



Bruxelles, le 18.12.2017
C(2017) 8516 final

ANNEX

ANNEXE

de la

DÉCISION DE LA COMMISSION

**portant adoption du programme de travail dans le domaine de la communication pour
l'année 2018 et valant décision de financement**

ANNEXE

OBJECTIFS GÉNÉRAUX

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

Les orientations politiques de 2014 pour la Commission de son président, Jean-Claude Juncker, intitulées «*Un nouvel élan pour l'Europe: mon programme pour l'emploi, la croissance, l'équité et le changement démocratique*» décrivent diverses manières de «rapprocher l'Union européenne des citoyens». En partant de l'appréciation factuelle selon laquelle «dans nombre de pays, le degré de confiance dans le projet européen n'a jamais été aussi bas», le président Juncker a déclaré que sa «mission première était de reconstruire des ponts en Europe après les crises. De restaurer la confiance des citoyens européens. (...) et de renforcer la légitimité démocratique sur la base de la méthode communautaire».

En outre, le président a souligné dans les lettres de mission adressées aux membres de la Commission l'importance pour eux de jouer un rôle actif dans le cadre des dialogues avec les citoyens, en présentant le programme commun de la Commission et en communiquant à ce sujet, en écoutant les idées et en coopérant avec les parties intéressées.

Ce besoin a été réaffirmé dans la déclaration de Bratislava adoptée le 16 septembre 2016 par les chefs d'État ou de gouvernement des 27 États membres, qui précise ce qui suit: «Nous devons mieux communiquer les uns avec les autres – entre États membres, avec les institutions de l'Union européenne, mais aussi, et c'est le plus important, avec nos citoyens. Nous devrions apporter plus de clarté à nos décisions. Utiliser un langage clair et honnête. Nous concentrer sur les attentes des citoyens, en ayant réellement le courage de nous élever contre les solutions simplistes des forces politiques extrémistes ou populistes.»

Depuis 2017, la direction générale de la communication met en œuvre des activités de communication qui s'articulent autour du fil conducteur en trois volets «L'UE agit (#Invest EU) - L'UE donne les moyens d'agir - L'UE protège». Afin de compléter ces activités et sur la lancée de la dynamique actuelle, l'accent sera mis tout particulièrement sur les objectifs concrets définis dans la feuille de route pour *une Union plus unie, plus forte et plus démocratique*. Cela a été souligné par ailleurs dans le discours sur l'état de l'Union du président de la Commission le 13 septembre 2017, ainsi que dans la lettre d'intention adressée le même jour au président du Parlement européen, M. Tajani, et au Premier ministre estonien, M. Ratas.

À cet effet, il est nécessaire de communiquer les messages clés de la Commission européenne avec une plus grande clarté, en mettant l'accent sur les actions concrètes qui sont importantes pour les citoyens européens et les parlements nationaux.

Cela vaut notamment pour le débat sur l'avenir de l'Union européenne à 27 amorcé par la Commission en mars 2017 avec son «Livre blanc sur l'avenir de l'Europe» et les objectifs définis dans la feuille de route. Tous les membres de la Commission continueront, dans l'ensemble de l'Union européenne, d'engager le dialogue avec les citoyens et d'écouter leurs points de vue et leurs attentes quant à l'avenir de l'Union.

Le programme de travail pour 2018 de la direction générale de la communication, agissant en tant que service exécutif auprès du collège, est donc axé sur le soutien des principales priorités politiques définies dans les orientations politiques ainsi que des priorités de la Commission précisées dans le programme de travail de la Commission pour 2018.

La direction générale de la communication œuvrera pour améliorer la cohérence des activités de communication au sein de la Commission, notamment grâce aux campagnes de communication institutionnelle, à la centralisation des contrats-cadres de communication et à son rôle de premier plan dans le comité de pilotage de la communication institutionnelle et dans le réseau de communication (ce qui contribuera également à la rationalisation des prix pour la communication actuels).

ANALYSE PAR LIGNE BUDGÉTAIRE

Sauf indication contraire, tous les marchés sont des marchés de services.

1. LIGNE BUDGETAIRE 16 03 01 02 – INFORMATIONS DESTINEES AUX MEDIAS ET PRODUCTIONS AUDIOVISUELLES

1.1. Interventions financées sur cette ligne budgétaire

Les activités relevant de cette ligne budgétaire sont liées aux objectifs spécifiques n° 1 et n° 3 figurant dans le plan stratégique 2016-2020 de la direction générale de la communication et dans les plans de gestion respectifs¹.

La direction générale de la communication, agissant en tant que service exécutif auprès du collège, a pour objectif de fournir au président, aux membres de la Commission et à l'encadrement supérieur les outils et les produits qui permettent de mieux les informer sur l'actualité dans l'Union européenne et d'accroître la visibilité des politiques et des activités de l'Union.

En 2018, ces activités se concentreront sur les priorités de la Commission définies dans les orientations politiques et le programme de travail de la Commission pour 2018.

Cette ligne budgétaire peut aussi couvrir une ou plusieurs évaluations de ces activités de communication et leur professionnalisation.

En 2018, les activités principales concerneront:

(1) Reportages vidéo:

- Production de reportages vidéo centrés sur la Commission (couverture en direct et en différé, bulletins d'information montés), principalement destinés à alimenter les médias.

Ces reportages vidéo sont disponibles sur la plateforme de diffusion interinstitutionnelle «Europe by Satellite» (EbS) à laquelle il est possible d'accéder en ligne ou par une chaîne de télévision par satellite spécialisée.

(2) Photographies

- Production
 - d'actualité photo centrée sur la Commission et de photos thématiques illustrant les priorités politiques;
 - de photos liées aux activités diplomatiques/protocolaires de la Commission.

Ces photos seront diffusées sur supports physiques ou par voie électronique. Elles seront mises à la disposition des médias et du grand public sur le portail audiovisuel interne de la Commission.

¹ Il s'agit de la déclaration de mission de la direction générale de la communication, reflétée dans les objectifs de son plan stratégique 2016-2020 et dans les plans de gestion respectifs. Objectif spécifique n° 1: fournir des renseignements aux membres du collège, des cabinets et des services. Des informations et analyses par pays de grande qualité alimentent le processus décisionnel du collège. Objectif spécifique n° 3: nouer le dialogue avec les citoyens. Un message simple, clair et compréhensible, axé sur les dix priorités politiques de la Commission, est communiqué aux citoyens, aux médias, aux relais d'opinion et aux parties prenantes.

- (3) Audiovisuel et multimédia
- Intensification et diversification de la production audiovisuelle et multimédia, à l'intention du grand public.
 - Amélioration de sa diffusion:
 - sur le portail audiovisuel;
 - sur diverses plateformes technologiques, y compris sur les médias sociaux.
- (4) Journalistes
- Organisation d'actions d'information et de soutien à l'intention des journalistes.
- (5) Mise à la disposition du public des ressources audiovisuelles
- Consolidation du répertoire central de la production audiovisuelle de la Commission dans le cadre de l'initiative relative aux synergies et aux gains d'efficacité.
 - Organisation du portail audiovisuel en tant que point unique de diffusion.
 - Poursuite des travaux de conservation, de numérisation et de documentation de la médiathèque.

L'objectif poursuivi est de permettre au public d'accéder à l'ensemble de la collection audiovisuelle, y compris aux photos, aux vidéos, aux films et aux enregistrements audio.

1.2. Mobilisation des crédits disponibles et modalités d'exécution

Les crédits disponibles seront répartis entre les différentes activités et exécutés selon les modalités décrites dans le tableau ci-après.

Crédits d'engagement: 6 190 000 EUR

Ventilation	Budget (en EUR)	Mode d'exécution (*)	Calendrier indicatif (**)
1. Productions audiovisuelles et projets multimédias	500 000	Marchés en cours Appel d'offres < 135 000 EUR (x 10)	<i>T1 (x 2), T2 (x3), T3 (x 3), T4 (x 2)</i>
2. Couverture de l'actualité européenne	2 445 000	Marchés en cours Appel d'offres ≥ 135 000 EUR (x 6) Appel d'offres < 135 000 EUR (x 10)	<i>T1 (x 6) T1 (x 2), T2 (x 3), T3 (x 3), T4 (x 2)</i>

3. Mesure de l'utilisation par les médias des produits audiovisuels proposés par la Commission européenne	150 000	Marchés en cours	
4. Actions d'information des journalistes (***)	475 000	Marchés en cours Appel d'offres < 135 000 EUR (x 90)	T1 (x 25), T2 (x 25), T3 (x 20), T4 (x 20)
5. Médiathèque (conservation et mise à la disposition du public de matériel audiovisuel) et développement web	1 080 869	Marchés en cours Appel d'offres < 135 000 EUR (x 10) Appel d'offres ≥ 135 000 EUR (x 1)	T1 (x 2), T2 (x 3), T3 (x 3), T4 (x 2) T1 (x 1)
6. Diffusion et archivage multimédia	1 524 131	Marchés en cours Appel d'offres ≥ 135 000 EUR (x 2)	T4 (x 2)
7. Transcription de déclarations et de discours	15 000	Marchés en cours Appel d'offres < 135 000 EUR (x 1)	T4 (x 1)

(*) Le nombre indicatif de marchés est indiqué entre parenthèses. Les marchés en cours sont des marchés spécifiques basés sur un contrat-cadre existant ou sur un renouvellement de contrat.

(**) T1 = premier trimestre; T2 = deuxième trimestre; T3 = troisième trimestre; T4 = quatrième trimestre.

(***) Certaines actions d'information à l'intention des journalistes sont organisées au niveau local par les représentations de la Commission européenne dans les États membres.

2. LIGNE BUDGETAIRE 16 03 01 03 – RELAIS D'INFORMATION

2.1. Interventions financées sur cette ligne budgétaire

Les actions menées dans ce cadre couvrent:

- (6) Les subventions pour les centres d'information Europe Direct (EDIC)
- (7) Les activités de formation et de soutien pour les trois réseaux relevant du réseau Europe Direct:
 - Centres d'information Europe Direct;
 - Centres de documentation européenne;
 - Team Europe.

Ces activités sont liées aux objectifs spécifiques n° 1 et n° 3 figurant dans le plan stratégique 2016-2020 de la direction générale de la communication et dans les plans de gestion respectifs².

Cette ligne budgétaire peut aussi couvrir une ou plusieurs évaluations de ces activités de communication et leur professionnalisation.

2.1.1. *Subventions pour les centres d'information Europe Direct*

Génération 2018-2020

Les centres d'information Europe Direct contribuent à la communication de la Commission européenne sur l'Union européenne, en particulier sur les priorités politiques de la Commission, dans le but de nouer le dialogue avec les citoyens aux niveaux local et régional.

Les priorités des centres d'information Europe Direct en matière de communication pour 2018 prennent en compte les thèmes suivants: i) communiquer sur une Europe qui protège, donne les moyens d'agir et défend³ et ii) les élections du Parlement européen en 2019.

La mission et les objectifs des centres d'information Europe Direct sont les suivants:

- (8) compléter et soutenir le travail des représentations de la Commission européenne et des bureaux d'information du Parlement européen dans les États membres ainsi que coopérer avec les autres institutions et organes de l'Union européenne aux niveaux local et régional;
- (9) coopérer avec les autres réseaux d'information et d'assistance de l'Union européenne;
- (10) créer un système de mise en réseau durable, afin d'associer le grand public à des thématiques européennes;
- (11) fournir des informations de base sur l'Union européenne et sur ses politiques au grand public;
- (12) organiser des événements et des activités de sensibilisation en recourant à divers outils de communication afin d'établir le contact et d'engager le dialogue avec les citoyens aux niveaux local et régional, de manière directe ou par l'intermédiaire des parties prenantes et des relais concernés;
- (13) soutenir activement les dialogues avec les citoyens, en interagissant avec les médias locaux et régionaux et en fournissant un retour d'information sur l'avis et les réactions des citoyens, et contribuer ainsi au débat sur l'avenir de l'Europe⁴.

En 2017, les représentations de la Commission européenne dans les États membres ont signé une convention-cadre de partenariat pour la période 2018-2020 avec les partenaires sélectionnés pour accueillir les différents centres⁵. Une convention spécifique pour l'année 2018 sera signée au début de l'année 2018.

² Voir la note de bas de page 1.

³ www.europa.eu/rapid/attachment/IP-16-3500/en/CWP%20v14.pdf.

⁴ Livre blanc sur l'avenir de l'Europe, 1^{er} mars 2017:

https://ec.europa.eu/commission/white-paper-future-europe-reflections-and-scenarios-eu27_fr.

⁵ Pour ce qui est des subventions octroyées aux centres d'information Europe Direct, les modalités d'exécution, notamment les critères et les taux de cofinancement, sont précisées dans la décision

Pour les années 2019 et 2020, au quatrième trimestre de l'année n-1, chaque représentation invite les partenaires concernés à présenter un plan de communication annuel pour l'année n. Une fois celui-ci approuvé, une convention spécifique est signée pour l'année n.

La subvention à l'action annuelle, sous la forme d'un montant forfaitaire, est au minimum de 20 000 EUR par an et au maximum de 40 000 EUR par an, par centre, dans les pays qui appliquent un coefficient de 100 % au montant forfaitaire⁶.

2.1.2. Centres de documentation européenne

Les tâches des centres de documentation européenne, ainsi que leur mode de fonctionnement, feront l'objet d'une mise à jour en 2018.

Il s'agira notamment de modifier les conventions avec les structures d'accueil:

- élargir la portée de leurs activités, en particulier en s'adressant à des groupes cibles spécifiques, comme les étudiants et les milieux universitaires;
- renforcer la mission et le rayonnement potentiel des centres de documentation européenne, afin de s'assurer que ces derniers sont bien adaptés à l'ère numérique.

Un appel à manifestation d'intérêt sera publié en 2018 sur les sites web des représentations de la Commission européenne dans les États membres, invitant à la fois les éventuels nouveaux centres de documentation européenne et les centres existants à participer à cette nouvelle génération de centres de documentation européenne.

La mission des centres de documentation européenne comportera les objectifs suivants:

- encourager et faciliter l'étude et la recherche sur les politiques, initiatives et actions de l'Union européenne;
- apporter une expertise en matière de recherche de sources d'information et de documents concernant l'Union européenne;
- participer à des débats sur l'Europe, en particulier aux dialogues avec les citoyens et aux débats sur l'avenir de l'Europe⁷, ainsi qu'à d'autres événements organisés par les représentations de la Commission européenne dans les États membres;
- travailler en étroite collaboration avec d'autres centres de documentation européenne, les centres d'information Europe Direct et Team Europe, pour aider les communautés locales à se familiariser avec l'Union européenne;
- renforcer l'information et la présence en ligne.

C(2016) 8443 final de la Commission du 19.12.2016 portant adoption du programme de travail dans le domaine de la communication pour l'année 2017 et valant décision de financement.

⁶ Il existe quatre catégories de pays, appliquant des coefficients différents aux montants forfaitaires: 120 % - Danemark, Royaume-Uni, Irlande, Suède, Finlande, Luxembourg; 100 % - Pays-Bas, Belgique, France, Autriche, Italie, Allemagne; 95 % - Espagne, Chypre, Grèce, Portugal, Malte, Slovaquie, Estonie; 75 % - Lettonie, Slovaquie, Croatie, République tchèque, Lituanie, Hongrie, Pologne, Roumanie, Bulgarie. Au sein du même groupe, la subvention minimale et maximale par centre d'information Europe Direct peut varier selon les pays, dans la limite de la fourchette de 20 000 EUR minimum et 40 000 EUR maximum, compte tenu du coefficient du pays.

⁷ Voir la note de bas de page 4.

2.1.3. *Team Europe*

Team Europe aide la direction générale de la communication à atteindre le grand public et à faciliter le débat sur l'avenir de l'Europe au niveau local.

Le réseau est composé d'experts en politiques de l'Union européenne et est devenu un réseau de communicateurs dans toute une série de domaines dépassant les discours théoriques. Désormais des tables rondes sont également organisées, et le réseau utilise les médias sociaux pour informer le grand public et les différentes parties prenantes sur les priorités politiques et les encourager à participer au débat sur la politique de l'Union européenne.

Les représentations de la Commission européenne dans les États membres gèrent les sections nationales du réseau Team Europe. Elles suscitent les demandes d'adhésion à Team Europe en publiant un appel ouvert à manifestation d'intérêt sur leur site web. Les demandes sont évaluées et le profil des candidats est examiné, afin de vérifier s'il correspond aux besoins de communication et aux besoins que les représentations de la Commission européenne dans les États membres recensent pour le réseau.

Les représentations de la Commission européenne fixent la durée de l'adhésion au réseau. Les membres de Team Europe signent une lettre d'entente avec la représentation concernée.

2.1.4. *Activités de formation, de soutien et de coordination dans le cadre du réseau Europe Direct*

Le réseau Europe Direct comprend:

- les centres d'information Europe Direct;
- les centres de documentation européenne;
- Team Europe.

Tous bénéficient de services de coordination et de soutien financés par la direction générale de la communication en vue de soutenir et de développer des synergies avec les autres réseaux d'information de la Commission européenne.

Afin d'accroître les connaissances des membres du réseau sur les politiques de l'Union européenne et de tenir les réseaux informés des dernières évolutions en la matière, notamment en ce qui concerne les priorités politiques de la Commission européenne, la direction générale de la communication propose des séminaires de formation, des activités de promotion, des services d'information et du matériel d'information.

Une fois par an, une assemblée générale annuelle rassemblant tous les centres d'information Europe Direct est organisée. Il s'agit d'événements annuels axés sur l'échange interactif d'informations, les idées innovatrices et la mise en réseau.

2.2. **Mobilisation des crédits disponibles et modalités d'exécution**

Les crédits disponibles seront répartis entre les différentes activités et exécutés selon les modalités décrites dans le tableau ci-après.

Crédits d'engagement: 15 500 000 EUR

Ventilation	Budget (en EUR)	Mode d'exécution (*)	Calendrier indicatif (**)
1. Centres d'information Europe Direct	12 200 000	Subventions à l'action au titre de conventions-cadres de partenariat ⁸	
2. Activités de formation, de soutien et de coordination dans le cadre du réseau Europe Direct (***)	3 300 000	Marchés en cours Appel d'offres ≥ 135 000 EUR (x 2): un nouveau contrat-cadre pour les produits d'information, les activités de promotion et l'intranet Europe Direct, et un autre pour l'organisation de séances de formation et de réunions	<i>T1 (x 1), T2 (x 1)</i>

(*) Le nombre indicatif de marchés est indiqué entre parenthèses. Les marchés en cours sont des marchés spécifiques basés sur un contrat-cadre existant ou sur un renouvellement de contrat.

(**) T1 = premier trimestre; T2 = deuxième trimestre; T3 = troisième trimestre; T4 = quatrième trimestre.

(***) Certaines activités de formation, de soutien et de coordination sont organisées au niveau local par les représentations dans les États membres.

3. LIGNE BUDGETAIRE 16 03 01 04 – COMMUNICATION DES REPRESENTATIONS DE LA COMMISSION, DIALOGUES AVEC LES CITOYENS ET ACTIONS DE PARTENARIAT

3.1. Interventions financées sur cette ligne budgétaire

Les crédits de cette ligne budgétaire sont destinés à mettre en œuvre des actions de communication décentralisées par l'intermédiaire des représentations de la Commission européenne dans les États membres. Les actions relevant de cette ligne budgétaire sont liées aux objectifs spécifiques n° 1 et n° 3 figurant dans le plan stratégique 2016-2020 de la direction générale de la communication et dans les plans de gestion respectifs⁹.

Cette ligne budgétaire peut aussi couvrir une ou plusieurs évaluations de ces activités de communication et leur professionnalisation.

En 2018, ces activités se concentreront sur les priorités politiques définies dans les orientations politiques de la Commission et dans le programme de travail de la Commission pour 2018, ce qui est conforme au discours sur l'état de l'Union 2017 dans lequel le président Juncker soutenait l'idée de l'organisation de conventions démocratiques dans toute l'Europe en 2018, en association avec les parlements nationaux et en complément des dialogues avec la société civile aux niveaux national, régional et local.

⁸ Si un ou plusieurs centres d'information Europe Direct cessent leurs activités, les représentations peuvent décider de lancer un appel à propositions régional de façon à maintenir une couverture géographique équitable [conformément aux critères définis dans la décision C(2016) 8443 de la Commission].

⁹ Voir la note de bas de page 1.

Dans ce cadre, chaque représentation élaborera une stratégie nationale pour 2018, prévoyant une large palette d'actions et d'outils de communication¹⁰ adaptés aux publics locaux, allant de débats et de conférences à l'intention des faiseurs et relais d'opinion à des dialogues avec les citoyens et des plateformes d'échange similaires destinées au grand public.

Les dialogues avec les citoyens resteront un outil important pour se rapprocher de ceux-ci. Ils sont étroitement synchronisés avec les priorités et le calendrier politiques de la Commission. Ils sont une source d'informations pour les citoyens et offrent une plateforme pour débattre des grandes initiatives européennes, permettant aux membres de la Commission ou aux hauts fonctionnaires, notamment aux chefs de représentation de la Commission européenne, de recueillir les retours d'information des citoyens, entre autres sur l'avenir de l'Europe¹¹ et les objectifs définis dans la feuille de route pour une Union plus unie, plus forte et plus démocratique.

Ainsi, les dialogues avec les citoyens:

- «confèrent à l'Europe un visage humain» et permettent aux citoyens de discuter, et de mieux appréhender la responsabilité politique en ce qui concerne les décisions qui ont une grande incidence sur leur vie;
- contribuent à rétablir la confiance des citoyens dans l'UE¹².

Chaque fois que c'est possible, ces diverses actions de communication sont organisées en partenariat avec le Parlement européen et/ou les États membres, ainsi qu'avec le Comité des régions et le Comité économique et social européen, ce qui crée ou renforce les synergies entre les moyens dont dispose chaque partenaire et contribue à une meilleure coordination de leurs activités d'information et de communication sur l'Union européenne.

Le principal objectif des activités financées à partir de cette ligne budgétaire est de communiquer des messages relatifs aux orientations politiques et au programme de travail de la Commission, notamment la feuille de route pour une Union plus unie, plus forte et plus démocratique. Les crédits couvrent par exemple les dépenses:

- (14) visant à financer du matériel de support promotionnel, des études, des évaluations, l'organisation des dialogues avec les citoyens, la fourniture de services de conseil et d'appui par des experts externes, des réunions d'experts et une assistance technique ou administrative spécialisée;
- (15) visant à faciliter et à soutenir les activités de communication (communication institutionnelle et/ou avec les parties prenantes), la gestion du réseau de

¹⁰ Les outils incluront les médias sociaux.

¹¹ Livre blanc sur l'avenir de l'Europe, 1^{er} mars 2017:

https://ec.europa.eu/commission/white-paper-future-europe-reflections-and-scenarios-eu27_fr.

¹² Eurobaromètre standard 87 (mai 2017), p. 14: «Plus de quatre Européens sur dix font confiance à l'Union européenne, cette confiance ayant progressé de 10 points de pourcentage depuis l'automne 2015. L'évolution favorable observée à l'automne 2016 (la confiance dans les trois institutions ayant gagné du terrain depuis le printemps 2016) s'est confirmée, et a même progressé.» Ainsi, selon l'Eurobaromètre standard 87 (mai 2017), p. 20, «plus de quatre Européens sur dix sont d'accord pour dire que leur «voix compte dans l'UE» (42 %), ce qui constitue une nouvelle progression (40 % depuis l'automne 2016, 38 % depuis le printemps 2016). Il s'agit là du score le plus élevé obtenu par cet indicateur depuis l'automne 2004.

communication et de ses sous-groupes et la mise en œuvre de la communication relative aux synergies et aux gains d'efficacité¹³;

- (16) visant à soutenir l'échange de bonnes pratiques et le transfert de connaissances en matière de professionnalisation de la fonction de communication externe de la Commission (par exemple, en finançant la participation à des conférences telles que des masterclasses dispensées par des experts et des professionnels du domaine);
- (17) visant à gérer les services d'information au public hébergés au sein des représentations.

Outre leurs activités de communication, les représentations de la Commission poursuivront leurs activités de liaison ciblant les parties prenantes, pour débattre du programme et des priorités de la Commission et collecter des informations d'ordre politique et économique. Ces activités contribuent à améliorer les connaissances relatives aux différents pays transmises par les représentations au siège, où ces informations font alors l'objet d'une analyse complémentaire avant d'alimenter, en amont, le processus de décision politique.

3.2. Mobilisation des crédits disponibles et modalités d'exécution

Les crédits disponibles seront répartis entre les différentes activités et exécutés selon les modalités décrites dans le tableau ci-après.

Crédits d'engagement: 18 357 000 EUR

Ventilation	Budget (en EUR)	Mode d'exécution (*)	Calendrier indicatif (**)
1. Communication des représentations de la Commission européenne dans les États membres	16 017 000	<p>Marchés en cours</p> <p>Appel d'offres ≥ 135 000 EUR (x 25)</p> <p>Appel d'offres < 135 000 EUR (x 900)</p> <p>Appels à propositions (x 15)</p> <p>Prix (x 8)</p>	<p><i>T1 (x 7), T2 (x 8), T3 (x 5), T4 (x 5)</i></p> <p><i>T1 (x 200), T2 (x 250), T3 (x 250), T4 (x 200)</i></p> <p><i>T1 (x 4), T2 (x 6), T3 (x 5)</i></p> <p><i>T2 (x 2), T3 (x 4), T4 (x 2)</i></p>
2. Actions de communication liées aux orientations politiques – siège	380 000	<p>Marchés en cours</p> <p>Appel d'offres ≥ 135 000 EUR (x 5)</p> <p>- fourniture d'un plan média, achat d'espaces publicitaires et services connexes;</p> <p>- fourniture de services de production audiovisuelle;</p> <p>- fourniture de services de</p>	<p><i>T1 (x 1), T2 (x 2), T3 (x 1), T4 (x 1)</i></p>

¹³ SEC(2016) 170 final du 4 avril 2016, «Synergies et gains d'efficacité à la Commission – Nouvelles méthodes de travail».

		communication générale; - conseil en communication et études de marché; - campagnes de communication institutionnelle	
3. Dialogues avec les citoyens	1 800 000	Marchés en cours	
5. Actions de communication DG BUDG	160 000	Marchés en cours	

(*) Pour mieux faire connaître l'Union européenne, les représentations participent à de nombreux événements. Bien que certains marchés publics aient une valeur supérieure à 135 000 EUR, les actions locales de communication se caractérisent par une multitude d'événements locaux engendrant des dépenses inférieures, voire très inférieures, au seuil de 135 000 EUR. Le nombre indicatif de marchés est indiqué entre parenthèses. Les marchés en cours sont des marchés spécifiques basés sur un contrat-cadre existant ou sur un renouvellement de contrat.

(**) T1 = premier trimestre; T2 = deuxième trimestre; T3 = troisième trimestre; T4 = quatrième trimestre.

3.2.1. Subventions

Organisation des appels à propositions

Des appels à propositions seront lancés sur la base des priorités définies par les représentations. La durée estimée des actions sera de douze mois au maximum.

Il est prévu de lancer 15 appels à propositions, dont:

- deux avec une enveloppe indicative de 300 000 EUR chacun [T2 (x 1) et T3 (x 1)];
- deux avec une enveloppe indicative de 250 000 EUR chacun [T2 (x 1) et T3 (x 1)];
- deux avec une enveloppe indicative de 200 000 EUR chacun [T1 (x 1) et T2 (x 1)];
- deux avec une enveloppe indicative de 150 000 EUR chacun [T2 (x 1) et T3 (x 1)];
- trois avec une enveloppe indicative de 100 000 EUR chacun [T1 (x 1), T2 (x 1) et T3 (x 1)]; et
- quatre avec une enveloppe indicative de 50 000 EUR chacun [T1 (x1), T2 (x 2) et T3 (x1)].

Objectifs

Mieux faire connaître au public les activités et les priorités politiques de la Commission européenne, recueillir des avis et retours d'information et analyser ces contributions pour alimenter, en amont, le processus de décision politique.

Critères d'éligibilité

Groupes de la société civile et autres organisations aux niveaux national, régional et local disposant de la personnalité juridique, enregistrés dans l'un des pays de l'Union européenne.

Critères de sélection

Les demandeurs devront prouver qu'ils ont la capacité financière, technique et opérationnelle de mener à bien le projet et qu'ils disposent de sources de financement stables et suffisantes pour maintenir l'activité tout au long de sa réalisation et/ou de la durée du financement. Ils devront également apporter la preuve que leurs compétences, qualifications et/ou expérience professionnelles sont en rapport avec le projet proposé.

Critères d'octroi des subventions

- la pertinence du projet et ses résultats attendus par rapport aux objectifs de l'appel;
- l'efficacité et la cohérence de la méthodologie et de l'organisation proposées pour le projet (y compris un calendrier et un cadre de suivi);
- les répercussions et la diffusion des résultats attendus, ainsi que la mesure dans laquelle la visibilité de la participation de l'Union européenne au projet ou à l'activité sera assurée;
- le budget proposé et le rapport coût-efficacité attendu du projet, compte tenu de la qualité de celui-ci.

Contribution de l'Union

Le plafond de la subvention est de 80 % des coûts éligibles par action.

Résultats attendus

Les projets retenus devraient contribuer à rapprocher les citoyens de l'Union européenne, notamment en leur offrant la possibilité de mieux connaître le rôle et les activités des institutions de l'Union européenne dans les domaines d'action couverts par les orientations politiques.

Calendrier indicatif

Dates de publication prévues: T1 2018, T2 2018, T3 2018 (respectivement 3, 7 et 5 appels à propositions).

Attribution des subventions: T2, T3 et T4 2018 (15 appels à propositions).

3.2.2. *Prix*

Objectifs

Organisation d'événements centrés sur des concours ou participation à ces événements.

Bénéficiaires potentiels

Le groupe cible se compose principalement de personnes physiques, mais il pourrait inclure des organisations de la société civile (organisations non gouvernementales, associations, etc.).

Critères d'attribution des prix

Conformément à l'article 138 du règlement financier, le règlement de chaque concours déterminera les critères d'attribution, le montant du prix décerné et les modalités de paiement, dans le cadre des conditions suivantes:

- pertinence et intérêt général des travaux présentés ou du projet (notamment en ce qui concerne les objectifs fixés et le public visé) et lien avec les priorités politiques;
- dimension et plus-value européennes des travaux ou projets présentés; effet multiplicateur escompté (répercussions au-delà du public cible ou du public touché par un article ou programme média donné);
- qualité des travaux présentés.

Contribution de l'Union

- Les prix décernés n'excéderont pas une valeur de 12 000 EUR chacun¹⁴.

Résultats attendus

- Valorisation et stimulation des travaux et des réflexions, l'accent étant mis sur l'intégration européenne ou sur les politiques européennes.

Calendrier indicatif:

- Lancement des concours: T1, T2 et T3 2018 (respectivement 2, 4 et 2 prix).
- Attribution des prix: T2, T3 et T4 2018 (respectivement 2, 4 et 2 prix).

4. LIGNE BUDGETAIRE 16 03 01 05 – ESPACES PUBLICS EUROPEENS

4.1. Interventions financées sur cette ligne budgétaire

Les crédits relevant de cette ligne budgétaire visent à couvrir spécifiquement la gestion d'«espaces publics européens» dans les Maisons de l'Europe dans les États membres, en vue d'accueillir des manifestations à l'intention du public.

Les activités relevant de cette ligne budgétaire sont liées à l'objectif spécifique n° 3 figurant dans le plan stratégique 2016-2020 de la direction générale de la communication et dans les plans de gestion respectifs¹⁵.

Cette ligne budgétaire peut aussi couvrir une ou plusieurs évaluations de ces activités de communication et leur professionnalisation.

La Commission européenne se chargera de la gestion des aspects logistiques des espaces publics européens pour le compte des deux institutions, le Parlement européen et la Commission européenne, y compris des coûts opérationnels et de l'organisation de la prestation des services convenus dans les 18 capitales européennes concernées, à savoir Athènes, Berlin, Bucarest, Budapest, Copenhague, Dublin, Helsinki, La Haye, Lisbonne, Londres, Madrid, Nicosie, Prague, Riga, Rome, Stockholm, Tallinn et Vienne.

4.2. Mobilisation des crédits disponibles et modalités d'exécution

Les crédits disponibles seront répartis entre les 18 espaces publics européens et exécutés selon les modalités décrites dans le tableau ci-après.

¹⁴ Les éventuels prix en nature auront une valeur symbolique.

¹⁵ Voir la note de bas de page 1.

Crédits d'engagement: 1 246 000 EUR

Ventilation	Budget (en EUR)	Mode d'exécution (*)	Calendrier indicatif (**)
Espaces publics européens	1 246 000	Marchés en cours Appel d'offres < 135 000 EUR (x 150)	T1 (x 20), T2 (x 50), T3(x 40), T4 (x 40)

(*) Le nombre indicatif de marchés est indiqué entre parenthèses. Les marchés en cours sont des marchés spécifiques basés sur un contrat-cadre existant ou sur un renouvellement de contrat.

(**) T1 = premier trimestre; T2 = deuxième trimestre; T3 = troisième trimestre; T4 = quatrième trimestre.

5. LIGNE BUDGETAIRE 16 03 02 01 – VISITES DE LA COMMISSION

5.1. Interventions financées sur cette ligne budgétaire

Les crédits relevant de cette ligne budgétaire sont destinés à couvrir les frais d'organisation des visites de la Commission, y compris les dépenses administratives liées à ces visites.

Les activités relevant de cette ligne budgétaire sont liées à l'objectif spécifique n° 3 figurant dans le plan stratégique 2016-2020 de la direction générale de la communication et dans les plans de gestion respectifs.¹⁶

Cette ligne budgétaire peut aussi couvrir une ou plusieurs évaluations de ces activités et leur professionnalisation, ainsi que des mises à niveau des structures ou services du centre des visiteurs.

Le centre des visiteurs est un instrument de communication essentiel, qui donne aux visiteurs un aperçu des activités et du fonctionnement de la Commission européenne en tant qu'organe exécutif de l'Union européenne, tout en expliquant les politiques de l'Union et les priorités de la Commission.

Le centre des visiteurs coopère étroitement avec le service du porte-parole et les représentations de la Commission européenne dans les États membres. Il collabore aussi avec d'autres directions générales et services de la Commission ainsi qu'avec les représentations permanentes des États membres auprès de l'Union européenne.

Des visites axées sur le programme et les priorités politiques de la Commission, comme le semestre européen ou les dix priorités de la Commission Juncker, sont organisées. Le programme de la visite contribue systématiquement à communiquer les différents objectifs définis dans la feuille de route pour *une Union plus unie, plus forte et plus démocratique*, comme l'a annoncé le président dans son discours sur l'état de l'Union 2017. Le centre des visiteurs reçoit de nombreux groupes de haut niveau et des relais d'opinion essentiels et leur propose trois types de visites:

- visites d'information générales: elles s'adressent aux personnes qui ne connaissent pas ou peu l'Union européenne, notamment aux élèves de l'enseignement secondaire;
- visites d'information spécifiques: elles s'adressent aux étudiants de premier et de deuxième cycles et à des groupes d'intérêts spécifiques;

¹⁶ Voir la note de bas de page 1.

- visites d'information personnalisées: elles s'adressent aux journalistes, aux représentants de pouvoirs publics nationaux et locaux, aux associations professionnelles, aux groupes de professionnels du privé et du public, aux syndicats et aux universitaires, notamment aux étudiants de troisième cycle et aux étudiants-chercheurs.

À l'heure actuelle, le centre reçoit exclusivement les visiteurs en groupes préalablement enregistrés et n'est donc pas ouvert au grand public. Un nouveau point/centre d'information destiné au grand public sera mis en place en 2018 et devrait être opérationnel au début de l'année 2019. C'est pourquoi, en 2018, des moyens budgétaires spécifiques doivent être alloués pour ce nouveau point/centre d'information, afin de couvrir les équipements relatifs aux contenus pédagogiques, y compris l'actualisation de ces contenus et les mises à jour technologiques, ainsi que les frais de fonctionnement.

5.2. Mobilisation des crédits disponibles et modalités d'exécution

Les crédits disponibles serviront à la création du nouveau centre d'information et à la réalisation des différents programmes de visite et couvriront, le cas échéant, les frais de transport et d'hébergement, les frais de subsistance, les frais de transport sur place et les honoraires des intervenants extérieurs, ainsi que d'autres modalités de mise en œuvre telles que décrites dans le tableau ci-dessous.

Crédits d'engagement: 4 000 000 EUR

Ventilation	Budget (en EUR)	Mode d'exécution (*)	Calendrier indicatif (**)
Visites de la Commission	2 500 000	Marchés en cours	
Services d'accueil	500 000	Appel d'offres > 135 000 EUR (x 1)	T2 (x 1)
Création d'un nouveau point/centre d'information	1 000 000	Marchés en cours Appel d'offres < 135 000 EUR (x 1)	T2 (x 1)

(*) Le nombre indicatif de marchés est indiqué entre parenthèses. Les marchés en cours sont des marchés spécifiques basés sur un contrat-cadre existant ou sur un renouvellement de contrat.

(**) T1 = premier trimestre; T2 = deuxième trimestre; T3 = troisième trimestre; T4 = quatrième trimestre.

6. LIGNE BUDGETAIRE 16 03 02 02 – EXPLOITATION DES STUDIOS DE RADIODIFFUSION ET DE TELEVISION ET EQUIPEMENTS AUDIOVISUELS

6.1. Interventions financées sur cette ligne budgétaire

Les activités menées dans ce cadre visent à:

- garantir le bon fonctionnement des installations audiovisuelles de la Commission européenne;
- louer le satellite qui fournit aux chaînes de télévision des images et des informations sur les activités de l'Union européenne (Europe by Satellite) afin de garantir la diffusion d'informations concernant l'Union européenne aux médias et au grand public.

Les activités relevant de cette ligne budgétaire sont liées à l'objectif spécifique n° 1 figurant dans le plan stratégique 2016-2020 de la direction générale de la communication et dans les plans de gestion respectifs¹⁷.

Cette ligne budgétaire peut aussi couvrir une ou plusieurs évaluations de ces activités de communication et leur professionnalisation.

Les activités menées dans ce domaine concernent, en particulier:

- l'exploitation des installations audiovisuelles du bâtiment Berlaymont à Bruxelles¹⁸ afin de fournir des services audiovisuels tels que la production de bulletins d'actualité, de vidéos et de communiqués et une assistance aux équipes de télévision et de radio qui filment ou enregistrent dans les locaux de la Commission;
- l'entretien, les réparations et les mises aux normes de l'infrastructure technique des services audiovisuels;
- l'achat d'équipements et de fournitures audiovisuels destinés aux studios de télévision et de radiodiffusion;
- la fourniture de services de transmission par Europe by Satellite via le satellite Eutelsat 9B, y compris la location de bande passante.

6.2. Mobilisation des crédits disponibles et modalités d'exécution

Les crédits disponibles seront répartis entre les différentes activités susmentionnées et exécutés uniquement par voie de marchés.

Crédits d'engagement: 5 600 000 EUR

Ventilation	Budget (en EUR)	Mode d'exécution (*)	Calendrier indicatif (**)
1. Exploitation des studios de radiodiffusion et de télévision et équipements audiovisuels	3 244 216	Marchés en cours Appel d'offres ≥ 135 000 EUR (x 1)	T4 (x 1)
2. Fourniture d'une infrastructure technique pour les studios de radiodiffusion et de télévision	360 000	Marchés en cours Appel d'offres ≥ 135 000 EUR (x 1)	T4 (x 1)
3. Fourniture d'une infrastructure technique pour la transmission de services télévisuels par satellite	732 500	Marchés en cours	
4. Achat d'équipements audio-photo-vidéo et de services	1 200 140	Marchés en cours	T1 (x 2), T2 (x 3), T3 (x 4), T4 (x 3)

¹⁷ Voir la note de bas de page 1.

¹⁸ Deux studios de télévision et un studio de radiodiffusion, le centre nodal, des facilités de montage et de graphisme.

associés		Appel d'offres < 135 000 EUR (x 12)	
5. Fourniture de liaisons vidéo bidirectionnelles et de services de transmission ponctuelle de matériel audiovisuel	63 144	Marchés en cours	

(*) Le nombre indicatif de marchés est indiqué entre parenthèses. Les marchés en cours sont des marchés spécifiques basés sur un contrat-cadre existant ou sur un renouvellement de contrat.

(**) T1 = premier trimestre; T2 = deuxième trimestre; T3 = troisième trimestre; T4 = quatrième trimestre.

7. LIGNE BUDGETAIRE 16 03 02 03 – OUTILS D'INFORMATION ET DE COMMUNICATION ECRITE ET EN LIGNE

7.1. Interventions financées sur cette ligne budgétaire

Les crédits relevant de cette ligne budgétaire sont destinés à couvrir le financement d'outils d'information et de communication écrite et d'outils d'information et de communication multimédia en ligne concernant l'Union européenne. Le but de ces activités est de donner la possibilité à l'ensemble des citoyens d'avoir accès à des informations pertinentes, générales et spécifiques, sur les activités des institutions de l'Union européenne et sur les décisions de l'Union européenne.

Cette ligne budgétaire peut aussi couvrir une ou plusieurs évaluations de ces activités de communication et leur professionnalisation.

Les actions relevant de cette ligne budgétaire sont liées aux objectifs spécifiques n° 1, n° 2 et n° 3 figurant dans le plan stratégique 2016-2020 de la direction générale de la communication et dans les plans de gestion respectifs¹⁹.

Les activités menées au titre de cette rubrique comprennent par exemple:

- le fonctionnement et le renforcement du centre de contact Europe Direct, qui est accessible gratuitement et qui fournit un service général multilingue d'information sur les questions liées à l'Union européenne. Une évaluation à mi-parcours du centre de contact Europe Direct sera réalisée en 2018, et une invitation à soumissionner est prévue pour le premier trimestre;
- la gestion (structure, conception, fonctionnalités et tâches rédactionnelles) du contenu politique du site web de la Commission européenne (collège, priorités, nouvelles, ...) et du site web interinstitutionnel «europa.eu», ainsi qu'un soutien à la création et à la maintenance des sites web des représentations;
- la gestion, le développement et la maintenance de la plateforme institutionnelle de publication en ligne de la Commission, y compris les services d'analyse du web et les fonctionnalités des moteurs de recherche;
- l'amélioration de la présence de la Commission sur le web, afin de la rendre optimale et de renforcer sa cohérence, sa pertinence et son rapport

¹⁹ Voir la note de bas de page 1. Objectif spécifique n° 2: veiller à la cohérence de la communication. Tous les services de communication concernés contribuent à une communication institutionnelle cohérente et efficace sur les dix priorités politiques de la Commission.

coût-efficacité dans le cadre du programme de transformation numérique. En 2018, les efforts viseront principalement à mettre en place une nouvelle gouvernance et à la faire respecter et se concentreront sur la coopération avec l'ensemble des directions générales de la Commission et des agences exécutives en vue de l'alignement de leurs sites web, ainsi que sur la standardisation des solutions informatiques;

- l'élaboration de stratégies relatives aux médias sociaux et la gestion des plateformes institutionnelles, centrales et locales, de médias sociaux de la Commission. Il s'agira notamment de soutenir le réseau de médias sociaux de la Commission et les représentations, ainsi que d'assurer le suivi et l'analyse de la communication sur les médias sociaux et des données provenant de ceux-ci;
- les communiqués de presse, discours, mémos, etc. en ligne (base de données des communiqués de presse et autres systèmes d'information et de communication en ligne);
- les publications des représentations de la Commission (lettres d'information et périodiques sur papier et en ligne).

Ces crédits sont également destinés à:

- soutenir l'échange des bonnes pratiques et le transfert des connaissances, grâce au financement de visites de spécialistes et de professionnels de la communication numérique et à d'autres mesures de professionnalisation;
- couvrir les campagnes d'information visant à faciliter l'accès à ces sources d'information, notamment dans le contexte du fonctionnement du centre de contact Europe Direct.

7.2. Mobilisation des crédits disponibles et modalités d'exécution

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

Crédits d'engagement: 21 300 000 EUR

Ventilation	Budget (en EUR)	Mode d'exécution (*)	Calendrier indicatif (**)
1. Centre de contact Europe Direct	4 100 000	Marchés en cours Appel d'offres \geq 135 000 EUR (x 1)	T1 (x 1)
2. Site web EUROPA	10 910 000	Marchés en cours	
3. Sites web/comptes sur les médias sociaux et publications et bulletins d'information électroniques et papier des représentations de la Commission européenne dans les États membres	3 000 000	Marchés en cours	
		Appel d'offres < 135 000 EUR (x 150)***	T1 (x 30), T2 (x 40), T3 (x 40), T4 (x 40)
		Appel d'offres \geq 135 000 EUR (x 8)	T1 (x 2), T2 (x 3), T3 (x 2), T4 (x 1)

4. Médias sociaux locaux	1 000 000	Marchés en cours Appel d'offres < 135 000 EUR (x 60) Appel d'offres ≥ 135 000 EUR (x 2)	<i>T1 (x 30), T2 (x 30)</i> <i>T1 (x 1), T2 (x 1)</i>
5. Base de données des communiqués de presse et autres systèmes d'information et de communication en ligne	500 000	Contrats-cadres en cours de la DG DIGIT	
6. Produits et services des médias sociaux	1 200 000	Marchés en cours	
7. Poursuite du développement du site web consacré aux résultats de l'Union (coordination: DG BUDG, codélégation: DIGIT)	590 000	Marchés en cours	

(*) Le nombre indicatif de marchés est indiqué entre parenthèses. Les marchés en cours sont des marchés spécifiques basés sur un contrat-cadre existant ou sur un renouvellement de contrat.

(**) T1 = premier trimestre; T2 = deuxième trimestre; T3 = troisième trimestre; T4 = quatrième trimestre.

(***) Chacune des représentations de la Commission européenne dans les États membres dispose de son propre site web dans la ou les langues nationales et propose au public des publications électroniques avec des messages au niveau local adaptés au contexte de chaque pays, ce qui explique le nombre de marchés d'un montant inférieur à 135 000 EUR.

8. LIGNE BUDGETAIRE 16 03 02 04 – RAPPORT GENERAL ET AUTRES PUBLICATIONS

8.1. Interventions financées sur cette ligne budgétaire

Les crédits relevant de cette ligne budgétaire sont destinés à couvrir les dépenses relatives à la production et à la diffusion de publications, à la fois au format papier et électronique, liées notamment à l'élaboration de contenu en ligne présentant les activités et les priorités de la Commission européenne en particulier, et les activités de l'Union européenne en général.

Les crédits couvrent aussi les publications prévues par les traités ainsi que d'autres publications institutionnelles ou de référence, telles que le rapport général sur l'activité de l'Union européenne.

Toutes les publications sont produites à l'intention d'un ou de plusieurs des publics cibles suivants:

- le grand public;
- les jeunes;
- les enfants;
- les enseignants;
- les faiseurs d'opinion.

Les activités relevant de cette ligne budgétaire sont liées à l'objectif spécifique n° 3 figurant dans le plan stratégique 2016-2020 de la direction générale de la communication et dans les plans de gestion respectifs²⁰.

Ces crédits peuvent aussi couvrir une ou plusieurs évaluations de ces activités de communication et leur professionnalisation.

8.2. Mobilisation des crédits disponibles et modalités d'exécution

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

Crédits d'engagement: 2 160 000 EUR

Ventilation	Budget (en EUR)	Mode d'exécution (*)	Calendrier indicatif (**)
Publications portant sur des thèmes d'actualité, y compris le rapport général	2 160 000	Marchés en cours Appel d'offres ≥ 135 000 EUR (x 1)	T2 (x 1)

(*) Le nombre indicatif de marchés est indiqué entre parenthèses. Les marchés en cours sont des marchés spécifiques basés sur un contrat-cadre existant ou sur un renouvellement de contrat.

(**) T1 = premier trimestre; T2 = deuxième trimestre; T3 = troisième trimestre; T4 = quatrième trimestre.

Les dépenses prévues seront réalisées au moyen de contrats-cadres, notamment ceux conclus par l'Office des publications. Une réorganisation des activités et des contenus spécifiquement destinés aux jeunes ou aux enseignants pourrait nécessiter un appel d'offres.

9. LIGNE BUDGETAIRE 16 03 02 05 – ANALYSE DE L'OPINION PUBLIQUE

9.1. Interventions financées sur cette ligne budgétaire

Les crédits relevant de cette ligne budgétaire sont destinés à couvrir l'analyse des tendances de l'opinion publique effectuée grâce aux sondages Eurobaromètre réalisés dans les États membres et, le cas échéant, dans les pays candidats et/ou d'autres pays. Ils couvrent des études génériques ou ponctuelles qui portent sur des thèmes spécifiques, comme celles liées au processus de discussion amorcé par le Livre blanc sur l'avenir de l'Europe, et/ou qui s'adressent à des groupes cibles spécifiques, ainsi que des études qualitatives.

Des synergies avec d'autres directions générales sont systématiquement recherchées dans le cadre d'une programmation annuelle, ainsi que d'une coordination avec les activités du Parlement européen en matière d'opinion publique.

Les activités relevant de cette ligne budgétaire sont liées aux objectifs spécifiques n° 1 et n° 3 figurant dans le plan stratégique 2016-2020 de la direction générale de la communication et dans les plans de gestion respectifs²¹.

Des analyses quantitatives et qualitatives seront aussi réalisées dans les États membres au titre de cette ligne budgétaire afin de déterminer l'écho donné aux priorités politiques de la Commission dans tous les types de médias (presse écrite,

²⁰ Voir la note de bas de page 1.

²¹ Voir la note de bas de page 1.

médias en ligne, secteur audiovisuel et médias sociaux). Les résultats de ce travail d'analyse des médias sont communiqués aux membres du collège et à l'encadrement supérieur sous diverses formes de rapports et de synthèses. Les résultats des analyses sont également traduits en conseils stratégiques à l'intention des spécialistes en communication de la Commission européenne, de manière à tirer des enseignements de l'expérience passée et de mieux adapter les futurs messages.

Cette ligne budgétaire peut aussi couvrir une ou plusieurs évaluations de ces activités de communication et leur professionnalisation.

9.2. Mobilisation des crédits disponibles et modalités d'exécution

Les différentes actions sont réalisées par voie de marchés.

Crédits d'engagement: 6 900 000 EUR

Ventilation	Budget (en EUR)	Mode d'exécution (*)	Calendrier indicatif (**)
1. Eurobaromètre	5 310 000	Marchés en cours Appel d'offres ≥ 135 000 EUR (x 1)	T4 (x 1)
2. Analyse des médias	1 340 000	Marchés en cours Appel d'offres < 135 000 EUR (x 1)	T3 (x 1)
3. Évaluation de l'Eurobaromètre	250 000	Marchés en cours	T2 (x 1)

(*) Le nombre indicatif de marchés est indiqué entre parenthèses. Les marchés en cours sont des marchés spécifiques basés sur un contrat-cadre existant ou sur un renouvellement de contrat.

(**) T1 = premier trimestre; T2 = deuxième trimestre; T3 = troisième trimestre; T4 = quatrième trimestre.