Sem 1 (x1) |
| 3. Monitoring et analyses | | | |
| - <i>base de données chaînes TV</i> | 430 000 | Contrat en cours | |
| - <i>études/sondages spécifiques</i> | 235 000 | Contrats en cours | |

(*) L'estimation du nombre de marchés est mentionnée entre parenthèses.

(**) Sem 1 = premier semestre; Sem 2 = second semestre

2.2. Ligne budgétaire: 16 02 03 INFORMATIONS DES MÉDIAS

2.2.1. Interventions financées à partir de cette ligne budgétaire

Les actions couvertes par cette ligne budgétaire visent à fournir aux publics cibles, essentiellement les médias et la presse, les outils leur permettant de mieux comprendre et de mieux répercuter les questions d'actualité.

Pour 2010, les actions principales concerneront:

- l'intensification et la diversification de la production audiovisuelle, centrée principalement sur les priorités de communication, à la demande et en collaboration avec les DG, ainsi que l'amélioration de sa diffusion sur différentes plateformes technologiques;
- la mise en œuvre d'une stratégie de promotion des productions susmentionnées auprès des professionnels afin de développer l'impact de ces dernières. Cela passera entre autres par la participation aux salons professionnels de l'audiovisuel et l'exploration d'une éventuelle participation aux salons et festivals grand public;
- la multiplication du nombre de séminaires et formations pour journalistes;
- la poursuite du travail actuellement en cours pour faire de la médiathèque la «mémoire audiovisuelle» de la Commission et le point d'accès à l'ensemble de sa production, avec notamment la poursuite de la numérisation des archives audiovisuelles ainsi que la mise à niveau des équipements et des services.

2.2.2. Mobilisation des crédits disponibles et modalités de mise en œuvre

Les crédits disponibles seront répartis entre les différentes actions et selon les diverses modalités de mise en œuvre décrites dans le tableau ci-dessous.

Crédits d'engagement: 4 760 000 euros

| Ventilation | Budget (en euros) | Modalités de mise en œuvre (*) | Calendrier indicatif (**) |
|----------------------------------------------------------|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|
| 1. Couverture audiovisuelle de l'actualité (TV et photo) | 2 800 000 | Contrats en cours Appel d'offres > 60 000 € (x1) | Sem 1 (x1); |
| 2. Séminaires de formation pour les journalistes | 760 000 | Contrats en cours Appels d'offres > 60 000 € (x1) | Sem 1 (x1) |
| 3. Échanges avec les médias | 550 000 | Contrats en cours Appel d'offres > 60 000 € (x1) Concours, remise de prix (x7) | Sem 2(x1) Sem 1(x4); Sem 2(x3); |
| 4. Médiathèque | 650 000 | Contrats en cours | |

(*) L'estimation du nombre de marchés est mentionnée entre parenthèses. Concernant les séminaires de formation pour les journalistes, une partie est organisée localement par les Représentations dans chaque État membre.

(**) Sem 1 = premier semestre; Sem 2 = second semestre

2.2.2.1. Subventions consistant en la remise de prix dans le cadre de concours

Objectifs

Organisation ou participation à des salons, festivals, etc. comportant comme événement central la remise de prix.

Bénéficiaires potentiels

Les groupes ciblés est constitué par des acteurs du monde des médias: journalistes, producteurs ou sociétés de production, réalisateurs, etc.

Critères d'exclusion

Absence de conflits d'intérêt des lauréats de concours avec les membres du jury.

Critère d'attribution des prix

Conformément à l'article 160 *quinques* des Modalités d'exécution du Règlement financier, le règlement de chaque concours déterminera ses propres conditions et critères d'attribution, dans le cadre des conditions et critères généraux suivants:

- origine ou sujet européen de l'œuvre;
- pertinence et valeur au regard de l'intérêt général du projet (au regard notamment des objectifs visés et du public cible);
- dimension et plus-value européenne du projet;
- effet multiplicateur escompté (impact dépassant le public cible);
- accroissement de l'identité européenne ou de la visibilité de la construction communautaire et des politiques européennes.

Niveau de la contribution communautaire

Prix en espèces ou en nature d'une valeur maximale de 10 000 euros par prix octroyé.

Résultats escomptés

Valorisation et stimulation de l'identité européenne ou des travaux et des réflexions sur la construction communautaire ou les politiques européennes.

Modalités d'octroi

Le prix sera couvert par une décision d'octroi (liste des bénéficiaires et montants retenus) adoptée par l'ordonnateur.

Remise du prix directement aux lauréats désignés par le jury.

**2.3. Ligne budgétaire: 16 02 04
EXPLOITATION STUDIOS TV – EBS**

2.3.1. Interventions financées à partir de cette ligne budgétaire

Les actions menées dans ce cadre visent essentiellement à assurer l'exploitation des installations audiovisuelles de la Commission et la location du satellite permettant de mettre à disposition des chaînes de télévision des informations et des images sur les activités de l'Union européenne.

Elles concernent notamment:

- la poursuite du service d'assistance et d'accueil aux équipes TV devant assurer des tournages ponctuels à la Commission, ainsi qu'aux groupes de visiteurs professionnels;
- la location des capacités de transmission par satellite nécessaires pour assurer le service;
- l'achat d'équipements et de fournitures audiovisuels destinés aux studios radio-TV.

2.3.2. Mobilisation des crédits disponibles et modalités de mise en œuvre

Les crédits disponibles seront répartis entre les différentes actions mentionnées dans le tableau ci-dessous et mobilisés uniquement par voie de marchés.

Crédits d'engagement: 6 755 000 euros

| Ventilation | Budget (en euros) | Modalités de mise en œuvre | Calendrier indicatif |
|----------------------------------------------------------|----------------------|----------------------------|----------------------|
| 1. Location du canal de transmission par satellite (EbS) | 1 619 000 | Contrats en cours | |
| 2. Studio TV, Ligne Vidéo BXL-Luxembourg | 5 136 000 | Contrats en cours | |

2.4. Ligne budgétaire: 16 03 01 RELAIS D'INFORMATION

2.4.1. Interventions financées à partir de cette ligne budgétaire

Les actions déployées dans ce cadre couvrent les thèmes présentés ci-après.

Les relais d'information EUROPE DIRECT

La Commission s'appuie, pour la réalisation de ses activités d'information du citoyen, sur un ensemble de réseaux qui assurent une information décentralisée et de proximité en prenant tout particulièrement en compte les particularités locales de nature sociale, culturelle, politique, économique. Comme annoncé dans la communication «Communiquer sur l'Europe en partenariat»⁶, le second mandat du réseau EUROPE DIRECT a été lancé début 2009 pour une période de quatre ans. La génération 2009-2012 a amélioré la couverture géographique et la fourniture d'informations sur les priorités de communication ainsi que sur d'autres sujets essentiels pour les citoyens.

Le nouveau système de gestion du réseau EUROPE DIRECT est recentré sur la culture du résultat. Priorité est ainsi donnée aux aspects opérationnels: contenu des activités et efficacité sur le plan de la visibilité et des résultats, comme suggéré aussi par l'évaluation intermédiaire de la période 2005-2008. La satisfaction des objectifs donne droit au versement d'une subvention à l'action de type forfaitaire pour chaque structure d'accueil hébergeant un relais d'information EUROPE DIRECT. Ces relais ont été désignés comme bénéficiaires de ces subventions dans le cadre d'une décision de la Commission européenne adoptée dans le contexte des prérogatives institutionnelles. Chaque subvention fera l'objet d'une convention de subvention à l'action.

Les activités de coordination et de support des relais et réseaux d'information

Afin de les soutenir et de développer des synergies avec les autres réseaux d'information de la Commission, les réseaux et relais d'information de la DG COMM bénéficient de services de coordination et de support dont le financement est assuré par cette dernière. Il s'agit notamment de séminaires de formation, d'activités de promotion, de services d'information et de la fourniture de documentation.

⁶ Communication de la Commission au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des régions «Communiquer sur l'Europe en partenariat», COM(2007) 568 final du 3 octobre 2007.

2.4.2. Mobilisation des crédits disponibles et modalités de mise en œuvre

Les crédits disponibles seront répartis entre les différentes actions et selon les diverses modalités de mise en œuvre décrites dans le tableau ci-dessous.

En ce qui concerne les subventions à l'action pour les structures d'accueil hébergeant un relais d'information EUROPE *DIRECT*, les modalités de mise en œuvre (critères, calendrier indicatif) sont précisées dans la décision de la Commission intitulée "adoption anticipée du programme de travail annuel dans le domaine de la communication pour 2009 en ce qui concerne les subventions destinées au financement des structures d'accueil des centres d'information EUROPE *DIRECT* dans l'ensemble de l'Union européenne pour la période 2009-2012"⁷.

Crédits d'engagement: 12 400 000 euros

| Ventilation | Budget (en euros) | Modalités de mise en œuvre | Calendrier indicatif (*) |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------|
| 1. Relais d'information EUROPE <i>DIRECT</i> | 11 400 000 | Conventions de subvention à l'action | Sem 1 |
| 2. Activités de coordination et de support aux relais et réseaux (marchés de services et fournitures) | 1 000 000 | Contrats en cours | |

(*) Sem 1 = premier semestre; Sem 2 = second semestre

2.5. Ligne budgétaire: 16 03 02 COMMUNICATION DES REPRESENTATIONS

2.5.1. Interventions financées à partir de cette ligne budgétaire

Les crédits de cette ligne budgétaire sont destinés à mener et à évaluer une politique de communication décentralisée par l'intermédiaire des Représentations.

En 2010, ces actions se concentreront sur les priorités de communication qui seront retenues dans le programme de travail de la Commission Jusqu'à l'adoption de ce document, la DG COMM travaillera sur la base de trois priorités de communication découlant de la stratégie politique annuelle pour 2010⁸, à savoir : la relance économique; l'environnement, le climat et l'énergie, et une meilleure gouvernance européenne pour les aspects de sécurité intérieure et extérieure qu'apportera le traité de Lisbonne.

Dans ce cadre, les Représentations développeront une large palette d'actions et d'outils de communication adaptés aux publics locaux.

⁷ Décision de la Commission relative à l'adoption anticipée du programme de travail annuel dans le domaine de la communication pour 2009 en ce qui concerne les subventions destinées au financement des structures d'accueil des centres d'information EUROPE *DIRECT* dans l'ensemble de l'Union européenne pour la période 2009- 2012, C(2008)3938 du 29 juillet 2008

⁸ Communication de la Commission au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des régions «Stratégie politique annuel pour 2010», COM(2009) 73 final du 18 février 2009.

- Organisation de manifestations européennes
Les actions de communication locales seront menées par les Représentations dans les États membres. En 2010, elles prendront une multitude de formes, allant de la conférence visant un public de multiplicateurs d'opinion à des animations ludo-éducatives (concours, etc.) à destination du grand public. Ces actions viseront principalement à diffuser des messages sur les priorités de communication.
- Organisation de séminaires et de conférences
Il s'agit notamment de débats sur des thèmes d'actualité européenne, à destination du grand public, permettant d'associer des parlementaires, des autorités nationales, régionales ou locales, des Commissaires ainsi que des représentants des médias ou des multiplicateurs d'opinion.
- Organisation d'actions de communication directe avec des publics cibles
Les Représentations organisent régulièrement des rencontres avec les médias ou avec des publics cibles spécifiques sur des thèmes précis dépendant essentiellement de l'actualité, ou encore des visites pour des petits groupes, etc.
- Assurer la continuité des Espaces publics européens (European public spaces - EPS) et des centres d'information liés aux Représentations
Après les succès rencontrés en 2008 et 2009, la Commission souhaite consolider en 2010 les 13 espaces publics européens déjà existants. Lieux privilégiés d'échange, de rencontre, de dialogue et de débats, les EPS continueront à constituer en 2010 la pierre angulaire des stratégies de communication locale dans les capitales européennes concernées : Prague, Copenhague, Berlin, Tallinn, Dublin, Madrid, Rome, Nicosie, Riga, Vienna, Lisbonne, Helsinki et Stockholm.
- Matériel promotionnel

2.5.2. Mobilisation des crédits disponibles et modalités de mise en œuvre

Les crédits disponibles seront répartis entre les différentes actions et selon les diverses modalités de mise en œuvre décrites dans le tableau ci-dessous.

Crédits d'engagement: 8 360 000 euros

| Ventilation | Budget (en euros) | Modalités de mise en œuvre (*) | Calendrier indicatif (**) |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Manifestations européennes, dont 9 mai 2010 (marchés de services et fournitures) | 3 775 000 | Appels d'offres ≤ 60 000 € (x150) Appels d'offres > 60 000 € (x5) Appels à propositions (x3) Concours, remise de prix (x7) Contrats en cours | Sem 1(x100); Sem 2(x50) Sem 1 (x3); Sem 2 (x2) Sem 1 (x2); Sem 2 (x1) Sem 1 (x3); Sem 2 (x4) |
| 2. Séminaires et conférences | 1 000 000 | Appels d'offres ≤ 60 000 € (x80) Appels d'offres > 60 000 € (x2) Contrats en cours | Sem 1 (x34); Sem 2(x46) Sem 2 (x2); |
| 3. Autres actions de communication (rencontres avec les multiplicateurs d'information; organisation de visites de petits groupes, etc.) | 1 425 000 | Appels d'offres ≤ 60 000 € (x80) Contrats en cours | Sem 1 (x40); Sem 2(x40) |
| 4. Espaces publics européens et centres d'information liés aux représentations | 1 160 000 | Appels d'offres > 60 000 € (x3) Appels d'offres ≤ 60 000 € (x17) Contrats en cours | Sem 1(x2); Sem 2 (x1) Sem 1 (x7); Sem 2(x10) |

| | | | |
|------------------------------------------------------|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| 5. Matériel promotionnel (marchés de fournitures) | 1 000 000 | Appels d'offres ≤ 60 000 € (x32) Appels d'offres > 60 000 € (x2) Contrats en cours | Sem 1 (x16); Sem 2(x16) Sem 1 (x1); Sem 2 (x1) |
|------------------------------------------------------|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|

(*) Afin d'assurer une bonne visibilité de l'Union, les Représentations participent à de très nombreux événements. Si quelques marchés publics sont d'un montant supérieur à 60 000 euros, les actions locales de communication se caractérisent par une multitude d'événements locaux engendrant des dépenses inférieures, voire très inférieures au seuil de 60 000 euros. L'estimation du nombre de marchés est mentionnée entre parenthèses.

(**) Sem 1 = premier semestre; Sem 2 = second semestre

2.5.2.1. Subventions

Organisation des appels à propositions

Des appels à propositions seront lancés par les Représentations de la Commission européenne. La durée estimée des actions sera de 12 mois maximum.

Objectifs

Saisir l'occasion d'événements particuliers et d'initiatives d'envergure nationale ou régionale impliquant les acteurs et multiplicateurs d'opinion de la société civile pour contribuer à la connaissance par le public des activités menées par l'Union européenne, en particulier dans le cadre des priorités de communication.

Critères d'éligibilité

Des organisations de la société civile proactives sur les débats européens.

Critères de sélection

Les candidats devront prouver qu'ils ont la capacité financière, technique et opérationnelle pour mener à bien le projet, qu'ils disposent de sources de financement stables et suffisantes pour maintenir l'activité tout au long de la période de mise en œuvre et/ou de subventionnement du projet, et ils devront fournir la preuve de leur participation financière. Les candidats devront également pouvoir apporter la preuve que leurs compétences, qualifications et/ou expériences professionnelles sont adaptées au projet proposé.

Critères d'attribution des subventions

- Pertinence et intérêt général du projet (au regard notamment des objectifs visés et du public cible)
- Dimension et plus-value européenne du projet
- Effet multiplicateur escompté (impact dépassant le public cible)
- La visibilité donnée au projet (promotion/publicité)
- Degré de cohérence de la conception globale du projet avec les priorités de communication
- Qualité du programme de travail et méthode de réalisation

Niveau de la contribution communautaire

Le niveau de la subvention représentera 80 % maximum des coûts éligibles par action.

Résultats escomptés

Les projets retenus devraient contribuer à un rapprochement des citoyens avec les institutions de l'Union, notamment par une meilleure connaissance du rôle et de l'action de l'Union.

Formalisation

La subvention sera couverte par une convention de subvention à l'action.

2.5.2.2. Subventions consistant en la remise de prix dans le cadre de concours

Objectifs

Organisation ou participation à des événements centrés sur des concours.

Bénéficiaires potentiels

Le groupe ciblé est constitué principalement des personnes physiques. Éventuellement des organisations de la société civile (ONG, associations, etc.).

Critères d'exclusion

Absence de conflits d'intérêt des lauréats de concours avec les membres du jury.

Critères d'attribution des prix

Conformément à l'article 160 *quinques* des Modalités d'exécution du Règlement financier, le règlement de chaque concours déterminera ses propres conditions et critères d'attribution, ainsi que le montant du prix respectif, dans le cadre des conditions suivants:

- connaissance des questions européennes
- pertinence et valeur au regard de l'intérêt général du projet (au regard notamment des objectifs visés et du public cible)
- dimension et plus-value européenne du projet
- effet multiplicateur escompté (impact dépassant le public cible)
- accroissement de la visibilité de la construction communautaire et des politiques européennes.

Niveau de la contribution communautaire

Prix en espèces ou en nature d'une valeur maximale de 10 000 euros par prix octroyé.

Résultats escomptés

Valorisation et stimulation des travaux et des réflexions sur la construction communautaire ou les politiques européennes.

Modalités d'octroi

La subvention sera couverte par une décision d'octroi (liste des bénéficiaires et montants retenus) adoptée par l'ordonnateur.

Remise du prix directement aux lauréats désignés par le jury.

2.6. Ligne budgétaire: 16 03 04 COMMUNIQUER SUR L'EUROPE EN PARTENARIAT

2.6.1. Interventions financées à partir de cette ligne budgétaire

Les actions financées à partir de cette ligne correspondent à la mise en œuvre de la Déclaration politique signée le 22 octobre 2008 par le Parlement européen, le Conseil et la Commission. Elles visent à mettre en œuvre prioritairement dans un cadre interinstitutionnel les priorités de communication agréées entre les institutions, via principalement la généralisation des Partenariats de gestion dans l'ensemble des États membres concernés.

Ces activités de communication couvrent également une série de événements thématiques liés aux priorités de communication définies, organisés soit à l'initiative des Représentations, pour développer le débat avec les citoyens au niveau local, soit à l'initiative du siège de la DG COMM, pour développer des actions d'intérêt général européen, telles que des nouveaux projets pour les écoles. En 2010, elles concerneront notamment la participation de l'Union européenne à l'exposition universelle de Shanghai.

2.6.2. Mobilisation des crédits disponibles et modalités de mise en œuvre

Les crédits disponibles seront répartis entre les différentes actions et selon les diverses modalités de mise en œuvre décrites dans le tableau ci-dessous.

Crédits d'engagement: 13 130 000 euros

| Ventilation | Budget (en euros) | Action et modalités de mise en œuvre (*) | Calendrier indicatif (**) |
|---------------------------------------------------|------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|
| 1. Partenariats de gestion avec les États membres | 8 600 000 | Mise à disposition de fonds pour des subventions et des marchés par gestion centralisée indirecte, en conformité avec les dispositions du règlement financier | Sem 1 (x16); Sem 2 (x7) |

| | | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|
| 2. Actions de communication liées aux priorités de communication (Siège) (marchés de services et fournitures) | 3 230 000 | Appels d'offres >60 000 € (x4) Contrats en cours | Sem 1 (x4) |
| 3. Expo Shanghai 2010, journée d'honneur de l'UE | 300 000 | Appel d'offres ≤ 60 000 € (x2) Contrats en cours | Sem 1 (x2) |
| 4. Actions de communication liées aux priorités de communication y compris Plan D (Reps) | 1 000 000 | Appel d'offres ≤ 60 000 € (x65) Appels d'offre > 60 000 € (x3) | Sem 1 (x30); Sem 2 (x35) Sem 1 (x1); Sem 2 (x2) |

(*) Afin d'assurer une bonne visibilité de l'Union, les Représentations participent à de très nombreuses actions de communication. Si quelques marchés publics sont d'un montant supérieur à 60 000 euros, les actions dans les Etats membres se caractérisent par une multitude d'événements locaux engendrant des dépenses inférieures, voire très inférieures au seuil de 60 000 euros.

(**) Sem 1 = premier semestre; Sem 2 = second semestre

2.6.2.1. Mise à disposition de fonds pour des subventions et des marchés dans le cadre de partenariats de gestion avec des autorités publiques dans les États membres

Une partie des dépenses imputées sur cette ligne budgétaire résulte de la mise en œuvre de partenariats de gestion avec des autorités publiques nationales ou régionales. Dans le cadre de chaque partenariat de gestion, un plan de communication est arrêté d'un commun accord entre l'État membre, le Parlement européen et la Commission.

Ces partenariats font l'objet d'une gestion centralisée indirecte, conformément aux dispositions des articles 54 et 56 du Règlement Financier et des articles 35, 38, 39 et 41 de ses modalités d'exécution. La Commission a établi le cadre juridique de cette délégation de ses pouvoirs d'exécution dans sa décision C(2004) 4841 du 15 décembre 2004⁹. L'exercice est piloté par une cellule de coordination réunissant les autorités publiques nationales chargées de l'information sur des sujets d'intérêt européen, le Parlement européen et la Commission. Les actions sont mises en œuvre par un organisme intermédiaire, proposé par l'État membre et agréé par la Commission. Cet organisme intermédiaire est lié à la Commission par une convention de délégation, d'une durée de quatre ans maximum, et par des conventions de mise à disposition de fonds dont la durée et le montant maximum sont définis en fonction des actions à mener. Les délégués de tâches d'exécution budgétaires, qui ont signé des conventions de mise à disposition des fonds communautaires, respectent les critères prévus à l'article 56.1 du Règlement Financier.

Au-delà de la poursuite des partenariats déjà mis en place en 2009, la DG COMM souhaite augmenter le nombre de partenariats en 2010 en en concluant de nouveaux. Le choix de nouvelles délégations de gestion de fonds publics communautaires sera effectué après vérification des critères de l'Article 56.1 du Règlement Financier conformément à la décision C(2004) 4841. Ces nouveaux délégués seront

⁹ Décision de la Commission C(2004) 4841 du 15 décembre 2004 relative à l'établissement du cadre juridique pour les partenariats de gestion et les conventions de cofinancement conclus avec les États membres concernant des actions d'information et de communication telles que les actions d'information prioritaires dans le cadre du programme Prince et des crédits opérationnels «Presse et communication».

désignés par la Commission par une procédure écrite séparée. Les montants indicatifs pour chaque partenariat de gestion sont repris dans le tableau ci-dessous.

| État membre | Montant indicatif (en euros) |
|--------------------|------------------------------|
| Belgique | 400 000 |
| Bulgarie | 300 000 |
| République tchèque | 300 000 |
| Allemagne | 900 000 |
| Estonie | 200 000 |
| Irlande | 200 000 |
| Grèce | 300 000 |
| Espagne | 500 000 |
| France | 750 000 |
| Italie | 750 000 |
| Chypre | 200 000 |
| Lettonie | 200 000 |
| Lituanie | 200 000 |
| Hongrie | 400 000 |
| Malte | 200 000 |
| Autriche | 300 000 |
| Pologne | 500 000 |
| Portugal | 500 000 |
| Roumanie | 300 000 |
| Slovénie | 300 000 |
| Slovaquie | 300 000 |
| Suède | 300 000 |
| Finlande | 300 000 |
| TOTAL | 8 600 000 |

Objectifs

Mettre les moyens des institutions européennes et de leurs interlocuteurs nationaux au service d'une stratégie concertée, destinée à fournir une information cohérente et adéquate aux citoyens sur le rôle et les réalisations de l'Union, tout en bénéficiant de l'expérience et des canaux d'information privilégiée des autorités publiques nationales, régionales ou locales.

Bénéficiaires potentiels du financement

Les contractants et les bénéficiaires de subventions retenus par l'organisme intermédiaire au terme des procédures adéquates d'attribution ou d'octroi.

Critères de sélection des actions à mener (cellule de coordination) et critères d'attribution des subventions (organisme intermédiaire)

- Pertinence et intérêt général du projet (au regard notamment des objectifs visés et du public cible)
- Dimension et plus-value européenne du projet
- Effet multiplicateur escompté (impact dépassant le public cible)
- Visibilité donnée au projet (promotion/publicité).

Critères d'attribution des marchés (organisme intermédiaire)

- soit le meilleur prix;
- soit l'offre économiquement la plus avantageuse (meilleur rapport entre le coût et la qualité).

Niveau de la contribution communautaire

Les actions mises en œuvre par l'organisme intermédiaire dans le cadre de la gestion centralisée indirecte seront financées par les crédits communautaires mis à sa disposition:

- Les marchés feront l'objet d'un financement intégral.
- Les subventions feront l'objet d'un cofinancement variable, en fonction des conventions que l'organisme intermédiaire aura signées avec les bénéficiaires, sur la base du mandat reçu de la cellule de coordination. Ces subventions ne généreront pas de profit pour ces bénéficiaires et respecteront le principe de non rétroactivité pour la prise en charge des coûts éligibles.

Résultats escomptés

Les projets retenus devraient contribuer à une meilleure perception par les citoyens du rôle et de l'action de l'Union. Le recours au partenariat de gestion devrait plus particulièrement permettre de rapprocher les messages des attentes et de la sensibilité du public visé.

2.6.2.2. Subventions

Organisation des appels à propositions

Des appels à propositions seront lancés par les Représentations dans les États membres. La durée estimée des actions est de maximum un an.

Objectifs des appels à propositions

- a) Apporter un soutien financier à des initiatives locales de façon à:
- encourager la participation du public et, en particulier, des femmes et des jeunes, à des débats sur l'Europe et notamment sur les thèmes retenus comme priorités de communication;
 - recueillir leur opinion sur une base extensive et qualitative;
 - apporter une analyse des contributions citoyennes qui pourraient fournir des éléments d'intérêt aux décideurs.
- b) Apporter un soutien financier à des initiatives locales ayant pour but de communiquer avec les jeunes (12 à 30 ans) sur l'Europe à travers les sites Internet qu'ils fréquentent.

Critères d'éligibilité

- a) Organisations à but non lucratif, disposant d'une personnalité juridique, enregistrées dans l'un des pays de l'Union, indépendantes des autorités publiques.
- b) Propriétaires et gestionnaires de sites Web destinés aux jeunes avec forte fréquentation du public cible.

Critères de sélection

Les candidats devront prouver qu'ils ont la capacité financière, technique et opérationnelle pour mener à bien le projet, qu'ils disposent de sources de financement stables et suffisantes pour maintenir l'activité tout au long de la période de mise en œuvre et/ou de subventionnement du projet, et ils devront fournir la preuve de leur participation financière. Les candidats devront également pouvoir apporter la preuve que leurs compétences, qualifications et/ou expériences professionnelles sont adaptées au projet proposé.

Critères d'attribution des subventions

Les projets éligibles seront évalués en fonction:

- a)
- du degré de cohérence de la conception globale du projet avec les objectifs des appels à propositions;
 - de la qualité du programme de travail et de la méthode de réalisation;
 - de la dynamique de mise en réseau et de mise en place des coopérations;
 - de la capacité du projet à mobiliser les citoyens;
 - de l'effet multiplicateur probable, tel qu'il ressort des mesures proposées pour faire connaître le projet et ses résultats;
 - du système de retour d'information vers les décideurs en matière européenne;
 - du mécanisme d'évaluation des objectifs poursuivis par le projet;

b)

- de la pertinence et de l'intérêt général du projet (au regard notamment des objectifs visés et du public cible);
- de la dimension et de la plus-value européenne du projet;
- de l'effet multiplicateur escompté;
- de la visibilité donnée au projet (promotion/publicité);
- de la qualité du programme de travail et de la méthode de réalisation.

Niveau de la contribution communautaire

Le niveau de la subvention représentera 80 % maximum des coûts éligibles par action.

Résultats escomptés

a) Les projets retenus devront contribuer, par l'intermédiaire d'un dialogue renforcé, à un rapprochement des citoyens des institutions de l'Union, notamment par une meilleure connaissance du rôle et de l'action de l'Union.

b) Les projets retenus devront contribuer à un rapprochement des jeunes avec les institutions de l'Union, notamment par une meilleure connaissance du rôle et de l'action de l'Union.

Formalisation

La subvention sera couverte par une convention de subvention.

2.7. Ligne budgétaire: 16 04 01 ANALYSE DE L'OPINION PUBLIQUE

2.7.1. Interventions financées à partir de cette ligne budgétaire

Les crédits de cette ligne sont destinés à couvrir l'analyse des tendances de l'opinion publique par les sondages Eurobaromètre réalisés dans les 27 États membres et dans les pays candidats. Il s'agit aussi bien d'études génériques ou ad hoc sur des thématiques et/ou des populations spécifiques, que d'analyses qualitatives.

Des sondages ponctuels sont également menés au niveau local à l'initiative des Représentations.

2.7.2. Mobilisation des crédits disponibles et modalités de mise en œuvre

Les différentes actions sont mises en œuvre sur la base de procédures de marché.

Crédits d'engagement: 5 900 000 euros

| Ventilation | Budget (en euros) | Modalités de mise en œuvre (*) | Calendrier indicatif (**) |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|
| Sondages Eurobaromètre, sondages Flash et études qualitatives (siège et Représentations) | 5 900 000 | Contrats en cours Appels d'offres > 60 000 € (x1) Appel d'offres ≤ 60 000 € (x20) | Sem1(x1) Sem 1 (x10); Sem 2 (x10) |

(*) L'estimation du nombre de marchés mentionnée entre parenthèses fait référence aux sondages et études lancés tant par le siège que par les 27 Représentations de la Commission dans les États membres. (**) Sem 1 = premier semestre; Sem 2 = second semestre

2.8. Ligne budgétaire: 16 04 02

OUTILS D'INFORMATION ET DE COMMUNICATION EN LIGNE

2.8.1. Interventions financées à partir de cette ligne budgétaire

Les actions déployées dans ce cadre comprennent:

- le fonctionnement du centre d'appel EUROPE *DIRECT*, accessible gratuitement à tout citoyen, qui fournit des informations en réponse à toute question relative à l'Union européenne;
- le fonctionnement (structure, design, fonctionnalités et tâches éditoriales) de la partie COMMISSION du site Internet EUROPA, dont la DG COMM est responsable, y compris l'alimentation et la mise à jour des pages web respectives du président de la Commission, et du Commissaire en charge de la communication et des sites prioritaires et d'actualité, ainsi que la migration des sites des Représentations;
- le fonctionnement des sites Internet des Représentations ainsi que leurs publications électroniques.

2.8.2. Mobilisation des crédits disponibles et modalités de mise en œuvre

Les crédits disponibles seront répartis entre les différentes actions mentionnées dans le tableau ci-dessous.

Crédits d'engagement: 11 850 000 euros

| Ventilation | Budget (en euros) | Modalités de mise en œuvre (*) | Calendrier indicatif (**) |
|-------------------------------------------------------------------------|-------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|
| 1. Contact centre EUROPE <i>DIRECT</i> | 4 200 000 | Contrat en cours | |
| 2. Site EUROPA | 4 170 000 | Contrats en cours Appel à manifestation d'intérêt (x1) | Sem 1 (x1) |
| 3. Sites Internet et publications électroniques des Représentations (1) | 2 280 000 | Appels d'offres ≤ 60 000 € (x62) Appels d'offres > 60 000 € (x5) Contrats en cours | Sem 1 (x35); Sem 2 (x27) Sem 1 (x2); Sem 2 (x3) |
| 4. SCAD+ (fiches de synthèse sur les activités législatives) | 1.200.000 | Contrat en cours | |

(*) L'estimation du nombre de marchés est mentionnée entre parenthèses.

L'appel à manifestation d'intérêt vise à sélectionner des consultants dans le domaine de l'Internet et des technologies de l'information et de la communication pour des missions de courte durée visant à fournir des conseils notamment sur les pages existantes, les pages à créer et à assurer des formations.

(**) Sem 1 = premier semestre; Sem 2 = second semestre

(1) Dans le but de rapprocher l'Union européenne des citoyens, chacune des 27 Représentations de la Commission dans les États membres dispose d'un site Internet propre à elle, disponible dans la langue nationale. Parallèlement, les 27 Représentations et les 5 antennes offrent au public des publications électroniques de caractère européen adaptées aux intérêts et préoccupations des pays concernés. Ces circonstances justifient le nombre de marchés inférieurs à 60.000.

2.9. Ligne budgétaire: 16 04 03 PUBLICATIONS ÉCRITES CIBLÉES

2.9.1. Interventions financées à partir de cette ligne budgétaire

Les crédits de cette ligne recouvrent la mise en œuvre et l'évaluation des publications locales effectuées par les Représentations (newsletters) ou ad hoc (publications sur des thèmes précis). Selon le type de documents, les publics visés sont les multiplicateurs d'opinion ou le grand public.

2.9.2. Mobilisation des crédits disponibles et modalités de mise en œuvre

Les crédits disponibles seront répartis entre les différentes actions mentionnées dans le tableau ci-dessous.

Crédits d'engagement: 3 000 000 euros

| Ventilation | Budget (en euros) | Modalités de mise en œuvre (*) | Calendrier indicatif (**) |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|
| Publications et newsletters sous forme papier des Représentations (marchés de services et fournitures) | 3 000 000 | Appels d'offres ≤ 60 000 € (x78) Appels d'offre > 60 000 € (x7) Contrats en cours | Sem 1 (x34); Sem 2 (x44) Sem 1 (x3); Sem 2 (x4) |

(*) Chaque année les 27 Représentations et les 5 antennes mettent à la disposition du public des publications adaptées aux sensibilités nationales, permettant de satisfaire un public aux goûts et aux besoins très variés. Ceci justifie le nombre de petits marchés (mentionnés entre parenthèses).

(**) Sem 1 = premier semestre; Sem 2 = second semestre

Les dépenses envisagées seront réalisées en partie par le recours aux contrats cadres existants de l'OPOCE.

2.10. Ligne budgétaire: 16 04 04 PUBLICATIONS ÉCRITES D'UTILITÉ GÉNÉRALE

2.10.1. Interventions financées à partir de cette ligne budgétaire

Ce crédit est destiné à couvrir les dépenses relatives à l'édition, sur tous les types de supports, de publications portant sur des grands thèmes d'actualité en rapport avec les activités de la Commission et les travaux de l'Union européenne, sélectionnés dans le cadre du programme prioritaire de publications. Il couvre aussi les

publications prévues par les traités ainsi que d'autres publications institutionnelles ou de référence. Ces publications s'adressent à la profession enseignante, aux leaders d'opinion et au grand public.

2.10.2. Mobilisation des crédits disponibles et modalités de mise en œuvre

Les crédits disponibles seront utilisés pour la production et la diffusion de ces publications.

Crédits d'engagement: 3 300 000 euros.

| Ventilation | Budget (en euros) | Modalités de mise en œuvre (*) | Calendrier indicatif (**) |
|------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|------------------------------------------------------|----------------------------------|
| Publications écrites d'utilité générale (marchés de services et fournitures) | 2 420 000 | Contrats en cours Appels d'offres > 60 000 € (x1) | Sem 1(x1) |
| Bulletin/Rapport général | 880 000 | Contrats en cours | |

Les dépenses envisagées seront réalisées par le recours aux contrats cadres existants, notamment de l'OPOCE.