



**Commission européenne
Représentation en France**

A L'ECOUTE DES FRANCAIS

**Rapport de synthèse du Cercle de réflexion
sur la communication européenne**

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

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.

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 de 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.

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 SOUHAIT 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 POUSSEE :	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.

Une Union européenne qui s'est métamorphosée

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 mieux associer les citoyens ?

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

Des citoyens attachés à la construction européenne, mais qui expriment un certain désenchantement

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

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.

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 :

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.

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).

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.

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.

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.

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).

**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 :

- **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 :

**Deux enquêtes
directement
pilotées par les
groupes de travail**

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

- **Auprès 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.

- **Auprès 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).

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

3. Les autres sources

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

Les retours
d'information des
relais Europe
Direct

- **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 point de vue des
internauts

- **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.

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.

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

1. Méconnaissance :

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.

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.

2. Une communication insuffisante avec la société civile

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

Une information
parcellaire chez les
enseignants...

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.

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

3. La faible implication des journalistes et des responsables politiques

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.

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.

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* ».

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.

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.

Des institutions européennes perçues comme trop technocratiques

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 décalage entre deux France

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* ».

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.

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 »

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.

3. Un désir de débat et de participation

Un besoin d'information

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.

L'intérêt pour des débats européens

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.

Le souhait d'être davantage associés aux prises de décision

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.

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. Les orientations qui en découlent pour améliorer la communication sur l'Europe sont présentées ci-dessous.

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.

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* » !

1. Coordonner et cibler

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.

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.

1.b – Définir des cibles :

Des catégories plus sensibles

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.

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.

2. Simplifier

2.a – Simplifier les messages... :

Utiliser un langage simple

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.

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).

**La simplification
des procédures
administratives**

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.

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* ».

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.

**Une
communication au
plus proche du
terrain**

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.

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, ce qui rejoint d'ailleurs une des préoccupations de la Vice-présidente Wallström.

1. L'échelon national

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

Un partenariat
étroit avec les
autorités
nationales

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 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 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.

Des outils de
financement plus
souples

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* ».

Des capacités
accrues pour les
Représentations

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.

2. L'échelon régional et local

2.a – Les collectivités territoriales, acteurs privilégiés :

La place particulière des élus régionaux et locaux

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).

Les collectivités territoriales, lieux de diffusion de l'information

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 :

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

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.

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

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.

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.

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.

3. Une communication de proximité

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.

**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.

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.

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.

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.

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.

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

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

1.a – Les enseignants

Des enseignants mieux formés et plus mobiles...

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.

... dont l'engagement devrait être valorisé

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.

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.

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.

1.b – les élus

Donner des outils aux 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.

1.c – les médiateurs professionnels

La formation des médiateurs professionnels

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* ».

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.

2. Développer les échanges, soutenir les projets

2.a – Dans le cadre scolaire

Encourager les actions des établissements scolaires

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.

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.

2.b – Les échanges de jeunes

Développer les échanges pour les 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 ? »*.

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... »*.

2.c – Dans le cadre professionnel

... et pour les autres

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 de 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... »*.

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.

3. Mieux impliquer les citoyens et leurs représentants

3.a – Le rôle des collectivités territoriales

Le rôle-clé des collectivités territoriales...

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.

... qui devraient être mieux informées

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.

... et pouvoir prendre part aux décisions

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...)* ».

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.

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.

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.

... 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.

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.

CONCLUSION

1. Une mobilisation collective :

1. Le nécessaire engagement de la Commission...

L'engagement de la Commission

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

Une dynamique qui doit concerner tous les 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*, 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.

2. Un processus graduel :

1. De la sensibilisation au partenariat

Des partenariats à tous les niveaux

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.

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.

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.

*

* *

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* ».

**Un besoin
considérable de
formation et
d'information**

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.

Un défi collectif

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.