

La fracture européenne (Rapport Herbillon)

Sommaire

Lettre de mission	5
Résumé	7
Introduction La fracture européenne	13
Première partie	
Répondre à un constat d'échec par un changement d'échelle des politiques d'information sur l'Europe	17
Chapitre I ^{er} Le constat Un échec patent des politiques d'information et de communication sur l'Europe	19
Chapitre II L'enjeu Changer d'échelle et promouvoir une information de masse	41
Seconde partie	
Mettre la France à l'heure de l'Europe	59
Chapitre I ^{er} Les Français et l'Europe « Je t'aime, moi non plus... »	61
Chapitre II Des campagnes d'information sur l'Europe « Parce qu'il le faut bien... »	69
Chapitre III Les relais d'information sur l'Europe « Y a-t-il un pilote dans l'avion ? »	83
Chapitre IV L'Europe à l'école La clé du problème	105

Chapitre V		
	L'Europe dans les médias	
	Le parent pauvre... jusqu'à quand ?	119
Chapitre VI		
	L'administration française et l'Europe	
	Vers une révolution culturelle ?	133
Chapitre VII		
	Une approche comparée des politiques d'information sur l'Europe, dans les autres pays de l'Union	
	Il n'existe pas d'exception française	155
	Conclusion	
	De l'imagination et de la volonté politique	167
	40 propositions pour mieux informer les Français sur l'Europe	168
	Annexes	
Annexe 1		
	Liste des personnes auditionnées	197
Annexe 2		
	Dispositif d'information et de communication sur le Traité établissant une Constitution pour l'Europe	207
Annexe 3		
	Mieux comprendre l'europe	
	Campagne d'information sur l'Europe organisée par <i>Civisme et Démocratie</i> (CIDEM)	215
Annexe 4		
	Liste des 39 relais « Europe Direct » conventionnés par la Commission européenne	219
Annexe 5		
	L'Europe dans les programmes scolaires	221

Le Premier Ministre

Paris, le 22 NOV. 2004

1890/04/SG

Monsieur le Député,



Le fort taux d'abstention aux dernières élections européennes a confirmé le déficit d'information sur l'Europe et ses enjeux dont souffre notre pays.

Au moment même où la construction européenne se trouve à un moment clé de son histoire, marqué notamment par l'élargissement et le projet de Constitution, il est capital de renforcer très sensiblement, et à tous les niveaux, l'information des Français sur l'Europe. Il en va du devenir même du projet européen, comme de notre ambition d'union politique au service de la paix, de la prospérité et de la solidarité. Le projet européen ne peut poursuivre durablement son développement sans l'adhésion renforcée et renouvelée des peuples.

C'est pourquoi je vous remercie d'avoir bien voulu accepter de conduire, en application des dispositions de l'article L.O. 144 du code électoral, une mission relative au développement de l'information et de la sensibilisation sur l'Europe en France.

Dans ce cadre, vous voudrez bien, tout d'abord, effectuer un bilan des actions en matière d'information sur l'Europe menées dans notre pays, quels que soient les partenaires concernés - État, collectivités territoriales, établissements publics ou partenaires privés — en accompagnant ce bilan d'une analyse comparative des politiques qui sont menées dans quelques autres pays de l'Union dont les exemples pourraient nous inspirer.

Cette analyse de l'existant devra nourrir un travail de réflexion aboutissant à un ensemble de recommandations permettant de renforcer durablement l'information de nos compatriotes sur l'Europe au-delà des campagnes d'information et de communication ponctuelles qui ont pu être menées jusqu'à ce jour. Les politiques, initiatives et mesures que vous serez amené à proposer pourraient, notamment, concerner les domaines suivants :

- l'organisation et la mise en œuvre des compétences en matière de politiques d'information et de sensibilisation sur l'Europe, au niveau des institutions européennes, de l'État, des collectivités territoriales, ainsi que par le biais de partenariats avec des acteurs de la société civile, notamment les syndicats et le monde associatif;

Monsieur Michel HERBILLON
Député du Val-de-Marne
Assemblée nationale
Palais Bourbon
PARIS

- la stratégie de communication des différents ministères en matière européenne ;
- la place de l'Europe dans les programmes de l'éducation nationale ;
- l'information du public sur l'Europe par les médias, la presse écrite ou audiovisuelle ;
- l'information des élus en matière européenne et leur rôle de relais dans ce domaine vis-à-vis de nos concitoyens ;
- la formation initiale et continue des professions appelées à jouer un rôle important en matière d'information européenne, notamment les enseignants et les journalistes ;
- la formation et l'information sur l'Europe des fonctionnaires de l'État et des collectivités territoriales ;
- les missions dévolues à *Sources d'Europe*, en particulier son rôle de tête de réseau, correspondant des partenaires décentralisés qui contribuent à l'information des Français sur les sujets européens.

Votre mission pourra aussi inclure toutes propositions d'initiatives, symboliques ou concrètes, de nature à renforcer la conscience européenne de nos concitoyens.

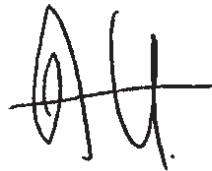
Vous serez bien entendu régulièrement informé du développement des actions d'information et de débat sur la Constitution et l'Europe que le Gouvernement engagera, notamment dans la perspective du référendum sur la Constitution.

Pour accomplir votre mission, vous serez placé auprès du ministre des affaires étrangères et de la ministre déléguée aux affaires européennes qui vous apporteront leur concours. Vous pouvez également solliciter l'appui de l'ensemble des ministères et services concernés par l'Europe, notamment le SCGI et le SIG.

Vous voudrez bien me remettre vos conclusions à l'issue de votre mission qui durera six mois à compter du 1^{er} décembre 2004.

Je vous prie de croire, Monsieur le Député, en l'expression de mes sentiments les meilleurs.

avec confiance



Jean-Pierre RAFFARIN

Résumé

L'échec patent des politiques d'information et de communication sur l'Europe

Les Français se plaignent d'un profond déficit d'information sur l'Europe. L'échec des politiques de communication s'explique à la fois par des moyens budgétaires modestes, des campagnes tardives, un impact limité et par un contexte peu propice à la pédagogie. À l'inverse, la campagne d'information sur l'euro apparaît comme une exception riche d'enseignements. Si l'information sur l'Europe est aujourd'hui insuffisante, c'est parce que ses médiateurs naturels sont défaillants. En effet, pour les élus, « l'Europe ne fait pas l'élection », pour les médias, « l'Europe ne fait pas vendre », et pour les enseignants, « l'école n'a pas à faire la propagande de l'Europe ».

De ce déficit d'information découle naturellement un déficit d'image. Les citoyens français estiment tout d'abord que « l'Europe, c'est compliqué ». En effet, le « modèle » européen ne correspond pas aux repères nationaux, les affaires européennes sont réservées à une élite et l'Europe est avant tout perçue comme une technocratie. Pour l'homme de la rue « l'Europe, c'est loin », dans la mesure où les affaires européennes demeurent dans les esprits des affaires étrangères, dans les structures gouvernementales comme au Parlement et dans les médias. En conséquence, la construction européenne reste abstraite et éloignée de la vie quotidienne. Les Français considèrent d'ailleurs souvent que l'Europe est une contrainte, quand elle ne représente pas tout simplement une menace pour l'État providence.

Sortir l'Europe des cercles d'initiés et promouvoir une information de masse

La construction européenne ne peut plus se poursuivre sans l'adhésion des citoyens à un projet mobilisateur et fédérateur. Cette situation est d'ailleurs loin d'être spécifique à la France dès lors qu'on observe, dans tous les pays, un taux d'abstention croissant aux élections européennes. Les relais d'information sur l'Europe sont incontestablement trop nombreux et n'atteignent pas leurs objectifs, du fait de leur extrême dispersion, mais également parce que l'information touche avant tout un public déjà convaincu.

Dans ces conditions, il semble urgent d'incarner l'Europe auprès du grand public. Or pour pérenniser la politique d'information des Français sur l'Europe, il est indispensable de mettre au point une méthode conjuguant l'impulsion, la participation de tous les acteurs ainsi que l'amplification et la diffusion de l'information. Il s'agit donc de développer une information de masse, en diversifiant les supports, en dépassant la logique institutionnelle et en rendant l'Europe plus attractive auprès des citoyens. Pour ce faire, il faut activer les trois leviers du changement : la formation, la médiatisation et la proximité.

Les Français et l'Europe : « Je t'aime, moi non plus »

Plusieurs études *Eurobaromètre* mettent en évidence une demande d'Europe exprimée par les Français qui se déclarent majoritairement profondément attachés à la construction européenne. L'appartenance de la France à l'Union est jugée globalement positive, même si les clivages sociaux et générationnels sur la question européenne demeurent. Les Français semblent cependant en quête d'une Europe « utile » : leurs attentes, clairement identifiées, sont extrêmement concrètes, et ils rappellent que l'Europe ne doit pas empiéter sur les compétences nationales, tout en exprimant leur crainte persistante d'une remise en cause de l'État providence.

Les enquêtes d'opinion mettent également en lumière une très forte demande d'information sur l'Europe. Les Français s'estiment en effet mal informés dans ce domaine, et manifestent réellement des connaissances lacunaires. Or il existe une corrélation entre le niveau d'information et le soutien à la construction européenne, d'où la nécessité d'utiliser des émetteurs multiples pour atteindre les différentes couches de la population.

Des campagnes d'information sur l'Europe : le dos au mur

Depuis le traité de Maastricht, les étapes successives de la construction européenne ont conduit à une multiplication des campagnes, sans qu'aucune structure d'information pérenne ne soit pour autant établie. Des initiatives utiles, mais éphémères, ont vu le jour, à l'instar du Dialogue

national sur l'Europe (1996-1997), du débat sur l'avenir de l'Europe (2001), ou des campagnes thématiques plus ou moins réussies, comme celle de l'euro, caractérisée par son incontestable succès, ou celle de l'élargissement, qui n'a malheureusement pas véritablement atteint ses objectifs.

Il est vrai que ces campagnes se développent systématiquement dans des contextes peu propices à l'information et à la pédagogie. Celles menées à l'occasion des élections européennes ne parviennent pas, en effet, à enrayer une abstention croissante, et les contraintes juridiques et politiques imposées lors des campagnes référendaires sur les traités européens sont extrêmement strictes, que ce soient celles imposées par le CSA en 1992 lors de la ratification du traité de Maastricht ou celles de la campagne référendaire sur le Traité constitutionnel européen.

La dispersion des relais d'information sur l'Europe : qui fait quoi ?

En France comme dans les vingt-quatre autres États membres, on observe un morcellement des structures d'information qui leur est extrêmement préjudiciable. Au niveau national, le Gouvernement, la Représentation de la Commission, le Bureau d'information du Parlement européen et le Groupement d'intérêt économique *Sources d'Europe* (géré et financé à parité par la Commission et le Gouvernement français), se partagent la charge de l'information des Français sur l'Europe. Au niveau local, des relais sont conventionnés par la Commission européenne, au sein d'un réseau restructuré en avril 2005, et d'autres sont animés à l'initiative du Gouvernement, comme les guichets d'information sur l'Europe (*Guid'Europe*) ou certains services des préfetures de région et des conseils régionaux.

On constate un foisonnement des initiatives, le paysage associatif étant caractérisé par sa grande diversité. L'engagement du mouvement associatif en faveur de la construction européenne est certes un engagement historique, avec l'action du *Mouvement européen* et des *Maisons de l'Europe*, mais on assiste actuellement au développement de nouvelles formes d'action associative, comme *EuropaNova* ou *Café Babel*, auxquelles se conjugue l'activité des fondations et clubs de réflexion (*Fondation Robert Schuman*, *Groupe des Belles Feuilles*, *Europartenaires*, etc.). Les associations contribuent activement au développement d'une conscience européenne, d'une part en œuvrant en faveur du civisme européen, à l'instar du CIDEM, ou par le biais de la consultation des acteurs, au sein du *Conseil national de la Vie associative* (CNVA). Le soutien financier aux projets associatifs prend des formes variées, même s'il émane le plus souvent du niveau européen (« *Programme pour la citoyenneté européenne active* » et programme *Prince*). Il est cependant unanimement caractérisé par une certaine difficulté d'accès aux financements européens, du fait de la complexité des procédures peu adaptées aux petites structures.

L'Europe est naturellement un acteur incontournable de la vie économique et sociale, au sein du Conseil économique et social, dans l'action syndicale, et à travers l'implication des organisations professionnelles.

L'école doit s'ouvrir à l'Europe

La dimension européenne est certes désormais inscrite dans les programmes scolaires. En français et dans les disciplines artistiques, en langues vivantes, mais surtout en histoire, en géographie et en éducation civique, des éléments de connaissances sur l'Europe ont, depuis plusieurs années déjà, été introduits dans les enseignements.

Dans la pratique, cependant, force est de constater que l'acquisition des connaissances fondamentales sur l'Europe n'est garantie ni chez les élèves ni chez les professeurs. Les premiers ont en effet des connaissances très insuffisantes en matière européenne, dans la mesure où les sections européennes n'ont d'européen que le nom et où l'enseignement des langues ne donne pas de résultats convaincants. La formation des professeurs aux questions européennes, quant à elle, est quasiment inexistante. Dans ce contexte, la nouvelle loi d'orientation sur l'école ouvre des perspectives intéressantes, en terme d'intégration des fondamentaux sur l'Europe dans le socle commun des connaissances, de développement de l'enseignement des langues et d'européanisation de la formation des professeurs.

Il reste que l'intérêt à développer des actions parascolaires de formation sur l'Europe demeure plus que jamais d'actualité. Les journées et le printemps de l'Europe répondent à la nécessité de ne pas cantonner la construction européenne dans des enseignements exclusivement académiques. Les échanges de jeunes doivent en effet permettre d'ouvrir et de sensibiliser à la citoyenneté européenne.

Une fois dépassés les enjeux de politique intérieure, l'Europe reste le parent pauvre dans les médias

En matière de traitement médiatique des questions européennes, des progrès significatifs ont incontestablement été réalisés dans la presse écrite, qui intègre progressivement la dimension européenne dans ses colonnes. Dans l'audiovisuel, cependant, l'Europe reste portion congrue. Si une certaine coloration européenne commence certes à se diffuser à la radio, l'Europe demeure la grande absente des plateaux de télévision, seul véritable média de masse.

Parallèlement, l'échec relatif des publications spécialisées et l'audience limitée des sites web spécialisés sur l'Europe rendent ce type de médias peu efficace en termes d'accès au grand public.

Il est vrai que la formation initiale et continue des journalistes reste embryonnaire. Si une prise de conscience de la nécessité de la maîtrise des questions européennes commence à se faire jour dans certaines écoles de journalisme, la formation continue néglige largement, quant à elle, les questions européennes, à l'exception notable de l'initiative prise par le quotidien régional *Ouest France*.

L'administration française et l'Europe : vers une révolution culturelle ?

Dans l'administration française, l'information et la communication sur l'Europe sont caractérisées par des initiatives multiples, mais sans réelle stratégie d'ensemble. On observe en effet un véritable déficit de coordination, et les campagnes d'information ont une envergure variable et une efficacité limitée.

La formation des fonctionnaires à l'Europe est quantitativement peu importante. En matière de formation initiale, pour les fonctionnaires de l'État, un enseignement aux questions européennes est dispensé à l'École nationale d'administration (ENA), à l'École nationale de la magistrature (ENM), dans les instituts régionaux d'administration (IRA) et dans les écoles relevant de certains ministères. Les fonctionnaires territoriaux, dans une moindre mesure, sont également sensibilisés à ces questions. La formation continue des fonctionnaires à l'Europe est donc indispensable, d'autant plus que les politiques européennes évoluent rapidement. Le Centre d'études européennes de Strasbourg (CEES) et le Centre national de la fonction publique territoriale (CNFPT) proposent des modules de formation aux questions européennes, mais ces derniers ne concernent encore qu'une faible proportion des membres des différents corps de l'administration. Les programmes de formation continue proposés par les ministères consistent quant à eux en des stages facultatifs limités à un public restreint.

Ailleurs, en Europe : peu de bonnes pratiques, pas d'exception française

L'opinion publique européenne demeure relativement partagée vis-à-vis de l'Union. Si l'image de l'Europe est globalement positive en Irlande, en Italie, en Espagne ou en Slovaquie, elle reste majoritairement négative au Royaume-Uni, en Autriche et en Finlande. Par ailleurs, ce sont principalement les peuples des anciens États membres qui considèrent comme une bonne chose le fait d'appartenir à l'Union.

Le sentiment d'un déficit d'information sur l'Europe semble en revanche partagé par l'ensemble des citoyens de l'Union.

Dans la plupart des États membres, la dimension européenne est peu présente à l'école où, de manière générale, les professeurs sont peu ou mal formés aux questions européennes. En ce qui concerne le traitement médiatique, on note une offre relativement abondante chez nos

partenaires, mais les thèmes européens sont avant tout traités en fonction des questions sensibles pour l'opinion publique. La programmation audiovisuelle en matière de traitement des affaires européennes semble également relativement peu inventive dans l'ensemble des pays de l'Union.

Les acteurs institutionnels de la communication sur l'Europe sont quasiment les mêmes dans tous les pays de l'Union, la structure politico-administrative dominante étant celle d'un ministre délégué ou d'un secrétariat d'État aux Affaires européennes rattaché au ministère des Affaires étrangères. Les relais d'information des citoyens sur l'Europe sont également semblables : ONG, fondations, *think-tanks*, associations et organisations de la société civile se partagent la charge de diffuser cette information, mais ne touchent à l'instar de leurs homologues français qu'un public relativement restreint.

Quelques bonnes pratiques méritent cependant d'être signalées comme l'existence, en Lituanie d'un manuel scolaire consacré à la présentation de chacun des États membres, l'existence de « clubs Europe » dans les écoles polonaises, l'instauration en Irlande d'un Forum permanent de la société civile sur les Affaires européennes ou encore la pérennisation, en Espagne, de la plate-forme civique de débat sur l'Europe créée à l'occasion du référendum sur le Traité constitutionnel européen.

Introduction

La fracture européenne

Qui aurait parié, il y a quelques mois encore, sur l'intérêt porté par les Français pour la Constitution européenne ? Qui aurait imaginé que l'Europe occuperait le débat public sur une si longue période ? Des plateaux de télévision aux rayons des librairies, des estrades publiques aux comptoirs des cafés, l'Europe est sortie de l'indifférence. Enfin !

Pourtant, le 29 mai 2005, l'Europe a aussi révélé les fractures françaises et les conséquences, pourtant prévisibles, du déficit structurel d'information de nos concitoyens sur la construction européenne. Les villes face aux campagnes, les jeunes contre les vieux, les riches et les pauvres, les savants et les ignorants : la campagne référendaire fut aussi celle d'un certain ressentiment et d'un désarroi de l'opinion publique. Mais elle fournit des indications précieuses quant au chemin à suivre pour rendre l'Europe plus populaire.

On en parle depuis des années, et pourtant rien ne se passe. La politique d'information et de communication sur l'Europe a pris des allures d'Arlésienne. On ne compte plus les déclarations d'intention des uns et des autres. À Bruxelles, les institutions de l'Union ont fait des politiques d'information un objectif prioritaire pour que les citoyens soient en mesure de s'appropriier le projet européen. Un livre blanc est d'ailleurs en préparation à la commission. Néanmoins, les rapports, nombreux et instructifs, restent souvent lettre morte. Peut-être, l'électrochoc du 29 mai fera-t-il bouger la glace.

Émaillée de campagnes sans lendemain et de rendez-vous manqués, la communication sur l'Europe a en France dramatiquement montré ses limites : elle ne se déploie que le dos au mur, principalement à l'occasion des échéances électorales, dans un contexte polémique et passionnel fortement préjudiciable à l'objectivité. C'est précisément à ces périodes qu'elle est la plus mal venue, car l'information est immédiatement taxée de propagande. *A contrario*, des étapes essentielles de la construction européenne passent parfois totalement inaperçues auprès du grand public, à l'instar de l'élargissement et de la Convention sur l'avenir de

l'Europe. Dans ces conditions, comment s'étonner de ce que l'opinion publique ait le sentiment d'avoir été écartée d'un projet européen réservé aux initiés, et de n'être consultée que sur le dernier épisode d'un feuilleton dont elle n'a pas été mise en mesure de comprendre les tenants et les aboutissants ?

Au moment où la construction européenne se trouve à une étape décisive de son histoire, il est urgent de renforcer très sensiblement, et à tous les niveaux, l'information des Français sur l'Europe. Il en va en effet du devenir même du projet européen, comme de son ambition d'union politique au service de la paix, de la prospérité et de la solidarité. L'aventure européenne ne pourra se poursuivre durablement sans l'adhésion renforcée et renouvelée des peuples.

Dans ce contexte, l'objet de ce rapport est double. Il consiste tout d'abord à dresser le bilan des actions d'information sur l'Europe, quels qu'en soient les partenaires (État, collectivités territoriales, établissements publics, syndicats, associations, médias, organisations professionnelles, etc.). Ce bilan est mis en perspective par l'analyse comparative des politiques menées dans d'autres pays de l'Union.

Mais il s'agit également de poser les jalons d'une véritable stratégie visant à renforcer durablement l'information de nos compatriotes sur l'Europe, au-delà des quelques campagnes ponctuelles d'information et de communication. Les propositions formulées s'attachent aussi à envisager des initiatives, symboliques ou concrètes, de nature à renforcer la conscience européenne de nos concitoyens.

La lettre de mission du Premier ministre a conduit à explorer de nombreuses pistes de réflexion, à savoir :

- l'organisation et la mise en œuvre des compétences en matière de politiques d'information et de sensibilisation sur l'Europe, au niveau des institutions européennes, de l'État, des collectivités territoriales, ainsi que par le biais de partenariats avec des acteurs de la société civile, notamment les syndicats et le monde associatif ;
- la place de l'Europe à l'école ;
- le traitement médiatique de l'Europe ;
- l'information des élus en matière européenne et leur rôle de relais dans ce domaine vis-à-vis de nos concitoyens ;
- la formation initiale et continue des professions appelées à jouer un rôle important en matière d'information européenne, notamment les enseignants et les journalistes ;
- la formation et l'information sur l'Europe des fonctionnaires de l'État et des collectivités territoriales ;
- la stratégie de communication des différents ministères en matière européenne ;
- les missions dévolues à Sources d'Europe, en particulier son rôle de tête de réseau, correspondant des partenaires décentralisés qui contribuent à l'information, des Français sur les sujets européens.

Pour répondre à cette feuille de route à la fois extrêmement large et relativement hétérogène, la méthode suivie a été celle de la consultation

sinon la plus exhaustive, du moins la plus complète possible des nombreux acteurs de la communication sur l'Europe. Cela s'est traduit par l'abondance et la diversité des interlocuteurs auditionnés. Plusieurs questionnaires ont également été adressés aux différents ministères, à la plupart des organes de la presse écrite nationale et régionale, aux grands médias audiovisuels et aux organisations syndicales et professionnelles représentées au Conseil économique et social. De même, au-delà des déplacements effectués à l'étranger (Belgique, Irlande, Espagne, Allemagne et Pologne), tous les postes diplomatiques dans les vingt-quatre pays de l'Union ont apporté leur contribution précieuse à l'élaboration de cette étude, à laquelle M. Gérard Guillonnet, chargé de mission auprès du directeur de la communication et de l'information du ministère des Affaires étrangères, a bien voulu apporter toute son expertise.

Je remercie l'ensemble de ces interlocuteurs pour la qualité de nos entretiens et pour leur disponibilité. Je tiens particulièrement à remercier François-Xavier Priollaud, fin connaisseur et passionné des questions européennes, dont j'ai apprécié la pertinence lors de nos échanges. J'associe à ces remerciements Charlotte Matringe pour son enthousiasme, sa rigueur et son efficacité.

Ce panorama exhaustif des politiques d'information et de communication sur l'Europe permet de dégager un certain nombre d'enseignements et de détailler 40 propositions concrètes et réalistes susceptibles de répondre au défi jusqu'à présent jamais relevé d'une information pour tous.

Première partie

**Répondre
à un constat
d'échec par
un changement
d'échelle
des politiques
d'information
sur l'Europe**

Le constat

Un échec patent des politiques d'information et de communication sur l'Europe

Euro, élargissement, élections européennes, Traité constitutionnel : ces derniers temps, les occasions de communiquer sur l'Europe n'ont pas manqué. Pourtant, force est de constater que le niveau général d'information des Français sur l'Europe n'est pas satisfaisant, malgré les campagnes ponctuelles de sensibilisation menées tant par les pouvoirs publics que par des organisations de la société civile.

Un déficit d'information

Invités à mesurer leur connaissance de l'Union sur une échelle de 1 à 10 ¹, 81 % des Français s'autoévaluent en dessous de la moyenne et seulement 44 % des personnes interrogées affirment comprendre le fonctionnement de l'Union européenne ². La sous-information de la population ne concerne malheureusement pas que les questions européennes. En Allemagne, un sondage de l'Institut Forschungsgruppe Wahlen pour le compte du journal *Die Welt*, rendu public le 22 avril 2005, indique que 51,4 % des jeunes Allemands de moins de 24 ans ne sont pas en mesure de définir ce qu'est l'Holocauste. Ce chiffre stupéfiant relativise le degré d'information de nos concitoyens sur la construction européenne.

(1) 1 correspondant à « ne sait rien du tout » et 10 à « en sait beaucoup ».

(2) Eurobaromètre 62, « L'opinion publique dans l'Union européenne », automne 2004, Rapport national France.

Les raisons d'un échec

Des moyens budgétaires limités

La communication sur l'Europe existe, mais elle n'est généralement engagée par les pouvoirs publics que sous la pression d'un événement : l'existence d'une crise ou la perspective d'une échéance, notamment électorale (élections européennes, référendum en vue de la ratification d'un traité). C'est la plupart du temps dans l'urgence et la précipitation que sont montées à la hâte des campagnes dont les maigres budgets ne permettent pas d'atteindre les objectifs affichés. Si, en volume, les montants sont loin d'être négligeables, ils restent cependant sans commune mesure avec les sommes investies par la plupart des grandes marques pour lancer de nouveaux produits.

Ainsi, les 10,7 millions d'euros dépensés pour l'ouverture du capital de la société Rhône Poulenc dépassent largement le budget publicitaire consacré à l'achat d'espace lors du référendum pour le traité de Maastricht pour favoriser la participation électorale ! De même, 14 millions d'euros ont été débloqués pour la campagne d'information sur le « bug » de l'an 2000 qui, de l'avis de tous, a été un grand succès. Preuve que lorsque la volonté politique existe, les financements suivent.

Quelques exemples de budgets de communication, publics et privés

Campagnes de privatisation ou d'ouverture de capital

- BNP : 13,6 millions d'euros.
- Rhône Poulenc : 10,7 millions d'euros.
- Elf Aquitaine : 27,4 millions d'euros.
- Gaz de France (prévisions pour 2005) : 12 millions d'euros.

Campagnes de lancement de nouveaux produits :

- Française des Jeux : lancement d'un nouveau jeu de grattage : 2 millions d'euros.
- Lancement d'un parfum d'une grande marque : 1,5 à 2 millions d'euros.
- Lancement de la Renault Modus : 150 millions d'euros.

Campagnes publiques

- Référendum sur le Traité constitutionnel : 7 millions d'euros.
- Passage à l'euro : 80 millions d'euros (sur cinq ans).
- Réforme des retraites : 17 millions d'euros (2003).
- Assurance maladie : 11,7 millions d'euros.
- Campagne antitabac : 12 millions d'euros.
- Sécurité routière : 16 millions d'euros / an.
- Lutte contre le SIDA (INPES) : 11,5 millions d'euros.

- Prévention de la consommation d'alcool (INPES +Ministère de la Santé) : 16 millions d'euros / an.
- Accidents de la vie courante (INPES) : 7,7 millions d'euros / an.
- Journée de la solidarité (ministère de la Santé) : 3 millions d'euros.
- Recrutement armée de terre : 5,1 millions d'euros.

Données communiquées par le service d'information du Gouvernement (SIG).

Des campagnes tardives

Les campagnes d'information sur l'Europe sont généralement trop tardives : elles interviennent une fois prise la décision politique, ce qui peut donner à l'opinion le sentiment d'être placée devant le fait accompli. L'élargissement n'a pas été anticipé et la campagne d'information n'a débuté que quelques semaines avant l'adhésion des dix nouveaux pays à l'Union. Pourtant, le calendrier de l'élargissement était connu depuis bien longtemps. N'en est-il pas de même pour la Turquie, les conclusions du Conseil européen d'Helsinki de 1999 lui ayant reconnu le statut de pays candidat étant passées totalement inaperçues du grand public ? Il faut remédier à ce décalage entre le temps de la décision et le temps de l'information, car il provoque frustration et incompréhension.

Un impact limité

Tardives, les campagnes d'information se déploient trop souvent dans l'urgence. Cette précipitation n'est pas sans effet sur leur impact, qui reste souvent marginal, comme le souligne un sondage BVA/SIG sur les Français et l'élargissement effectué en mai 2004, puisqu'au terme de la campagne, seuls 43 % des Français se sont déclarés bien informés sur l'élargissement, contre 54 % qui ont pensé le contraire.

Un contexte peu propice à la pédagogie

Plus proche dans le temps, le débat référendaire sur le Traité constitutionnel a présenté les mêmes caractéristiques. Les Français n'ont en réalité « découvert » le texte de la Constitution européenne que bien tardivement, à l'occasion d'une campagne partisane particulièrement agressive. En septembre 2004, 77 % des Français se disaient encore « plutôt mal » ou « très mal » informés sur le projet de Traité constitutionnel dont la rédaction s'est pourtant faite dans une grande transparence, contrairement aux conférences intergouvernementales à huis clos du passé ¹. Mais combien de Français ont-ils entendu parler de la Convention européenne ? Tout au plus, ont-ils été informés que Valéry Giscard d'Estaing rédigeait « sa » Constitution ; ils se souviennent davantage de la polémique sur les émoluments du président de la Convention que de l'enjeu historique de ce qui s'élaborait à Bruxelles, jour après jour. Notre

(1) *Source : Les Français et l'Europe, baromètre BVA/SIG Vague 6, septembre 2004.*

opinion publique est, bien malgré elle, passée à côté d'un débat essentiel pour l'avenir du pays. Aucune campagne d'information n'a été organisée pendant les dix-huit mois de la Convention, et à l'exception notable de la presse écrite quotidienne, les médias (en particulier la télévision) n'ont que très marginalement rendu compte de l'état d'avancement de ses travaux. Quel contraste entre le silence médiatique observé le 13 juin 2003 lorsque les Conventionnels ont trouvé un accord que beaucoup jugeaient inespéré, et le vacarme télévisé, lors de l'échec du Conseil européen de Bruxelles, six mois plus tard.

Ce n'est finalement que le dos au mur que la campagne d'information sur le Traité constitutionnel s'est enclenchée, une fois seulement la décision prise par le président de la République de soumettre le texte au référendum. Il est certain que le choix d'une ratification parlementaire du Traité constitutionnel aurait privé la Constitution européenne d'un véritable débat démocratique. Néanmoins, dans un contexte partisan, l'information est rapidement suspecte de propagande. Les temps de parole sont comptés, l'information cède la place à une communication qui se nourrit avant tout de slogans, tandis que les journalistes sont à l'affût des sondages et des « petites phrases ». Le président du Conseil constitutionnel a lui-même adressé un avertissement clair au gouvernement qu'il a prié de rester neutre lors de la campagne d'information ¹. Dans le contexte d'un référendum, toute démarche pédagogique est vouée à l'échec, puisqu'elle est soupçonnée de servir tel ou tel camp, et la sincérité de l'information sur l'Europe est systématiquement mise en cause. En période électorale, le temps n'est plus à l'information et à l'explication, mais au combat politique, au service des idées et de la démocratie. L'effet utile de la pédagogie sur l'Europe n'est possible qu'à l'abri des enjeux électoraux.

De même, la tempête politique et médiatique provoquée par la proposition de directive « services », appelée directive « Bolkestein » du nom du commissaire européen qui l'a proposée, est également un exemple révélateur de l'absence d'information pérenne sur l'Europe. À cette occasion, on a davantage subi une communication de crise qu'une information pédagogique. Avec « Frankenstein », l'Europe a rejoint le registre de l'épouvante. Or la polémique a surgi près d'un an après l'adoption de la proposition de directive par le collège des commissaires. Mais à ce moment, ni la classe politique ni les médias ne s'étaient emparés d'un sujet jugé complexe et trop technique. C'est en réalité la perspective du référendum sur la Constitution européenne qui a conduit une partie des dirigeants politiques à brandir la proposition de directive pour dénoncer les dérives d'une Europe qualifiée par certains d'ultra-libérale. Ceux-là ont joué sur du velours et habilement usé du déficit d'explication pour réveiller les craintes et amplifier les rumeurs ; ils ont eu recours à une méthode généralement réservée aux seuls partis protestataires.

(1) Une lettre rendue publique, adressée par le président du Conseil constitutionnel au ministre des Affaires étrangères invite ce dernier « à faire en sorte que cette campagne ne devienne pas une campagne de promotion en faveur de l'une des réponses au référendum ».

De cet épisode « Bolkestein », deux leçons peuvent être tirées : l'une négative, l'autre positive.

La leçon négative, c'est que la classe politique et les journalistes ont, dans leur ensemble, révélé leur profonde ignorance du fonctionnement institutionnel et des procédures de décision européennes, en présentant la directive comme un texte prêt à entrer en vigueur, alors qu'il ne s'agissait que d'une proposition soumise à l'examen du législateur européen, c'est-à-dire du Parlement de Strasbourg d'une part, et des États membres, d'autre part. Tout et son contraire ont été dits et écrits sur un texte qui a semé le trouble auprès de l'opinion qui n'en a retenu qu'une extrême confusion. La violence de ce débat fortement émotionnel a parfois confiné à l'irrationnel, et a incontestablement nui à l'image de la France à l'étranger.

La seconde leçon, plus positive, nous apprend que lorsque les élus se saisissent d'un sujet et l'inscrivent à l'agenda politique, les médias les relaient et placent l'Europe sur le devant de la scène. C'est donc avant tout en faisant entrer l'Europe dans l'arène politique que l'on contribuera à lutter contre l'euro-indifférence d'une large majorité des citoyens français. La médiatisation sans précédent, à l'automne 2004, du report du vote d'investiture de la commission Barroso, mise en difficulté par les députés européens, en est une illustration supplémentaire. Ce qui était perçu comme technique est devenu politique, donc médiatique.

Ainsi, l'information sur l'Europe prend davantage la forme d'une communication – qui plus est une communication de crise – que d'une information à vocation pédagogique. Élus et journalistes ont besoin d'un prétexte pour parler d'Europe. Ce n'est qu'in extremis que les Français découvrent les réalités d'une Europe qu'ils ne comprennent pas toujours et qui ne leur est pas familière.

Un contre-exemple à suivre : la campagne d'information sur l'euro

De l'avis général, la campagne d'information sur le passage à l'euro constitue, par son succès, un contre-exemple significatif en terme de pédagogie. Décidé cinq ans en amont du basculement vers la monnaie unique, le « plan national de passage à l'euro » a répondu aux règles d'anticipation et de consensus qui font généralement défaut lors des campagnes de communication sur l'Europe. La campagne s'est également appuyée sur un suivi constant de l'opinion et de l'état de préparation des acteurs (particuliers et entreprises), tant par des analyses qualitatives ponctuelles que par des études quantitatives¹.

(1) De 1997 à 2002, le Minéfi s'est appuyé sur trois instruments de mesure quantitatifs pour suivre l'évolution de l'opinion publique et l'état de préparation des entreprises concernant le passage à l'euro :

- le baromètre trimestriel « l'opinion des Français » ;
- le baromètre trimestriel des tendances des opinions publiques en Europe ;
- le baromètre trimestriel de l'état de préparation des entreprises.

Au-delà du cadre général du passage à l'euro, le plan national a constitué une synthèse des décisions des pouvoirs publics et des recommandations des instances professionnelles pour chaque grand type d'acteur concerné : le système bancaire et financier, les entreprises et leurs salariés, les administrations publiques et les citoyens. L'enjeu était de taille, qu'il s'agisse de considérations symboliques et politiques ou d'impératifs économiques. Le passage à l'euro a ainsi été clairement considéré comme une priorité nationale, et a donné lieu à une réelle stratégie qui s'est appuyée sur les principes suivants :

Une dynamique de l'anticipation : La campagne de préparation a commencé cinq ans avant le passage effectif à l'euro, puisqu'elle s'est déployée de 1997 à 2002, autour de deux grandes étapes : la première, de 1997 à 2000, visait à construire une image positive de l'euro, et la seconde (2001-2002) à concrétiser le passage à la nouvelle monnaie (information sur le calendrier précis du passage à l'euro, apprentissage de l'utilisation de l'euro et familiarisation avec les taux de conversion et le maniement des pièces et billets).

Un organe d'impulsion, le MINEFI : La mission euro a été placée sous l'autorité du ministère chef de file qu'a été le ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie. Sous l'impulsion du ministre de l'Économie et des Finances, le Comité national de l'euro (CNE) a été l'instance de coordination et de décision de la campagne.

Des moyens budgétaires importants : De 1997 à 2002, ce sont plus de 80 millions d'euros¹ qui ont été consacrés aux actions de communication sur l'euro, dont 33,36 millions d'euros pour la seule année 2001, qui a précédé le basculement vers la monnaie unique le 1^{er} janvier 2002.

La recherche du consensus : La campagne d'information s'est appuyée sur une concertation large et systématique de tous les acteurs de l'économie et de la société civile, dans le cadre du Comité national de l'euro (CNE). Instance de coordination et de décision, le Comité s'est réuni à 24 reprises entre 1997 et 2002.

La participation des acteurs concernés et des actions en direction de publics cibles : La campagne d'information a associé l'ensemble des publics concernés et les actions ont visé différents segments de la population : chefs d'entreprises, agents publics, salariés, publics fragiles, etc. Une « lettre de l'euro » a été publiée tous les quinze jours. Diffusée à 60 000 exemplaires et également disponible sur Internet, elle s'adressait aux différents relais nationaux et locaux ainsi qu'à la presse.

Au final, l'objectif a été atteint : Le tableau de bord de l'euro réalisé par l'institut TNS Sofres pendant la campagne d'information indique que plus l'échéance du passage à l'euro s'est rapprochée, plus la confiance des Français a augmenté. L'indice de confiance est en effet passé de 47 % en septembre 2001 à 57 % en décembre de la même année.

(1) Source : SIG.

Des médiateurs défailants : la persistance de trois malentendus

La défaillance des élus :
« L'Europe ne fait pas l'élection »

L'Europe n'est généralement pas considérée par les élus comme un atout pour gagner les élections, sauf à faire de son combat contre l'Union son principal argument de campagne, comme le font, par exemple, les chasseurs, dans leur lutte contre la commission « de Bruxelles ». À l'inverse, imaginerait-on un candidat aux élections législatives mettre en avant les vertus du pacte de stabilité et de croissance ou la stratégie de Lisbonne visant à faire de l'Union européenne l'économie de la connaissance la plus compétitive au monde ? Au mieux, la construction européenne est perçue comme un mal nécessaire, sans passion ni véritables convictions. Les dirigeants politiques font la promotion de l'Europe quand ils sont à Bruxelles, mais n'assument pas toujours leurs choix à leur retour dans l'hexagone. En résumé, on gagne une élection contre l'Europe, pas grâce à elle, et les élections européennes se sont d'ailleurs progressivement imposées comme le scrutin favori des listes protestataires.

Longtemps dispersés entre les nombreux groupes politiques du Parlement européen, les eurodéputés français sont encore trop peu présents sur la scène politique nationale, et ne disposent que d'une très faible notoriété auprès des citoyens, même si la régionalisation du mode de scrutin en vigueur depuis les élections européennes de juin 2004 doit favoriser le rapprochement entre les députés européens et leurs électeurs. L'Europe est isolée de la vie politique nationale, comme si ses enjeux étaient condamnés à être artificiellement déconnectés des questions de politique intérieure, alors qu'ils sont pourtant si étroitement imbriqués. Il n'est de carrière politique qu'au niveau national et le mandat européen reste de second rang. Ce sont souvent les battus que l'on envoie à Strasbourg, faute de mieux. À cet égard, les partis politiques doivent assumer leur part de responsabilité, car il est de leur ressort de nouer un lien permanent entre Paris et Bruxelles, et de favoriser les rapprochements nécessaires au développement progressif d'une vie politique européenne. Bientôt cinquante ans après la signature du traité de Rome, il ne s'agit plus d'être pour ou contre l'Europe, mais de peser sur le contenu de telle ou telle décision prise par les institutions de l'Union.

Or l'Europe est souvent instrumentalisée par les élus de tous bords, qui cèdent à la tentation de rejeter la faute sur « les technocrates de Bruxelles » lorsque cela va mal, mais qui n'hésitent pas à reprendre à leur compte les succès d'une Union trop discrète. Les exemples ne manquent pas, à l'instar des déclarations politiques au lendemain du naufrage du *Prestige* au large des côtes espagnoles. Chacun a renvoyé la faute sur Bruxelles pour n'avoir pas édicté de réglementation, alors qu'en réalité, ce sont les États membres qui n'avaient pas pris les mesures nécessaires demandées par la Commission. À l'inverse, combien d'élus locaux vantent les bienfaits des fonds structurels européens lorsqu'ils inaugurent un pont ou une route cofinancés par l'Union ?

Parent pauvre de la vie politique nationale, les affaires européennes sont encore marginalisées dans la vie politique française. À Paris, le ministre délégué aux Affaires européennes ne dispose pas d'une administration propre. À Bruxelles, le taux d'absentéisme des ministres français aux réunions du Conseil des ministres de l'Union européenne est l'un des plus élevés d'Europe. En ce qui concerne l'organisation du Parlement, même si des progrès indéniables ont été accomplis ces dernières années, notamment par l'instauration, sur un rythme mensuel, de questions d'actualité sur des sujets européens, la situation est loin d'être satisfaisante. Les délégations pour l'Union européenne du Sénat et de l'Assemblée nationale n'ont toujours pas le statut de commissions permanentes, contrairement aux vingt-quatre autres pays de l'Union. Leur statut législatif actuel les prive d'accès à la séance publique ; or sans accès à l'hémicycle, la visibilité des affaires européennes est réduite à son minimum, et le contrôle parlementaire du gouvernement en matière de questions européennes demeure limité au club des 36 députés et 36 sénateurs des délégations pour l'Union européenne des deux Assemblées.

La défaillance des médias : « L'Europe ne fait pas vendre »

Faut-il imputer aux médias la responsabilité du déficit de connaissance qu'ont les Français du fonctionnement de l'Union européenne et du contenu de ses politiques ? Les en affranchir totalement aurait peu de sens, mais il ne faudrait pas, non plus, tomber dans la facilité consistant à faire reposer sur les médias, et sur eux seuls, l'effort de pédagogie sur l'Europe. L'agenda médiatique ne fait, la plupart du temps, que suivre l'agenda politique. Les journalistes seraient-ils alors responsables mais pas coupables ? Devraient-ils davantage informer les Français sur l'Europe ou ne font-ils que refléter le désintérêt d'une grande partie de la classe politique pour la construction européenne ? Sans surprise, les réponses varient, selon que l'on se place du côté des journalistes ou de celui des élus.

D'un point de vue quantitatif, la situation se révèle sensiblement différente selon le support médiatique. La **presse écrite quotidienne** rend désormais compte régulièrement de ce qui se passe à Bruxelles. *Le Monde* dispose d'une rubrique spécifique sur l'Union européenne, tandis que *Le Figaro* et *Libération* publient très fréquemment des tribunes et analyses sur l'Europe dans leurs pages « Débats et opinions » et « Rebonds ». La plupart des grands quotidiens nationaux s'appuient sur leurs correspondants permanents à Bruxelles.

Moins concernée par l'actualité immédiate, la **presse écrite hebdomadaire** éprouve en revanche davantage de difficultés à rendre compte des affaires européennes, qui se prêtent peu à « raconter une histoire ». Il n'est pas toujours facile de trouver un angle attractif adapté aux exigences de la presse magazine.

L'enquête Eurobaromètre de juillet 2004 révèle que les Français plébiscitent, loin devant la presse écrite, les chaînes de télévision et

les radios pour les informer sur la Constitution européenne. En ce qui concerne les **médias audiovisuels**, la radio est plutôt bien adaptée au traitement des affaires européennes, dans la mesure où ce média interactif permet l'écoute et le dialogue avec les auditeurs. Si les stations de Radio France consacrent de nombreuses séquences à l'Europe, c'est toutefois nettement moins le cas des radios privées qui traitent plus à la marge des sujets européens.

Mais c'est incontestablement à la télévision, le seul véritable média de masse, que l'Europe est la moins visible. Le 13 juin 2003, lorsque la convention présidée par Valéry Giscard d'Estaing est parvenue à un accord sur le projet de Constitution européenne, le journal télévisé de 20 heures de TF1 n'a consacré qu'une poignée de secondes – pas même un reportage – à cet événement dont les Français n'ont mesuré l'enjeu que plusieurs mois plus tard, avec le lancement de la campagne référendaire sur la Constitution européenne. Ce traitement de défaveur est justifié par le fait que l'Europe ne serait pas télégénique parce que trop abstraite et mal incarnée. L'Europe est en effet trop systématiquement illustrée par les mêmes images : le ballet des voitures officielles, les façades des bâtiments de Bruxelles, les salles de réunions, les drapeaux, etc. Cela n'est pas sans lien avec la perception qu'ont les peuples d'une Europe technocratique qu'ils pensent éloignée de leurs préoccupations quotidiennes.

Comment expliquer ce désintérêt médiatique pour l'Europe ? La raison généralement avancée est le faible intérêt porté par le public pour les questions européennes. Il existe en effet une part de schizophrénie à demander plus d'Europe dans les médias mais à zapper les émissions qui lui sont consacrées. Placées à des heures de faible écoute, celles-ci ne connaissent qu'une audience limitée. Diffusée sur France 3 le mardi soir à 22 h 50, l'émission *France Europe Express* atteint une part d'audience de 13 % avec 786 080 téléspectateurs en moyenne ¹. Sur Arte, le *Forum des Européens* est regardé par 462 400 personnes environ ². Sur le câble et le satellite, les émissions consacrées à l'Europe sont plus nombreuses, mais leur audience est particulièrement confidentielle : 5 110 téléspectateurs en moyenne pour i-Europe sur la chaîne d'information i-Télé ³. Sur LCI, plusieurs émissions régulières à thèmes spécifiquement européens ont été supprimées de l'antenne, qu'il s'agisse des entretiens réalisés tous les mois par Pierre-Luc Séguillon au Parlement européen à Strasbourg, de la chronique « tout en images » d'Anne Lorrain ou du *Journal des Européens* présentée par Vincent Hervouët avec Dominique Reynié, en partenariat avec la fondation Robert Schuman en 2003 et 2004.

Il existe fort heureusement des contre-exemples qui soulignent que, diffusés à des heures de grande écoute sur les chaînes généralistes, les programmes sur l'Europe touchent un public bien plus large. Ainsi, chaque samedi à 19 h 55 sur France 3, *Champion d'Europe* propose un

(1) *Source* : SIG, « Les médias Europe, Panorama des principaux médias consacrés à l'Europe », février 2005.

(2) *Source* : SIG, « Les médias Europe... ».

(3) *Source* : SIG, « Les médias Europe... ».

panorama des pays de l'Union face aux questions de société. À travers un thème concret (l'environnement, l'immigration, la consommation de médicaments, le chômage des jeunes, la lutte contre la toxicomanie...), l'émission dévoile en quelques minutes le « hit parade » des différents États à travers des informations statistiques, des enquêtes et des données pratiques. L'émission est regardée en moyenne par 3 236 800 téléspectateurs, et atteint 18,7 % de part d'audience ¹. Au-delà des émissions d'information, des programmes culturels et des reportages permettent également d'aborder l'Europe sous un aspect moins institutionnel. À titre d'exemple, plusieurs numéros du magazine *Des racines et des ailes* ont porté sur des pays de l'Union. À un mois de l'élargissement du 1^{er} mai 2004, l'émission, qui réunit environ 4,5 millions de téléspectateurs ², a ainsi été consacrée aux « Trésors de la nouvelle Europe ». La presse écrite connaît également des succès de vente grâce à l'Europe. Ainsi, le numéro du magazine *GEO* paru en septembre 2003 intitulé « L'Europe qui nous passionne » s'est vendu en kiosque à plus de 170 000 exemplaires (hors diffusion par abonnement), ce qui a représenté l'une des meilleures ventes de l'année 2003 ³. Preuve que lorsqu'elle est traitée sous un angle attractif, l'Europe aussi peut faire vendre !

D'ailleurs, il est faux d'affirmer que l'Europe n'intéresse pas. Il suffit pour s'en convaincre d'observer le succès des livres parus sur la Constitution européenne, au hit-parade de tous les classements des meilleures ventes, pour démontrer le contraire. Certes, la perspective du référendum a rendu le contexte particulier, mais l'engouement des Français pour ces ouvrages révèle également un véritable besoin d'information.

En définitive, il est possible de dégager trois caractéristiques du traitement médiatique des affaires européennes, tous médias confondus :

- la première, c'est que l'Europe est le plus souvent présentée sous le seul prisme national. Elle n'est vue que depuis Paris, et l'absence de véritable vie politique européenne est pour beaucoup dans ce constat. Il faut en revanche se féliciter du développement d'un réflexe comparatiste dans le traitement des sujets nationaux. Qu'il s'agisse par exemple de la réforme des retraites ou de celle de l'assurance maladie, les médias proposent de plus en plus des éclairages sur la situation et le débat dans d'autres États membres. Mais cela reste différent du traitement des affaires européennes stricto sensu, au sens des politiques menées par l'Union européenne ;
- la deuxième, c'est que les journalistes privilégient une approche concrète des questions européennes. Les débats institutionnels sur la composition de la Commission ou la règle de vote au Conseil des ministres restent l'affaire des spécialistes ; cela est d'ailleurs bien normal. Ce qui intéresse le grand public, c'est de percevoir l'impact de la construction européenne sur sa vie quotidienne. Dans ce registre, la campagne d'information menée par la Commission européenne lors de l'entrée en vigueur de la réglementation sur la protection des consommateurs contre le

(1) *Source* : SIG, « Les médias Europe... ».

(2) *Source* : SIG, « Les médias Europe... ».

(3) *Source* : *Geo*.

surbooking pratiqué par les compagnies aériennes a été largement relayée par les médias nationaux ¹ ;

– la troisième, c'est que les médias ont besoin d'un conflit ou d'une crise pour évoquer l'Europe. La dimension émotionnelle est une clé essentielle du traitement médiatique de l'Europe. Et cela fonctionne aussi sur des sujets institutionnels, comme l'a prouvé l'abondante couverture de l'« affaire Buttiglione », y compris dans le journal télévisé de TF1, qui a contraint M. Barroso à revoir la composition de sa Commission. Pour ce qui est des politiques, les médias s'intéressent à l'Europe à travers les polémiques qui ont un impact national.

L'opération de communication sur les « droits des passagers » menée par la Commission européenne

L'opération de communication lancée par la Commission européenne sur les droits des passagers, sous la responsabilité de Jacques Barrot, vice-président de la Commission, chargé de la politique des transports, a eu lieu du 14 au 18 février 2005 à l'occasion de l'entrée en vigueur de nouveaux droits pour les voyageurs aériens et de l'adoption de propositions visant à renforcer les droits des passagers à mobilité réduite.

Les commissaires, les fonctionnaires de la Commission en charge des transports, ainsi que les représentants de la Commission dans les États membres se sont rendus sur le terrain, dans les principaux aéroports européens, pour présenter aux passagers leurs nouveaux droits. Cette opération a occupé la une de la presse écrite et des médias audiovisuels.

Ce fut un succès en terme de message et d'image donnée par l'Europe et la Commission, qui se révèle capable de faire parler d'elle sur des sujets concrets, proches des préoccupations des citoyens. La reprise de ce sujet dans les pages « vie pratique » de certains magazines en est l'illustration.

Cette campagne a aussi permis de donner un visage à l'Europe.

(1) Le règlement européen sur la protection des consommateurs contre le « surbooking » pratiqué par les compagnies aériennes est entré en vigueur le 17 février 2005 et a fait l'objet d'une importante campagne de communication de la Commission européenne.

La défaillance des enseignants : « L'école n'a pas à faire la propagande de l'Europe »

En France, 85 % des personnes interrogées estiment que les enfants devraient apprendre à l'école la façon dont fonctionnent les institutions de l'Union européenne ¹.

La pédagogie sur l'Europe doit-elle être l'affaire des enseignants ? Du primaire au baccalauréat, l'école aborde la thématique européenne essentiellement dans le cadre des programmes d'histoire et de géographique et des cours d'instruction civique. Il n'existe pas d'enseignement spécifique sur la construction européenne, à la différence de certains pays de l'Union, comme l'Irlande, où un enseignement optionnel sur l'Europe peut être choisi par les élèves.

La prise de conscience de la citoyenneté européenne doit commencer dès l'école, qui est un lieu d'apprentissage, mais aussi de socialisation, où se construit une part importante de l'identité de chaque individu et qui détermine l'avenir de notre société. Si l'on considère que sa mission est de préparer des futurs citoyens à vivre dans une société mondialisée, il ne semble pas inutile d'éveiller chez eux une conscience européenne en dépassant le seul cadre national. Or les enseignements de sciences humaines restent très largement focalisés sur notre héritage national, qu'il s'agisse de la littérature ou de l'histoire. Sans vouloir faire de l'Europe une discipline à part – ce qui n'aurait aucun sens –, le temps ne serait-il pas venu de diffuser la dimension européenne dans l'ensemble des disciplines ?

Tel serait l'esprit d'une « européanisation » des programmes scolaires, loin de toute idée de demander aux enseignants de faire la propagande de l'Europe. Il est en effet indispensable que les jeunes quittent le système éducatif en étant conscients des tenants et des aboutissants du projet européen, pour être en mesure de se forger leurs propres convictions en connaissance de cause.

Des initiatives existent, qu'il faut soutenir et amplifier. Créées en 1992, les sections européennes – au nombre de 3 600 ² à la rentrée 2004 – scolarisent environ 160 000 élèves dont 6 000 dans l'enseignement professionnel, soit 3 % des élèves du second degré, ce qui reste bien marginal. En outre, ces sections consistent avant tout à proposer aux élèves un enseignement plus intensif de langues étrangères ; il conviendrait donc d'y ajouter des enseignements plus spécifiquement consacrés à l'Europe et de favoriser les approches transnationales. À cet égard, les jumelages d'écoles représentent un instrument approprié pour privilégier des relations avec tel ou tel pays de l'Union. Ces pratiques permettent aux élèves de se préparer à une mobilité devenue indispensable dans leur future vie professionnelle et personnelle. Au cours de l'année scolaire 2004-2005,

(1) *Source* : Eurobaromètre 61, « L'opinion publique dans l'Union européenne », printemps 2004.

(2) Dont 200 en lycée professionnel.

67 000 élèves français se sont impliqués dans un projet Comenius ¹, et 3 300 sont partis en mobilité pendant plus de quatorze jours. 5 000 professeurs et personnels de direction ont également bénéficié d'une mobilité européenne.

Ouvrir l'école sur l'Europe suppose aussi de multiplier les manifestations pédagogiques d'information sur l'Europe. Organisé depuis trois ans par la Commission européenne, le *Printemps de l'Europe* consiste ainsi à proposer des actions d'information sur l'Europe dans les établissements de l'enseignement secondaire, et à organiser des débats entre les élèves et des personnalités locales, nationales ou internationales. Par ailleurs, de bonnes pratiques existent dans d'autres pays de l'Union, telles que l'initiative prise en Espagne par le bureau de représentation du Parlement européen, qui a mis au point un matériel pédagogique dans le cadre de l'opération *Euroscola* qui vise à sélectionner des classes pour participer à une session spéciale organisée au Parlement européen à Strasbourg.

Bien sûr, les obstacles ne manquent pas à une présence plus importante de l'Europe à l'école. On peut identifier au moins trois difficultés :

- la première est d'ordre financier : les opérations de jumelage et les sections européennes représentent un coût budgétaire important pour les établissements scolaires ;
- la deuxième concerne la formation des enseignants. La part de l'Europe dans les programmes des IUFM reste très modeste, tandis qu'il faudrait renforcer la formation continue dans un domaine qui évolue très rapidement ;
- la troisième difficulté concerne la surcharge des programmes scolaires. Ajouter un enseignement sur l'Europe supposerait de réduire d'autres enseignements. Cela n'aurait rien d'impossible, mais ne serait pas sans susciter certaines oppositions et de prévisibles corporatismes.

Un déficit d'image

Quelle image les Français ont-ils de l'Europe ? À en croire les enquêtes d'opinion, l'Europe bénéficie de la confiance d'une majorité de Français puisque 56 % d'entre eux jugent positive l'appartenance de notre pays à l'Union européenne ². Pour 84 % d'entre eux, le principal apport de

(1) L'action communautaire COMENIUS, qui fait partie du programme SOCRATES, vise à améliorer la qualité et à renforcer la dimension européenne dans l'enseignement primaire et secondaire, notamment en finançant des partenariats entre les écoles et les établissements scolaires ; COMENIUS met l'accent sur la coopération transnationale, sur l'évolution professionnelle du personnel, sur l'apprentissage des langues et la sensibilisation à des cultures différentes.

(2) *Source* : Eurobaromètre 62, « L'opinion publique dans l'Union européenne », automne 2004.

l'Europe reste la paix ; suivent les infrastructures (82 %), la place de la France dans le monde (76 %), l'éducation (72 %), la culture (70 %) et le développement économique (61 %).

Pourtant, à l'image d'une Europe comme union puissante ouvrant des perspectives économiques et politiques, s'oppose celle de l'Union européenne comme institution bureaucratique, lointaine et méconnue. En effet, le discours véhiculé est celui d'une Europe compliquée, lointaine, contraignante et menaçante.

« L'Europe, c'est compliqué »

Madeleine Albright, ancienne secrétaire d'État américain, avait coutume de déclarer, à propos des institutions européennes : « Pour les comprendre, il faut être soit génial, soit Français ».

Rien ne sert de le nier, le fonctionnement de l'Europe est complexe et bien moins familier que ne le sont les institutions de la République. Plusieurs raisons expliquent le fait que les Français éprouvent des difficultés à s'appropriier l'Europe : le modèle européen ne correspond pas aux repères nationaux, et sa complexité réserve les affaires européennes à une élite, ce qui donne le sentiment d'une construction européenne essentiellement technocratique.

Le « modèle » européen ne correspond pas aux repères nationaux

L'organisation institutionnelle de l'Union ne ressemble en rien à notre schéma national. La construction européenne n'est comparable, du point de vue juridique, à aucun des autres modèles étatiques ou supranationaux existants. En effet, l'Union européenne n'est ni un État souverain, ni une organisation internationale, comme l'ONU, ni une construction fédérale, comme les États-Unis. C'est une intégration « en devenir », difficilement identifiable pour le citoyen à la recherche de repères.

Il n'existe pas au Parlement européen une majorité et une opposition ; la Commission propose mais ne décide pas ; les ministres font la loi quand les députés européens n'ont pendant longtemps joué qu'un rôle consultatif. La séparation des pouvoirs de Montesquieu ne trouve pas sa place en Europe, tout simplement parce que l'Union européenne n'est pas un État. Elle est, pour reprendre l'expression utilisée par Jacques Delors, un « OPNI », c'est-à-dire un « objet politique non identifié ».

Le jargon de l'Europe est également déroutant pour le citoyen : la « PESC », la « JAI », les « piliers », le « triangle institutionnel », la « stratégie de Lisbonne », etc. : ces termes ont-ils un sens pour l'homme de la rue ? Est-il en mesure de distinguer les subtilités qui modifient les traités successifs de Rome, de Maastricht, d'Amsterdam et de Nice ? Comment lui expliquer que le projet de Traité européen est appelé Constitution, mais n'en est pas une ?

La complexité est également inhérente au gouvernement de l'Europe. L'Union est la résultante d'un système composé de vingt-cinq nations, parlant vingt langues et appartenant à deux civilisations essentiellement différentes : la culture anglo-saxonne et le monde latin. Par ailleurs, les États qui la composent sont de natures diverses : certains sont fortement décentralisés, tandis que d'autres, comme la France, demeurent plus centralisés.

Il n'existe pas non plus, au niveau de l'Europe, de dirigeants facilement identifiables pour les citoyens. La présidence de l'Union change tous les six mois et on ne trouve pas, à Bruxelles, de vie politique comme il en existe dans les capitales des États membres. Imaginerait-on des questions d'actualité au Parlement européen, à l'instar des questions au Gouvernement organisées chaque semaine à l'Assemblée nationale et au Sénat ? Connaît-on les présidents des partis européens que sont le PPE ou le PSE ? Combien de citoyens français pourraient-ils donner le nom du président du Parlement européen ? Il est clair que l'Europe ne s'incarne pas suffisamment auprès des citoyens. Les symboles que sont la journée de l'Europe (le 9 mai), l'hymne et la devise européens restent largement méconnus de l'opinion.

En définitive, la construction européenne reste l'affaire des élites, d'un cercle d'initiés. Le temps est désormais venu de conquérir l'adhésion des peuples.

Les affaires européennes sont réservées à une élite

Les enquêtes d'opinion sont sans appel : il existe une corrélation très nette entre le niveau d'adhésion à l'Europe et celui des études. Ce sont les couches favorisées de la population (CSP +) qui sont le mieux informées de la construction européenne tandis que les milieux populaires sont plus indifférents, voire méfiants à l'égard du projet européen. L'Europe reste l'affaire des spécialistes ; elle est confinée dans des cercles d'initiés.

L'Europe est ainsi laissée à « ceux qui savent ». Dans les médias, les journalistes chargés de suivre les affaires européennes se sont forgé, au fil des années, une compétence qui les rend bien difficilement remplaçables. De même, à l'Assemblée nationale et au Sénat, l'Europe s'aventure peu à l'extérieur des délégations pour l'Union européenne. Quant au Parlement européen, il faut au moins un mandat pour en maîtriser les règles du jeu et les subtilités de fonctionnement.

Cet élitisme des affaires européennes peut conduire à deux conséquences : le rejet ou l'indifférence. Pendant longtemps, l'indifférence a prévalu. Les Français ont fait confiance à leurs dirigeants pour mener à bien le projet européen. Mais le récent débat sur le référendum de ratification du Traité constitutionnel européen a aussi montré que l'indifférence pouvait basculer vers le rejet. L'ignorance nourrit les oppositions. Là est le véritable enjeu d'une politique d'information sur l'Europe qui permette au citoyen de peser ses choix en connaissance de cause.

L'Europe serait technocratique

Il y a moins de fonctionnaires à Bruxelles que d'employés à la ville de Paris. Pourtant, l'idée reçue est tenace d'une Europe technocratique. Or ce sont bien des responsables politiques – et uniquement eux – qui prennent les décisions au niveau de l'Union européenne : les chefs d'État ou de Gouvernement réunis lors des conseils européens, les députés européens élus au suffrage universel direct depuis 1979 et le Conseil des ministres, composé des représentants des gouvernements des États membres.

Quant à la Commission « de Bruxelles », elle est désignée par les membres du Conseil européen et ne peut prendre ses fonctions qu'une fois investie par le Parlement européen. Le prétendu déficit démocratique est bien davantage une impression qu'une réalité.

Deux raisons peuvent néanmoins expliquer ce sentiment. La première, c'est l'absence de responsables clairement identifiés. Le président de la Commission européenne paraît en effet intouchable pour le citoyen qui n'a pas de moyens de pression pour faire valoir la « France d'en bas » face à « l'Europe d'en haut ». Certes, des « euro-manifestations » existent (contre les licenciements de l'usine Renault de Vilvoorde en 1997, contre la guerre en Irak en 2003), mais elles font porter la pression avant tout sur les dirigeants nationaux.

La seconde raison, c'est la difficile transition d'une « Europe-marché » vers une Europe politique. En France, le « décrochage » en termes d'adhésion populaire à la cause européenne remonte au débat de ratification du traité de Maastricht en 1992. Depuis cette date, la classe politique est divisée sur l'Europe, bien plus qu'elle ne l'était du temps du général de Gaulle et de ses déclarations sur le « volapuk intégré ». Le passage d'un grand marché économique sans frontières à un projet politique nécessitant d'importants transferts de souveraineté, semble vécu sur le mode de la résignation plutôt que sur celui de la volonté. Les grands chantiers européens peinent à mobiliser les citoyens, à commencer par la « stratégie de Lisbonne » visant à faire de l'Europe l'économie la plus compétitive au monde d'ici à 2010, qui reste totalement inconnue du grand public.

« L'Europe, c'est loin »

En *Thalys*, Bruxelles n'est qu'à 1 h 25 de Paris. Mais dans les esprits, L'Europe reste lointaine. Encore trop souvent assimilées à des « affaires étrangères », les affaires européennes donnent d'elles une image abstraite et éloignée de la vie quotidienne des Français.

**Les affaires européennes restent considérées
comme des affaires étrangères**

Dans les structures gouvernementales

Chacun s'accorde à reconnaître que les affaires européennes ne sont plus des affaires étrangères. Cela devient une banalité que de l'affirmer.

Pourtant, les structures gouvernementales résistent : le ministre des Affaires européennes reste délégué auprès du ministre des Affaires étrangères. En réalité, il n'existe pas à proprement parler de ministère des Affaires européennes. En l'absence de services propres, le ministre délégué peut s'appuyer, autant que de besoin, sur les directions compétentes du Quai d'Orsay, principalement la Direction de la coopération européenne (DCE). Le niveau d'intégration européenne dans les affaires nationales est aujourd'hui tel qu'il implique avant tout une prise en compte, par chaque ministère, de la dimension européenne. Alors que plus des deux tiers de la législation nationale découlent directement ou indirectement du droit européen, il faut s'interroger sur la vocation du ministre des Affaires européennes.

Le débat sur le statut du ministre des Affaires européennes est récurrent depuis plusieurs années. Faut-il l'émanciper de la tutelle du ministre des Affaires étrangères ? Faut-il le rattacher au Premier ministre ? L'écart qui se creuse entre le souhaitable et le possible doit conduire à privilégier une approche avant tout pragmatique.

D'un point de vue théorique, il ne serait pas absurde de prôner la suppression de cette fonction, dès lors qu'il incombe à chacun des membres d'un gouvernement de prendre en compte la dimension européenne dans l'accomplissement de sa mission. En pratique, cette mesure ne serait pourtant ni réaliste, ni souhaitable quand il faut assurer, au sein du gouvernement, un double mouvement d'impulsion et de coordination des affaires européennes. Le ministre délégué aux Affaires européennes devrait être le ministre chef de file pour l'information et la communication sur l'Europe.

Au Parlement

Au Parlement également, les affaires européennes restent trop souvent traitées comme des affaires étrangères, au sens où elles ne sont pas suffisamment prises en compte dans le travail parlementaire des six commissions permanentes. La polémique qui s'est développée autour de « l'amendement Balladur » lors du débat parlementaire sur la révision de la Constitution préalable à la ratification du Traité constitutionnel européen a mis en lumière un certain retard dans les mentalités. La démocratisation du fonctionnement de l'Europe passe avant tout par le renforcement du rôle des parlements nationaux. Les députés et les sénateurs sont des élus visibles pour les citoyens, davantage que ne le sont les députés européens malgré la récente régionalisation du mode de scrutin.

Le mécanisme de contrôle du respect du principe de subsidiarité qu'envisageait le Traité constitutionnel européen représentait une avancée qui devait permettre de renouer le lien qui fait trop souvent défaut entre les élus de la nation et les institutions de l'Union. Quoi qu'il en soit désormais, après le vote du 29 mai, il faut aussi réfléchir à une adaptation plus ambitieuse des méthodes de travail parlementaire aux réalités européennes. Qu'est-ce qui justifie encore, en 2005, l'opposition à la transformation des Délégations pour l'Union européenne de l'Assemblée nationale et du Sénat en commissions permanentes ? Peut-on encore

raisonnablement soutenir que cela bouleverserait l'équilibre des institutions de la Cinquième République, entrées en vigueur un an seulement après la signature du traité de Rome ?

L'Europe, parlons-en !

Une semaine européenne organisée par le Sénat de Belgique

Du 6 au 10 décembre 2004, le Sénat de Belgique a organisé des journées portes ouvertes sur le thème de l'Europe. Pendant cinq jours, plusieurs centaines de personnes ont ainsi participé à des débats sur différents thèmes : Traité constitutionnel, politique sociale européenne, protection des droits fondamentaux, politique étrangère et de sécurité commune, etc.

Cette initiative avait pour objectif d'informer les citoyens des enjeux de la construction européenne, et plus particulièrement du Traité constitutionnel et de l'élargissement.

Dans les médias

La problématique est similaire dans les médias. S'agissant de la presse écrite, faut-il traiter des affaires européennes dans des pages séparées ou bien diffuser l'Europe dans l'ensemble d'un journal ? Probablement les deux. Il est en effet une actualité spécifiquement européenne, liée aux activités des institutions de Bruxelles. C'est le rôle des journalistes accrédités auprès de la Commission – encore trop peu nombreux s'agissant des Français en comparaison des autres nationalités, notamment les Allemands – que de rendre compte des politiques élaborées par les institutions européennes, comme c'est le cas au niveau national pour les projets de loi présentés par le Gouvernement. Mais le traitement médiatique des affaires européennes suppose aussi, au risque d'être incomplet, d'informer son lecteur de la dimension européenne propre à chaque sujet. Le choix du *Nouvel Observateur* de titrer une rubrique « France – Europe » depuis une dizaine d'années s'inscrit dans cette démarche, même si l'on peut regretter le contenu trop souvent franco-français des articles publiés.

À la télévision, l'émission *France Europe Express* a également pris le parti de montrer au téléspectateur les implications européennes des débats nationaux. L'émission est de moins en moins consacrée à des thématiques exclusivement européennes (la réforme des institutions, la politique étrangère européenne, etc.) pour lesquelles l'audience n'était pas toujours au rendez-vous. En revanche, les débats sur la réduction du temps de travail, le logement social ou l'éducation sont illustrés par des exemples

choisis dans d'autres pays de l'Union et font régulièrement intervenir des dirigeants politiques européens. Telle est probablement la voie la plus adaptée pour démentir cette idée reçue selon laquelle la construction européenne serait abstraite et éloignée des préoccupations quotidiennes des citoyens.

La construction européenne est abstraite et éloignée de la vie quotidienne

Comment rendre l'Europe concrète ? C'est le principal défi lancé aux politiques d'information sur l'Europe. Trop longtemps, le débat public sur l'Europe s'est focalisé sur les questions institutionnelles, théoriques et particulièrement rébarbatives pour l'homme de la rue. La prise de conscience paraît enfin établie qu'il est nécessaire de communiquer sur les « réalisations concrètes » de la construction européenne : utilisation des fonds structurels pour la construction d'infrastructures, préservation de l'environnement, mobilité au sein d'un espace sans frontières, protection des consommateurs, etc.

Conscient de cette nécessité, le SGCI réalise depuis quelques mois des fiches thématiques très pédagogiques sur l'impact de la construction européenne sur la vie quotidienne des Français. Mais la diffusion de ces fiches, sur le site Internet www.europe.gouv.fr, demeure confidentielle, et nombreux restent ceux qui ne retiennent de l'Europe concrète que les seules contraintes qu'elle impose, loin devant les protections qu'elle garantit. Dans une société qui privilégie la médiatisation du conflit, il est difficile de communiquer sur des réalisations consensuelles, lesquelles passent ainsi trop souvent inaperçues.

« L'Europe, c'est une contrainte »

« L'Europe contraint », « l'Europe empêche » : c'est devenu le leitmotiv du discours politique et du traitement médiatique des affaires européennes. Combien de fois les journaux ont-ils titré « Bruxelles impose », « Bruxelles sanctionne », « La France condamnée » ? Combien de fois des élus de tous bords ont-ils rejeté leurs responsabilités sur Bruxelles ? Les exemples ne manquent pas, ce qui a pour effet de donner le sentiment aux Français que Paris défie Bruxelles en permanence. La France est d'ailleurs, avec l'Italie, le pays le plus souvent condamné par la Cour de justice de Luxembourg.

Pacte de stabilité et de croissance, réglementation sur la chasse, « affaire » Alstom, baisse du taux de TVA dans la restauration : il ne faut pas sous-estimer l'effet dévastateur de ce bras de fer permanent sur l'opinion publique.

À cela, il faut ajouter les mauvaises performances de notre pays en matière de transposition des directives. La France est en effet régulièrement montrée du doigt pour le retard qu'elle accuse dans ce domaine. Les autorités françaises ont mis plus de vingt ans à transposer,

sous astreinte, les directives « chasse » qu'elles avaient pourtant elles-mêmes initiées lorsqu'elles occupaient la présidence du Conseil européen.

Outre les retards de transposition, on observe parfois un dévoiement du texte initial. L'exemple des marchés de plein air, qui a fait couler beaucoup d'encre, est à cet égard très explicite. La directive européenne de 1993 relative à l'hygiène des denrées alimentaires n'a en effet jamais établi des normes aussi strictes que celles imposées par l'administration française dans son arrêté de transposition du 9 mai 1995. C'est ainsi que cette directive, votée à l'unanimité par les États membres, dont la France, prévoyait simplement que « les denrées doivent être conservées à une température qui n'entraîne pas de risque pour la santé ». En revanche, la réglementation française s'est montrée beaucoup plus rigoureuse, alors que rien ne l'y obligeait, puisque les autorités espagnoles ou italiennes, par exemple, ont été sensiblement moins sévères. Cette rigueur est trop souvent utilisée par les autorités françaises sous le fallacieux prétexte d'une demande de Bruxelles. Et les exemples allant dans le même sens sont multiples : aires de jeux, huile d'olive, etc.

Il en résulte ainsi, dans l'opinion publique, le sentiment que l'Europe se mêle de tout et qu'un grand nombre de particularismes régionaux risquent de disparaître.

« L'Europe, c'est une menace »

L'Europe, ce n'est pas la France en plus grand ; c'est la recherche de l'unité dans le respect des diversités. Il n'est pas question d'imposer notre modèle à tous les Européens, de même que l'Europe n'a pas à remettre en cause les traditions propres à chaque État membre. Or nombreux sont les Français qui craignent que l'identité nationale ne se trouve altérée par une construction européenne signant la fin de l'État providence.

Il est vrai que l'Union européenne a transformé notre économie, en ouvrant à la concurrence des secteurs jusqu'alors protégés. Mais cette libéralisation n'a pas été imposée par Bruxelles ; elle s'est faite en plein accord avec les gouvernements successifs. Jamais d'ailleurs depuis cinquante ans, une directive, un règlement ou une décision n'ont été pris sans l'accord de la France, même s'il est bien entendu que des concessions ont dû être faites lors de telle ou telle négociation. La construction européenne relève du compromis permanent.

Il est des paradoxes et des malentendus décidément bien tenaces que le déficit d'information n'a jusqu'à présent pas permis de dissiper. Le débat autour du référendum sur le Traité constitutionnel a fait la part belle à l'émotionnel et à l'irrationnel. Ainsi, l'Europe menacerait nos services publics parce qu'ils prennent l'appellation de « services d'intérêt économique général ». La laïcité serait en péril et le modèle social français mis à mal par le dumping social et fiscal pratiqué par nos partenaires. Dans l'Europe nouvellement élargie, l'influence de la France se trouverait

diluée dans un vaste ensemble où les décisions se prendront désormais sans nous. Qu'il serait loin, le temps des pays fondateurs !

Et pourtant, c'est tout le contraire qu'il faut expliquer, en faisant œuvre de pédagogie. La construction européenne est un bouclier qui nous protège en maîtrisant la mondialisation. Le thème de la sécurité figure au premier rang des attentes des citoyens. Justement, l'Europe décline cette thématique dans toutes ses dimensions : sécurité contre le terrorisme international, sécurité alimentaire, sécurité dans les transports. Dans le domaine monétaire, l'euro est aussi incontestablement une garantie contre les dévaluations du passé. Or les Français ne retiennent de la monnaie unique que la hausse des prix, ce qu'on ne saurait leur reprocher.

De même, les agriculteurs manifestent régulièrement leur mécontentement contre l'Europe, alors que la politique agricole commune protège l'agriculture française des aléas du marché. Malgré cela, un sondage publié en mars 2005 indiquait que 69 % d'entre eux étaient hostiles au projet de Traité constitutionnel européen ¹.

En conséquence, puisqu'il est compliqué de souligner ce que la France et les Français ont gagné de l'Europe, peut-être faudrait-il s'interroger sur ce que serait le visage d'une France sans Europe...

Quelques bénéfices tirés de l'appartenance française à l'Union européenne

- Politique sociale : 7 milliards d'euros attribués à la France entre 2000 et 2006
- Développement régional : 12,6 milliards d'euros entre 2000 et 2006
- Environnement : Natura 2000 a permis le financement à hauteur de 17,42 millions d'euros du plan de sauvegarde de la baie du Mont Saint-Michel
- Agriculture et pêche : en 2004, 35 % du budget agricole français dépend du financement de l'Union, soit 9,5 milliards d'euros

Source : Bureau de représentation en France de la Commission européenne

(1) *Source* : sondage IPSOS du 22 mars 2005.

L'enjeu

Changer d'échelle et promouvoir une information de masse

La construction européenne ne peut plus se poursuivre sans l'adhésion des citoyens au projet européen

Une situation comparable dans les vingt-cinq pays de l'Union

Des taux d'abstention croissants aux élections européennes

L'analyse des taux de participation aux élections européennes dans les différents pays membres montre que la situation en France est loin de constituer une exception. Elle met en évidence un paradoxe : alors que les pouvoirs du Parlement européen n'ont cessé d'augmenter, l'abstention progresse inexorablement. Depuis sa première élection au suffrage universel direct, le taux de participation est passé de 63 % en 1979 à 61 % en 1984, 58,5 % en 1989, 56,8 % en 1994, 49,8 % en 1999 et 45,7 % en 2004 ¹. Or les comparaisons entre les taux de participation enregistrés aux élections nationales et aux élections européennes montrent que la faible mobilisation observée notamment en mai 2004 ne s'explique pas par une baisse continue de la participation dans les États membres.

De la même manière, les taux d'abstention atteignent des sommets lors des consultations référendaires. Si l'on excepte les cas de la Lettonie, de l'Estonie, de la Lituanie et de Malte (avec respectivement 72,53 %, 63 %, 63,3 % et 91 % de participation) ², les taux de participation aux référendums de 2003 sur l'adhésion à l'Union européenne sont

(1) Eurobaromètre Flash 162, « Enquête Post Élections européennes », terrain : juin 2004, publication : juillet 2004.

(2) *Source* : Agence France-Presse.

relativement modestes : 55,21 % pour la République tchèque¹, 58,82 % pour la Pologne², 52,1 % pour la Slovaquie, 45,6 % pour la Hongrie et 55,37 % pour la Slovénie³. Le référendum espagnol sur la Constitution européenne du 20 février 2005 ne fait pas exception à la règle : 42,32 % seulement des électeurs se sont rendus aux urnes⁴, soit le chiffre le plus bas de l'histoire de l'Espagne démocratique et le deuxième plus faible résultat de l'ensemble des référendums organisés au sein de l'Union européenne, la participation la plus basse -35,4 % – ayant été enregistrée le 7 juin 2001 en Irlande lors de la première consultation sur la ratification du traité de Nice⁵.

Le cas spécifique des référendums ne permet pas, cependant, de tirer la conclusion d'une baisse tendancielle de la participation électorale des citoyens sur les questions européennes – si on relevait 39,76 % d'abstention, en France, lors de la consultation du 23 avril 1972 sur le premier élargissement des Communautés, ce chiffre ne dépassait pas les 30,30 % des inscrits lors du référendum sur la ratification du traité de Maastricht vingt ans plus tard. Ce chiffre est quasiment identique à celui observé le 29 mai 2005, avec 30,66 % d'abstention. En outre, le cas de la France engage indubitablement à relativiser la faiblesse de la participation électorale pour les référendums concernant l'Europe, dans la mesure une abstention très forte se manifeste également lors des autres consultations (63,11 % et 69,8 % en 1988 et en 2000 pour les référendums sur l'autodétermination en Nouvelle-Calédonie et sur le quinquennat)⁶.

D'ailleurs, si elle s'explique par une certaine indifférence par rapport à la chose publique, la faiblesse de la participation électorale, en France comme dans les autres pays de l'Union, ne traduit pas, loin s'en faut, un désintérêt pour le vote, comme en témoigne le succès des émissions de télé-réalité pour lesquelles les jeunes n'hésitent pas à recourir au vote payant par « sms » !

Un niveau d'information décroissant sur les affaires européennes

En France comme dans les vingt-quatre autres États membres, les sondages mettent en lumière un profond sentiment de manque d'information sur les questions européennes, sentiment qui se manifeste avec acuité au moment des consultations référendaires. Au lendemain de l'élargissement, par exemple, les enquêtes réalisées auprès des citoyens français montrent l'absence d'une hausse significative du sentiment d'information, malgré l'organisation de campagnes de communication. De même, à l'automne 2004, 11 % seulement des citoyens de l'Union déclaraient

(1) *Source* : Fondation Robert Schuman.

(2) *Source* : Commission électorale nationale polonaise.

(3) *Source* : Agence France Presse.

(4) *Source* : ministère de l'Intérieur espagnol.

(5) *Source* : Fondation Robert Schuman.

(6) *Source* : Conseil Constitutionnel.

connaître globalement le contenu de la Constitution, 56 % estimant connaître peu de choses et 33 % ne jamais en avoir entendu parler ¹.

De manière plus générale et indépendamment des campagnes ponctuelles, les sondages révèlent de nombreuses lacunes et idées reçues sur l'Europe. C'est notamment le cas pour ce qui concerne les dépenses de l'Union, mais également les symboles, l'hymne, la journée de l'Europe etc., et les institutions européennes.

Dans ce contexte, les attentes des Français en matière d'information sur l'Europe rejoignent celles des autres citoyens de l'Union. Au printemps 2004, plus de quatre Européens sur cinq se prononcent en faveur d'un apprentissage à l'école du fonctionnement des institutions de l'Union (85 % en France) ². En outre, le traitement de l'Union européenne dans les médias, s'il est ressenti comme plutôt objectif, leur semble insuffisant. À l'instar de leurs homologues européens, les citoyens français estiment en effet que les médias parlent trop peu de l'Union. À cet égard, les médias traditionnels sont à leurs yeux les supports les plus susceptibles d'être utilisés par le public, et la télévision, les journaux quotidiens et la radio sont largement plébiscités.

Des relais d'information trop nombreux, qui n'atteignent pas leurs objectifs

La dispersion des relais d'information sur l'Europe

Le réseau coordonné par la Commission européenne

Depuis le 1^{er} mai 2005, la Commission européenne a restructuré son réseau de centres locaux d'information sous le label « Europe Direct ». Ce dispositif, similaire dans les vingt-cinq pays de l'Union constituera désormais un « guichet unique » pour les citoyens, et remplace les « Info-Points Europe ³ » et les « Carrefours ruraux » qui mettaient traditionnellement à la disposition du public des données sur des sujets relatifs à l'ancienne Europe des quinze.

Suite à l'appel à propositions lancé en octobre 2004, le réseau « Europe Direct » français est composé de 39 relais ⁴ répartis sur l'ensemble du territoire de France métropolitaine ⁵.

(1) Eurobaromètre 62, automne 2004, Premiers résultats.

(2) Eurobaromètre 61, printemps 2004.

(3) Antérieurement à cette restructuration, les Info-Points Europe (IPE) avaient une vocation généraliste au service du grand public. Les Carrefours ruraux, quant à eux, étaient plus particulièrement destinés aux citoyens et à toutes les composantes de la société rurale, autorités locales et régionales, opérateurs économiques, secteur associatif et organismes d'intérêt public.

(4) Cf. également www.info-europe pour la liste exhaustive des lieux d'information sur l'Europe.

(5) Aucun dossier émanant des départements d'outre-mer n'a été présenté.

Par ailleurs, des Centres de documentation européenne (CDE) s'adressent prioritairement aux enseignants, chercheurs et étudiants. Enfin, la Commission a développé depuis 1987 le réseau de « Euro Info Centres » (EIC) dans le but d'améliorer l'accès des PME à l'information et au conseil sur le Marché unique, ainsi qu'aux aides financées par l'Union européenne.

Le réseau coordonné par les pouvoirs publics français

Le réseau piloté par les pouvoirs publics français se coule pour partie dans le moule des structures administratives territoriales. Dans le cadre de la politique régionale de l'Union européenne, en effet, les préfetures de région et les conseils régionaux sont les interlocuteurs privilégiés des porteurs de projets locaux, avec notamment le Secrétariat général pour les affaires régionales (SGAR), qui coordonne la mise en œuvre, en liaison avec le conseil régional, des aides régionales de l'Union européenne. Parallèlement à l'action des préfetures de région et conseils régionaux, et créés à l'initiative du ministre délégué aux Affaires européennes avec l'appui de la Commission, les guichets d'information sur l'Europe (Guid'Europe) ont pour mission d'informer le grand public au niveau départemental.

Quelles perspectives ?

Cet ensemble de relais d'information, constitué de strates successives ajoutées au fil des décennies, se caractérise par une très grande dispersion doublée d'un manque de visibilité. C'est une des raisons pour lesquelles la Commission a décidé de restructurer son réseau par la création d'« Europe Direct ». Les crédits alloués dans le cadre de cette nouvelle stratégie (1 224 000 euros pour la France en 2005) sont attribués sous la forme de subventions de fonctionnement aux structures hébergeant les relais d'information. En France, cette refonte du système a provoqué un traumatisme du fait du non-renouvellement de certains partenariats.

Ce traumatisme est d'autant plus problématique que la question de la nature de Sources d'Europe laisse également planer une incertitude préjudiciable à la plénitude du fonctionnement des structures de communication et d'information sur l'Europe. Fondé en 1992 par le Gouvernement français et la Commission européenne, le centre d'information Sources d'Europe, situé à l'arche de la Défense, constituait le niveau national du dispositif d'information sur l'Europe jusqu'au printemps 2004. Il avait pour principale mission de contribuer à une meilleure connaissance et compréhension de l'Union européenne par le grand public et d'assurer l'animation et la fourniture de documentation à l'ensemble du réseau décentralisé d'information sur l'Europe en cours de constitution en France.

Très ambitieux à l'origine, les objectifs du centre d'information ont cependant beaucoup évolué. Diminution des financements alloués paritairement par la Commission européenne et par le Gouvernement, déménagement dans des locaux mieux situés en contrepartie d'une perte considérable de superficie, réduction de l'équipe et abandon de la mission d'accueil du public : la question de l'avenir de Sources d'Europe se pose désormais avec acuité. Il semble en effet que la Commission soit, le cas échéant, disposée à réexaminer la nature de son engagement dans le GIE.

Le Gouvernement pourrait alors avoir les coudées franches pour utiliser pleinement le potentiel que représente le centre d'information en tant que rouage essentiel de sa stratégie d'information sur l'Europe.

Une information destinée à un public déjà convaincu

Le foisonnement des réseaux d'information sur l'Europe, qu'ils soient de nature associative, pilotés par les autorités françaises ou par la Commission européenne, ne doit pas occulter leur principal point faible, qui réside avant tout dans leur confidentialité. La plupart d'entre eux ne touchent en effet qu'un public très restreint. Cette élite déjà sensibilisée et toute gagnée à la cause européenne se mobilise donc autour de thèmes de discussion le plus souvent institutionnels, abstraits et pointus.

Dans ces conditions, les limites des débats publics sur l'Europe sont patentes. Manifestations organisées principalement en semaine, ils attirent en majorité des inactifs, des retraités, et se réduisent généralement à une discussion stérile entre partisans et opposants à l'Europe, sur un mode solennel et finalement relativement inefficace, puisque cinquante ans après la création des Communautés européennes, les clivages n'ont finalement pas véritablement évolué.

À cet égard, il faut néanmoins reconnaître qu'une certaine prise de conscience se fait jour à l'heure actuelle de la nécessité d'un renouvellement du public de ces relais et réseaux. Des associations, à l'image du collectif EuropaNova, optent pour des conférences-débats plus dynamiques et interactives au cours desquelles le public interpelle directement l'intervenant, sans que celui-ci ne soit passé préalablement par l'étape traditionnelle de l'exposé liminaire.

Une urgence : incarner l'Europe auprès du grand public

Jusqu'à présent, les campagnes d'information et de communication sur l'Europe ont échoué dans leur volonté d'atteindre le grand public, à savoir la masse immense de ceux qui ne sont ni des militants, ni des sympathisants de l'Europe. Si de nombreuses campagnes ponctuelles ont été menées, parfois dans l'urgence, pour informer les Français sur telle ou telle échéance européenne, les dispositifs d'information n'ont à ce jour jamais été inscrits dans la durée. En 1997, le « Dialogue national sur l'Europe » lancé par Michel Barnier, alors ministre délégué chargé des Affaires européennes, a été interrompu du fait de la dissolution de l'Assemblée nationale. De même, les débats lancés en 2001 sur l'avenir de l'Union ont été classés sans suite. Il est donc nécessaire d'établir une stratégie afin de pérenniser la politique d'information des Français sur l'Europe et d'être en mesure de toucher le plus grand nombre.

Une méthode pour pérenniser la politique d'information des Français sur l'Europe

Définir, au niveau de l'Union européenne, une stratégie d'information et de communication sur l'Europe

Une politique pérenne d'information sur l'Europe devrait répondre à trois principes : l'impulsion, la participation et la diffusion.

La politique d'information sur l'Europe doit-elle venir des institutions européennes ? Du Gouvernement ? Des deux ? À en croire une enquête Eurobaromètre ¹, le Gouvernement (22 %) mais aussi les institutions de l'Union (26 % pour la Commission et le Parlement européen confondus) recueillent les niveaux de confiance les plus élevés lorsqu'il s'agit d'informer les citoyens sur l'Europe.

Jusqu'à une période récente, la communication n'a pourtant pas été un objectif stratégique et prioritaire des institutions européennes, même s'il est vrai que dès sa création, la Haute autorité de la Communauté européenne du charbon et de l'acier (CECA) disposait d'un service d'information.

Au début des années 1990, un groupe d'experts de la Commission européenne s'est penché sur la politique d'information de la Commission, alors que le non danois au référendum de Maastricht, et le oui *in extremis* en France venaient de semer le trouble à Bruxelles. Les conclusions du groupe étaient claires : « L'opinion publique n'a pas besoin de plus d'informations [...], elle dispose probablement de trop d'informations. [...] Ce dont les gens ont besoin [...], c'est de davantage de communication : des messages stimulants, excitants, motivants et qui les touchent ; des stimuli qui modifient leur attitude. »

Là réside en effet toute la différence entre l'information et la communication. Le citoyen qui souhaite s'informer sur les activités de l'Union européenne n'a aucun mal à le faire : il peut trouver en ligne l'intégralité des documents législatifs des institutions, des études thématiques sur à peu près tous les sujets et des communiqués de presse par dizaine tous les jours ². L'Union européenne fonctionne selon des règles de transparence qui garantissent en effet un très large accès aux documents.

Si l'information existe, c'est donc bien la stratégie de communication de cette information qui fait défaut. « Le Parlement européen ne souffre pas d'un déficit de pouvoir mais de communication », déclarait d'ailleurs Nicole Fontaine lorsqu'elle présidait le Parlement européen.

Au niveau des institutions de l'Union européenne (essentiellement la Commission et, dans une moindre mesure le Parlement européen) la communication est indispensable pour que les citoyens européens puissent établir une relation directe avec les institutions de

(1) Eurobaromètre, juillet 2004.

(2) Cf. portail Internet de l'Union européenne : www.europa.eu.int

l'Union. C'est à cette condition qu'ils apprendront à connaître l'Europe, et qu'ils cesseront de raisonner en termes exclusivement nationaux. C'est également à cette condition que l'on pourra faire émerger de véritables débats européens, qui font aujourd'hui largement défaut. Mais il est vrai que cette communication doit être relayée par les États membres pour être adaptée aux spécificités nationales. Surtout, il importe que les gouvernements résistent à la tentation trop fréquente de faire de l'Union le bouc émissaire du mécontentement populaire, lorsque des sacrifices sont demandés à la nation.

Au niveau de l'Union, l'initiative intergouvernementale « *communicating Europe* », lancée en 2004 par la présidence irlandaise du Conseil puis reprise à son compte par la présidence néerlandaise, a mis en évidence la nécessité d'une communication axée sur les valeurs communes, la promotion d'une identité européenne complémentaire des identités nationales, la mise en œuvre d'efforts de communication dans un cadre national et le recours privilégié aux médias télévisuels ¹. Toutefois, aucune mesure concrète n'est à ce stade ressortie de cette initiative, si ce n'est la prise de conscience que la communication sur l'Europe est avant tout de la responsabilité des autorités nationales.

Les rapports récurrents du Parlement européen

Le Parlement européen a adopté de multiples résolutions sur la stratégie d'information et de communication de l'Union européenne, la dernière en date étant celle du 12 mai 2005. Les eurodéputés ont approuvé le rapport de l'Espagnol Luis Francisco Herrero-Tejedor Algar. Partant du constat que la stratégie d'information et de communication n'a pas atteint ses objectifs, le Parlement européen préconise un certain nombre de mesures concrètes à mettre en œuvre au niveau des institutions de l'Union, et souligne la nécessité d'une meilleure coopération avec la Commission européenne.

L'annonce d'un Livre blanc de la Commission sur la stratégie d'information et de communication

La Commission européenne rendra très prochainement public un Livre blanc sur sa stratégie d'information et de communication, dont l'objectif vise à rétablir un lien aujourd'hui défaillant entre l'Europe et les citoyens. Indice de l'importance qu'attache la Commission à cette question, le dossier a été confié à la première vice-présidente, la Suédoise Margot Wallstrom. Cette nouvelle stratégie devrait s'articuler autour de

(1) Les conclusions adoptées par le Conseil européen de novembre 2004 encouragent les futures présidences à poursuivre la réflexion sur la stratégie de communication sur l'Europe, « y compris en étudiant les possibilités d'organiser des débats télévisés publics sur les questions européennes préalablement aux réunions du Conseil européen. Les citoyens d'Europe partagent des valeurs essentielles et il incombe aux responsables politiques, aussi bien sur le plan national qu'au niveau européen, de faire connaître la valeur du projet européen et d'associer les Européens au processus de prise de décision, par le biais de débats publics et en encourageant une citoyenneté active ».

Le Parlement européen préconise de changer d'approche, en délivrant des informations personnalisées via un système d'information décentralisé. Les députés européens se disent convaincus que la politique d'information ne sera véritablement efficace que lorsque la connaissance de l'Union et de ses institutions sera intégrée dans les programmes scolaires des États membres, et que les universités auront pris des initiatives pour promouvoir les valeurs européennes. Ils soulignent également la nécessité de faire des efforts en vue d'impliquer plus étroitement les médias régionaux et locaux dans l'information et la politique de communication.

Pour promouvoir « l'idéal européen », le Parlement suggère un programme de célébrations diverses qui permettrait de promouvoir l'idée et les valeurs de l'Europe : il pourrait s'agir de séries télévisées, de concours, de films ou de reportage, à la fois attractifs, de haute qualité et adaptés aux goûts du public ; des accords pourraient ainsi être conclus avec les producteurs audiovisuels conformément au Règlement financier.

Le Parlement se dit également favorable à l'idée de concevoir des visites virtuelles modernes et attrayantes de tous les événements institutionnels importants de l'Union, au développement d'« Europe Direct », d'un Eurobaromètre plus complet et rigoureux, de centres d'excellence pour la communication ou de toute autre initiative susceptible de favoriser l'idée de l'Europe (parmi celles-ci, le Parlement suggère des « concours d'idées » sur la meilleure manière de « faire passer le message sur l'Europe »).

Le travail des journalistes doit également être favorisé et amélioré : en conséquence, le Parlement demande que les institutions améliorent leurs communiqués de presse et que l'on poursuive l'expérience des Infopoints pour lesquels des moyens budgétaires devraient être dégagés. Il faut également favoriser le développement d'EUROPA et mettre en place une seconde chaîne européenne télévisuelle (*Europe by Satellite*). Dans le même ordre d'idée, le Parlement prend acte de l'idée de lancer une télévision publique parlementaire. Cette chaîne, qui devrait être indépendante, contribuerait sensiblement au développement d'un espace public européen et favoriserait, en outre, une meilleure synergie entre les infrastructures audiovisuelles existantes dispersées actuellement entre les différentes institutions.

En ce qui concerne les autres points de la résolution, le Parlement estime qu'il est essentiel de renforcer la coopération interinstitutionnelle en matière de politique d'information et de communication de l'Union. Un débat annuel sur la question serait par ailleurs indispensable. Des propositions devraient également être prises pour qu'aucune initiative culturelle d'importance ne puisse être envisagée sans une couverture budgétaire *ad hoc*.

trois principes directeurs : écouter, expliquer, populariser. Ceci rend indispensable de professionnaliser la politique de communication sur l'Europe, et d'utiliser un vocabulaire plus clair et plus simple que l'« eurojargon » employé par les fonctionnaires de Bruxelles.

La Commission européenne devrait favoriser une approche partenariale avec les différents acteurs compétents en matière d'information sur l'Europe, à commencer par les gouvernements des États membres. Mais les liens doivent également se renforcer avec les parlements nationaux, les organisations de la société civile et les médias.

L'impulsion doit en effet provenir des gouvernements, pour qu'ils s'approprient la matière européenne, alors que les bureaux de représentation de la Commission doivent naturellement jouer le rôle de relais entre l'Union européenne et les instances nationales, et être les interlocuteurs privilégiés des journalistes pour leur décrypter l'information lorsque l'Europe fait la une de l'actualité. L'accumulation de contrevérités écrites sur la directive « services » au plus fort de la polémique qui s'est développée en France souligne l'enjeu qu'il y a pour la Commission européenne à diffuser une information claire et facilement utilisable. L'accent doit plus que jamais être mis sur la réactivité de l'information.

Le succès de la future stratégie rend ainsi nécessaire une réflexion approfondie sur le rôle des bureaux de représentation de la Commission dans les différents États membres, c'est-à-dire sur leur raison d'être et sur leurs moyens d'action. On peut aisément identifier trois priorités :

- les relations avec les pouvoirs publics, dans le cadre de partenariats stratégiques, conclus au niveau national et déclinés aux échelons régional et local ;
- les relations avec la presse ;
- l'animation du nouveau réseau « Europe Direct ».

Sources d'Europe devrait également jouer, selon des modalités à redéfinir, un rôle de premier plan. Actuellement géré et financé paritairement par la Commission européenne et le Gouvernement, le GIE n'a pas les moyens de ses ambitions : impulser et animer un réseau national d'information sur l'Europe. Son budget est en effet contraint par un accord entre ses deux autorités de tutelle, le niveau de contribution financière d'une des deux parties ayant ainsi pour effet automatique de plafonner celle du partenaire.

Le temps semble venu de considérer l'opportunité de placer Sources d'Europe sous la responsabilité du seul Gouvernement français, tout en pérennisant le financement actuel de la Commission. Dans le cadre de la restructuration de son réseau « Europe Direct », la Commission pourrait en effet cofinancer des projets soutenus par les pouvoirs publics.

En tant que source de production et de diffusion d'information sur l'Europe, il y aurait une logique à placer Sources d'Europe sous l'autorité directe du ministre délégué aux Affaires européennes, ce qui conduirait ainsi à transformer l'actuel GIE en un service ministériel.

Favoriser la participation de tous les acteurs

Pour toucher le grand public, la communication sur l'Europe doit associer de façon permanente les différents acteurs et relais de la société civile : syndicats, associations, fédérations professionnelles, partis politiques, etc. À l'instar de ce qui a été réalisé lors de la campagne d'information sur le passage à l'euro, avec la création d'un Comité national de l'euro, il serait utile d'instaurer une structure de dialogue permanent sur les affaires européennes. Il est en effet urgent de mobiliser les forces vives de la nation autour du projet européen.

Des bonnes pratiques existent déjà à l'instar du « Comité du dialogue social pour les questions européennes et internationales » (CDSEI) créé en 1998¹ et composé des représentants des syndicats de salariés et d'employeurs². Placé auprès du ministère de l'Emploi et de la Solidarité, ce comité a pour mission d'informer et de consulter les partenaires sociaux sur les travaux en cours au niveau européen dans les domaines du travail, de l'emploi, de la formation professionnelle et des affaires sociales ; il est également chargé de consulter les partenaires sociaux sur les projets de grandes orientations de politiques économiques (GOPE) adoptés par les gouvernements de l'Union.

Une autre instance de concertation, celle-ci plus informelle, est le « Groupe permanent de suivi des questions européennes », créé en juillet 2004 à l'initiative de Jean-François Lamour, ministre de la Jeunesse, des Sports et de la Vie associative. Ce groupe est composé de la conférence permanente des confédérations associatives (CPCA), qui réunit toutes les grandes coordinations associatives et des employeurs associatifs, de la Fonda (association pour la promotion de la vie associative) et du CEDAG (comité européen des associations d'intérêt général). L'administration y est représentée par le ministère de la Jeunesse, des Sports et de la Vie associative, le SGCI et les ministères concernés par les problématiques évoquées ; son secrétariat est assuré par la Délégation interministérielle à l'économie sociale.

Ce groupe permanent de suivi des questions européennes débat régulièrement des sujets inscrits à l'agenda des institutions de l'Union européenne. Cette démarche participative devrait être prolongée sous la forme d'un dialogue permanent sur les affaires européennes dans le cadre des attributions du ministre délégué aux Affaires européennes. Sources d'Europe pourrait aussi être le lieu de ce dialogue et contribuer à la réflexion des pouvoirs publics sur l'avenir de l'Europe et le rôle de la France au sein de l'Union.

(1) Le CDSEI a succédé au comité pour les politiques communautaires concernant le travail, l'emploi et la formation professionnelle mis en place en 1991.

(2) Les syndicats représentés au CDSEI sont la CGT, la CFDT, FO, la CFTC, CFE-CGC, CNMCCA, CCMSA, UPA, le MEDEF, la CEEP, la FNSEA, la CGPME et l'UNAPL.

Amplifier la diffusion de l'information

L'information sur l'Europe devrait être diffusée de façon beaucoup plus large que ce n'est le cas *actuellement*. Pour toucher la masse des « euro indifférents », il est nécessaire de changer d'approche et d'aller à la rencontre d'un public qui ne va pas chercher l'information par lui-même.

L'initiative prise par le CIDEM de « caravanes pour l'Europe » lors de la campagne d'information sur l'élargissement puis, plus récemment, à l'occasion du référendum sur la Constitution européenne s'inscrit dans cette démarche. Pour éviter de ne s'adresser qu'aux « euro convaincus », l'information sur l'Europe doit être adaptée aux publics spécifiques. Le message délivré n'est pas le même selon les catégories socioprofessionnelles ou selon la situation géographique. Une information n'est utile que dans la mesure où elle apporte des réponses aux questions que se posent les gens. À cet effet, tous les relais doivent être mobilisés. Le département est probablement l'échelon territorial le plus pertinent, et les préfets pourraient mener une action efficace tandis que les services déconcentrés des ministères pourraient également être mis au service de l'information sur l'Europe.

Quand l'Europe intéresse les Français...

L'engouement qu'ont manifesté les Français lors de la campagne référendaire sur le Traité constitutionnel européen a fait mentir les idées reçues les plus tenaces sur le prétendu manque d'intérêt pour les questions européennes. Les nombreux ouvrages de présentation et d'analyse du Traité constitutionnel se sont hissés en tête des palmarès des meilleures ventes, à des niveaux jusqu'alors inégalés. 140 000 exemplaires vendus pour *La Constitution européenne : voter en connaissance de cause* de Philippe Moreau Defarges et près de 150 000 exemplaires pour *La Constitution européenne*, d'Olivier Duhamel. Le texte brut, sans commentaire, s'est quant à lui vendu à près de 80 000 exemplaires. Et les exemples similaires sont nombreux.

Autre indication de cet intérêt, l'audience particulièrement forte qu'ont enregistré les émissions télévisées, spéciales ou régulières, consacrées au référendum. Les interventions du chef de l'État ont rassemblé 7,4 millions de téléspectateurs le 14 avril sur TF1 et 6,5 millions le 3 mai sur France 2.

Un sondage IFOP publié le 20 mai dans le quotidien *La Croix* souligne que le débat sur le Traité constitutionnel a passionné les Français. 82 % des personnes interrogées ont, selon l'enquête, parlé du référendum à leurs proches ou sur leur lieu de travail, au cours de la première semaine de mai. Hormis le lundi de Pentecôte travaillé qui a mobilisé un peu plus les débats (84 % des sondés), les questions liées à l'Europe ont alimenté les conversations de 83 % d'entre elles, devant le problème du textile chinois (67 %).

Au niveau central, le SGCI remplit une mission de communication, tant à l'égard des différentes administrations (principalement dans le cadre de sa fonction de coordination interministérielle) qu'en direction des parlementaires nationaux et européens. La dimension interministérielle de l'information est essentielle, mais il manque aujourd'hui un pilote, qui devrait être le ministère délégué aux Affaires européennes, dès lors qu'on lui donne les moyens budgétaires et humains appropriés.

Développer une information de masse pour atteindre le « grand public »

Parvenir à développer une information de masse suppose de diversifier les supports d'information, mais aussi de dépasser une logique essentiellement institutionnelle afin de rendre l'Europe plus attractive auprès des citoyens.

Diversifier les supports

Selon l'étude Eurobaromètre de septembre 2004, parmi les sources souhaitées d'information sur l'Europe, la télévision arrive largement en tête (46 %) devant la documentation détaillée (30 %), les quotidiens (28 %), la radio (22 %), Internet (21 %), les ouvrages de vulgarisation (18 %), les magazines (15 %) et les dépliants donnant une information de type généraliste (15 %). Les personnes interrogées semblent moins intéressées par les autres supports, tels que les DVD et les cassettes vidéo (11 %), les CD-Rom (8 %), les panneaux d'affichage (7 %).

Malgré les multiples brochures distribuées depuis des dizaines d'années, force est de reconnaître que le déficit d'information sur l'Europe perdure. Non pas que ces brochures soient inutiles, mais parce qu'elles ne touchent qu'un public restreint, déjà sensibilisé aux questions européennes.

La télévision s'impose incontestablement comme le média de masse le plus approprié. Elle est largement utilisée à l'occasion des campagnes d'information menées par les pouvoirs publics, même si les coûts de diffusion de spots d'information peuvent se révéler dissuasifs. En termes d'information, *Euronews* est un outil de grande qualité largement sous utilisé. Il est regrettable que le lancement de la télévision numérique terrestre n'ait pas permis à cette chaîne, créée par la France et véritablement européenne, d'occuper la place qui devrait être la sienne dans le paysage audiovisuel français. Il faut réfléchir à la possibilité de lever les obstacles juridiques et financiers qui handicapent le développement d'*Euronews*.

Par ailleurs, dès lors que les journaux télévisés ne rendent qu'insuffisamment compte de l'actualité européenne, il serait souhaitable de développer d'autres formes d'information sur l'Europe. À travers les programmes de fiction ou les jeux télévisés, il serait tout à fait possible d'éveiller une conscience européenne et de toucher un public bien plus

important que celui qui participe aux conférences et débats sur l'Europe. Dans le registre du divertissement, la société de production Endemol France réfléchit ainsi à des concepts d'émissions qui abordent, sous une forme ou sous une autre, la thématique européenne. Plusieurs projets sont à l'étude, qui seront prochainement proposés aux chaînes de télévision pour une diffusion en *prime time* :

- « Europe, le grand test », pour évaluer ses connaissances sur l'Union européenne ;
- un « *docu-soap* » montrant un jeune français immergé dans une famille anglaise pendant une quinzaine de jours et vice-versa. S'il fonctionne, ce concept pourrait être dupliqué aux différents pays de l'Union pour illustrer, sous un aspect divertissant, les modes de vie des Européens ;
- une course autour de l'Europe, fondée sur le principe des éliminations successives au fur et à mesure des étapes.

L'émission *Questions pour un champion* propose régulièrement des émissions spéciales à des heures de grande écoute. Pourquoi ne pas suggérer une édition spéciale sur la thématique européenne ? Dans le registre de la fiction, il n'existe à ce jour aucune série télévisée qui traite directement ou indirectement, sur le mode du divertissement, de la thématique européenne.

En réalité, l'information sur l'Europe manque définitivement d'imagination. L'Europe a une image austère parce qu'on en parle de façon rébarbative. Bien entendu, les nombreuses actions d'information proposées tant par les pouvoirs publics que par les associations et organisations de la société civile doivent perdurer et être soutenues. Mais il faut leur ajouter une dimension plus humaine, plus divertissante et plus concrète. En définitive, le film de Cédric Klapisch, *l'Auberge espagnole*, a fait bien plus pour l'information sur Erasmus que toutes les campagnes de communication entreprises depuis vingt ans !

Dépasser la logique institutionnelle

S'il faut renouveler les supports, il faut aussi s'interroger sur les contenus des campagnes d'information. La dimension institutionnelle a probablement été trop privilégiée jusqu'à présent. Il faut désormais mettre l'accent sur la dimension concrète de la construction européenne en adaptant les campagnes aux thèmes auxquels les Français se déclarent attachés : la sécurité, l'emploi, l'environnement ou la mobilité.

La promotion de la citoyenneté active est également un instrument utile au service de l'information sur l'Europe. Les meilleurs promoteurs de la construction européenne ne sont-ils pas celles et ceux qui ont bénéficié de programmes d'échanges et de mobilité au sein de l'Union européenne ?

Dans cet esprit, le Conseil des ministres de l'Union a adopté le 26 janvier 2004 un programme d'action communautaire pour la promotion de la citoyenneté européenne active dont les objectifs visent à promouvoir et à diffuser les valeurs de l'Union notamment par le biais de l'intensification des relations et des échanges entre les citoyens et le développement

des jumelages de villes. Des subventions pourront ainsi être accordées par l'Union pour financer des projets dans le domaine de la citoyenneté active.

Rendre l'Europe concrète suppose aussi de développer des programmes qui fonctionnent bien, mais qui demeurent aujourd'hui confidentiels, tels que le volontariat européen qui s'inscrit dans le cadre du programme Jeunesse ¹.

Le budget de ce programme ne permet toutefois pas de généraliser l'accès à ces opportunités. Aussi, les pouvoirs publics français pourraient-ils contribuer financièrement au développement de ces actions qui contribuent à construire la citoyenneté européenne, alors que le Conseil européen a fait du « pacte européen pour la jeunesse » sa priorité pour les prochaines années, dans le cadre de la nouvelle impulsion donnée au plus haut niveau à la stratégie de Lisbonne.

Il serait illusoire de croire que l'information et la communication peuvent se substituer à des réalisations concrètes. Il est des situations où l'expérience individuelle peut aisément remplacer toute action de communication.

Rendre l'Europe plus attractive auprès des citoyens

Le principal argument généralement utilisé par les journalistes pour justifier le fait qu'ils ne traitent pas suffisamment des questions européennes est celui de la faible attractivité de l'Europe. C'est la raison pour laquelle il faut réfléchir aux moyens de rendre l'Europe plus attrayante auprès de la population. À cet effet, trois dimensions peuvent être privilégiées : une dimension symbolique, une dimension solidaire et une dimension festive.

La **dimension symbolique** est très peu développée. À cet égard, le projet de Traité constitutionnel européen consacrait un article spécifique aux symboles de l'Union : la journée de l'Europe, le drapeau, la devise, l'hymne et la monnaie de l'Union. Mais combien sont les Français qui savent que le 9 mai est le jour de l'Europe ? Qui connaît la signification du nombre des étoiles sur le drapeau de l'Union ? Les symboles méritent aussi leur communication, parce qu'ils sont fédérateurs. La télévision pourrait rendre la journée du 9 mai plus visible, à l'instar de ce qui est réalisé chaque année pour le Sidaction ou encore le 8 mars pour la Journée de la femme.

La **dimension solidaire** n'est pas mise en valeur, alors qu'elle participe de l'objet même de la construction européenne. L'élan européen de solidarité qui a suivi le tsunami du 26 décembre 2004 en Asie du Sud-Est a rappelé que les peuples peuvent s'unir pour défendre des causes

(1) Le service volontaire européen permet à des jeunes âgés de 18 à 25 ans d'effectuer un séjour compris entre six mois et un an dans un pays de l'Union pour y réaliser des activités d'intérêt général, dans des organisations à but non lucratif ou des collectivités territoriales dans différents domaines (social, culturel, patrimoine, environnement...).

communes, et combien l'Europe peut être utile dans les situations de crise. Là encore, la Constitution européenne prévoyait une nouvelle clause de solidarité ¹, en cas de catastrophe naturelle ou d'origine humaine. Qu'il s'agisse de la gestion des inondations ou de la lutte contre les feux de forêts, l'Europe est souvent présente, mais presque toujours invisible.

La **dimension festive** est généralement négligée. Les événements sportifs (coupes d'Europe, Jeux olympiques) ou culturels sont pourtant des vecteurs incomparables en termes de lien social et de communion de valeurs. Or il n'existe aujourd'hui ni de manifestation sportive à l'initiative de l'Union européenne (à l'instar du *Superbowl* américain), ni événement culturel ou artistique majeur dont le rayonnement serait européen. Le 9 mai devrait être une fête de l'Europe, bien plus populaire que protocolaire !

Les trois leviers du changement

Pour changer d'échelle et toucher un public de masse, la politique d'information sur l'Europe doit s'articuler autour de trois leviers : la formation, la médiatisation et la proximité.

Le levier de la formation

Il s'agit là autant de la formation initiale (à l'école) que de la formation continue, autour d'un objectif : former les principaux relais que sont les élus, les fonctionnaires, les responsables associatifs et syndicaux, les journalistes et les enseignants.

On pourrait voir une certaine analogie entre la place de l'économie dans la société française au début des années 1970 et celle de l'Europe aujourd'hui. En effet, la réflexion engagée il y a environ trente-cinq ans dans notre pays sur la question du développement de l'information économique de l'ensemble des Français pourrait utilement être étendue à la thématique européenne. Vis-à-vis des jeunes, deux actions importantes avaient alors été entreprises dans le système éducatif : la création d'une filière « économique » dans l'enseignement général des lycées, menant à une nouvelle catégorie de baccalauréat (aujourd'hui la section ES) aux côtés des filières déjà existantes. La seconde action fut l'intégration dans le cursus du second degré, quelles que soient les filières, de cours d'économie, par des professeurs spécialement formés.

Vis-à-vis des publics adultes, d'importantes actions de formation ont pu se développer grâce à la loi de 1971 instituant la formation professionnelle continue.

En quelques années, la France s'est mise à l'heure de l'économie. Rien n'empêcherait d'emprunter le même chemin pour les affaires européennes. Il existe actuellement de bonnes pratiques qui pourraient

(1) Article I-43 du projet de Traité constitutionnel européen.

utilement être développées, telles que l'envoi par *Ouest France*, depuis maintenant plusieurs années, de l'ensemble de son personnel à Bruxelles et à Strasbourg, pour découvrir *de visu* comment fonctionnent les institutions européennes. L'école de journalisme de l'Institut d'études politiques de Paris a elle aussi envoyé une partie de ses étudiants passer quelques jours dans la capitale de l'Union.

Cet effort de formation reste aujourd'hui trop ponctuel et limité à certaines professions. Il faudrait sensiblement l'étendre, notamment en direction des élus et des fonctionnaires.

Le levier de la médiatisation

Le traitement médiatique des affaires européennes est la clé de voûte de l'information sur l'Europe. Les médias, et la télévision en particulier, doivent contribuer à rendre l'Europe plus accessible, plus ludique et plus visible. Cela suppose de ne pas privilégier le seul canal de l'information, mais aussi d'élargir le traitement médiatique des affaires européennes à la fiction et au divertissement.

La médiatisation doit permettre la popularisation de l'Europe. Mais les médias ne fonctionnent qu'à condition qu'il existe un événement. Fête de la musique, Journées du patrimoine, Sidaction, Journée de la femme : il faut un prétexte que l'Europe n'a jusqu'à présent pas su trouver.

La culture et le sport véhiculent des valeurs qui participent pleinement de l'idéal européen. En donnant une dimension européenne à des manifestations sportives ou à des événements culturels, les médias télévisés trouveront plus facilement les moyens d'aborder différemment la thématique européenne, tout en atteignant un public plus large.

C'est ainsi que le ministère délégué aux Affaires européennes, le ministère de la Jeunesse et des Sports, la Commission européenne et le Parlement européen se sont associés autour de l'événement du Tour de France 2003 pour informer les citoyens français sur l'élargissement de l'Union européenne. Tous les coureurs européens ont ainsi porté le drapeau de l'Union sur leurs dossards. Lors de la traditionnelle présentation des équipes, une 23^e équipe de vingt-huit cyclistes issus des quinze États membres de l'Union, des dix futurs pays adhérents et des trois pays candidats, ont accompagné dans Paris les vingt-deux équipes officielles du Tour. Tout au long de la compétition, le public a également pu découvrir dans une centaine de municipalités situées sur le passage du Tour une exposition sur l'élargissement de l'Union.

Le levier de la proximité

Le débat sur l'Europe souffre d'un double déficit de permanence et de proximité. L'information doit s'adapter aux attentes et aux préoccupations des citoyens. On ne communique pas de la même façon et sur les mêmes sujets selon qu'on se trouve à Lille ou à Marseille. Des argumentaires spécifiques devraient être réalisés par les préfets et des

conférences départementales périodiquement réunies sur les affaires européennes.

Sur le terrain, les élus doivent s'approprier les questions européennes et en débattre avec leurs administrés. Les maires, qui sont les plus en contact avec les citoyens, doivent être mieux formés sur l'Europe. À cet égard, l'Association des maires de France (AMF) mène un certain nombre d'actions concrètes à destination de ses adhérents. Outre de fréquents dossiers d'information dans les différentes publications de l'association, l'AMF réfléchit actuellement à l'établissement d'un abécédaire sur l'Europe et les Communes, et a tenu les 25 et 26 novembre 2004 un forum européen des collectivités territoriales réunissant environ 400 élus locaux et régionaux des dix nouveaux États membres de l'Union.

L'implication des municipalités allemandes dans l'information sur l'Europe

En Allemagne, l'Auswaertiges Amt (ministère des Affaires étrangères) entretient des liens directs avec les municipalités. Les responsables des relations publiques des communes sont invités une fois par an à Berlin pour un échange sur les pratiques en matière d'information sur l'Europe. Le ministère met à leur disposition des informations de base et des modèles de communiqués de presse et incite à l'organisation de débats publics dans les villes. À cette occasion, un « kit » clé en main est fourni, comprenant des éléments de fond sur un sujet donné, un orateur (en tant que de besoin) et, sur demande, une exposition photographique intitulée « Chance Europa ». En 2004, cette formule a bénéficié à une centaine de municipalités.

Au-delà des élus, il est nécessaire d'impliquer de façon régulière l'ensemble des acteurs de la société civile, à travers une structure permanente de débat et de consultation. De bonnes pratiques existent dans d'autres pays de l'Union, à l'instar du « Forum sur l'Europe » créé en Irlande au lendemain de l'échec du premier référendum sur le traité de Nice. Mais un forum n'est utile que pour autant qu'il parvienne à dépasser le cercle des initiés et l'exemple irlandais ne semble pas à cet égard véritablement concluant. Contre toute attente, l'enquête Eurobaromètre publiée en janvier 2005 sur le niveau d'information sur la Constitution européenne a en effet révélé que les citoyens irlandais étaient parmi les plus ignorants sur le fonctionnement de l'Union européenne...

D'autres initiatives méritent néanmoins une attention particulière, comme le projet du Gouvernement espagnol de pérenniser la plate-forme civique mise en place pour la campagne référendaire sur le

Traité constitutionnel. Cette structure rassemble des associations, organisations professionnelles ou syndicales, chambres de commerce, ordres ou clubs sportifs, afin d'être aussi représentative que possible de la société civile. Moins institutionnelle que le Forum irlandais sur l'Europe, cette plate-forme civique pourrait nous inspirer, notamment dans le cadre d'une réflexion sur l'évolution de Sources d'Europe.

*
* *

Pour peu qu'il existe une volonté politique, il n'y a pas de fatalité au déficit d'information des Français sur l'Europe. Contrairement à des idées reçues bien tenaces jusqu'au nouveau « coup de tonnerre » du 29 mai 2005, nos concitoyens expriment une forte demande en ce sens, que ni les pouvoirs publics, ni les médias, ni l'école ne se sont jusqu'à présent donné les moyens de satisfaire.

Le diagnostic est connu de tous et les causes de la fracture européenne sont clairement identifiées. Les responsabilités sont partagées, mais rien ne changera tant que l'on ne dépassera pas les déclarations de principe. Il est urgent de changer d'approche pour changer d'échelle. C'est le défi d'une information pour tous.

Seconde partie

Mettre la France à l'heure de l'Europe

Les Français et l'Europe

« Je t'aime, moi non plus... »

Un besoin d'Europe

L'attachement des Français à la construction européenne

Après un flottement à l'été 2003, engendré par la crise irakienne et les dissensions entre États membres et entrants, l'attachement des Français à la construction européenne, majoritaire depuis 1999, s'est renforcé en 2004.

L'appartenance de la France à l'Union européenne est jugée globalement positive

En septembre 2004, 51 % des Français se déclaraient attachés à la construction européenne ¹. Les perceptions spontanées exprimées dans les études qualitatives confirment cette idée, puisque l'Europe y est associée à des images rassurantes **de puissance par l'union** et de **puissance contre l'adversité**. Aux yeux de la plupart des personnes interrogées, elle semble en effet receler un véritable **potentiel de puissance économique et de puissance politique**, tout en renvoyant à **l'idée d'ouverture vers les autres et de liberté**.

Dans de nombreux domaines, les Français s'accordent d'ailleurs à estimer que la construction européenne a des effets positifs pour la France, qu'il s'agisse de la préservation de la paix (84 % parlent d'effets positifs, contre 15 % d'effets négatifs), des infrastructures (82/15), de la place de la France dans le monde (76/22), de l'éducation (72/23), de la culture (70/28) ou du développement économique (61/36) ².

Parallèlement, l'Union représente également pour eux un pôle de référence, un ensemble de valeurs et de pratiques communes. En matière de respect des droits de l'Homme, de protection sociale et de soins médicaux, ou encore de niveau de vie et d'éducation, une large majorité

(1) Baromètre BVA/SIG, vague 6, septembre 2004.

(2) CSA/La Croix, avril 2004.

d'entre eux (entre 80 et 90 %) considère ainsi que l'Europe offre de meilleures conditions que les autres grandes régions du monde ¹.

Le maintien des clivages sociaux et générationnels sur la question européenne

Les femmes se déclarent moins attachées à la construction européenne que les hommes (50 % contre 61 % en 2004) et se montrent également plus réticentes vis-à-vis de l'élargissement de l'Union (35 % d'avis favorables contre 49 % chez les hommes). Elles estiment par ailleurs moins facilement que la France a bénéficié de son appartenance à l'Union (48 % contre 61 % chez les hommes), notamment sur le plan économique, comme en témoigne en décembre 2003 leur positionnement à l'égard de l'adoption de l'euro en France, qu'elles considèrent à 52 % comme une mauvaise chose (contre 38 % chez les hommes).

Les personnes âgées se révèlent également plus réticentes face aux évolutions de la construction européenne. En 2004, 43 % d'entre elles considèrent que la France a bénéficié de son appartenance à l'Union, pour une moyenne totale de 54 %, et contre 73 % chez les 18-24 ans, particulièrement enthousiastes. Les plus de 65 ans se montrent systématiquement plus hostiles à l'élargissement alors que les 18-24 ans, plus que la moyenne des personnes interrogées, s'y déclarent favorables. Les écarts se réduisent cependant en matière d'attachement à la construction européenne puisque sur ce thème, les personnes âgées se situent dans la moyenne (55 %), et les jeunes légèrement au-dessus (59 %), ce qui montre une distance à l'égard des dimensions institutionnelles qui résiste à leur enthousiasme pour l'Europe.

Les attitudes par rapport à l'Europe sont également influencées par **le niveau de diplôme** : en 2004, 68 % des sondés ayant au moins le bac se disent attachés à la construction européenne contre 46 % pour ceux dont le niveau d'études est **inférieur**. 69 % des bacheliers pensent que la France a bénéficié de son appartenance à l'Union contre 43 % des moins diplômés. Cet écart très net se retrouve à l'égard de l'élargissement.

Les catégories populaires se positionnent plus en retrait, seuls 48 % des ouvriers et employés se déclarant attachés à la construction européenne, contre 65 % des professions libérales et cadres du privé et 82 % des professions intermédiaires et cadres du public.

Enfin, **les sondés déclarant une sympathie partisane se disent davantage attachés à l'Europe** (63 % pour la droite parlementaire, 61 % à gauche, contre 40 % de ceux ne déclarant pas de proximité partisane). Cette tendance est néanmoins étroitement liée au niveau de diplôme des sondés, les plus diplômés étant traditionnellement plus politisés. Les sympathisants d'extrême droite se distinguent quant à eux par une opposi-

(1) SOFRES/Fondation Robert Schuman, avril 2004.

tion forte à l'Europe (64 % déclarent ne pas être attachés à la construction européenne) ¹.

Les Français en quête d'une Europe « utile »

Des attentes clairement exprimées

Aux yeux des Français, la possibilité d'adopter des réglementations à l'échelle européenne et d'agir à plusieurs sur certains grands thèmes apparaît comme une réelle opportunité. 74 % d'entre eux estiment ainsi que pour gagner en efficacité dans le domaine de la **recherche scientifique**, il serait préférable d'adopter des mesures à l'échelle européenne plutôt que nationale. Il en va de même pour la **sécurité des aliments** (74/23) et les **questions d'environnement** (69/28). Sur ces sujets, l'Europe est perçue comme une occasion d'agir à plusieurs pour avancer plus vite dans des domaines qui rassemblent, et où la mise en commun des compétences et des moyens est profitable à tous.

La **politique étrangère**, les questions de défense et **l'envoi de troupes à l'étranger** semblent également devoir être gérés davantage au niveau européen (respectivement 68/24 et 62/32). Dans ces domaines, l'Europe paraît offrir l'opportunité de peser d'un poids plus lourd sur la scène internationale et de se construire en puissance politique, notamment face aux USA ².

Selon une étude Eurobaromètre ³, les Français sont également parmi les plus fervents partisans de la mise en place d'une politique de défense commune : 64 % d'entre eux jugent que les décisions en matière de défense devraient être prises au niveau de l'Union, pour une moyenne européenne de 22 %. Pour une majorité de Français, la **lutte contre le terrorisme** doit également être conduite en priorité au niveau européen (90 %). Enfin, 68 % des Français jugeraient préférable une **réglementation de l'immigration** à l'échelon européen. Cette opinion fait notamment écho aux craintes concernant l'élargissement de l'Europe à de nouveaux pays.

L'Europe ne doit pas empiéter sur les compétences nationales

Les compétences que les Français se disent enclins à confier aux institutions européennes correspondent directement à l'image qu'ils se font de l'Europe en tant que fenêtre d'opportunité économique et de puissance politique sur la scène internationale. Cependant, on retrouve dans cette répartition des domaines d'action l'autre facette de l'image de

(1) BVA/SIG, « Les Français et l'élargissement de l'Europe », vague 5, mai 2004.

(2) SOFRES/Fondation Robert Schuman, avril 2004.

(3) Eurobaromètre 62, « L'opinion publique dans l'Union européenne », automne 2004.

l'Union auprès des citoyens : **une entité abstraite éloignée des problèmes quotidiens de la population**. C'est la raison pour laquelle **l'échelon national est privilégié pour la prise de décision en ce qui concerne les principaux secteurs de préoccupation des Français**.

C'est le cas des problèmes de **sécurité**, pour lesquels ces derniers se déclarent attachés, en 2004, à un traitement à l'échelon national (50/47), alors que la tendance de décembre 2001 privilégiait l'échelle européenne (46/50). La **santé**, au même niveau que **l'insécurité**, au quatrième rang des préoccupations des Français en mai 2004, doit elle aussi, pour une majorité des personnes interrogées, faire l'objet de mesures prises à l'échelon national (51/46). Il en va de même pour le **niveau de vie des citoyens** (52/44), la **fiscalité** (52/42), et la **politique culturelle** (53/42).

La préférence pour l'échelon national apparaît encore plus clairement dans les domaines figurant en tête des priorités des Français en 2004 : pour 57 % des sondés, **l'emploi et la lutte contre le chômage** doivent ainsi être gérés par l'État, 40 % se prononçant en faveur d'une prise de décision à l'échelon européen. **L'éducation et la formation**, qui touchent également le quotidien des citoyens, doivent aussi relever de la compétence de l'État (59/38), même si l'Europe est souvent perçue comme offrant l'opportunité d'échanges au niveau scolaire et culturel. Dans ce domaine, les inquiétudes sont relatives à la perception de l'identité nationale. Enfin et surtout, selon une majorité de 59 % des Français (contre 36 %), la **politique sociale** doit rester dans le domaine de compétence nationale, mais plus encore la **protection sociale**, pour laquelle l'échelon interne est largement plébiscité (67/30) ¹.

Une inquiétude persistante : la remise en cause de l'État providence

Fortement **attachés à leur modèle social, les Français ne refusent pas, néanmoins, l'idée d'une harmonisation des lois sociales en Europe**. En septembre 2004, ils sont 79 % à s'y déclarer favorables et parmi ces derniers, 43 % la jugent même indispensable ². En mai 2004, les Français se prononçaient massivement pour l'application de la « sécurité sociale à la française » dans tous les pays européens de l'Union à vingt-cinq (74 % contre 23 %) ³. Ils souhaitent donc que l'homogénéisation dans le domaine social, si elle a lieu, se fasse par une généralisation du modèle français, et non par ce qu'ils appréhendent comme un nivellement par le bas. Toutefois, **l'idée d'une Europe sociale continue d'être approuvée même lorsque la nécessité de sacrifices est évoquée** : 52 % des personnes interrogées estiment ainsi que si l'on veut une Europe sociale, il faudra bien accepter qu'à certains égards, les lois européennes soient moins favorables que les lois françaises actuelles. 34 % pensent au

(1) SOFRES/Fondation Robert Schuman, avril 2004.

(2) BVA/SIG, vague 6, septembre 2004.

(3) Louis Harris/AOL Libération, mai 2004.

contraire qu'il vaut mieux abandonner l'idée d'Europe sociale si cela implique que, dans certains domaines, les lois européennes soient moins favorables que les lois françaises ¹.

Une forte demande d'information sur l'Europe

Les Français s'estiment mal informés sur l'Europe

À l'image d'une Europe-puissance source de perspectives économiques et politiques s'oppose celle d'une Union-institution « bureaucratique », « lointaine » et « méconnue ». À cet égard, force est de constater, au sein de l'opinion publique, un **déficit d'information sur l'Union européenne** et son fonctionnement, qui se lit notamment dans l'auto-évaluation par les Français de leur niveau de connaissances.

Des connaissances lacunaires

Les connaissances générales sur l'Europe se révèlent très lacunaires, même si la campagne référendaire a certainement dû contribuer à résorber en partie ce déficit. Si quatre personnes sur cinq (81 %) savent que « le drapeau européen est bleu avec des étoiles jaunes » au printemps 2004, un tiers seulement des Européens (34 %) sait que « tous les ans, il y a une journée de l'Europe dans tous les pays ». De même, seul un quart des citoyens répond à juste titre que « l'Union européenne a son propre hymne », 36 % pensant que ce n'est pas le cas, et 13 % des personnes interrogées savent que « sur le drapeau européen, il n'y a pas une étoile par pays membres », tandis que 67 % sont persuadés du contraire.

La notoriété des institutions européennes est en très légère hausse. Au printemps 2004, les citoyens des quinze États membres sont 92 % à avoir déjà entendu parler du Parlement européen, 80 % de la Commission européenne, 74 % de la Banque centrale européenne, 73 % de la Cour de justice européenne, 65 % du Conseil des ministres de l'Union et 51 % de la Cour des comptes européenne. En revanche, le Comité économique et social de l'Union européenne, le Médiateur européen et le Comité des régions sont les institutions dont le taux de notoriété est toujours le plus faible. Par rapport à l'automne 2003, ces taux de notoriété sont tous en hausse d'un point, voire deux pour le Comité économique et

(1) BVA/SIG, vague 6, septembre 2004.

social. Deux exceptions, les taux de notoriété de la Commission européenne et du Médiateur européen, qui chutent d'un point ¹.

Plus d'un tiers des Estoniens n'ont jamais entendu parler de la Constitution européenne

Selon une étude publiée en mars 2005 par l'institut Emor, 36 % des Estoniens n'avaient à cette date jamais entendu parlé du Traité constitutionnel européen. Seulement 4 % des personnes interrogées se considéraient informées sur le contenu du texte.

L'existence d'une corrélation entre le niveau d'information et le soutien à la construction européenne

Les enquêtes indiquent qu'il existe une forte corrélation entre niveau d'information et niveau de soutien à la construction européenne. À l'automne 2004, seulement 22 % des personnes n'ayant jamais entendu parler de la Constitution se déclaraient malgré tout favorables au projet, alors que 60 % de ceux qui en avaient entendu parler, mais savaient peu de choses à son sujet, y étaient favorables. Ce chiffre atteint les 75 % parmi ceux qui ont le sentiment d'en connaître globalement la teneur. Il apparaît d'ailleurs que le niveau d'adhésion croît avec le niveau d'éducation ².

Il semblait en outre que mieux on connaissait le texte, plus facilement on y adhérait : plus les citoyens seraient informés, plus ils soutiendraient le projet. Une part non négligeable de l'opposition qui se manifestait à l'égard du Traité constitutionnel trouvait ainsi ses fondements soit dans une méconnaissance des principes consacrés par ce projet, soit, plus grave encore, dans une interprétation erronée de ces derniers. Certains citoyens européens préféraient donc s'opposer à ce Traité par précaution, ne connaissant pas son contenu ; d'autres y étaient défavorables parce qu'ils connaissaient mal son contenu.

(1) Eurobaromètre Standard 61, « L'opinion publique dans l'Union européenne », printemps 2004.

(2) Eurobaromètre spécial 214, « Le futur Traité constitutionnel », vague 62.0, terrain : novembre 2004, publication : mars 2005.

Des émetteurs multiples, une responsabilité partagée

En matière d'information des citoyens sur le projet de Constitution, ce sont les gouvernements (22 %) et les institutions européennes (26 % pour la Commission et le Parlement européen confondus) qui ont recueilli le niveau de confiance le plus important, les journalistes représentant le troisième vecteur d'information (16 %). Tout projet de communication doit donc passer par ces trois niveaux ¹.

Il existait une attente forte à l'égard des télévisions et radios nationales. Interrogés sur les moyens par lesquels ils souhaitaient être informés sur la Constitution pour combler les lacunes constatées, les citoyens de tous les pays européens ont en effet plébiscité les chaînes de télévision et stations de radio nationales (65 % de citations), loin devant la presse écrite nationale (43 %).

Les Français ont cependant été un peu moins unanimes que leurs homologues européens sur ce thème (56 % de citations pour les télévisions et radios nationales et 34 % pour la presse écrite nationale), même s'ils plaçaient eux aussi les médias nationaux en tête de leurs supports d'information favoris. Ils se sont néanmoins démarqués en sollicitant plus que la moyenne les médias locaux.

On constatait en juillet 2004 une augmentation du nombre de citoyens de l'Union qui souhaitaient obtenir de l'information sur la Constitution par les télévisions ou les radios régionales (33 %, +3 points pour l'Europe des 25 et 36 %, +5 points pour l'Europe des quinze). À cet égard, l'évolution chez les citoyens français était l'une des plus visibles, puisque les télévisions et radios locales comme supports souhaités d'information sur l'Europe étaient alors cités par 35 % d'entre eux, soit une augmentation de dix points par rapport à janvier. On notait également que la presse écrite régionale ou locale était sollicitée par 37 % des Français interrogés en juillet (soit +7 points par rapport à janvier et pour une moyenne de 31 % sur l'ensemble de l'Union), ce qui représentait le score le plus élevé dans l'Europe des vingt-cinq après l'Allemagne (51 % des citations). À travers les différents pays, les rencontres près du lieu d'habitation n'étaient quant à elles que très minoritairement sollicitées en matière d'information sur la Constitution (14 % des citations) ². On remarquait également que les personnes interrogées semblaient faire davantage confiance à leurs proches ou à leurs amis pour obtenir ce type d'informations qu'aux partis politiques et autres associations.

Afin de mieux cibler une éventuelle stratégie de communication, il convient de se pencher sur l'analyse des résultats selon les variables sociodémographiques. Ainsi, les personnes qui ont étudié moins longtemps semblent plus souvent faire confiance à leur gouvernement

(1) Eurobaromètre spécial 214, « Le futur Traité constitutionnel », vague 62.0, terrain : novembre 2004, publication : mars 2005.

(2) Eurobaromètre flash 159/2, « La future Constitution européenne », terrain : juin-juillet 2004, publication : juillet 2004.

national et à leurs proches pour s'informer sur l'Europe. En revanche, plus le niveau d'étude des sondés est élevé, plus ces derniers sont enclins à faire confiance aux journalistes et aux institutions européennes pour les informer. Enfin, les personnes qui connaissent le fonctionnement des institutions ont davantage tendance à privilégier le niveau institutionnel européen comme source d'information.

Des campagnes d'information sur l'Europe

« Parce qu'il le faut bien... »

Une accélération des campagnes mais l'absence de structure d'information pérenne

Des initiatives utiles mais éphémères

Le Dialogue national sur l'Europe (1996 -1997)

Engagé en 1996 à l'initiative de Michel Barnier, alors ministre délégué aux Affaires européennes, le Dialogue national pour l'Europe visait à impliquer les citoyens de façon pérenne dans la réflexion sur la construction européenne, en l'absence d'échéances électorales ou référendaires.

Le Dialogue national sur l'Europe a été mis en place avec le concours de la Fondation nationale des sciences politiques, la participation des préfetures. Les réunions du Comité du Dialogue se tenaient sous la présidence du ministre délégué aux Affaires européennes. Ce dispositif inédit s'est traduit par un engagement massif, tant sur le plan politique, qu'humain et financier. Près de 4 millions d'euros ont ainsi été débloqués sur deux ans par le Gouvernement, auxquels est venu s'ajouter le cofinancement obtenu auprès de l'Union européenne, soit un budget total de 50 millions de Francs environ. Il s'est également appuyé sur la recherche de relais multiplicateurs, locaux (mobilisation des préfetures de région, qui désignaient des correspondants permanents réunis à Paris une fois par mois), associatifs (Mouvement européen, Maisons de l'Europe...) et ministériels.

Dans ce cadre, diverses actions d'information ont été menées, comme des déplacements hebdomadaires du ministre des Affaires européennes, grâce à l'utilisation d'outils d'information variés (diffusion de nombreuses brochures sur l'Europe, mise en place d'un serveur minitel 36-15 Europe, puis création d'un site Internet sur l'Europe pérennisé à Sources d'Europe) et à la mobilisation de Sources d'Europe pour la mise en place d'un réseau national de diffusion de l'information.

Parallèlement, l'organisation d'une vingtaine de forums régionaux et de plus d'un millier de rencontres et d'événements labellisés « Dialogue national pour l'Europe », dont un grand nombre de débats publics au niveau local, ont été l'occasion d'échanges relativement nourris.

Si le Forum national prévu pour le 9 mai 1997 n'a pu avoir lieu en raison de la dissolution de l'Assemblée nationale, les propositions concrètes issues des rencontres sur le terrain visaient notamment à promouvoir l'information et la sensibilisation sur l'Europe afin de créer les conditions d'un débat permanent. Ces propositions sont néanmoins restées sans lendemain.

Le Débat sur l'avenir de l'Europe (2001)

En France

Dans la foulée de l'adoption du traité de Nice en décembre 2000, le Débat sur l'avenir de l'Europe a été inauguré en France par un communiqué de presse commun du président de la République et du Premier ministre, publié le 21 avril 2001.

Il s'est articulé autour de nombreux **forums régionaux et départementaux**, organisés par les préfets et de **réunions thématiques**, qui avaient pour objet de mettre l'accent sur les sujets intéressant particulièrement la France dans le débat européen : Europe sociale, Europe judiciaire, place des services publics en Europe, protection de l'Environnement, etc.

L'Assemblée nationale a contribué au débat en organisant des **Assises sur l'avenir de l'Europe**, les 7 et 8 novembre 2001, qui ont ainsi permis à un millier de citoyens de débattre publiquement des enjeux de la construction européenne. Lors des « Mardis de l'Europe », orchestrés par la Délégation de l'Assemblée nationale pour l'Union européenne, un large public a également pu assister à l'audition de nombreuses personnalités françaises et étrangères.

Le Conseil **économique et social**, pour sa part, a consacré une séance plénière à la question de l'avenir de l'Europe et rendu un avis à ce sujet. D'autres institutions, telles que la **Commission nationale des droits de l'homme** et la **Cour de cassation** ont également pris une part active à ce débat.

Au terme du processus, Guy Braibant, le président du groupe « Débat sur l'avenir de l'Europe » avait constaté, lors de son discours prononcé dans l'hémicycle de l'Assemblée nationale à l'occasion des Assises sur l'avenir de l'Europe¹ (7 et 8 novembre 2001) que la discussion sur l'avenir de l'Europe était désormais apaisée, les échanges passionnels entre le clan des europhiles et celui des eurosceptiques ayant disparu, mais que la construction européenne ne suscitait plus l'enthousiasme, faute, selon lui, de projets suffisamment mobilisateurs. Il avait cependant souligné l'intérêt des jeunes, préoccupés par leur avenir

(1) Cf. www.assemblee-nationale.fr/assises

immédiat au sein de l'Europe, la mobilité entre les universités et entre les pays et le versement des bourses dans le cadre d'échanges européens, et stigmatisé l'ignorance persistante au sujet de l'Europe, en insistant sur la nécessité de poursuivre le débat.

Dans les pays de l'Union

Au niveau européen, le Débat sur l'avenir de l'Union a été lancé formellement le 7 mars 2001 par les Premiers ministres de Suède et de Belgique, MM. Persson et Verhofstadt, la présidente du Parlement européen, M^{me} Fontaine, et le président de la Commission européenne, M. Prodi. À cette occasion, la Commission a inauguré un site web baptisé *Futurum*, destiné à devenir une plate-forme européenne du débat public.

Les initiatives prises dans le cadre du Débat ont beaucoup varié d'un pays à l'autre. Certains États ont élaboré un programme complet, souvent dès le printemps 2001, alors que d'autres ont pris des mesures *ad hoc*. Dans la plupart des États membres, c'est d'abord le **gouvernement** qui a lancé le processus, généralement sous la forme de déclarations ministérielles. Plusieurs **parlements** ont également été étroitement associés, certains d'entre eux prenant eux-mêmes des initiatives de manière autonome. D'autres, en revanche, ont délibérément choisi de ne pas participer à l'organisation d'activités à destination du public, souhaitant se concentrer en priorité sur les débats parlementaires, en réaction ou non à des prises de position gouvernementales.

Le défi majeur pour le Débat sur l'avenir de l'Europe étant sans conteste celui de la participation du grand public, les parlements nationaux ont aisément reconnu le rôle essentiel que pouvaient et devaient jouer les organisations de la **société civile**, même s'ils ont été rares à s'adresser directement et systématiquement à celles-ci. À cet égard, il convient de souligner les multiples initiatives prises par les ONG, les universités et les écoles. Quoi qu'il en soit, dans plusieurs pays, la société civile a pris une part particulièrement active au Débat.

Il s'est cependant avéré extrêmement difficile d'intéresser l'opinion publique à un dialogue sur l'Union européenne, et dans la plupart des États membres, la réflexion est d'abord restée l'apanage des cercles politiques, académiques et spécialisés. En revanche, dans les pays où des débats publics ont effectivement eu lieu, l'intérêt était réel, surtout si les thèmes abordés étaient concrets. Les exposés et les échanges auxquels participaient des personnalités et des célébrités ont en outre attiré un large public. Pour approcher le Débat du citoyen, plusieurs pays avaient par ailleurs opté pour une approche régionale.

Les campagnes thématiques

Une campagne réussie : le passage à l'Euro

La campagne mise en œuvre par le ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie pour accompagner le passage à l'euro s'est déroulée sur cinq ans. Elle a été particulièrement novatrice, par la mise en

œuvre d'une concertation large et systématique avec tous les acteurs de la société civile, notamment dans le cadre du CNE (Comité national de l'euro), forum de réflexion et de concertation entre tous les acteurs de l'économie et de la société française, par une association régulière des professionnels à cette démarche d'accompagnement, et par de nombreux partenariats nationaux, notamment avec des associations caritatives, humanitaires et d'insertion.

La communication s'est développée en plusieurs étapes. Le mot d'ordre de la première (1997-2000) était de construire une image positive de l'euro, d'où la création d'un slogan dynamique destiné à rappeler le sens de la monnaie unique, de convaincre du bien fondé du passage à cette nouvelle monnaie et donner confiance en l'euro : « **L'euro fait la force** ».

Au cours de cette phase, le lancement d'une première campagne d'information (novembre 1997 – septembre 1998) a contribué à assurer la notoriété de l'euro, conforter son image positive, et fournir des informations pratiques. D'octobre 1998 à juin 1999, une communication sur l'arrivée de l'euro le 1^{er} janvier 2002 a visé à rendre la nouvelle monnaie populaire, à préparer la période transitoire et à créer les conditions favorables à la pratique de l'euro scriptural. De juillet 1999 à décembre 2000, une préparation de tous les publics devait ensuite accompagner la préparation technique des acteurs (entreprises, collectivités locales, commerçants artisans...) et montrer les bénéfices du passage à l'euro scriptural.

Lors d'une seconde étape, en 2001 et 2002, la campagne de communication sur le passage à l'euro s'est fixée pour objectif de concrétiser l'euro, sous la signature « L'euro, c'est plus facile ensemble » ⁽¹⁾.

Le choix général de communication reposait sur une approche simple et dynamique, permettant à chacun de s'approprier des éléments clés pour la compréhension et de se familiariser avec la nouvelle monnaie.

Une adolescente dénommée Lise a été choisie pour incarner la campagne. Porteuse de la signature « L'euro, c'est plus facile ensemble », elle représentait les valeurs de proximité, d'avenir, de simplicité et de solidarité. Sa voix, son sourire lumineux et rassurant et ses conseils pour rendre l'euro plus facile répondaient à un même code reconnaissable, sympathique et concret.

Durant cette campagne, la communication, décentralisée, a été adaptée aux régions, et aux relais locaux, mais aussi à des publics cibles, de manière à toucher l'ensemble de la population : personnes âgées, personnes vulnérables, déficients visuels, sourds et malentendants, handicapés physiques et mentaux, personnes hospitalisées, communautés non

(1) Deux autres campagnes d'information sur l'euro étaient alors menées, « L'euro, une monnaie pour l'Europe », par l'Union européenne dans le cadre du programme PRINCE, cette campagne étant axée sur trois groupes cibles : les entreprises et notamment les PME, le grand public et les pays non participants, et « L'euro, notre monnaie », par la Banque centrale européenne et les banques centrales nationales des 12 pays de la zone euro depuis le 12 mars 2001.

francophones etc. Du fait de leurs caractéristiques sociales et linguistiques ou, tout simplement, de leurs habitudes de consommation, les départements et collectivités territoriales d'outre-mer ont également fait l'objet de campagnes de communication spécifiques. L'information a été relayée par l'installation progressive sur tout le territoire de « kiosques euro », structures légères qui reprenaient les éléments visuels de la campagne de communication pour les années 2001 et 2002 en indiquant les prix en euros sur les principaux produits de la vie courante.

Les différentes études d'opinion effectuées au cours de la campagne et au moment du passage effectif à l'euro témoignent du succès incontestable de celle-ci. Les vagues successives du « Tableau de bord (mensuel) de l'euro » publié par la Sofres entre septembre et décembre 2001 font en effet apparaître un degré d'information du public de plus en plus satisfaisant, ainsi qu'un sentiment croissant de confiance vis-à-vis du passage à la monnaie unique. Le 14 septembre 2001, l'institut de sondage constate ainsi que le calendrier de l'euro est « désormais bien connu », notant qu'une majorité des Français (67 %), « maîtrise la date à partir de laquelle ils pourront payer en espèces dans leur nouvelle monnaie », et soulignant par ailleurs la « bonne connaissance de la valeur des prix en euros ». En octobre 2001, les sondages réalisés par la Sofres mettent également en lumière une forte atténuation des inquiétudes, malgré les confusions persistantes sur le double calendrier. Il apparaît en effet qu'« à moins de deux mois et demi de l'échéance, 49 % des Français se montrent confiants dans la mise en place de l'euro. Si le niveau de confiance en l'euro se stabilise (+2 points), le niveau d'inquiétude diminue sensiblement (-8) ». La connaissance des étapes du calendrier se révèle par la suite de plus en plus solide, même si elle laisse encore un peu à désirer chez les jeunes de 18 à 24 ans, tandis que les 75 ans et plus en montrent une bonne connaissance, voire meilleure que les autres catégories d'âge. Le 10 décembre 2001, l'institut relève parallèlement que 57 % des Français (+3 points) voient venir l'échéance de l'euro avec confiance et que la proportion d'inquiets diminue légèrement (36 %, -1 point). À cet égard, les études soulignent que le sentiment de confiance est fortement corrélé au niveau de revenu.

Le bilan de la campagne d'information quelques mois après le passage à l'euro est également satisfaisant. Au printemps 2002, 52 % des Français se déclaraient bien informés sur la monnaie unique européenne, 10,4 % d'entre eux se disant même très bien informés¹. Pour les citoyens de l'ensemble de l'Union européenne à quinze, ces chiffres s'élèvent à 40 % et 6,2 %.

Une occasion manquée : la campagne d'information sur l'élargissement

Contrairement à la Commission européenne qui a communiqué en 2003 et 2004 sur l'ensemble des pays candidats à l'entrée dans l'Union

(1) Eurobaromètre standard 55.2 réalisé entre le 10 mai et le 15 juin 2002.

européenne, la communication gouvernementale s'est attachée à développer trois axes de communication :

– **Donner aux Français une image actualisée et différenciée des dix nouveaux États membres.** Cet objectif s'est notamment traduit par la diffusion dans les bureaux de poste, d'une brochure grand public sur l'élargissement tirée à trois millions d'exemplaires et par la diffusion, pendant dix semaines, de 50 programmes courts sur les nouveaux pays sur les chaînes de télévision du service public. L'Éducation nationale a également été mobilisée puisque 220 000 affiches « L'Europe élargie » ont été diffusées dans tous les établissements scolaires, grâce à un financement de la Commission européenne. Un numéro spécial de *Textes et Documents pour la classe* sur l'élargissement a aussi été largement diffusé.

– **Répondre aux inquiétudes générées par l'élargissement de l'Union dans les domaines socio-économiques.** Un dossier d'argumentaires destiné à la presse sur les questions les plus fréquemment posées sur l'élargissement a notamment été diffusé à plusieurs milliers d'exemplaires à la presse et aux relais d'opinion.

– **Expliquer la dimension historique de cet élargissement,** tout en relativisant ses conséquences en matière économique, les dix nouveaux États membres ne représentant que 5 % du PIB de l'Union et 73 millions d'habitants (sur les 458 millions de l'Europe élargie).

Le temps fort de la campagne sur l'élargissement a été l'opération « Bienvenue en Europe », du 1^{er} au 10 mai 2004 ¹.

Le sondage BVA/SIG « Les Français et l'élargissement de l'Europe, vague 5 », effectué en mai 2004, permet de dresser le **bilan de cette campagne d'information**. À cet égard, force est de constater que la réalisation effective de l'élargissement le 1^{er} mai 2004 n'a pas entraîné une augmentation nette du soutien des Français à l'entrée des dix nouveaux pays (48 %, +2 points depuis octobre 2003). Et s'il est vrai que l'on a pu observer une diminution de l'opposition (31 %, -6 points), il faut souligner la hausse de l'indifférence exprimée par près d'un sondé sur cinq (19 %, +5 points). Cet enthousiasme modéré est à mettre en rapport avec la stabilité du sentiment d'information : 43 % des Français (+2 points depuis juillet 2003) déclaraient être bien informés sur l'élargissement contre 54 % qui pensaient le contraire (-3 points). L'adhésion des dix nouveaux pays ne s'est donc pas traduite par une hausse très significative du sentiment d'information. La couverture de l'événement, qui a certes accru sa notoriété, n'a pas dissipé un déficit d'appropriation par les Français.

(1) De nombreuses manifestations ont été organisées dans le cadre de ces journées européennes. Afin de leur donner une meilleure visibilité et de souligner la coopération des institutions françaises et européennes, il a été proposé aux différents partenaires de se réunir sous la bannière fédératrice d'un logo.

Les appels d'offre du SIG pour des campagnes d'information sur l'Europe

Depuis le début de l'année 2003, le Service d'information du Gouvernement a lancé plusieurs appels d'offre pour la réalisation de campagnes de communication sur l'Europe. Il s'agissait en effet d'informer les citoyens sur l'élargissement, sur les élections européennes et sur la ratification du Traité constitutionnel. Le budget total de ces différentes campagnes devait s'élever à 8,2 millions d'euros sur 18 mois, une somme qui semble totalement insignifiante en comparaison des 27,4 millions d'euros consacrés à la communication sur la privatisation d'Elf Aquitaine.

Un premier appel d'offre, remporté par l'agence Mc Cann début 2003, s'est traduit par des actions d'information sur l'élargissement (relations presses, relations publiques) sur une période de 6 mois pour un budget total de 700 000 euros TTC. À ces actions se sont ajoutées des opérations d'édition (3 millions d'exemplaires d'une brochure sur l'élargissement diffusée dans les bureaux de Poste) et la diffusion gratuite sur les chaînes publiques à partir de mars 2004 de 50 films courts sur les 10 pays entrant dans l'Union le 1^{er} mars 2004.

Par la suite, un marché à phases passé à l'issue d'un second appel d'offre, a été confié à l'agence TBWA, pour la mise en place d'un plan de communication global sur l'Europe. Il n'a pu, faute de financement, être poursuivi à l'issue de la phase 1. Le budget prévisionnel s'élevait à 8,2 millions d'euros (achat d'espaces compris) seule la phase 1 d'un montant de 200 000 euros TTC ayant pu être réalisée. C'est la raison pour laquelle un nouvel appel d'offre a dû être lancé sur les élections européennes, principalement axé sur une campagne d'incitation au vote par voie d'affichage.

Enfin, le Service d'information du Gouvernement a été associé à la campagne d'information sur le Traité constitutionnel qui a fait l'objet de différents appels d'offre lancés en juillet et août 2004 par le ministère des Affaires étrangères, dans le but d'informer les Français de manière neutre sur la Constitution et de leur permettre d'accéder le plus facilement possible au texte du Traité constitutionnel.

Des contextes peu propices à l'information et à la pédagogie

Les campagnes menées à l'occasion des élections européennes ne parviennent pas à enrayer une abstention croissante

La campagne pour les élections européennes de 2004

La campagne gouvernementale et la campagne du Parlement européen se fondaient sur les mêmes constats : une abstention en progression dans tous les États membres lors des élections européennes, un manque de visibilité et de connaissance du rôle du Parlement européen, et une absence de lisibilité et d'impact réel du vote. Ces campagnes poursuivaient également des objectifs identiques, à savoir faire prendre conscience à chaque citoyen de l'importance du vote en soulignant les missions élargies et les pouvoirs accrus du Parlement européen, et inciter les citoyens à voter le 13 juin 2004 par la valorisation d'un message commun jouant sur la complémentarité des supports.

L'axe de communication retenu pour la **campagne gouvernementale** a donc privilégié l'importance du vote, compte tenu de l'incidence des décisions du Parlement européen sur la vie quotidienne des citoyens, à travers des messages sur la sécurité dans les transports, la qualité de l'air, la défense des consommateurs, l'égalité hommes-femmes ou encore la sécurité au travail.

Le dispositif de communication s'appuyait sur quatre volets complémentaires :

- une campagne d'affichage ;
- une campagne dans la presse régionale ;
- une campagne sur Internet pour toucher un public plus jeune et plus abstentionniste ;
- une campagne d'information de proximité avec la diffusion d'affichettes et de dépliants pour expliquer de manière simple la nature et les enjeux du scrutin.

Le **Bureau d'information pour la France du Parlement européen** a également développé de nombreuses initiatives originales à destination du « grand public », tandis que le CIDEM, structure associative, a pris une part active à la campagne d'incitation au vote pour ces élections, en s'inscrivant dans le dispositif général de communication mis en place par le Gouvernement français et le Parlement européen.

À l'issue de cette campagne, la faiblesse du taux de participation aux élections (42,76 % pour la France) a cependant mis en lumière la difficulté de communiquer sur l'Europe. Dans les autres pays membres, si les taux de participation ont atteint 90,81 % en Belgique, 89 % au Luxembourg, 82,37 % à Malte et 73 % en Italie, ils n'ont cependant pas dépassé

les 43 % en Allemagne, les 39,3 % aux Pays-Bas, les 38,83 % au Royaume Uni ou les 20,87 % en Pologne, soit une moyenne générale de 45,7 % pour l'ensemble des États de l'Union ¹.

Les contraintes juridiques et politiques très strictes imposées lors des campagnes référendaires sur les traités européens

Le traité de Maastricht (1992)

Lors du référendum de ratification du traité de Maastricht, le Gouvernement français a mis en œuvre une campagne publicitaire destinée à favoriser la participation électorale. Elle a été diffusée fin juillet/début août 1992 en affichage et dans les médias sous le slogan « L'Europe est adulte, donnons-lui sa majorité ».

Ce dispositif comprenait initialement un volet télévisuel, avec la réalisation d'un spot publicitaire mettant en scène différentes personnes s'exprimant sur le Traité. Cependant, déclaré incompatible avec les dispositions de la loi du 30 septembre 1986, modifiée par la loi du 15 janvier 1990, qui interdisent les émissions publicitaires à caractère politique dans les médias audiovisuels, ce spot n'a finalement jamais été diffusé. Dans un courrier adressé au SIG sur le projet de campagne, le Conseil supérieur de l'audiovisuel avait en effet estimé qu'il allait au-delà de l'incitation au vote et engageait trop ouvertement à opter pour le « oui ». Bien que déclinant le même parti pris créatif, la campagne a pu être maintenue en affichage et dans la presse, ces médias n'étant pas concernés par la loi.

Le budget de la communication publicitaire s'était alors élevé, hors frais de réalisation du spot TV, à 2,9 millions d'euros TTC, dont 2,16 millions d'euros d'achat d'espace, 0,4 million d'euros de frais techniques (impression d'affiches et réalisation des annonces presse) et 0,34 million d'euros d'honoraires d'agence ².

Parallèlement à ces actions médias, dans le cadre de la campagne officielle, le texte du Traité avait été envoyé à chaque électeur et distribué dans toutes les communes. À l'issue de la campagne, le taux d'abstention enregistré au référendum sur la ratification du traité de Maastricht n'a pas dépassé les 30,30 %.

La campagne référendaire sur le Traité constitutionnel européen

Le dispositif d'information déployé par le Gouvernement

La ministre déléguée aux Affaires européennes a lancé la campagne nationale d'information sur la Constitution européenne le

(1) Eurobaromètre Flash162, « Enquête Post Elections européennes », terrain : juin 2004, publication : juillet 2004.

(2) *Source* : SIG.

9 décembre 2004. Le coup d'envoi de cette opération, menée en collaboration avec la Poste, a été donné lors de la remise officielle du Traité par la ministre à Jean-Paul Bailly, président du groupe La Poste, au bureau de poste de Paris « Europe ».

Le Service d'information du Gouvernement a clairement défini ses objectifs en matière de communication sur la Constitution européenne : continuer à valoriser les bénéfices concrets de l'Europe, donner « envie d'Europe » (programmes courts diffusés sur France 2 à 20 h 45 en janvier, programmes courts radio, avec pour cibles les jeunes et le grand public) ; réduire le déficit d'information sur le contenu du Traité et aider les acteurs de la société civile à développer un débat pluraliste sur le Traité constitutionnel.

À cet égard, les mots d'ordre de la tonalité de la campagne étaient les suivants : neutralité dans la présentation du contenu du Traité quels que soient les supports ; respect du pluralisme dans l'organisation des débats ; et respect de la période de réserve telle qu'elle serait précisée par le décret d'organisation du référendum.

En effet, le 8 décembre 2004, le président du Conseil constitutionnel avait invité le gouvernement à faire en sorte que la campagne d'information pour le référendum sur la Constitution européenne « demeure une campagne d'information permettant d'éclairer nos concitoyens » et ne soit pas « en faveur de l'une des réponses au référendum ». Il s'était exprimé ainsi, en ces termes, dans une lettre adressée au ministère des Affaires étrangères et envoyée en copie à M. Philippe de Villiers, président du Mouvement pour la France, celui-ci ayant dénoncé en novembre 2004, au nom de la neutralité des pouvoirs publics, une réunion organisée par la Chambre de commerce et d'industrie et le conseil général d'Indre-et-Loire, le 3 décembre, et intitulée « Une constitution pour une Europe plus forte dans le monde ».

Dans sa première phase, la **campagne d'information gouvernementale** a notamment donné aux Français la possibilité de consulter le Traité dans les principaux lieux publics. Dès le 10 décembre, en effet, le texte du Traité constitutionnel avait été mis en consultation dans 14 000 bureaux de Poste, dans les 36000 mairies françaises, les universités et les lycées. Cette édition officielle du Traité était également mise en vente pour la somme de 4 euros dans les librairies.

La création d'une « Mission Europe », le temps du référendum

Structure administrative temporaire placée auprès des cabinets du ministre des Affaires étrangères et de la ministre déléguée aux Affaires européennes, la **Mission Europe** a reçu pour tâche de coordonner la campagne d'information sur la Constitution européenne. En étroite liaison avec les autres départements ministériels, elle devait initialement déployer son action en direction de publics divers, particulièrement ceux qui sont les plus éloignés des enjeux européens, autour de trois pôles : le pôle relais, le pôle communication et le pôle territoire. Mise en place dans la

perspective du référendum, elle a cependant évolué au cours du temps et en fonction d'un contexte politique peu propice aux actions d'information, et n'a finalement pas véritablement pu développer tout ce qu'elle aurait souhaité mettre en œuvre à l'origine, ses ambitions ayant en effet été considérablement réduites après la prise de position du Conseil constitutionnel, suite à la polémique suscitée par M. Philippe de Villiers.

Le premier pôle de la Mission est celui qui semble avoir fonctionné le plus conformément à ce qui était prévu à l'origine et concerne les relais associatifs d'animation de la campagne. La Mission s'était fixé comme objectif d'ouvrir le champ des associations mobilisées autour de la campagne sur la Constitution au monde économique et social, qui n'a pas forcément l'Europe pour objet spécifique. Elle a donc mis en place un système de subventions à des projets qui portent sur le Traité constitutionnel, avec un budget initialement fixé à 1 million d'euros. Une cinquantaine de projets ont ainsi été portés par des associations comme le Mouvement européen, l'UFCS, l'AFEM, Emmaüs, la CFDT, la JOC etc. La Mission leur a procuré de la documentation et les a laissés former eux-mêmes leurs intervenants. Si le concept de départ était en effet de former des relais, un séminaire de journalistes ayant même été organisé en Bourgogne (avec invitation de la presse régionale et de quelques associations), la Mission a finalement évité de se mettre en avant. Les projets qu'elle a subventionnés consistaient la plupart du temps en un site Internet, une brochure d'information et l'organisation de débats. En général, l'association proposait le projet, la Mission le finançait, et l'association se chargeait de le mettre en œuvre.

Le pôle communication, qui répondait à la volonté de donner de l'information sur la Constitution, s'est développé autour de plusieurs outils, notamment un site Internet (www.constitution.europeenne.fr)¹, géré, alimenté et rédigé par Sources d'Europe, la mise en place d'un centre d'appels² (0810 2005 25), la diffusion du texte constitutionnel publié par *l'Hémicycle* et de la version de la Documentation française, et l'utilisation du site de la Mission (www.diplomatie.gouv.fr), principalement à titre de boîte aux lettres.

D'autre part, pour organiser les débats locaux et régionaux initialement prévus par la Mission Europe, cette dernière souhaitait mobiliser des intervenants témoins du fonctionnement quotidien des institutions européennes. Dans cette optique, elle a constitué une liste de « témoins » pour la mettre à la disposition de ses partenaires. Ces intervenants ont été choisis en fonction de leurs compétences en matière de questions européennes, afin d'être en mesure de situer et d'expliquer le projet de Constitution et/ou de s'exprimer plus généralement sur l'Europe ou sur un aspect spécifique des politiques européennes. Les candidatures ont été sélectionnées selon les critères suivants : une représentation diversifiée des catégories socioprofessionnelles, une répartition des intervenants sur l'ensemble du

(1) Le site a enregistré environ 1,3 millions de visiteurs jusqu'au référendum du 29 mai.

(2) Environ 170 000 appels ont été traités.

territoire français et une répartition permettant de couvrir l'ensemble des sujets européens, selon une approche globale ou thématique.

Le pôle territoire était destiné, quant à lui, à décentraliser le débat. Il se heurtait donc à la question de savoir quelle pouvait être l'implication des préfets dans cette campagne d'information sur le Traité constitutionnel. Dans ce contexte, les tenants d'une approche neutre souhaitaient ne pas les impliquer, ni les mettre en avant. En définitive, née d'un projet ambitieux, la Mission Europe a donc vu son périmètre d'action se réduire considérablement au fil du temps.

La Commission européenne s'est jointe à l'effort général, en diffusant quarante panneaux d'exposition, deux brochures (*Une Constitution pour l'Europe* et *La Constitution européenne pourquoi ? Comment ?*) et une vidéo de huit minutes pour l'ouverture des débats locaux.

Le Bureau d'information pour la France du Parlement européen a également développé son programme d'information sur le projet de Constitution pour l'Europe et a notamment conclu de nombreux partenariats avec la presse quotidienne régionale pour diffuser le texte du Traité constitutionnel.

La campagne d'information menée en Espagne à l'occasion du référendum sur le Traité constitutionnel européen

En Espagne, la campagne d'information sur le Traité constitutionnel européen a mobilisé de nombreux acteurs. Le postulat de base était de promouvoir un maximum d'engagement de **l'administration de l'État** pour garantir le succès du référendum, en faisant connaître les succès du processus d'intégration européenne, ses apports pour l'Espagne et la signification du Traité, dans chaque domaine précis. C'est ainsi que conformément aux instructions de la Vice-Présidente du Gouvernement, le ministre des Affaires étrangères et de la Coopération a présenté en octobre 2004 un plan d'action pour unifier les efforts au sein de l'Administration. Il a donc été demandé à chaque département ministériel de fournir du matériel relatif aux résultats précis des 19 ans d'appartenance au projet européen dans leur domaine de compétence, et de produire des réflexions sur ce que devait apporter le Traité constitutionnel. Parallèlement, chaque ministère a lancé des initiatives dans son domaine de compétence (le MAEC a par exemple engagé une campagne à destination des Espagnols à l'étranger). En ce qui concerne **l'administration autonome**, le ministère des Administrations publiques a demandé la collaboration des Communautés autonomes, et le président du Gouvernement a pris contact avec ces dernières lors de la Conférence des présidents des Autonomies en octobre 2004. En ce qui

concerne **l'administration locale**, un accord a été signé avec la Fédération espagnole des communes et des provinces (FEMP).

En dehors de l'administration d'État, on a identifié dans chaque domaine les interlocuteurs les plus adéquats, en raison de leur légitimité dans leur domaine ou en raison de leur capacité de communication. Dans le but de mettre en commun les moyens humains et financiers pour atteindre un but unique, à savoir la diffusion du contenu du Traité constitutionnel, des accords de collaboration ont donc été signés avec ces interlocuteurs : institutions communautaires, Conseil de la jeunesse d'Espagne, Conférence des recteurs des universités espagnoles, titulaires des chaires Jean Monnet, Conseil supérieur des sports, Conseil supérieur des chambres de commerce, Association espagnole des banques et Confédération espagnole des caisses d'épargne, syndicats, Organisation nationale des aveugles espagnols, Croix-Rouge espagnole, fondation FUNDESO, Mouvement européen, fondation Jean de la Cosa, ordres professionnels, grandes entreprises, médias, etc.

Dans ces conditions, trois campagnes se sont déroulées concurremment : la campagne institutionnelle, pour informer les citoyens sur la date du référendum, la procédure à suivre pour voter, les conditions et les démarches pour le vote par correspondance etc., la campagne des partis politiques, et la campagne de publicité, promue par le ministère de la Présidence, pour faire connaître et diffuser le texte du Traité. Cette dernière a essentiellement consisté en une lecture d'articles du texte par des personnalités populaires provenant de différents secteurs idéologiques, professionnels et sociaux (monde du sport, de la communication, acteurs ou écrivains).

Le gouvernement espagnol s'est largement appuyé sur la société civile en lançant dès le 7 janvier une campagne d'information civique d'un montant de 6 millions d'euros. Cette opération a constitué à faire lire dans les médias par des personnalités du monde du sport ou de la culture des articles de la charte constitutionnelle, et à distribuer des exemplaires de la Constitution dans les grands journaux nationaux dans leur édition du 16 janvier, ainsi que dans les stades lors de grandes manifestations sportives. Un numéro de téléphone gratuit, un site Internet et des panneaux d'information dans les rues ont été également mis en place. Par ailleurs, le gouvernement espagnol a accordé une subvention de 9 millions d'euros à l'ensemble des formations politiques représentées au Parlement et ce indépendamment de leur position sur la ratification de la Constitution européenne.

Le bureau du Parlement européen et la représentation de la Commission en Espagne se sont également impliqués de manière très active dans la campagne référendaire. Plusieurs actions conjointes ont été engagées notamment en direction des médias, avec une campagne d'information sur la RTVE (radio télévision espagnole). Le bureau du Parlement européen a par ailleurs orchestré la circulation d'autobus informatifs sur la Constitution, la soirée électorale du 20 février

2005 et le revêtement de l'immeuble occupé par les institutions européennes à Madrid. Mais c'est incontestablement l'opération Euroscola 2005 : « une constitution pour l'Europe », qui a été la plus originale, avec l'envoi, pendant la semaine du 24 janvier, d'un kit pédagogique sur la Constitution européenne à plus de 7 500 centres éducatifs espagnols d'enseignement secondaire et de formation professionnelle de grade moyen (trois millions d'étudiants) et l'organisation d'un concours sur Internet.

Diverses actions ont également été directement menées par la représentation de la Commission :

- édition à cinq millions d'exemplaires d'un dépliant résumant le Traité ;
 - édition de 68 000 exemplaires du Traité constitutionnel in extenso ;
 - organisation de nombreuses conférences publiques.
-

Les relais d'information sur l'Europe

« Y a-t-il un pilote dans l'avion ? »

Il existe en France une multitude de structures et de relais d'information sur l'Europe. Tant à l'initiative des institutions européennes que des pouvoirs publics nationaux et locaux, les lieux d'information existent sans pour autant être suffisamment clairement identifiés. Ce morcellement des structures s'accompagne d'un foisonnement des initiatives qui souvent n'atteignent pas la taille critique pour être identifiées par le grand public. Le temps semble venu de mutualiser ces énergies positives et de pérenniser le financement des actions menées.

Un morcellement des structures d'information

Bureau d'information du Parlement européen, représentation de la Commission, Sources d'Europe, Info-Points Europe, carrefours ruraux, centres de documentation européenne, Euro Info centres, Guid'Europe, maisons de l'Europe, Mouvement européen, etc. La liste est loin d'être exhaustive, et les Français qui le veulent peuvent accéder sans difficulté à l'information sur l'Europe, par ailleurs très fournie sur Internet. En revanche, ce paysage éclaté des structures d'information ressemble davantage à un parcours du combattant pour le citoyen non averti et non familier des questions européennes. Quelle est la répartition des compétences entre les institutions européennes, l'État, les collectivités territoriales, les associations et les structures issues de la société civile ? Existe-t-il une stratégie commune et qu'en est-il des résultats ?

Au niveau national

Les bureaux de représentation des institutions de l'Union européenne

Le Bureau de représentation de la Commission européenne

La Commission européenne dispose d'un bureau de représentation dans les capitales nationales et dans certains cas, pour les pays les plus peuplés, d'une antenne régionale. C'est le cas en France avec l'existence d'une représentation à Paris et d'un bureau à Marseille.

La mission dévolue à la représentation de la Commission n'est pas tant le contact direct avec le grand public que les relations avec les institutions françaises, les milieux politique et médiatique.

La représentation en France de la Commission européenne est également chargée de conventionner un certain nombre de relais dans le cadre d'un dispositif d'information qui comprend, dans le cadre de la restructuration opérée en 2005, 39 points d'information labellisés « Europe Direct ».

Le Bureau d'information du Parlement européen

La mission dévolue au Bureau d'information du Parlement européen en France s'articule pour l'essentiel autour de trois axes :

- Faire connaître le rôle du Parlement européen et les positions prises par les eurodéputés en s'appuyant sur les relais d'opinion. Le Bureau d'information organise ainsi une trentaine de réunions par an, à Bruxelles ou à Strasbourg, lorsque des élus locaux, des parlementaires, des syndicats ou des associations demandent à rencontrer des parlementaires européens et à visiter le Parlement européen ;
- Assister les parlementaires européens dans les activités qu'ils souhaitent mener sur le territoire national (conférences de presse, débats, etc.) ;
- Informer le Parlement européen de l'état de l'opinion publique française sur les sujets européens.

Le Bureau d'information du Parlement européen prend également une part active à l'organisation de campagnes d'information sur l'Europe (affichage, publications, spots cinématographiques, etc.) et d'opérations spéciales à l'occasion d'événements importants tels que l'élargissement de l'Union, la journée du 9 mai, des manifestations sportives européennes, etc.

Sources d'Europe

Groupement d'intérêt économique (GIE) fondé en 1992 par le Gouvernement français et la Commission européenne, Sources d'Europe,

longtemps situé dans le sous-sol de l'arche de la Défense ¹, a constitué le niveau national du dispositif d'information sur l'Europe jusqu'au printemps 2004. Le GIE est géré et financé à parité par le Gouvernement français et la Commission européenne.

Deux autres centres similaires existent en Europe : l'un à Rome, l'autre à Lisbonne (centre européen d'information Jacques Delors).

Sources d'Europe, qui n'est plus ouvert au public depuis la rentrée 2004, répond notamment aux questions téléphoniques, met à sa disposition de la documentation en ligne et oriente le public vers les sources d'information les mieux adaptées à la demande. Il gère également un fonds documentaire désormais consultable à la Documentation française, publie une revue de presse européenne, diffusée sur Internet, organise des animations pédagogiques sur l'Union européenne et effectue un recensement des outils et pratiques pédagogiques sur l'Europe et des manifestations à dimension européenne. L'ensemble de l'information qu'il propose est disponible sur son site Internet (www.info-europe.fr), dont la fréquentation s'établit à environ 150 000 visiteurs par mois. C'est également Sources d'Europe qui a assuré la gestion et l'actualisation du site internet spécialement dédié à la Constitution européenne (www.constitution-europeenne.fr).

Très ambitieux à l'origine, les objectifs de Sources d'Europe ont cependant beaucoup évolué. Si l'envergure du projet de départ (médiathèque, libre distribution de brochures, auditorium, salles de réception et espace enfant) était en effet considérable, de nombreux rapports ont dénoncé le mauvais choix d'implantation initiale (4500 m² sous les marches de la Grande Arche de la Défense), qui a placé le GIE sous contrainte financière et budgétaire permanente : un loyer élevé auquel sont venues s'ajouter des primes d'assurance exponentielles après les attentats du 11 septembre 2001, des charges salariales importantes, une implantation excentrée et un développement des nouvelles technologies, qui rendait les contacts physiques moins nécessaires, ont empêché le GIE de prendre son essor. En 2003, le Gouvernement a en outre amputé sa cotisation annuelle de 30 %, bientôt imité par la Commission, d'où le licenciement de 13 personnes en 2004 et la nécessité de trouver de nouveaux locaux. Le budget de cette équipe de 10 personnes s'élève donc désormais à 1 938 000 euros, contre près de 4 millions d'euros à sa création.

(1) *Sources d'Europe* a déménagé en juillet 2004 pour s'installer dans Paris au 288 boulevard Saint-Germain (7^e arrdt), dans le même immeuble que les bureaux de représentation du Parlement européen et de la Commission européenne.

Les services d'information mis à disposition par l'Union européenne en 2005

• **Réseau d'information « Europe Direct »** : 393 centres d'information locaux dans 24 des 25 pays membres (à l'exception du Royaume-Uni qui, pour des raisons liées à son calendrier électoral avait demandé à la Commission de différer la mise en place des centres d'information sur son territoire).

Les 393 centres sont répartis de la façon suivante :

Allemagne : 47, Espagne : 43, France : 39, Italie : 39, Finlande : 23, Pologne : 23, Suède : 23, Hongrie : 20, Grèce : 19, Pays-Bas : 13, Portugal : 13, Slovaquie : 12, Autriche : 11, Belgique : 11, Lettonie : 9, Lituanie : 9, Irlande : 8, République tchèque : 8, Danemark : 7, Slovénie : 6, Estonie : 5, Chypre : 4, Luxembourg : 2, Malte : 1.

Les centres d'informations – qui sont généralement hébergés par des chambres de commerce ou des collectivités locales, mais aussi par des organismes privés choisis par la Commission au terme d'un appel d'offres – proposent toute une série de services et de publications, notamment sur le droit, les programmes et les politiques communautaires, ainsi que les traités.

La Commission a prévu un budget annuel de 10 millions d'euros pour cofinancer les centres d'information par des montants variant entre 12 000 et 24 000 euros par relais. Les 10 millions d'euros sont ventilés entre les États membres en tenant compte de leur étendue géographique et de leur population. La France bénéficie du montant le plus élevé (1,224 million d'euros), suivie par l'Allemagne (1,128 million) et l'Espagne (1 million).

• **un numéro de téléphone gratuit** et unique dans les 25 pays de l'Union : 00 800 6 7 8 9 10 11.

• **3 centres nationaux d'information** à Paris, Lisbonne et Rome, en partenariat avec les autorités nationales.

• **700 centres de documentation européenne** (CDE) auprès des institutions d'enseignement supérieur et de recherche.

• **Team Europe**, un réseau de conférenciers indépendants spécialisés dans les questions européennes, issus d'horizons divers et sélectionnés par les Représentations de la Commission dans les États membres de l'Union européenne.

Au niveau local

Les relais conventionnés par la Commission européenne

Jusqu'à la fin de l'année 2004

Il existe, à l'échelon régional ou départemental, plusieurs structures dont la vocation est de s'adresser au grand public ou à des publics cibles (étudiants, milieu rural, petites et moyennes entreprises). La Commission européenne conventionne ainsi un certain nombre de relais qui bénéficient de subventions de l'Union européenne. Depuis 1999, il existait quatre types de relais conventionnés et gérés par la Commission européenne :

– **14 Info-Points Europe (IPE)**, structures subventionnées à hauteur de 20 000 euros par an. Leur fonction était d'accueillir le grand public et de constituer une « tête de réseau régionale » chargée de mettre en cohérence l'ensemble des initiatives d'information sur l'Europe dans la région considérée. Les IPE avaient aussi pour mission d'établir une relation permanente avec la presse régionale et locale. Certaines « maisons de l'Europe », structures associatives apolitiques, avaient le label d'IPE et, jusqu'en 2003, la Commission européenne était liée par une convention avec la Fédération internationale des maisons de l'Europe (FIME).

– **10 Carrefours ruraux européens (CRE)** informaient sur l'Europe en milieu rural, et nouaient des partenariats avec les chambres d'agricultures et/ou des collectivités ou associations à vocation rurale.

– **3 structures mixtes CRE/IPE.**

– **50 centres de documentation européenne (CDE)**, qui s'adressent prioritairement aux enseignants, chercheurs et étudiants. Points d'information où la documentation européenne est mise à la disposition des milieux universitaires, ils sont généralement hébergés dans les bibliothèques de facultés de Droit et de grandes écoles. Une convention les lie à la Commission, pour la fourniture de la documentation notamment, mais sans qu'aucun subventionnement ne leur soit alloué. Le réseau des CDE propose une documentation juridique de base sur les politiques et programmes communautaires, donne accès aux bases de données communautaires, notamment CELEX (juridique) et permet la consultation et le prêt de publications universitaires traitant de l'Union européenne.

– **34 « Euro Info Centres » (EIC)**, dont la création remonte à 1987 dans le contexte de la signature de l'Acte unique européen) dont la mission est l'aide aux PME dans leur adaptation à l'environnement européen. Subventionnés par la Commission européenne, les EIC sont généralement accueillis par les Chambres régionales de Commerce et d'Industrie.

La restructuration des relais et l'installation du réseau « Europe Direct » en avril 2005

En novembre 2004, la Commission a décidé de supprimer le réseau des Info-Points Europe et des carrefours ruraux, pour les remplacer par un nouveau réseau « Europe Direct », dont la vocation généraliste vise à donner au grand public de l'information sur l'Union européenne.

Cette restructuration du réseau dit de « deuxième génération » dans le cadre de l'Union élargie à vingt-cinq États membres s'est traduite par le lancement d'un appel à propositions à l'automne 2004. Cette décision de remettre à plat son réseau d'information a parfois provoqué un certain traumatisme auprès d'acteurs de terrain confrontés au risque de voir leur partenariat abandonné par la Commission.

Le nouveau réseau « Europe Direct » est opérationnel depuis avril 2005 et comporte **39 relais**, auxquels la Commission européenne demande de remplir quatre missions principales :

- fournir une première réponse au public sur la construction européenne ;
- apporter une assistance dans toute recherche d'information et permettre un accès à la documentation officielle ;
- orienter le public vers les sources d'information appropriées si la réponse ne peut être apportée sur place ;
- organiser des débats, des rencontres et des séminaires sur l'Union européenne.

Les guichets d'information sur l'Europe (Guid'Europe)

Créés à l'initiative du ministre délégué aux Affaires européennes avec l'appui de la Commission européenne, les Guid'Europe (au nombre d'une soixantaine) ont pour mission d'informer le grand public au niveau départemental. Ils sont installés dans chaque département non-chef-lieu de région auprès d'organismes de rattachement existants : collectivités locales, structures associatives ou points d'information jeunesse. Ce dispositif ne reçoit aucune subvention – nationale ou communautaire – et s'appuie sur des structures et sur d'éventuels partenariats financiers locaux. Correspondant de Sources d'Europe, qui l'a doté d'une documentation de base et a contribué à la formation de ses agents, chaque Guid'Europe informe le public sur l'Union européenne, ses initiatives, son fonctionnement et ses réalisations.

Le rôle des préfetures de région et les conseils régionaux

Dans le cadre de la politique régionale de l'Union européenne, ils sont les interlocuteurs des porteurs de projets locaux.

Au sein des préfetures de région, le Secrétariat général pour les affaires régionales (SGAR) coordonne la mise en œuvre, en liaison avec le Conseil régional, des aides régionales de l'Union européenne (Fonds structurels : FEDER, FEOGA-Orientation, FSE, IFOP). Il élabore notamment les Documents uniques de programmation (DOCUP) définissant les axes prioritaires et les moyens d'intervention pour chacun des

objectifs des Fonds structurels auxquels la région est éligible, et les programmes opérationnels pour chacune des initiatives communautaires qui concerne la région. Il informe sur les procédures à suivre pour bénéficier de ceux-ci et sélectionne les dossiers qui feront l'objet d'un cofinancement communautaire. Il participe aux comités de suivi associant la Commission européenne et les administrations nationales, les conseils régionaux et les collectivités concernées.

Les conseils régionaux participent quant à eux à l'information des entreprises, des agents de développement et des collectivités sur les aides régionales européennes. Ils collaborent avec les préfetures de région dans le cadre de la mise en œuvre de la politique régionale européenne et disposent, pour la plupart d'entre eux, d'un bureau de représentation à Bruxelles.

Un foisonnement des initiatives

La diversité du paysage associatif

L'engagement historique du mouvement associatif en faveur de la construction européenne

Le Mouvement européen

Le Mouvement européen (organisation internationale) est né des mouvements de résistance, à la fin de la seconde guerre mondiale. À la Libération, de nombreuses associations favorables à l'Europe unie et à la paix entre les peuples apparaissent partout sur le continent. Les délégués des différents mouvements se réunissent en Congrès de l'Europe à La Haye en mai 1948 et créent le Mouvement européen pour donner un caractère permanent à leur action. L'organisation française du Mouvement européen est créée en 1949.

Le Mouvement européen est notamment à l'origine du Conseil de l'Europe, créé le 5 mai 1949, et de la Convention européenne des Droits de l'Homme. Il a aussi contribué à la création du Collège d'Europe de Bruges et du centre européen de la culture de Genève.

Le Mouvement européen a constamment accompagné les étapes de la construction européenne. Sa vocation vise à « développer dans le peuple français la prise de conscience de l'Europe, et de la communauté de destin des peuples qui la composent ». Il a milité en faveur de l'élection du Parlement européen au suffrage universel direct, puis en faveur du Traité sur l'Union européenne. Il continue à faire des propositions concrètes pour rapprocher l'Europe des citoyens et faire connaître les réalités de l'intégration européenne.

Association réunissant des responsables politiques pro-européens de toutes tendances, le Mouvement européen France (MEF) vient

relayer la Commission dans l'organisation de colloques ou d'événements. Pour les manifestations du 9 mai, le MEF a bénéficié pendant plusieurs années d'un soutien de la part de la Commission. Mais pour l'heure, plus aucun financement communautaire n'est prévu.

Les maisons de l'Europe

Créées dans les années 1950 pour réunir des citoyens convaincus de la nécessité de construire l'Europe, les maisons de l'Europe ont au fil du temps évolué en cercles relativement fermés et fonctionnant en vase clos. Elles cherchent aujourd'hui à s'ouvrir davantage au grand public

Structures apolitiques dont certaines avaient obtenu le label « Info-Point Europe » puis « Europe Direct », leur permettant d'être subventionnées par la Commission européenne, les maisons de l'Europe ont pour objectif de sensibiliser le grand public à la construction européenne. Elles mettent ainsi à disposition de leurs visiteurs une documentation de base et distribuent des brochures et fiches gratuites d'information. D'autre part, elles organisent des rencontres, des manifestations et des conférences s'adressant au grand public, aux enseignants et aux scolaires.

La maison de l'Europe de Paris a ainsi entrepris un effort particulier à destination des jeunes et des publics relais (responsables d'associations, d'organisations professionnelles...) et a noué de nombreux partenariats avec de jeunes réseaux associatifs, tels EuropaNova et Café Babel.

Consciente de l'émiettement du paysage associatif français, la maison de l'Europe à Paris privilégie en effet les partenariats, afin de mettre en commun des forces somme toute relativement modestes et de susciter des rencontres. Elle a ainsi organisé un séminaire pour les membres d'un réseau européen de travailleurs sociaux sur les fonds structurels (public ciblé, relais). Son partenariat avec la Commission n'a cependant pas été renouvelé dans le cadre de la refonte du système des relais et réseaux.

En régions, les maisons de l'Europe sont également très dynamiques mais généralement sous-financées. À Laval, la maison de l'Europe de la Mayenne développe de nombreuses activités de sensibilisation, notamment dans les écoles primaires et dans quelques collèges, soit une centaine d'animations par an depuis six ans. Cette action, qui s'ajoute à des initiatives plus traditionnelles, comme l'édition d'une lettre d'information et l'organisation de débats ou de cycles de formation dans les entreprises, semble particulièrement efficace. Au cours de la demi-journée interactive de jeux et de questions sur l'Europe orchestrée par l'animatrice de l'association, les enfants acquièrent de solides connaissances de base, bien plus rapidement, aux dires de leurs enseignants, qu'en plusieurs semaines de cours magistraux. Une manière de toucher aussi indirectement leurs parents...

Cependant, avec un budget annuel d'environ 155 000 euros, l'association ne peut multiplier de telles initiatives. L'animation dans les écoles, financée par les associations de parents d'élèves à hauteur de 76 euros la demi-journée, coûte en effet plus du double à la maison de l'Europe, et de nombreuses conférences sont organisées bénévolement par

ses membres, qui assurent parfois eux-mêmes les prestations orales, faute des crédits nécessaires pour solliciter un intervenant extérieur. Fortes de leurs atouts en termes de proximité, les maisons de l'Europe de provinces constituent donc un rouage incontestable de l'information sur l'Europe, dont l'efficacité pourrait être considérablement accrue par un soutien financier substantiel.

L'émergence de nouvelles formes d'actions associatives

Une nouvelle génération d'organisations à vocation européenne se développe depuis quelques années, apportant un souffle et un regard nouveaux à l'engagement européen. Elles viennent utilement compléter les actions menées par des associations telles que le Mouvement européen ou les maisons de l'Europe, et s'adressent à un public plus large.

EuropaNova

Le collectif associatif *EuropaNova*¹ a été lancé à l'été 2002. Des citoyens actifs exerçant des professions et responsabilités diverses ont décidé de se réunir régulièrement pour réfléchir à des actions concrètes permettant de mobiliser progressivement une génération intéressée par la construction européenne sans pour autant être spécialiste ou militante. Pour participer à la réflexion sur l'avenir de l'Europe politique, EuropaNova s'est donné pour mission de sensibiliser les Français et leurs représentants politiques aux enjeux et manifestations concrètes de la construction européenne comme à ses difficultés. Il s'agit d'une nouvelle forme convaincante d'engagement associatif sur l'Europe, qui concilie la mixité générationnelle avec un regard européen sur l'avenir de la France, de l'Europe et du monde.

Le collectif, qui s'apparente à une organisation non gouvernementale, met en œuvre différentes actions :

Un programme « *jeunes leaders* », qui réunit, environ une fois par mois des personnalités (intellectuels, hommes politiques...) de 25 à 45 ans, originaires de l'Europe élargie. Le format retenu privilégie l'interactivité : l'invité est interpellé par un public varié composé aussi bien de chefs d'entreprises, d'étudiants, de chômeurs ou de syndicalistes.

Un programme d'« *auditions citoyennes* » qui placent un décideur européen face à un jury citoyen dont les membres sont issus d'associations diverses. Parmi les auditions récentes, figurent notamment celles de Valéry Giscard d'Estaing et de Jean-Pierre Raffarin.

L'originalité d'EuropaNova tient à sa méthode :

- tous les sujets sont abordés sous l'angle de l'intérêt général européen ;

(1) www.europanova.org

- l’organisation fonctionne sur un principe de mobilisation collective de la société civile et associe à ses différents projets des représentants du monde associatif européen (Alter Europe, Notre Europe, le groupe des Belles Feuilles, Café Babel) mais aussi des représentants d’autres organisations (Jeunes Agriculteurs, Emmaüs, Action contre la Faim, Croissance Plus...);
- une volonté d’information et de pédagogie vers le grand public, ce qui se traduit notamment par des partenariats avec des médias et des supports comme le quotidien gratuit *Metro* ou un rendez-vous de débat européen mensuel sur I Télé;
- un souci de décryptage de l’actualité européenne et de mise en perspective;
- le développement d’un réseau de relais à l’échelle de l’Union, composé de représentants des nouvelles générations de représentants de la société civile, du monde des idées et de l’entreprise.

Café Babel (association Babel international)

*Café Babel*¹ est un média européen en ligne, qui propose une analyse critique de l’actualité européenne en six langues² et entend contribuer à l’émergence d’une opinion publique européenne. Café Babel est l’œuvre d’un réseau de plus de 350 collaborateurs bénévoles présents dans 15 villes et 10 pays, de Madrid à Bruxelles, en passant par Prague, Berlin et Paris.

Les fondations et clubs de réflexion

La fondation Robert Schuman

Reconnue d’utilité publique par le décret du 18 février 1992, la fondation Robert Schuman³, présidée par M. Jean-Dominique Giuliani, prend une part très active au débat sur l’Europe, à travers de nombreuses activités : organisation de conférences, publications, site Internet, etc.

- Ainsi, la Fondation se reconnaît quatre missions principales :
- soutenir les nouvelles démocraties européennes par des actes concrets, à travers la création de « centres Robert Schuman ». La Fondation a également lancé en 2002 un observatoire européen des élections ;
 - participer au développement et à l’avenir de l’Europe en coopération avec les autres fondations européennes, par l’organisation de colloques, conférences et rencontres internationales ;
 - soutenir les projets de recherche les plus prometteurs en attribuant des bourses de doctorat ;
 - contribuer au débat d’idées européen par des publications, et notamment la collection des « notes de la Fondation ».

Pour répondre à la forte demande de formation européenne des jeunes *leaders* des nouveaux et futurs pays membres de l’Union

(1) www.cafebabel.com

(2) Allemand, anglais, espagnol, français, italien et catalan.

(3) www.robert-schuman.org

européenne, la Fondation offre également aux journalistes, étudiants, décideurs économiques et politiques la possibilité de suivre des sessions de formation à Strasbourg ou à Bruxelles. La Fondation noue de nombreux partenariats, tant avec des éditeurs (Hachette, Albin Michel, Lignes de Repères) et des chaînes de télévision (LCI en 2003, et en 2004 avec le Journal des Européens) qu'avec des sites Internet (www.fenetreurope.tv). La Fondation entend s'adresser à différents publics, et diffuser l'information sur l'Europe à travers une *newsletter* électronique envoyée chaque semaine à près de 100 000 correspondants.

Europartenaires

Fondée en 1994, l'association Europartenaires ¹ est coprésidée par M^{me} Elisabeth Guigou, sa fondatrice, et M. Jean-Noël Jeanneney. Europartenaires mobilise des Européens convaincus et des responsables du monde politique, économique, social et culturel, dans un esprit pluraliste et ouvert à toutes les sensibilités, même si son ancrage à gauche est clairement revendiqué. L'association mène un effort de sensibilisation particulier auprès du public jeune, en collaboration avec Cafebabel, AnimaFac, la Maison des initiatives étudiantes, les Universités, les centres de recherche et les grandes écoles. Cependant, elle mobilise avant tout une certaine élite, déjà convaincue civiquement.

Europartenaires développe les activités suivantes :

- **les cercles** réunissent plusieurs fois par an autour d'une personnalité européenne, le temps d'un petit-déjeuner, les membres fondateurs de l'association et de hauts responsables du monde politique, culturel, économique et social ;
- **les entretiens** : ouvertes à tous, ces rencontres mensuelles autour d'un invité d'honneur mettent en perspective les questions les plus actuelles de la société européenne et contribuent, dans un esprit d'anticipation, aux grands débats de demain ;
- **les rencontres** : Europartenaires et la Friedrich-Ebert-Stiftung sont associés depuis plusieurs années pour promouvoir l'Europe politique et réfléchir sur l'identité européenne en collaboration avec la fondation Jean Jaurès. Ces rencontres prennent la forme de colloques annuels.

Le groupe des Belles Feuilles

Club de réflexion et de débat réunissant 150 jeunes professionnels sur l'étude des centres de pouvoir européens, le groupe des Belles Feuilles organise des sessions de formation pour ses membres, des rencontres avec des personnalités européennes, des voyages d'étude et des groupes de travail thématiques. Il publie également à un rythme annuel *L'année européenne, revue du groupe des Belles Feuilles*.

Il convient également de mentionner l'existence du « **Forum permanent de la société civile** », dont le siège est à Bruxelles. Il regroupe des associations dont la plupart ont des activités en France et qui œuvrent pour une meilleure connaissance des objectifs et des réalisations de l'Union européenne.

(1) www.europartenaires.net

La contribution des associations au développement d'une conscience européenne

Europe et civisme : le rôle du CIDEM

L'association Civisme et Démocratie – CIDEM – a été fondée en 1984 par la Ligue des droits de l'homme et la Ligue de l'enseignement. Elle regroupe aujourd'hui onze associations très diverses par leurs champs d'action et leurs origines, unies par la même volonté commune de « contribuer à l'épanouissement de citoyens autonomes, solidaires et responsables ». Le CIDEM s'est fixé pour but de remettre le civisme au goût du jour. Ses réseaux associatifs représentent plus de 4 millions de membres et 50 000 implantations locales qui agissent pour l'esprit civique et la promotion de la citoyenneté.

Le CIDEM considère que son champ d'action ne se restreint pas aux limites de l'hexagone mais implique aussi l'idée de citoyenneté européenne, et réserve en conséquence une place particulière à l'action en faveur de la promotion de la citoyenneté européenne.

Outre les actions pour l'incitation au vote, et les campagnes ponctuelles menées à l'occasion d'événements européens (passage à l'euro, élargissement) ou d'opérations électorales, le CIDEM entend développer une stratégie plus pérenne d'information et de sensibilisation à l'Europe.

En mai 2005, le CIDEM a ainsi lancé un programme d'action avec pour objectif de participer à l'instauration d'une citoyenneté européenne, d'informer sur les conséquences de l'Europe élargie et de développer le sentiment du « vivre ensemble » à vingt-cinq. À cet effet, 2 millions de dépliants ont été imprimés, un journal d'information a été édité à 25 000 exemplaires et plusieurs centaines de débats ont été prévus sur le territoire français.

L'Association Voltaire, pour contribuer à la construction concrète de l'Europe du quotidien

Trait d'union entre les professionnels et les jeunes, l'association Voltaire contribue elle aussi à l'information et à la communication sur l'Europe. S'appuyant sur une équipe mixte de professionnels, d'institutions, comme la Chambre franco-allemande de commerce et d'industrie, ou d'industriels, comme France Télécom, et d'étudiants de diverses nationalités, elle a pour but de contribuer à la construction concrète de l'Europe du quotidien, notamment par la mise en place de réalisations s'appuyant sur le multimédia. Elle développe trois actions principales : un portail web d'entraide entre étudiants européens, une émission web radio à destination des jeunes et un groupe de réflexion et d'action pluridisciplinaire (recherche, éducation, étudiants, collectivités locales, Länd, industriels...).

La consultation des acteurs associatifs

Le rôle du Conseil national de la vie associative (CNVA)

Le Conseil national de la vie associative est une instance de consultation placée auprès du Premier ministre. Créé en 1983, ce conseil a pour mission :

- d'étudier et de suivre l'ensemble des questions intéressant la vie associative ;
- de donner son avis sur les projets de textes législatifs ou réglementaires ;
- de proposer des mesures utiles au développement de la vie associative.

Il établit au cours de chaque mandature un rapport d'ensemble sur la vie associative et son évolution.

Le CNVA comprend actuellement sept groupes de travail, dont un spécifiquement consacré aux questions européennes. Dans la mesure où l'Europe représente un terrain d'intervention pour les associations, pour la mise en œuvre de coopérations ou à travers leurs relations avec les institutions européennes, le CNVA mène une réflexion approfondie à ce sujet. Il considère en effet que pour renforcer la prise de conscience des citoyens de la construction d'un espace dans lequel ils puissent avoir une identité citoyenne, il est indispensable de faciliter leurs démarches lorsqu'ils veulent mettre en œuvre des projets avec d'autres citoyens européens.

C'est ainsi que le conseil a rendu le 27 mars 2002 un avis adopté en séance plénière sur « les associations et la construction de l'Union européenne ». Dans ce texte, il se félicitait de la mise en place du Forum de consultation de la société civile au moment de la Convention, en souhaitant que ce travail s'effectue au niveau de chaque État membre grâce à des crédits européens. Il demandait que la Charte des droits fondamentaux soit introduite dans le Traité, afin de lui donner une force contraignante. Il appelait enfin à l'inscription de la liberté d'association au niveau européen dans le dispositif du Traité.

Actuellement, le groupe de travail sur l'Europe développe sa réflexion autour de quatre axes de travail, le statut de l'association européenne, le dialogue civil, la nouvelle programmation des fonds structurels, et la concurrence et le marché intérieur.

Le dialogue civil sur les questions européennes

Créé à l'initiative du ministre de la Jeunesse et des Sports en juillet 2004, le « Groupe permanent de suivi des questions européennes » se réunit tous les mois depuis septembre 2004. Il comprend la Conférence permanente des Confédérations associatives (CPCA), les employeurs associatifs (Unifed, Usgeres), la Fonda (association pour la promotion de la vie associative) et le CEDAG (Comité européen des associations d'intérêt général). D'autres structures associatives européennes devraient rejoindre ce groupe, dans lequel l'administration est représentée par le ministère de la Jeunesse, des Sports et de la Vie associative, le SGCI, ainsi que les ministères concernés par les problématiques évoquées ; le secrétariat en est assuré par la Délégation interministérielle à l'Économie sociale.

Cette structure informelle a pour objectif d'informer les associations et de solliciter leur avis sur les textes européens en préparation. Il s'agit donc de consulter les associations, la décision finale appartenant au politique, dans une démarche facilitée par l'instauration d'une méthodologie du dialogue. Dans un premier temps, la communication d'un expert du SGCI permet une mise à niveau sur le fond et la dédramatisation des questions grâce à la mise en lumière des implications concrètes d'un texte. La discussion sur les aspects les plus techniques ne s'engage qu'après cet état des lieux objectif.

Pour ouvrir la réflexion à un public plus large, le ministère de la Jeunesse, des Sports et de la Vie associative a organisé un colloque sur « les enjeux des projets de la réglementation de l'Union européenne pour les associations », le 16 novembre 2004. Cette manifestation, qui a réuni près de 300 représentants d'associations sportives, du secteur social, de la jeunesse, de l'éducation populaire et du tourisme social, illustre la volonté du gouvernement de nouer un dialogue le plus en amont possible avec le secteur associatif sur les évolutions de la réglementation européenne. Les débats ont notamment porté sur l'association sportive face aux modifications réglementaires de l'Union européenne, les évolutions de l'UE pour les associations du secteur social et les enjeux européens pour les associations de jeunesse, l'éducation populaire et le tourisme social.

Le soutien financier aux projets associatifs

Les principaux programmes européens

Le programme pour la citoyenneté européenne active

Une décision du Conseil de l'Union européenne du 26 janvier 2004 établit un programme d'action communautaire pour la promotion de la citoyenneté européenne active, conférant ainsi une base juridique au soutien financier apporté par l'Union à des initiatives émanant d'organisations de la société civile. Ce programme vise à promouvoir et à diffuser les valeurs et les objectifs de l'Union dans le but de rapprocher les citoyens européens et de les impliquer dans la réflexion sur l'évolution de la construction européenne.

Pour y contribuer, le programme encourage les initiatives dans le domaine de la citoyenneté active¹ en délivrant des subventions. Sont notamment concernés les actions des entités de la société civile et autres structures telles que les municipalités et leurs organisations actives au niveau européen susceptibles de contribuer au renforcement et à l'efficacité de l'activité communautaire en ce qui concerne, par exemple, les

(1) Le programme en cours se terminera le 31 décembre 2006, et la Commission prépare actuellement une proposition pour le futur programme qui prendra le relais de cette initiative à compter du 1^{er} janvier 2007.

rencontres et les débats citoyens sur des thèmes d'intérêt européen ou encore la diffusion d'informations sur l'action communautaire.

Le programme « Prince »

L'initiative communautaire d'information du citoyen européen, « Prince », a pour objectif de faire connaître les avancées de l'Union européenne, ses prochaines étapes et ses enjeux à travers quatre thèmes prioritaires : l'élargissement de l'Union européenne, l'avenir de l'Europe, la constitution d'un espace de liberté, de sécurité et de justice, et le rôle de l'Europe dans le monde.

La mise en œuvre du programme Prince peut passer par des partenariats avec les gouvernements des États membres, pour des actions conjointes d'information et de communication sur chacun des thèmes prioritaires (publications, campagnes publicitaires...). Elle peut également relever d'une action autonome réalisée directement par la Commission européenne ou via le soutien des initiatives de la société civile ou des médias.

Les actions soutenues sont de divers types. Il s'agit, par exemple, d'opérations menées à travers les médias régionaux, la presse féminine, la presse d'entreprise, la presse syndicale, les journaux gratuits, la production d'émissions, les débats télévisés et les brochures d'information. Ce peut être également l'organisation d'assises des citoyens, avec la participation de membres du Parlement européen, de la Commission européenne, d'élus nationaux ou locaux, à l'occasion de manifestations ou d'événements publics, culturels, politiques ou de loisirs. Ce sont enfin des forums thématiques et des manifestations spécialisées.

Le fonctionnement du programme Prince se décline de la manière suivante. L'initiative est coordonnée par la Commission européenne et le Parlement européen au sein d'un groupe de travail consultatif *ad hoc*. La mise en œuvre est ensuite assurée de façon décentralisée par la direction générale « Presse et communication » de la Commission européenne, ainsi que par les bureaux de Représentation de la Commission, les bureaux d'information du Parlement européen dans les États membres, les gouvernements, les autorités régionales ou locales et les associations. Enfin, la Représentation de la Commission européenne en France est chargée de la coordination et de l'évaluation des projets.

Les relais et réseaux de la Commission européenne, les médias, presse écrite et audiovisuelle, ainsi que les organisations représentatives de la société civile (organisations non gouvernementales, associations, instituts, fondations, mouvements...) peuvent donc participer à ce programme. Le projet peut concerner un ou plusieurs thèmes et doit s'intégrer dans la dynamique des campagnes. Il doit mettre l'accent sur le dialogue et la proximité avec les citoyens (les actions développées localement et en partenariat entre plusieurs acteurs sont encouragées). Il peut impliquer le Parlement européen (la Représentation en France ou les membres du Parlement) et si possible les autorités nationales ou locales. Enfin, il doit bénéficier d'une bonne couverture médiatique.

Les difficultés d'accès aux financements européens

À l'heure actuelle, il semble cependant que les critères établis par la Commission pour attribuer ses aides soient tels que les petites structures ne sont pas en mesure de les obtenir. Seules les grosses organisations, celles qui sont justement les plus éloignées de la base, sont finalement éligibles à ces subventions : trop complexes, les règles édictées par Bruxelles requièrent l'intervention d'un spécialiste chargé de s'y consacrer dans chaque association. Or, si c'est effectivement ce qui se passe dans les grandes associations britanniques, en France, celles-ci sont trop petites pour pouvoir se le permettre. Ainsi, tous les organismes qui pourraient diffuser de l'information et qui sont découragés constituent autant de relais perdus, quand ils ne se transforment pas au contraire en relais négatifs.

L'exemple de la maison de l'Europe Tours-Centre-Val-de-Loire, qui bénéficie également de l'appellation « Guid'Europe » est significatif. L'association propose de très nombreux services d'information à destination du grand public (site Internet, journal trimestriel, organisation de conférences, interventions dans des établissements scolaires, etc.). Cette structure n'a pourtant pas été en mesure de répondre à l'appel à projets lancé par la Commission européenne dans le cadre de la restructuration du réseau « Europe Direct », compte tenu des incertitudes quant à la capacité financière de l'association à réaliser ses ambitions dans l'avenir. Le délai de quarante jours donné par la Commission s'est révélé beaucoup trop court pour obtenir les assurances nécessaires de la part des collectivités partenaires.

D'une façon générale, les structures associatives sont largement dépendantes des subventions publiques, ce qui les rend excessivement vulnérables aux décisions des institutions et collectivités qui contribuent à leur financement.

En Pologne, des initiatives originales émanent de la société civile

En Pologne, des appels d'offres sont organisés régulièrement par le Comité pour l'intégration européen (UKIE, équivalent polonais du SGCI), à destination des médias, tant au niveau national que régional, qui présentent les meilleures initiatives d'information sur l'Europe.

À Varsovie, la fondation Robert Schuman-Pologne, déploie également une large palette d'activités, festives comme pédagogiques. Les « parades européennes », en particulier celle du 9 mai, et les participations à des fêtes locales folkloriques constituent des relais médiatiques non négligeables.

L'Europe dans la vie économique et sociale

Le rôle du Conseil économique et social

La dimension européenne est aujourd'hui très présente dans les travaux du Conseil économique et social. En créant, en février 2001, une Délégation pour l'Union européenne, le Conseil a souhaité réaffirmer sa conviction européenne et renforcer sa capacité d'analyse du cadre juridique, économique et social européen. Les missions principales dévolues à cette délégation sont de jouer un rôle de veille, d'apporter une expertise, d'aider à l'anticipation, de se mettre en réseau et de valoriser la dimension européenne des travaux du Conseil. Juridiquement, la Délégation élabore des communications, les avis étant portés par la section des relations extérieures. Si elle a donc théoriquement un rôle moins important qu'une section, elle est cependant la seule à être en prise directe avec le Bureau du Conseil, ce qui lui donne un poids significatif.

Par ailleurs, le renforcement de la coopération avec le Comité économique et social européen (CESE) constitue une priorité du CES, ces deux institutions étant animées d'une même volonté de mettre en œuvre les responsabilités confiées par le traité de Nice aux institutions de représentation économique et sociale.

Dans ce cadre, l'action du service international du CES en direction de l'Europe se traduit sous les formes suivantes : appui à la création de structures de type Conseil économique et social dans les pays candidats à l'Union européenne, définition du concept de société civile européenne et développement des relations euro-Méditerranée.

Cette volonté de mettre l'Europe au centre du débat se traduit également par l'organisation de diverses manifestations : débats d'actualité en plénière, colloques... À titre d'exemple, le Traité constitutionnel a fait l'objet d'un débat en assemblée plénière le 23 mars 2005, autour de l'intervention de M. Henri Malosse, rapporteur au Comité économique et social européen de l'avis relatif au Traité constitutionnel.

Enfin, le Conseil économique et social développe une coopération très étroite avec les Conseils économiques et sociaux régionaux. En dépit de l'absence de liens organiques les unissant, il les encourage à organiser des débats sur l'Europe à leur niveau et les incite à jouer pleinement le rôle qui est le leur. Le CES s'efforce donc de croiser Europe et régions et de susciter des contacts entre CESR et CESE, de manière à diffuser la dimension européenne dans l'ensemble du système.

Un « Pacte européen pour la Jeunesse », pour réconcilier les jeunes avec la construction européenne

Dans le contexte du vieillissement de la population européenne, le Conseil européen estime nécessaire de faire bénéficier les jeunes européens d'un ensemble de politiques et de mesures qui s'intègrent pleinement à la stratégie de Lisbonne. Le Pacte pour la jeunesse vise à améliorer l'éducation, la formation, la mobilité, l'insertion professionnelle et l'inclusion sociale des jeunes européens tout en facilitant la conciliation entre activité professionnelle et vie familiale. Le Pacte doit garantir la cohérence d'ensemble des initiatives à prendre dans ces domaines et servir de point de départ à une mobilisation forte et continue en faveur des jeunes. Sa réussite suppose l'implication de tous les acteurs concernés et, en tout premier lieu, les organisations de jeunesse aux niveaux national, régional et local ainsi que le Forum européen pour la jeunesse, les collectivités territoriales et les partenaires sociaux.

La dimension européenne de l'action syndicale

Les syndicats ont incontestablement pris conscience de la nécessité d'une information sur l'Europe, liée à la construction d'un espace social européen. Leurs *newsletters*, magazines et autres organes de presse rendent régulièrement compte des décisions européennes qui les concernent et proposent de nombreux commentaires et analyses. C'est notamment le cas de la revue mensuelle de la CFE-CGC, *Encadrement magazine*, ou de *UNSA Info* et *UNSA Magazine*. Cette dimension européenne est également présente sur les sites Internet et intranet des syndicats. La CFE-CGC y fait notamment figurer les avis qu'elle rend lorsque la Commission consulte les partenaires sociaux européens, dont la Confédération européenne des cadres, ses positions sur certains projets de directives, et des analyses de certaines décisions importantes de la Cour de justice des Communautés européennes en matière sociale. L'Union nationale des syndicats autonomes dispose quant à elle d'un site Internet spécifiquement dédié aux questions européennes. Certains syndicats développent par ailleurs des initiatives ponctuelles : la CFE-CGC a ainsi élaboré un classeur présentant, fiche par fiche, l'histoire, la situation économique, sociale et syndicale des vingt-cinq membres, mais dont la diffusion est limitée pour des raisons budgétaires.

Cet effort d'information s'accompagne d'actions de formation sur les affaires européennes. À Force ouvrière, chaque année, depuis 1989, deux séminaires interprofessionnels sont organisés au niveau confédéral et dédiés à un enseignement généraliste sur les affaires européennes (de 1996 à 2004, deux autres sessions de formation réunissaient des militants sur les questions du dialogue social européen). Des conférences de presse sont en outre organisées régulièrement à la demande des militants locaux ou des

branches pour développer avec eux des points de droit européen qui les concernent. Pour sa part, la CFE-CGC propose chaque année deux modules de formation de deux jours sur l'Europe, à savoir un premier stage d'ouverture sur la construction européenne et sur le fonctionnement de l'Union, et un second sur l'Europe syndicale avec une présentation du syndicalisme européen. Afin de sensibiliser davantage ses membres aux questions européennes, elle a récemment lancé un processus de réunions avec les dirigeants des fédérations pour informer et définir les moyens de coordonner au mieux les actions de formation (une à deux réunions par an). À l'UNSA, le département International/Europe réalise chaque année quatre à cinq sessions de formation sur des thèmes relatifs à l'Europe, cofinancées par la Commission européenne. Des actions généralistes intitulées « l'UNSA et l'Europe » permettent ainsi une présentation des institutions et de leur fonctionnement ainsi que des questions relatives au modèle social européen. Par ailleurs, d'autres actions traitent de sujets spécifiques (les conseils syndicaux interrégionaux, la fonction publique et les services d'intérêt général, la justice, les transports, la politique régionale). À l'occasion de ces sessions, l'UNSA remet une documentation concernant spécifiquement les thèmes d'actualité. Le syndicat organise également des colloques s'adressant à ses responsables, notamment sur le Traité constitutionnel.

La prise de conscience de la construction d'un espace social européen au sein des syndicats français se traduit également par une participation aux plates-formes syndicales européennes. Les syndicats ne disposent pas tous d'un bureau de représentation à Bruxelles – si FO y est présent depuis 1990, l'UNSA n'a pas de relais dans la capitale européenne –, mais la plupart participent à un réseau européen. À l'instar de l'UNSA, FO est en effet membre de la Confédération Européenne des Syndicats, qui regroupe actuellement dans l'Europe des vingt-cinq quelque 70 millions de salariés ayant acquitté leur cotisation. De même, la CFE-CGC participe à la Confédération européenne des cadres, créée en 1989 (1,5 million d'adhérents).

Dans ce contexte, les attentes formulées par les membres des syndicats en matière d'information et de formation sur l'Europe concernent avant tout l'histoire et les valeurs de l'Union (laïcité, démocratie, modèle social etc.), mais également les moyens de développer une veille de l'information, des actions de *lobbying* et des demandes d'accès aux fonds structurels, ainsi qu'un éclairage sur l'impact du droit communautaire sur le droit national, les actions de l'Europe en matière sociale et les possibilités de mobilité au sein de l'Union. Vis-à-vis des pouvoirs publics, les syndicats attendent donc la création d'une ligne budgétaire en faveur de la formation sur l'Europe et la mise en place d'un système d'information pérenne sur l'Europe, de type Mission-Europe permanente.

Le **Mouvement des entreprises de France** (MEDEF) met également en œuvre une stratégie de formation et d'information de ses membres sur les questions européennes. Tous les quinze jours, une lettre d'information générale, intitulée « Veille européenne » est ainsi envoyée à tous les Medef départementaux, régionaux, et aux fédérations, qui la

diffusent à leur tour. Par ailleurs, des documents d'information plus ponctuels sont élaborés régulièrement. À titre d'exemple, en juillet 2004, le Medef avait publié « L'Europe à vingt-cinq : questions/réponses », pour accompagner l'entrée des dix nouveaux membres de l'Union. De même, au mois d'avril 2005, deux fascicules portant sur la directive « services » et sur le Traité constitutionnel européen ont été distribués. Parallèlement à ces publications, des réunions d'information mensuelles sur l'actualité européenne regroupent trente-cinq à quarante personnes (responsables départementaux, chefs d'entreprise, *leaders...*), pour une réflexion sur les textes ou propositions de directives en cours de discussion. Le Medef orchestre également des voyages de chefs d'entreprises et de responsables territoriaux à Bruxelles. Sa dimension européenne se manifeste enfin à travers son expression publique, très pro-européenne, et sur l'extranet du mouvement.

Le patronat irlandais mobilisé pour le second référendum sur le traité de Nice

En Irlande, l'*Irish Business and Employers Confederation* (IBEC) réunit environ 7 500 sociétés, soit près de 70 % des entreprises privées. À la suite de l'échec du premier référendum sur le traité de Nice (au printemps 2001), l'organisation patronale s'est fortement mobilisée en faveur de la ratification du texte. Une importante documentation a été élaborée et diffusée. Une campagne de publicité a également été engagée et un numéro de téléphone spécifique a été mis en place pour répondre aux questions du public.

• Le rôle du Comité du dialogue social pour les questions européennes et internationales (CDSEI)

Le dialogue social sur les questions européennes se développe également au sein du comité du dialogue social pour les questions européennes et internationales (CDSEI), enceinte dont le secrétariat est assuré par la délégation aux affaires européennes et internationales (DAEI) du ministère de l'Emploi et de la Solidarité.

Le CDSEI est compétent pour l'examen des dossiers liés à l'emploi et aux questions sociales au sein de l'Union européenne et des autres enceintes internationales (OCDE, BIT, ONU,...). En particulier, Le CDSEI a pour mission :

- d'informer et de consulter les partenaires sociaux sur les travaux en cours dans les domaines du travail, de l'emploi, de la formation professionnelle et des affaires sociales. ;
- d'associer les partenaires sociaux à la mise en œuvre des lignes directrices pour l'emploi ;

– de consulter les partenaires sociaux sur le projet de grandes orientations de politiques économiques (GOPE).

De manière plus ponctuelle, les questions en matière de politique européenne de santé sont également abordées.

Le rythme des réunions, qui s'est sensiblement accru depuis 1999, répond à une demande des partenaires sociaux pour qui le CDSEI constitue certes un lieu d'information mais également un vecteur permettant de véhiculer les positions qu'ils défendent. Les syndicats ont plusieurs fois utilisé l'enceinte du CDSEI pour faire des déclarations communes, notamment à la veille des conférences de l'OMC de Seattle (1999), de Doha (2001), et du Conseil européen de Barcelone au printemps 2002.

Dans le domaine de l'emploi, les travaux du CDSEI sont essentiellement ponctués par la consultation des partenaires sociaux sur l'élaboration du plan national d'action pour l'emploi (PNAE). Depuis 2001, la mise en place de groupes de travail thématiques a permis aux partenaires sociaux de contribuer de manière plus directe au PNAE, conformément à la philosophie développée dans les lignes directrices pour l'emploi.

Depuis janvier 2004, une quinzaine de réunions du CDSEI ont eu lieu. Elles ont permis des discussions informelles sur divers thèmes (commerce et migrations, évolution du droit social européen au cours des ces dix dernières années, présentation du rapport sur l'avenir de la politique sociale dans une union élargie) ou projets de texte (proposition de directive sur les services, proposition de directive sur le temps de travail, pacte européen pour la jeunesse, le projet de conclusions du Conseil européen, Traité constitutionnel, questionnaire sur les services sociaux d'intérêt général et sur les soins de santé et les soins de longue durée, livre vert sur la gestion des migrations économiques).

L'implication des organisations professionnelles

À l'instar des syndicats, les associations sectorielles et organisations interprofessionnelles, de même que les entreprises publiques, ont mis en place des stratégies d'information et de formation sur l'Europe. Le Mouvement mutualiste, les différentes coopératives, les chambres de métiers et d'artisanat et l'UPA, la Confédération générale des petites et moyennes entreprises et l'Union nationale des professions libérales, tout comme les groupes Réseau ferré de France, Électricité de France, Aéroports de Paris et La Poste proposent à leurs membres ou à leurs cadres de nombreuses formations et sessions de sensibilisation aux questions européennes.

À cet égard, l'exemple de l'Assemblée des chambres françaises de commerce et d'industrie (ACFCI) est significatif. Les chambres de commerce et d'industrie ont été parmi les premières institutions à accompagner les efforts d'intégration européenne de l'après-guerre. En 1979, la

CCI de Strasbourg avait créé un « service des affaires européennes » pour la représenter au sein de l'Union et assurer une activité de conseil sur la réglementation et les aides européennes, prélude à la création des « Guichets communautaires pour les PME », ancêtres des « Euro Info Centres ». La première réflexion globale sur l'Europe au sein du réseau des CCI est née sous l'impulsion de la Commission des affaires européennes de l'Assemblée permanente des chambres de commerce et d'industrie, transformée en Assemblée des chambres françaises de commerce et d'industrie. Créée le 14 novembre 1978, la délégation de Bruxelles a donc reçu pour mission de représenter l'APCCI auprès de la Commission des Communautés européennes et à Eurochambres dont elle est membre, et de fournir des conseils aux CCI et CRCI.

Trois activités principales de la délégation se dégagent : les visites politiques, tant de la délégation de Bruxelles aux CCI françaises que des CCI françaises à Bruxelles, l'organisation d'événements ou colloques destinés à la formation de partenariats interentreprises ou à la promotion de diverses campagnes (sur l'euro ou l'élargissement), et le soutien aux CCI et aux entreprises pour leur permettre de monter des projets européens ou de percevoir des fonds structurels.

Les visites de la délégation de Bruxelles sont particulièrement importantes dans la mesure où elles renforcent sa visibilité au sein du réseau consulaire français. Les responsables de l'antenne interviennent ainsi régulièrement dans des réunions ou des assemblées générales de CCI et CRCI sur des thèmes comme les instruments financiers communautaires, la politique régionale, l'élargissement ou le passage à l'euro. Ces visites, qui se doublent de l'accueil des CCI et CRCI françaises à Bruxelles, s'accompagnent également d'une série de publications destinées à éclairer les entreprises sur des points précis de l'actualité communautaire. Les services communautaires peuvent en outre obtenir des informations sur les attentes des entreprises, grâce au bureau de Bruxelles de l'ACFCI, qui sert alors de relais aux CCI.

Lancé à la fin des années 1980 par l'ACFCI et le MEDEF et avec l'appui de l'Ambassadeur représentant permanent de la France auprès de l'Union européenne, le **Cercle des délégués permanents français** s'est quant à lui fixé pour objectif de regrouper et de structurer la représentation des intérêts français auprès de l'Union (entreprises, chambres consulaires, associations professionnelles, régions et collectivités, laboratoires et autres institutions de recherche, agences, avocats, cabinets d'études, etc.). Il organise notamment des réunions d'information avec le Représentant permanent sur les activités passées ou futures du Conseil des ministres, et des *briefings* plus spécialisés à l'issue de certains Conseils des ministres.

L'Europe à l'école

La clé du problème

La dimension européenne est désormais inscrite dans les programmes scolaires

Sous de multiples approches – historique, géographique, culturelle, linguistique, politique, économique... L'Europe occupe désormais une place incontournable dans la formation dispensée aux élèves. Différents champs disciplinaires (à l'école primaire) et enseignements (au collège) se complètent pour apporter aux élèves une formation qui contribue à la compréhension de l'espace européen.

En français et dans les disciplines artistiques

Dans ces enseignements, l'Europe ne constitue pas un thème à part entière. Elle est cependant abordée à travers l'étude d'auteurs et d'artistes étrangers parmi lesquels les Européens occupent une place non négligeable.

En histoire

En histoire, la volonté d'inscrire les élèves dans l'espace européen est présente dès **l'école primaire**. Si une place prépondérante reste donnée à l'histoire de France et au territoire français, les programmes 2002 confirment l'ouverture à la dimension européenne, et le découpage chronologique qui les structure met en évidence pour chaque époque un lien avec la construction de l'Europe.

Les programmes du **collège** entendent offrir aux élèves « une première approche de l'histoire de l'humanité qui, sans négliger les autres cultures, est essentiellement organisée autour de la lente constitution du patrimoine culturel européen ». C'est la raison pour laquelle le programme des classes de 6^e consacré à l'antiquité accorde une importance considérable à la Grèce, à Rome et à la dimension historique des religions juive, musulmane et chrétienne.

Depuis 1995 et plus encore depuis 2002, l'Europe est à l'évidence devenue l'une des entrées privilégiées des programmes d'histoire du **lycée d'enseignement général**. Ainsi, en classe de seconde, « l'Europe en mutation » et la connaissance de l'ampleur du patrimoine européen sont un des fondements de l'enseignement, puisque la plupart des moments historiques proposés à l'étude concernent ce continent. Si le programme de première couvre le monde du milieu du XIX^e siècle à 1939, l'Europe est cependant souvent placée au premier plan, grâce à des sujets tels que « les transformations économiques et sociales et les idéologies de l'âge industriel en Europe et en Amérique du Nord », « nationalités et nationalismes en Europe avant 1914 » ou « l'Europe et le monde ». En terminale, toutefois, les récents allègements en histoire qui ont transféré l'étude du modèle européen à la géographie, ne laissent subsister que les modèles soviétique et américain. À cet égard, on peut regretter que du fait de la réduction des horaires, l'Europe ait été particulièrement sacrifiée dans les programmes de la série S, que la plupart des parents considèrent comme la filière d'excellence qui forme les futurs cadres de la nation.

Dans les programmes du **lycée professionnel**, l'Europe devient un véritable objet d'étude et un cadre de référence permanent, tant en histoire qu'en géographie, dans le cycle préparatoire au baccalauréat professionnel, avec des sujets tels que « Territoires et nations en Europe depuis le milieu du XIX^e siècle » ou « les territoires » et « l'Union européenne ».

En géographie

En géographie, l'Europe constitue l'un des points forts du programme de **primaire** (cycle 3).

Elle se trouve également au centre des programmes des **classes de 4^e et de 3^e**. En 4^e, après une présentation générale de l'espace européen, trois États de l'Union au moins doivent être étudiés. En 3^e, on aborde la question spécifique de l'Union européenne, en étudiant sa construction et en la présentant, aux côtés des États-Unis d'Amérique et du Japon, comme une des trois puissances économiques majeures de la planète. À ce titre, la liste des repères à mémoriser pour le diplôme national du brevet comprend les traités de Rome et de Maastricht, la carte des États membres et le nom de leurs capitales.

Au cycle terminal des **lycées**, le programme de géographie prend en compte trois espaces : la France, l'Europe, le monde. Sous le thème intitulé « l'Europe, la France », il s'articule autour de la notion de territoires imbriqués étudiée dans ses différentes échelles. On y trouve également une interrogation sur la définition de l'Europe et l'étude de deux États du Nord et du Sud : le Royaume-Uni ou l'Allemagne et l'Espagne ou l'Italie.

En éducation civique

Au **primaire**, les enseignants font « découvrir l'Europe et développent la curiosité des élèves pour les pays de l'Union européenne ».

Au **collège**, on vise « la formation du citoyen dans la République française, au sein de l'Europe d'aujourd'hui et dans un monde international complexe ». La notion de citoyenneté est explicitement développée dans sa dimension européenne en classe de 4^e et reprise en 3^e, où sont également présentées les institutions européennes. Elle revient au **cycle terminal** dont elle constitue le noyau central, confrontée aux réalités de l'Europe et de la mondialisation avec leur impact sur les institutions politiques.

En langues vivantes

L'enseignement des langues réserve également une place de plus en plus grande à l'Europe à travers le Cadre commun européen de référence pour les langues, publié par le Conseil de l'Europe en 2000. Il a servi de base pour l'identification d'un objectif commun à l'enseignement de l'ensemble des langues vivantes, dans la rédaction de nouveaux programmes qui entrent en vigueur progressivement depuis 2002, de l'école primaire à la fin du cycle terminal des séries générales et technologiques des lycées ainsi que dans la voie professionnelle des lycées (chantier partiellement abouti avec la rénovation des programmes du CAP en 2003). Le chantier se poursuit actuellement avec le programme de langue vivante au collège dont les textes sont en cours de rédaction.

Dans la pratique, cependant, l'acquisition des connaissances fondamentales sur l'Europe n'est garantie ni chez les élèves ni chez les professeurs

Si l'Europe figure désormais en bonne place dans les textes qui établissent les programmes scolaires, force est de constater que la faiblesse de la culture européenne des bacheliers reste préoccupante. Les membres des jurys de concours d'admissions à différentes écoles déplorent en effet systématiquement les lacunes des candidats, notamment en matière historique et institutionnelle.

Les élèves ont des connaissances très insuffisantes sur l'Europe

Cette situation se vérifie avant tout dans l'enseignement général. Car l'enseignement agricole, par exemple, qui relève du ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation, de la Pêche et de la Ruralité, est très impliqué dans l'information sur l'Europe et très actif dans de nombreux programmes et actions à vocation européenne. En matière de formation, les jeunes qui préparent des qualifications dans l'enseignement agricole

sont en effet sensibilisés à l'Europe en continu puisque l'agriculture et les domaines connexes sont au cœur de la seule véritable politique européenne commune : la PAC. L'enseignement agricole va d'ailleurs au-delà de l'approche par la formation puisqu'il développe depuis de nombreuses années une mission de coopération internationale qui l'amène à organiser des actions de type échanges d'élèves, d'étudiants, d'enseignants et de chercheurs, notamment avec les pays de l'Union européenne et en appui avec l'agence Socrates-Leonardo et les programmes Erasmus. Sur les 4 200 bourses qui existent pour financer les stages et voyages d'étude, 1473 sont accordées pour permettre aux élèves de découvrir les pays de l'Union ¹. L'enseignement agricole est également très actif dans la mise en œuvre de programmes européens soutenus en particulier par le FSE, pour le développement de l'insertion professionnelle et l'égalité des chances. Cependant, ce type d'enseignement professionnel constitue en réalité une exception qui n'en est pas véritablement une, dans la mesure où s'il contient incontestablement une formation sur l'Europe, celle-ci n'est que très spécifique (PAC, FSE etc.) et ne garantit pas forcément l'acquisition des connaissances généralistes de base sur l'Europe.

Les sections européennes et de langues orientales n'ont d'européennes que le nom

Créées en 1992, les **sections européennes et de langues orientales** sont le symbole de cette dichotomie entre volonté affichée dans les textes et mise en œuvre effective dans la pratique. Lancées pour répondre au besoin d'ouverture européenne et internationale des établissements scolaires français, elles sont aujourd'hui plus de 3000, dans les collèges et les lycées d'enseignement général, technologique et professionnel. Elles s'inscrivent dans une politique d'enseignement « proche du bilinguisme » mise en place par le ministère de l'Éducation nationale afin d'améliorer l'enseignement des langues étrangères, et plus particulièrement les compétences des élèves à la communication orale.

Ce système fonctionne à partir de la classe de 4^e et se poursuit jusqu'à la terminale. Le texte fondateur énonce toutefois qu'« exceptionnellement, des sections européennes pourront être ouvertes dès la classe de 6^e, s'il y a continuité avec l'enseignement de la langue vivante dans les classes de CM2 des écoles du secteur du collège, et si les élèves de ces sections en classes de 6^e et 5^e ne sont pas regroupés, mais répartis entre les divisions du collège. Seuls les enseignements spécifiques de la section donneront lieu à des cours communs ».

Le dispositif comprend un horaire d'enseignement linguistique très renforcé au cours des deux premières années et la mise en place au cours de la troisième année d'un enseignement, dans la langue de la section, de tout ou partie du programme d'une ou plusieurs disciplines non linguistiques. Il promeut enfin, dans le cadre du projet d'établissement, l'organisation d'activités culturelles et d'échanges « tendant à l'acquisition

(1) *Source* : ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation, de la Pêche et de la Ruralité.

d'une connaissance approfondie de la civilisation du ou des pays où est parlée la langue de la section ».

À l'heure actuelle, la discipline non linguistique majoritaire est l'histoire-géographie (70 %), suivie par les sciences, les sciences de la vie et de la terre, l'éducation physique et sportive et les disciplines technologiques ou professionnelles.

L'analyse du système des sections européennes et de langues orientales montre cependant qu'elles ne sont européennes que par défaut, la motivation foncière de leurs élèves étant avant tout linguistique, à défaut d'autres précisions ou critères sur leur recrutement, leur vocation et leur inscription dans un ensemble cohérent. En effet, l'Europe en tant que telle, au-delà du linguistique, n'est pas au centre de leurs préoccupations comme, le plus souvent, de celles de leurs professeurs. Elles sont également confrontées au risque de se voir cantonnées dans un rôle de « sections vitrines », sans véritable effet d'entraînement sur le reste des enseignements dispensés dans leur établissement.

Néanmoins, l'expérience montre qu'une conjoncture générale favorable et le développement de politiques académiques diversifiées ont incontestablement permis de faire germer une dimension européenne sur ce terrain purement linguistique. Il faut donc soutenir le développement de ces sections, tout en renforçant la dimension européenne à proprement parler.

L'enseignement des langues ne donne pas de résultats convaincants

En matière d'enseignement des langues, une étude réalisée en 2002 dans sept pays de l'Union sur les performances en anglais des élèves de 15-16 ans mettait en lumière un retard considérable de la France par rapport à ses partenaires européens¹. Elle montrait en effet que les élèves français arrivaient les derniers dans tous les domaines de compétence évalués, compréhension de l'écrit, compréhension de l'oral, compétences linguistiques et expression orale.

La coopération franco-allemande dans le domaine de l'enseignement

Dans le domaine scolaire comme dans d'autres, la coopération franco-allemande sert de catalyseur à la coopération européenne, dans la mesure où le pragmatisme du bilatéralisme permet de lancer des initiatives qui seraient difficilement réalisables à 25. Une fois abouties, les expériences franco-allemandes sont souvent étendues aux autres pays.

– **Le plan de relance en faveur de la langue du partenaire** : validé par le Conseil des ministres franco-allemand du 26 octobre 2004, ce plan prévoit un certain nombre de mesures visant à développer

(1) *Source* : cabinet du ministre de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche.

l'enseignement de l'allemand en France et du français en Allemagne, dans la perspective de défendre la diversité linguistique en Europe.

Le dispositif *AbiBac* permet ainsi aux élèves français et allemands d'obtenir à la fois le baccalauréat français et l'Abitur allemand. Il se traduit par une étude renforcée de la langue et de la culture du pays partenaire et par l'enseignement d'une discipline non linguistique dans cette même langue. Actuellement proposé dans 28 établissements français établis dans 13 académies sur 30, il constitue un dispositif performant unique en Europe et a permis à 3 000 élèves français et allemands d'obtenir le double diplôme depuis sa création il y a dix ans. Le plan de relance entend garantir la présence d'au moins un établissement préparant à l'AbiBac dans chaque académie et dans chaque Land d'ici la rentrée 2007.

Il prévoit également la mise en place dès l'année scolaire 2005-2006 d'une certification en langue allemande pour les Français en fin de classe de 3^e, et de langue française pour les Allemands en fin de 10^e classe (équivalent à la seconde) sur la base du Cadre européen commun de référence. Cette certification ouvre aux élèves qui en sont titulaires la possibilité d'effectuer un séjour d'un maximum de deux mois dans le pays partenaire. Cette mesure serait mise en œuvre par l'Office franco-allemand de la jeunesse (OFAJ) dès 2006-2007.

Enfin, tout élève de seconde en France ou de 10^e classe en Allemagne pourra passer son année scolaire dans le pays partenaire. Cette année sera validée dans l'établissement d'origine de l'élève si l'établissement d'accueil l'a lui-même validée.

Ces mesures sont destinées à offrir aux élèves des deux pays, durant leur scolarité, un apprentissage de la langue du partenaire et des possibilités d'échanges pour se former et trouver un emploi dans l'autre pays.

– **Le manuel d'histoire franco-allemand** : le projet a été présenté pour la première fois par le Parlement des jeunes à Berlin le 23 janvier 2003, à l'occasion du 40^e anniversaire du traité de l'Élysée. Le Conseil des ministres franco-allemand qui s'est tenu à Paris le 13 mai 2004 a réaffirmé la volonté commune de le voir aboutir. Il s'agit de réaliser un manuel d'histoire commune en trois volumes pour les trois classes du lycée, présentant le même contenu dans les deux pays, et compatible avec les programmes nationaux. Le manuel présentera ainsi un regard franco-allemand sur l'histoire du monde et de l'Europe.

Réalisé en trois ans et demi, le premier des trois volumes (le manuel de terminale) sera mis à la disposition des élèves dans les deux pays à la rentrée 2006.

Le développement de la coopération franco-allemande dans le domaine de l'enseignement est conçu comme un modèle potentiel pour d'autres projets bilatéraux. À cet égard, la France bénéficie du soutien efficace du réseau de l'Agence pour l'enseignement du français à l'étranger (AEFE). Dans ce contexte, l'*AbiBac* apparaît comme le précurseur de nombreux bacs binationaux, parmi lesquels le *MatuBac* franco-polonais ou le bac franco-espagnol sont d'ores et déjà en bonne voie de réalisation.

La formation des professeurs aux questions européennes est quasiment inexistante

La formation initiale

La dimension européenne est actuellement relativement peu prise en compte dans la formation initiale des enseignants, en dehors des programmes spécifiques des professeurs de langues vivantes européennes et des professeurs d'histoire-géographie.

Néanmoins, la circulaire d'avril 2002 sur les « Principes et modalités d'organisation de la deuxième année de formation dans les Instituts universitaires de formation des maîtres (IUFM) » préconise une ouverture à l'international dans le cadre de leurs enseignements. Ce texte a donc conduit la plupart des IUFM à organiser des modules d'ouverture européenne, avec notamment une formation sur les différents systèmes d'enseignement européens, souvent associée à des stages à l'étranger. Ainsi, le programme franco-anglais de formation croisée des maîtres permet chaque année à 400 professeurs des écoles stagiaires d'effectuer un séjour de trois semaines à un mois en Angleterre ou en Irlande. De même, le programme d'études en Allemagne (PEA) permet chaque année à 15 professeurs d'histoire-géographie stagiaires d'effectuer un séjour de trois mois en Allemagne.

En outre, depuis la rentrée scolaire 2002, des dominantes en langue vivante étrangère, arts ou éducation physique et sportive ont été mises en place dans le cadre de la formation initiale des professeurs du 1^{er} degré. Ils bénéficient dans ce cadre de 50 heures de complément de formation et rédigent leur mémoire professionnel sur une thématique liée à cet apprentissage.

Enfin, les IUFM accueillent plus de 250 assistants de langues vivantes étrangères (en anglais, allemand, espagnol, italien et portugais) qui participent à la formation des étudiants et des stagiaires.

La formation continue

La formation continue des enseignants du premier et du second degré au sein du ministère de l'Éducation nationale est essentiellement organisée sous forme de stages, d'échanges et de séjours à l'étranger.

Au niveau communautaire, le programme *Comenius* s'adresse aux enseignants et à d'autres catégories de personnel du secteur scolaire qui souhaitent connaître l'enseignement scolaire en Europe et intégrer à leur retour une dimension européenne dans leur travail. Il propose un catalogue qui constitue un véritable plan de formation européen, touchant tous les thèmes, cycles et métiers de l'éducation. Les sessions durent d'une à quatre semaines.

Le programme *Grundtvig* offre quant à lui des bourses individuelles de formation et s'adresse à des formateurs pour adultes,

formateurs, assistants, conseillers et directeurs d'institutions pour adultes, en leur permettant de suivre des cours et des stages de formation de courte durée (une à quatre semaines). Il propose un choix de formations sur les thèmes comme les langues, les nouvelles technologies, la méthodologie propre à la formation pour adultes, l'éducation interculturelle et l'éducation des migrants.

La formation continue des enseignants s'appuie également sur de nombreuses possibilités de stages et d'échanges, au sein de programmes communautaires, auprès du conseil de l'Europe ou par le biais de l'OFAJ.

La formation des enseignants polonais aux questions européennes

En Pologne, le Centre national de formation continue des enseignants dispose depuis 1993 d'un département de « l'Éducation civique et européenne ». Cette structure organise des stages de formation des professeurs dans les domaines de l'éducation civique et européenne, et publie des documents sur la dimension européenne des enseignements.

Ce département met en œuvre plusieurs programmes de formation sur l'Europe au quotidien, la Pologne au sein de l'Union européenne ou encore les écoles rurales en Europe.

Les perspectives ouvertes par la loi Fillon sur l'école

La loi d'orientation sur l'école constitue une opportunité à saisir pour promouvoir l'enseignement des questions relatives à l'Europe.

Intégrer l'Europe dans le socle commun des connaissances

L'article 9 de la loi d'orientation sur l'école fait figurer au sein du socle commun de connaissances que tout élève doit acquérir au cours de sa scolarité « une culture humaniste et scientifique permettant le libre exercice de la citoyenneté ». Le texte énonce en outre que « l'acquisition du socle commun par les élèves fait l'objet d'une évaluation qui est prise en compte dans la poursuite de la scolarité ». La loi offre donc ici une nouvelle porte d'entrée à l'Europe dans les programmes, ainsi que la possibilité de vérifier, et donc de garantir, l'efficacité des enseignements en matière européenne.

Développer l'enseignement des langues

En matière d'enseignement des langues, la loi comprend des mesures destinées à remédier au déficit français, en décidant notamment que la maîtrise d'au moins une langue étrangère quelle qu'elle soit (et pas seulement l'anglais) fait partie du socle de connaissances et de compétences que tout élève devra avoir atteint en fin de scolarité obligatoire.

Pour ce faire, la loi promeut un apprentissage plus précoce de la première et de la seconde langue vivante (CE2 puis CE1 pour la LV1, cinquième pour la LV2), l'opération « écoles ouvertes en langues » pendant les congés scolaires, la réduction des effectifs et le dédoublement des cours de langues, pour favoriser les compétences orales. Elle souhaite en outre favoriser l'ouverture des élèves à la culture des pays concernés, avec un objectif d'augmentation de 20 % du nombre de classes européennes, le développement des sections internationales et des mesures en faveur de la mobilité des élèves. Elle entend enfin favoriser la diversité linguistique dans l'apprentissage des langues, par une augmentation de la proportion d'élèves apprenant l'allemand et par la création de baccalauréats binationaux sur le modèle de l'*AbiBac* franco-allemand.

Européaniser la formation des professeurs

Dans ce domaine, le rapport annexé à la loi d'orientation sur l'école offre de nouvelles perspectives en accordant une large place à l'ouverture européenne dans les enseignements et la formation des professeurs. Ce rapport prévoit en particulier que « le concours de recrutement de professeurs des écoles comprendra une épreuve obligatoire orale de langue vivante dès la session 2006 » et que « les professeurs du second degré des disciplines non linguistiques seront encouragés à obtenir une certification complémentaire permettant d'enseigner leur discipline dans une autre langue », sur la base de l'arrêté du 23 décembre 2003. Le rapport prévoit par ailleurs que l'entretien et le développement linguistique seront l'une des quatre priorités de la formation continue des enseignants.

Les IUFM, qui seront intégrés aux universités, devront donc répondre à un cahier des charges national, qui tiendra nécessairement compte de la place particulière accordée à l'ouverture européenne et à l'apprentissage des langues dans le rapport annexé à la loi.

L'intérêt à développer des actions parascolaires de formations sur l'Europe

Les enseignements scolaires, et notamment, mais sans exclusive, ceux d'histoire, de géographie et d'éducation civique, juridique et sociale, sont certes un cadre privilégié pour l'information des élèves sur

les grandes questions européennes. Cependant, face à la lenteur de l'entrée en vigueur effective des textes, il semble indispensable d'accompagner l'entrée de l'Europe à l'école par une dimension para – ou périscolaire concrète et festive.

L'action de formation prise en charge par la maison de l'Europe de Laval (cf. chapitre III) est à cet égard très significative, et ce à double titre : d'une part, elle vient pallier une carence du système éducatif en matière européenne, et de l'autre, elle est extrêmement efficace, précisément du fait de son caractère informel, non académique et ludique. Le succès des « clubs Europe » dans les écoles polonaises -6 000 clubs pour 30 000 écoles – souligne également l'intérêt de développer des activités européennes dans un cadre parallèle au monde scolaire proprement dit. En Pologne, ces clubs reçoivent l'assistance pédagogique du centre national de formation continue des enseignants, ce qui leur garantit une base solide en matière d'information sur l'Europe. Ils ont pour objectif de faire connaître aux élèves les autres pays de l'Union, ses institutions et son histoire. Le programme comprend la publication d'un matériel didactique à l'usage des enseignants (fiches d'activités, documents vidéo, aide à la recherche documentaire), des stages de formation pour les enseignants animateurs de ces clubs, et l'organisation de conférences.

Journées de l'Europe, printemps de l'Europe : ne pas cantonner l'Europe dans des enseignements exclusivement académiques

Indépendamment des programmes scolaires, la sensibilisation des élèves à la citoyenneté européenne s'inscrit également dans les périodes consacrées de manière générale à l'Europe. Il s'agit de la journée du 9 mai, déclarée « journée de l'Europe » par l'Union européenne en vue de rapprocher l'Europe de ses citoyens, et du « Printemps de l'Europe ».

L'objectif du Printemps de l'Europe est d'accroître la connaissance des collégiens et des lycéens concernant l'Europe en général et ses pays membres en particulier. Cette manifestation a également pour but de donner la parole aux jeunes, avec l'organisation de nombreux débats à l'intérieur des établissements scolaires. Les jeunes peuvent ainsi discuter entre eux ou avec leurs enseignants, et échanger leurs idées sur l'avenir de l'Europe, sur le rôle de l'Union dans la vie quotidienne, ou encore sur l'intégration des nouveaux membres au sein de l'Union.

En mai 2003, dans le cadre des manifestations du printemps de l'Europe, un concours ouvert à tous les établissements de la maternelle au lycée a ainsi été organisé, dans le but de réaliser un « Cahier européen de l'avenir », en partenariat avec un établissement situé dans un autre pays participant.

En mai 2004, à l'occasion de l'élargissement, la traditionnelle semaine de l'Europe, organisée du 1^{er} au 9 mai, a été remplacée par l'opération « Dix jours, dix pays », du 1^{er} au 10. Durant cette période, les équipes

En Espagne, le succès de l'initiative Euroscola menée par le bureau de représentation du Parlement européen

Avec l'action Euroscola 2005, « Une constitution pour l'Europe », le bureau espagnol du Parlement européen a envoyé un kit pédagogique sur la Constitution européenne à plus de 7 500 centres éducatifs espagnols d'enseignement secondaire et de formation professionnelle.

Le kit comprenait :

- un guide didactique *Une Constitution, douze étoiles pour l'UE*, édité dans toutes les langues co-officielles de l'Espagne ;
- un cédérom avec le contenu intégral de la Constitution européenne, éditée dans toutes les langues co-officielles de l'Espagne ;
- une démonstration en cédérom du jeu Euroscola 2004 « La grande aventure de la Constitution européenne », jeu dans toutes les langues co-officielles de l'Espagne, avec des épreuves sur les institutions de la Constitution européenne ;
- une collection de sept posters illustrant différents articles de la Constitution ;
- une brochure de base présentant le nouveau Parlement européen après les élections de juin 2004 ;
- une publication *Une Constitution pour l'Europe – Présentation aux citoyens* ;
- une publication *Une Constitution pour l'Europe* ;
- un DVD dans toutes les langues officielles de l'UE, *Le PE, ta voix en Europe* ;
- un DVD *Le pourquoi de la Constitution européenne*, élaboré par la Commission européenne ;
- le calendrier 2005 « Une Constitution pour l'Europe » ;
- le planning Euroscola 2005 ;
- les bases du Concours Euroscola 2005 ;
- *Europa-Digame* (« explique-moi l'Europe »), réalisé par la Commission européenne ;
- le « Traité établissant une Constitution pour l'Europe » ;
- le matériel promotionnel sur la Constitution européenne (pin's et autres).

Parallèlement, le concours Euroscola 2005 a eu pour thème « Une Constitution pour l'Europe » et s'est déroulé sur Internet du 21 février au 17 mars. Durant cette période, les élèves ont pu passer des épreuves sur la Constitution européenne et les lauréats ont participé, à Strasbourg, à une session de jeunes au Parlement européen.

pédagogiques ont notamment pu consacrer une heure d'information à la présentation des dix nouveaux adhérents de l'Union ou d'un aspect de la construction européenne. En outre, de multiples manifestations ont eu lieu dans les académies : intervention de parlementaires européens, d'ambassadeurs européens en France ou de députés nationaux d'autres États membres, repas et banquets européens, expositions, concerts, échanges etc., parfois en partenariat avec les maisons de l'Europe, les Info-Points Europe ou les Guid'Europe.

En 2005, la campagne d'information sur le Printemps de l'Europe a été reconduite pour inviter les jeunes Européens à se familiariser avec les derniers développements de l'Union. Elle s'est cette année logiquement focalisée sur le Traité constitutionnel.

Les échanges de jeunes : ouvrir et sensibiliser à la citoyenneté européenne

Organisés dans un esprit d'enrichissement culturel et d'amélioration de la compréhension mutuelle et dans un cadre extrascolaire, les échanges de jeunes sont un instrument essentiel de sensibilisation à la citoyenneté européenne. Ils peuvent recevoir une aide de l'Union européenne dans le cadre de programmes communautaires, et différents organismes, associations et réseaux d'appui, se sont spécialisés dans leur organisation.

Parmi les programmes communautaires, le **programme jeunesse** organise des échanges de jeunes Européens (15-25 ans), ressortissants des pays de l'Union européenne ou de certains pays tiers en dehors des structures d'enseignement et de formation.

D'autre part, afin d'intensifier le rôle des communes et des villes et de développer une Europe citoyenne, les collectivités locales établissent des partenariats entre villes européennes. Ces **jumelages** permettent notamment d'accorder des aides supplémentaires aux jeunes désireux de voyager en Europe.

Ces échanges de jeunes sont facilités par l'existence de multiples réseaux d'appuis composés d'associations.

L'action de la Ligue de l'enseignement : développer la citoyenneté européenne à la marge de l'école

Mouvement d'éducation populaire, la Ligue de l'enseignement intervient auprès des jeunes dans des domaines aussi divers que l'organisation de vacances et de classes de découvertes, d'activités sportives et culturelles, d'actions internationales ou de débats. Son objectif de développement de la citoyenneté intègre désormais une dimension européenne pleinement reconnue.

Depuis quelques années déjà, la Ligue a en effet développé de nombreuses initiatives en faveur de l'Europe. Tel est le cas du site Internet d'échanges scolaires (www.europschool.net), qui s'inscrit dans le cadre du programme *e-Learning* de la Commission. Testé dès la maternelle sur 150 classes et sur trois pays pendant trois ans, il est désormais à la disposition des équipes éducatives qui souhaitent l'utiliser pour mettre en place des projets d'échanges et de correspondance scolaire sur Internet.

Dans le cadre de l'organisation de ses classes de découverte (« l'école ailleurs »), la Ligue a également conçu l'idée de labelliser un certain nombre de centres permanents d'accueil consacrés à l'Europe.

Ces projets s'accompagnent de publications sur l'Europe, avec notamment la réédition du livre « l'engagement des jeunes en Europe et à l'international », seul ouvrage grand public permettant d'apporter des informations aux jeunes désireux de s'engager dans des projets européens et internationaux.

Les échanges et les rencontres de jeunes en France et dans les autres pays d'Europe constituent l'une des plus anciennes activités européennes de la Ligue de l'enseignement. Cette dernière mène en effet chaque année une centaine de projets en s'appuyant sur les dispositifs et les possibilités offerts par l'OFAJ et le programme jeunesse européen. Dans ce cadre, des groupes de 15 à 60 jeunes, voire davantage pour certains projets spécifiques, se réunissent sur des durées de 5 à 21 jours autour d'un thème particulier. L'objectif principal est de mieux se comprendre, de partager des réflexions et des actions communes, de discuter sur les différences et les ressemblances des cultures, des pratiques sociales et des habitudes quotidiennes. La Ligue propose enfin d'organiser huit forums citoyens en France en 2005. Moments festifs, réflexions, débats, colloques, manifestations sportives, ludiques ou culturelles devront contribuer à ce que les jeunes se sentent citoyens d'un ensemble plus grand que leur ensemble territorial, local ou national.

Amphis d'Europe : quand l'Europe s'invite à l'Université

Du 28 février au 22 avril 2005, plus de 25 fédérations et associations se sont mobilisées pour permettre aux étudiants de participer au débat sur l'Europe. Afin de transmettre aux étudiants des universités françaises une information complète, neutre et objective sur les questions européennes et le Traité constitutionnel, la FAGE, association étudiante, a monté l'opération « Amphis d'Europe » avec le soutien du ministère des Affaires étrangères. À l'interface de la sphère culturelle et du monde académique, Amphis d'Europe a été le cadre de diverses manifestations et échanges sur les questions

européennes : rencontres, théâtre, conférences, cinéma, concerts, soirées étudiantes, expositions...

L'objectif d'Amphis d'Europe était triple :

- permettre aux étudiants de s'approprier le débat européen en leur offrant un cadre adapté à leur langage et leur mode de vie ;
- profiter de la dynamique étudiante pour exporter le débat vers un public plus large, au cœur des villes ;
- mener en parallèle une campagne de sensibilisation pour encourager le vote des 18-25 ans.

La population universitaire touchée par l'opération Amphis d'Europe s'est élevée à plus d'un million d'étudiants en régions et 500 000 à Paris et en Ile-de-France, auxquels il convient d'ajouter la population urbaine correspondant aux sites visés, intégrée à l'opération par des manifestations organisées en centre ville par les associations étudiantes (représentations théâtrales, conférences de rue, soirées cinéma par exemple).

Il serait souhaitable que cette initiative réussie puisse être pérennisée.

L'Europe dans les médias

Le parent pauvre... jusqu'à quand ?

Des progrès significatifs dans la presse écrite, mais encore timides dans l'audiovisuel

La presse écrite intègre progressivement la dimension européenne

De l'avis général, le traitement des questions européennes dans la presse écrite nationale s'est nettement amélioré depuis quelques années. Les principaux quotidiens consacrent une place de plus en plus importante aux questions européennes. *Le Monde* dispose d'une rubrique spécifique, tandis qu'une section quotidienne est consacrée à l'Europe dans les pages internationales du *Figaro*. La plupart des quotidiens ont plusieurs correspondants permanents à Bruxelles, accrédités auprès des institutions de l'Union.

La couverture européenne n'est pas limitée à la rubrique International/Europe. Elle est en effet abordée dans les pages *Économie* ainsi que dans les rubriques Politique ou Société, où il est fréquent que l'actualité française soit mise en perspective par des éclairages européens. Enfin, dans tous les journaux, la campagne référendaire a donné lieu à un traitement renforcé des affaires européennes, avec une quantité importante de tribunes libres publiées sur l'Europe et de très nombreux décryptages pédagogiques du Traité constitutionnel.

Le cas de *La Croix* est également emblématique des progrès réalisés par la presse écrite nationale en matière européenne. Animé par un souci constant de pédagogie, le quotidien dispose d'une correspondante en Belgique et détache régulièrement des envoyés spéciaux pour effectuer des reportages à Bruxelles ou lors des grands rendez-vous européens. Son service international comprend en outre trois journalistes spécialisés dans les questions européennes. C'est ainsi que *La Croix* réserve de nombreuses pages à l'Europe, ayant notamment mené une enquête de six semaines au printemps 2004 sur l'Europe et les Européens, à l'occasion de l'élargissement et des élections européennes, et réservant une place importante à

l'Union européenne dans ses colonnes. Le journal consacre en moyenne trois « Unes » par mois à l'Europe, ce nombre augmentant très nettement quand l'actualité le nécessite, et a choisi cette année de publier sous la forme d'un feuilleton quotidien, du 21 mars au 21 mai 2005, l'intégralité du Traité constitutionnel. Les 200 articles les plus significatifs et les plus controversés y ont été analysés et commentés.

En ce qui concerne la presse quotidienne régionale, la situation est plus aléatoire. De manière générale, les rédactions ne disposent ni d'un service européen, ni d'un correspondant à Bruxelles, ni d'une rubrique européenne. Cela ne signifie cependant pas qu'elles se désintéressent des questions relatives à l'Union, surtout lorsque leur aire de diffusion est frontalière (*La Voix du Nord*), ou les problématiques locales particulièrement liées aux politiques communes (*Ouest France*). La dimension européenne est donc distillée au fil des différentes rubriques, et on relève quelques initiatives ponctuelles, comme la publication par *La Voix du Nord* d'un sondage exclusif sur le Nord et l'Europe au mois de janvier 2005 (supplément de quatre pages suivi de trois pages spéciales), l'édition d'un supplément « Une constitution pour l'Europe » (plus de 187 000 exemplaires)¹ par le *Midi Libre* le 12 janvier 2005, ou la préparation d'un supplément sur l'Europe et la Constitution par *Le Dauphiné Libéré*. De même, les *Dernières Nouvelles d'Alsace* accordent ponctuellement une attention toute particulière aux enjeux européens. C'est ainsi que dès l'été 2003, le journal a réalisé une série de reportages sur les dix pays candidats à l'adhésion. Durant l'été 2004, une nouvelle série de reportages a permis à ses lecteurs de découvrir les nouveaux pays riverains de l'Union européenne. À l'occasion de l'élargissement, les *DNA* ont réalisé un supplément illustré présentant les pays entrants, tandis qu'une rubrique quotidienne était dédiée à l'adhésion des nouveaux pays.

Plus que d'un manque de sensibilité aux questions européennes, la presse quotidienne régionale semble donc plutôt souffrir de l'absence de correspondants bruxellois capables de traiter l'information de manière autre qu'institutionnelle et de régionaliser les sujets européens.

Il faut d'ailleurs noter que si le manque d'intérêt des lecteurs pour les questions européennes est fréquemment allégué pour justifier les lacunes de leur traitement médiatique, le cas de l'hebdomadaire *Géo* apporte un cinglant démenti à ce prétexte fallacieux. Avec plus de 170 000 exemplaires vendus en kiosque (hors diffusion par abonnement), son numéro de septembre 2003, intitulé « L'Europe qui nous passionne », a en effet constitué l'une des meilleures ventes de l'année 2003². De même, la une du *Midi Libre* intitulée : « Ariane 5 : le gros défi de l'Europe », a été

(1) Source : *Midi Libre*.

(2) Source : *Géo*.

tirée à 239 822 exemplaires, un chiffre relativement important comparé aux tirages moyens du journal ¹.

Dans l'audiovisuel, l'Europe reste portion congrue

L'Europe est la grande absente des plateaux de télévision

À la télévision, force est de constater qu'à de rares exceptions près, l'Europe en est réduite à son minimum. TF1, la première chaîne de télévision, dispose de correspondants permanents dans le monde entier... sauf à Bruxelles.

De manière plus générale, et parallèlement aux nombreux reportages, magazines et rubriques consacrés à l'international qui revêtent à l'occasion une coloration européenne, les émissions qui traitent directement de l'Europe et qui attirent un large public sont rares. Mêlant humour, impertinence et divertissement, le magazine d'information *Encore plus libre*, sur France 2 le samedi de 18 h 45 à 19 h 50, attire ainsi environ 2 080 800 téléspectateurs, soit 13,9 % d'audience ². Ce chiffre, remarquable pour une émission à tonalité européenne, est cependant sans commune mesure avec les taux d'audience des autres programmes à la même heure, de sorte que la pérennité du programme n'est pas assurée. Sur France 3, on peut également citer *Champion d'Europe*, tous les samedis à 19 h 55 (3 236 800 téléspectateurs en moyenne, 18,7 % de parts d'audience) ³, panorama des pays européens face aux questions de société. Chaque semaine, l'émission aborde un thème et dévoile le « hit parade » des différents pays à travers des informations statistiques, des enquêtes et des données pratiques. Enfin, un zoom est réalisé sur le premier du classement pour connaître les clés de son succès et les « bonnes pratiques » qui pourraient être exportées chez ses voisins européens. Sur la même chaîne, le mardi de 22 h 50 à 0 h 20, l'émission *France Europe Express*, également diffusée sur France Info et sur TV5, rassemble près de 800 000 téléspectateurs, soit 13 points d'audience ⁴. Son impact est cependant limité par l'horaire de diffusion excessivement tardif qui lui est imparté.

Les éditions régionales de France 3 accordent une place non négligeable aux questions européennes. En matière de journaux télévisés, par exemple, la rédaction européenne de la chaîne traite aussi pour les rédactions régionales de sujets concrets liés à la vie des régions, en montrant par exemple comment les députés européens, issus de telle ou telle région française, interviennent à Strasbourg et à Bruxelles. Il faut également mentionner le magazine mensuel *Europeos* diffusé sur France

(1) Source : *Midi Libre*.

(2) Source : SIG, « Les médias Europe, Panorama des principaux médias consacrés à l'Europe », février 2005.

(3) Source : SIG, « Les médias Europe... ».

(4) Source : SIG, « Les médias Europe... ».

3 Alsace depuis sept ans, le samedi à 11 h 45. Réalisé par la rédaction européenne de France 3, il est axé sur des reportages et vise à informer sur l'Europe sous un angle distrayant pour les téléspectateurs. On peut enfin évoquer les nombreux magazines réalisés par les stations régionales de France 3 en coopération avec des pays européens limitrophes, comme *Le journal de l'Eurorégion*, *Triangle*, *Vis-à-vis*, *Diagonale*, *Confluence*, *Mediterraneo*, *Passages*, *Eurozig-zag*, *Fugues* et *Alpes 3*.

Sur les autres chaînes de télévision, les émissions sur l'Europe ne concernent qu'un public extrêmement restreint. Sur France 5, par exemple, *25 à table !* ne capte que 0,04 % de l'audience¹. Cette nouvelle émission entend présenter la vie quotidienne des Européens, leurs modes de vie et leurs traditions, au travers de reportages dans une grande ville de l'Union européenne et de débats. De même, sur I Télé, l'émission *i Europe*, le vendredi de 12 h 10 à 12 h 30, ne dépasse pas les 0,06 % d'audience², avec un débat sur l'actualité nationale et européenne entre des journalistes de la presse européenne en poste à Paris. Les deux chaînes parlementaires proposent également des émissions consacrées à l'Europe, mais dans la mesure où leur audience est limitée, celles-ci ne touchent qu'un public choisi. LCP Assemblée nationale diffuse ainsi *Vivre en Europe*, un jeudi par mois de 21 heures à 22 heures, en partenariat avec le Parlement européen. L'émission vise à mieux faire comprendre le rôle de l'institution parlementaire européenne et la façon dont ses décisions influencent le quotidien des citoyens européens. Également en partenariat avec le Parlement européen, Public Sénat propose *Portraits d'eurodéputés*, le lundi de 19 h 15 à 19 h 30, et *Paroles d'Europe*, le lundi de 18 h 30 à 19 h 15, pour mieux faire connaître les enjeux européens et l'impact de la construction européenne sur la vie quotidienne des Français.

La chaîne Arte consacre certes un certain nombre d'émissions à l'Europe, mais leur audience reste limitée. On peut ainsi citer *Arte Europa*, le vendredi de 14 h 45 à 15 h 15, sur le câble et le satellite (0,08 % de parts d'audience), qui analyse, au travers de reportages, les évolutions politiques, économiques et culturelles ou de société en Europe, ou *Capté !*, le mercredi de 14 h 45 à 15 h 10, également sur le câble et le satellite (0,06 % de l'audience), qui diffuse des reportages consacrés aux jeunes, généralement européens, qui s'engagent dans la société et vivent leurs passions. La chaîne franco-allemande diffuse par ailleurs *Le feuilletton documentaire* (0,32 point d'audience), du lundi au vendredi de 20 h 15 à 20 h 40, et *La vie en face*, le jeudi de 22 h 15 à 23 h 10 (0,6 % de parts d'audience sur le câble et le satellite), documentaires dont la vocation est d'aider à faire comprendre la réalité des sociétés européennes en traitant des grands thèmes d'actualité, différentes expériences sociales ou engagements citoyens. Arte propose toutefois également quatre émissions dont l'audience est plus significative :

– *le forum des Européens*, le samedi de 19 heures à 19 h 45 (3,3 points d'audience), qui aborde des sujets généraux liés aux questions politiques,

(1) Source : SIG, « Les médias Europe... ».

(2) Source : SIG, « Les médias Europe... ».

économiques, culturelles ou sociales du moment au travers des expériences et des choix de différents pays européens ;

– *le Journal de la culture*, du lundi au samedi de 20 h à 20 h 12 (1,6 % de parts d'audience), qui explore les pratiques culturelles européennes et fait le point sur les expositions, les sorties de livres ou de films, les nouvelles tendances ;

– *Karambolage*, le dimanche de 20 heures à 20 h 11 (2 % de l'audience), qui se penche sur les particularismes culturels ou linguistiques des Français et des Allemands au travers de mini-reportages, de saynètes ou de dessins animés axés sur des éléments de la vie courante. L'émission a pour objectif de décrypter, avec un regard à la fois critique et humoristique, les habitudes et les comportements au quotidien des deux peuples ;

– *Metropolis*, le samedi de 23 h 30 à 0 h 25 (1,3 point d'audience), magazine de l'actualité culturelle européenne qui diffuse entre deux et quatre reportages sur un artiste, un auteur, un musée ou un lieu ¹.

Le pari d'Euronews

Euronews est actuellement la seule chaîne de télévision à rendre compte régulièrement des travaux des institutions de l'Union européenne. Depuis sa création en 1993, elle diffuse en continu l'actualité internationale et européenne dans 102 pays et en 7 langues (allemand, anglais, espagnol, français, italien, portugais et russe). Elle informe quotidiennement 8 millions de téléspectateurs européens et dispose de la plus large couverture en Europe. Avec 150 millions de foyers, Euronews arrive en effet en tête de toutes les chaînes d'information paneuropéennes, loin devant CNN International (115 millions de foyers), BBC World (68 millions de foyers) et CNBC (66 millions de foyers).

En février 2005, la Commission européenne a signé un accord avec la chaîne, lui confiant une mission de service public européen et garantissant une charte éditoriale fondée sur les principes d'indépendance et de transparence. En application du contrat conclu avec la Commission, Euronews recevra 5 millions d'euros par an, en contrepartie desquels la chaîne devra « consacrer un certain temps à l'information européenne, supérieur à 10 % de son temps d'antenne, et ce dans le cadre d'une charte éditoriale, visant à éviter la propagande ou les prises de position extrêmes ».

Chaîne européenne, tant par la composition de son capital que par le contenu de ses programmes, Euronews n'a pas la visibilité qu'elle mérite dans le paysage audiovisuel français. Écartée de l'offre de chaînes accessibles sur la télévision numérique terrestre (TNT), Euronews remplit pourtant une mission de service public européen, et les émissions proposées revêtent une forte valeur ajoutée européenne, comme en témoigne la liste suivante :

– *Agora*, le premier samedi du mois, de 14 h 15 à 14 h 19, 0,08 % d'audience : interview croisée de deux personnalités ayant des opinions différentes sur les questions d'actualité politique ou socio-économique du moment ;

(1) Source : SIG, « Les médias Europe... ».

- *Cinéma*, le samedi de 7 h 45 à 7 h 53, 0,32 % d'audience : cette émission fait le point sur la vitalité du cinéma européen, en présentant les dernières nouvelles du septième art, ses festivals et événements européens, ses tournages en cours, sorties et avant-premières, des interviews de réalisateurs et d'acteurs ainsi que le baromètre des fréquentations ;
- *Economia*, du lundi au vendredi, 0,21 % d'audience : chronique quotidienne de trois minutes consacrée à l'actualité économique internationale ;
- *Europa*, du mardi au vendredi, 0,21 % d'audience : chronique quotidienne de deux minutes consacrée à la construction européenne : les coulisses politiques, les décisions et leurs conséquences ;
- *Europeans*, les mardi et vendredi de 11 h 15 à 11 h 23, 0,1 % d'audience : magazine qui met généralement en avant le point de vue des citoyens et leurs réactions par rapport aux directives européennes et à leur impact ;
- *Interview*, le vendredi de 8 h 15 à 8 h 20, 0,12 % d'audience : entretiens en face à face avec de grands acteurs de l'actualité ;
- *Parlamento*, du lundi au vendredi de 12 h 25 à 12 h 27, 0,04 % d'audience : l'émission a pour objectif d'informer les téléspectateurs sur l'activité du Parlement européen et de montrer comment les débats politiques peuvent influencer sur la vie des citoyens européens ;
- *Pass*, le jeudi, une minute, multidiffusion dans la semaine, en coproduction avec l'Union européenne : questions-réponses essentielles sur l'Union. Rubrique pratique à vocation pédagogique ;
- *Revue de presse*, du lundi au vendredi, à 6 h 12, 0,34 % d'audience : tour d'horizon des grands journaux européens en une minute trente et présentation de la une de leur site Internet ;
- *Space*, le vendredi, de 17 h 45 à 17 h 49, bimensuel, en partenariat avec l'Agence Spatiale Européenne, 0,07 % d'audience : nouveautés et actualité des activités spatiales, notamment européennes ¹.

Ce panorama non exhaustif du traitement de l'Europe à la télévision met en évidence le mal endémique de la communication sur l'Europe : l'offre, peu visible en temps « ordinaire », croît sensiblement en période électorale, pour de nouveau s'effacer au lendemain des échéances. C'est ainsi que la plupart des grilles de programmes des chaînes hexagonales ont adopté une tonalité européenne en 2004, au moment de l'élargissement et des élections européennes. À titre d'exemple, à l'occasion de l'entrée des dix nouveaux États membres, les chaînes du groupe France Télévision ont ouvert leur programmation afin de permettre aux citoyens français de mieux connaître ces pays, en diffusant notamment la série *Bienvenue en Europe* du 5 janvier au 14 mars 2004, avec une part d'audience moyenne toutes chaînes confondues de 10,5 %, soit un nombre de téléspectateurs de 970 500 environ ². Parallèlement, la plupart des émissions d'information ou de reportages se sont ouvertes aux questions européennes, que ce soient des magazines comme *C dans l'air* ou *Riposte*, ou encore le bimensuel *Des racines et des ailes* animé par Patrick de Carolis sur France 3 le mercredi à 20 h 55 (4,3 millions de spectateurs, soit

(1) Source : SIG, « Les médias Europe... ».

(2) Source : SIG, « Les médias Europe... ».

19,1 % de parts d'audience)¹, qui a consacré plusieurs éditions aux nouveaux États membres. De même, la chaîne LCP Assemblée nationale a mis en place un dispositif exceptionnel en 2004, puisque près de 120 heures consacrées à l'Europe ont été diffusées entre le mois d'avril et le mois de mai, soit plus de 15 heures de direct dans le journal quotidien *Accès direct*, près de 35 heures de magazines mensuels ou hebdomadaires, avec *Parlons-en*, *Vivre en Europe*, *Parlez-moi d'ailleurs*, etc., et 70 heures de programmes divers (documentaires, coproductions et bandes promo). On peut donc ainsi estimer que 16,4 % des programmes de LCP ont été consacrés à l'Europe sur cette période².

En Allemagne, l'Europe est davantage présente à la télévision

La télévision publique allemande propose des émissions régulières sur l'Europe. Ainsi, la chaîne ARD programme, un samedi sur deux à 16 h 35, l'émission documentaire *Europamagazin* (d'une durée d'une heure) réalisée par sa rédaction de Bruxelles. Il s'agit de portraits d'Européens connus ou inconnus ou de scènes de la vie quotidienne dans les pays de l'Union. L'audience s'élève à environ deux millions de téléspectateurs.

ZDF, la seconde chaîne publique nationale, fait encore mieux en diffusant quotidiennement – du lundi au vendredi à 16 heures – *Heute in Europa*, une émission de quinze minutes sur l'actualité européenne et ses implications pour l'Allemagne.

Une certaine coloration européenne commence à se diffuser à la radio

Les radios consacrent également de nombreuses émissions et chroniques aux affaires européennes. Sur Europe 1, par exemple, Jean-Bernard Cadier effectue le samedi une *Revue de presse européenne* qui touche environ 1 039 000 auditeurs, soit 11,4 % de l'audience. Pour un public nettement plus restreint, France Culture propose deux rendez-vous européens, le jeudi de 19 h 30 à 20 h 30, avec *Cause commune* (28 000 auditeurs, soit 0,8 % de parts d'audience), une émission consacrée à l'actualité des institutions et qui rend compte plus largement de l'actualité culturelle européenne ainsi que d'un certain nombre de sujets de société d'intérêt commun en Europe, et avec *L'Europe des idées*, le samedi de 13 h 30 à 13 h 40 (0,7 % de parts d'audience). Deux émissions sont par ailleurs exclusivement réservées à l'Europe sur les ondes de France Inter. Il s'agit de *L'Europe au quotidien*, dans laquelle, le dimanche de 8 h 45 à 8 h 50, Ruggero de Pas met en valeur la diversité des

(1) Source : SIG, « Les médias Europe... ».

(2) Source : LCP.

us, coutumes et tendances des peuples qui composent l'Union européenne et en font sa richesse (16,3 points d'audience), et *Transeuropéenne*, le samedi de 19 h 39 à 20 h (12,2 points d'audience), une émission axée sur la vie quotidienne des citoyens européens ¹.

Les chroniques de France Info consacrent également une place importante à l'Europe. Parmi celles-ci, on peut citer :

- *C'est en France, c'est en Europe*, le dimanche : Marie-Christine Vallet analyse la façon dont sont traités dans les autres pays européens les grands sujets qui font débat en France (335 000 auditeurs environ, 7,1 % de parts d'audience) ;
- *L'Europe au quotidien*, le dimanche, Anja Vogel présente et analyse l'actualité du Parlement européen (256 000 auditeurs environ, 5,4 % de parts d'audience) ;
- *Europe, Europa*, le mercredi : Ruggero de Pas évoque l'actualité des dix nouveaux pays de l'Union (150 000 auditeurs environ, 2,2 points d'audience) ;
- *France Europe Express*, le mardi de 22 h 50 à 0 h 20, (voir *supra*) 124 000 auditeurs environ, 7,1 % de parts d'audience ².

RFI dispose d'un « desk Europe » de cinq personnes, rattaché au « service international », et s'appuie également sur un correspondant à Bruxelles, qu'elle sollicite régulièrement. La radio s'attache naturellement à traiter des questions européennes à travers toute une gamme de chroniques, parmi lesquelles :

- *Accents d'Europe*, du lundi au vendredi, de 16 h 40 à 17 h. : des sujets de société et de vie pratique sont analysés par des journalistes de RFI et des radios européennes partenaires. La diversité des thèmes abordés illustre l'Europe au quotidien ;
- *Chronique Europe*, du lundi au vendredi : chronique quotidienne sur l'actualité européenne ;
- *L'Européen de la semaine*, chaque samedi ;
- *Forum de l'info* (jour, horaires et périodicité variables) : débats publics autour de l'actualité organisés dans les capitales européennes ;
- L'invité Europe*, du lundi au vendredi : entretien pendant cinq minutes avec une personnalité sur l'actualité européenne ;
- *Nouvelle Europe*, le dimanche de 17 h 40 à 18 h : émission consacrée aux vingt-cinq pays de l'Union européenne, qui s'articule autour de reportages culturels, mais aussi de sujets politiques ou économiques, de réactions à l'actualité et de l'interview d'une personnalité.

À la radio comme à la télévision, une inflation de l'information sur l'Europe est nettement perceptible au moment des échéances électorales. À cet égard, l'initiative de Skyrock mérite d'être évoquée. Si aucune émission ou rubrique régulière ou ponctuelle n'est consacrée à l'Europe, la première radio des moins de 25 ans a lancé en décembre 2004 une campagne de sensibilisation sur le référendum, avec la diffusion de messages d'incitation au vote. Dans cette période pré-référendaire, France Inter

(1) Source : SIG, « Les médias Europe... ».

(2) Source : SIG, « Les médias Europe... ».

a également élaboré tout un dispositif, au sein duquel on distingue notamment *Les lundis de l'Europe*, qui présentent l'état du débat sur la Constitution dans cinq pays de l'Union (Espagne, Pologne, Allemagne, Pays-Bas et Grande-Bretagne). À l'heure du débat sur la Constitution européenne, enfin, la station RMC, qui aborde habituellement la thématique européenne dans les journaux d'information et dans les émissions matinales en fonction de l'actualité et des souhaits des auditeurs, accorde un large temps d'antenne à la campagne en vue du scrutin du 29 mai 2005. La radio a ainsi mis en place un important dispositif d'explication du projet de Constitution.

Il reste que rares sont les radios qui disposent d'une rédaction européenne, même si une prise de conscience se fait incontestablement jour actuellement, au sein de Radio France, notamment. Correspondant permanent à Bruxelles, Quentin Dickinson est à la tête d'un bureau comprenant plusieurs pigistes en charge de l'actualité institutionnelle sous ses différentes facettes. France Inter dispose également d'une pigiste à Strasbourg qui suit régulièrement les travaux du Parlement. Au niveau du groupe, enfin, un poste de directeur en charge des questions européennes a été créé et Bertrand Vannier, ancien directeur de la rédaction de France Inter, s'est vu confier par le président Jean-Paul Cluzel la mission de réfléchir au traitement de l'information communautaire. À son initiative, une conférence a été organisée en avril dernier pour réunir l'ensemble des journalistes sur les enjeux de la Constitution.

La portée relative des publications spécialisées et l'audience limitée des sites web sur l'Europe

La portée relative des publications spécialisées sur l'Europe

Les **publications généralistes** sur l'Europe émanent principalement d'associations à vocation européenne. Outre l'hebdomadaire *7 jours Europe*, publié par la Représentation en France de la Commission européenne et *Le journal de l'Europe*, synthèse mensuelle des événements européens passés ou à venir, on peut en effet évoquer *Les Cahiers européens d'Houjaray*, de l'association Jean Monnet, ainsi que de nombreuses lettres d'information, parmi lesquelles *Europe et liberté*, *La lettre de Confrontations Europe*, *La lettre de la Fondation* (Robert Schuman), *La lettre des Européens*, du Mouvement européen France, *Europe fédérale* et *Panurope France*. Certaines publications visent quant à elles un public plus ciblé. C'est le cas d'*Europe information* et du *Bulletin Quotidien Europe* (depuis 1953), destinés aux décideurs politiques et économiques issus du domaine public ou privé, ou d'*Europe locale*, qui rend compte des activités de l'Association française du Conseil des communes et régions d'Europe (AFCCRE), en présentant la mise en œuvre

des politiques européennes des collectivités territoriales. À cet égard, on peut citer l'initiative originale du conseil régional des Pays de la Loire, qui publie une *Chronique européenne* trimestrielle, dont la première partie est dédiée à l'actualité européenne dans son cadre général, et la seconde aborde cette actualité dans son contexte régional.

De la même manière que les associations et laboratoires d'idées sur l'Europe attirent un public d'initiés et ont une audience finalement relativement limitée, les tirages des publications sur l'Europe demeurent confidentiels. À l'exception de *La Lettre de la Fondation*, qui tire à 75 000 exemplaires ou de *La Lettre de Confrontation Europe* (22 000), les chiffres sont en effet modestes : 7 000 exemplaires pour *7 jours Europe*, 10 000 pour le *Bulletin quotidien Europe*, 8 500 pour *Chronique européenne*, 8 000 pour *Europe locale* et pour *Le journal de l'Europe* (qui, en raison de difficultés financières, a suspendu sa parution au début de l'année 2005) et 2 500 pour *Panurope France*¹.

On se doit néanmoins de reconnaître que certains **titres consacrés à l'actualité internationale** et à diffusion plus large, comme *Courrier international* (190 993 exemplaires) et *Le Monde diplomatique* (349 500 exemplaires), abordent régulièrement les questions européennes. Par ailleurs, l'Europe fait l'objet d'articles récurrents dans les revues d'analyse géostratégique et de politique étrangère, comme dans *Diplomatie magazine* (bimestriel, 40 000 exemplaires), *Géopolitique* (trimestriel, 25 000 exemplaires), *La Lettre diplomatique* (trimestriel, 5 000 exemplaires), *Politique étrangère* (trimestriel, 3 000 exemplaires), *Questions internationales* (bimestriel, 7 000 exemplaires) et dans *La Revue internationale et stratégique* (trimestriel, 3 000 exemplaires)².

Il faut enfin mentionner les **publications sectorielles** sur l'Europe, à diffusion encore plus restreinte. On peut ici penser à *Agra Europe* (hebdomadaire, 1 000 exemplaires), au *Bulletin européen du Moniteur* (hebdomadaire, 1 200 exemplaires), au *Courrier européen des innovations sociales* (bimensuel, 500 exemplaires), à *Espace social européen* (hebdomadaire, 4 000 exemplaires), ou encore à *Europeconomic* (mensuel, 200 exemplaires) ou *Europe information environnement* (bimensuel, 1 000 exemplaires)³.

Si les publications spécialisées sur l'Europe touchent donc un public restreint, du fait de la modestie de leurs tirages, on peut noter de surcroît que la plupart d'entre elles ont une durée de vie extrêmement limitée et semblent vouées à l'échec. C'est ainsi que le quotidien *L'Européen*, lancé il y a six ans par Christine Ockrent, a disparu du paysage médiatique français au bout de six mois. De même, l'expérience de *La quinzaine européenne*, développée en marge des *Dernières Nouvelles d'Alsace* à partir de 2001, n'a duré qu'un an et demi. Créé en janvier 2004, enfin, le *Journal de l'Europe* a également cessé de paraître début 2005.

(1) Source : SIG, « Les médias Europe... ».

(2) Source : SIG, « Les médias Europe... ».

(3) Source : SIG, « Les médias Europe... ».

L'audience limitée des sites spécialisés sur l'Europe

L'Europe sur Internet est essentiellement représentée par les **sites des institutions**, qui présentent l'actualité de l'Union européenne et proposent des liens vers des organismes clés œuvrant à l'échelon européen. Ces sites reçoivent la visite d'un public relativement large. Tel est le cas de celui de la présidence luxembourgeoise (www.eu2005.lu), qui détaille en outre les travaux qu'elle a engagés depuis le début de son mandat. Le portail de l'Union européenne (www.europa.eu), permet plus particulièrement d'accéder à l'ensemble des textes législatifs en vigueur ou en discussion ainsi qu'à l'ensemble des politiques menées par l'Union européenne. Le site www.europe.gouv.fr aborde également des aspects plus généraux (symboles de l'Union, organes constitutifs), et les profils sociopolitiques des anciens pays membres et des pays nouvellement entrés dans l'Union. Émanant de la Représentation permanente française auprès de l'Union, le site www.rpfrance-ue.org reprend les positions de la France dans tous les domaines afférents à l'UE.

Parallèlement à ces sites institutionnels, la plupart des **laboratoires d'idées, médias et associations à vocation européenne** disposent désormais d'un site Internet. On peut ainsi mentionner, entre autre, les sites de Café Babel (www.cafebabel.com), de l'association Confrontations Europe (www.confrontations.org), du collectif EuropaNova (www.europanova.org), du club de réflexion Europe 2020 (www.europe2020.org), et de l'association Fenêtre sur l'Europe (www.fenetreeurope.com). On peut également évoquer les sites des sections françaises du Mouvement européen (www.mouvement-europeen.org) et de l'Union Paneuropéenne internationale (www.pan-europe.org) et ceux de l'association Jean Monnet (www.jean-monnet.net) et de la fondation Robert Schuman (www.robert-schuman.org). On peut enfin citer les portails de l'Union européenne des fédéralistes (www.uef-europe.org) et du *think tank* « Notre Europe » (www.notre-europe.asso.fr).

Ces sites spécialisés émanant d'associations à vocation européenne n'accueillent cependant qu'un nombre limité d'internautes, ceux-là même qui font partie de l'élite convaincue et éclairée des europhiles.

Une formation initiale et continue des journalistes qui reste embryonnaire

La formation initiale : une prise de conscience de la nécessité d'une maîtrise des questions européennes

La faiblesse du traitement médiatique des affaires européennes ne faisant bien souvent que traduire l'insuffisance des connaissances des journalistes en la matière, la question se pose avec acuité de la formation dispensée dans les écoles de journalisme. À cet égard, le cas du Centre universitaire d'enseignement du journalisme de Strasbourg est particulier. Le CUEJ est en effet depuis 1991 le laboratoire, français et européen, de la formation initiale des journalistes au traitement de l'actualité européenne. La formation dispensée est entièrement ordonnée par l'actualité de l'Union et son contenu évolue donc en permanence. Ses objectifs visent avant tout au repérage des sources pertinentes et des effets produits par l'Europe, et s'articulent autour de l'acquisition des connaissances fondamentales (institutionnelles et politiques) sur l'Europe et des pratiques professionnelles spécifiques liées à l'information européenne.

Sans former spécifiquement à l'« euro-journalisme », les autres écoles commencent cependant à introduire une dimension européenne dans leurs enseignements. La nouvelle école de journalisme de l'Institut d'études politiques de Paris a ainsi choisi, plutôt que d'isoler l'Europe au sein d'un enseignement spécifique en tant que tel, d'instiller une dimension européenne dans la plupart des modules de formation qu'elle propose, à chaque fois que la problématique du cours s'y prête. C'est ainsi que pour les étudiants de seconde année, l'Europe est présente au cœur du thème de travail sur « la France et ses étrangers », notamment à travers les politiques migratoires de l'Union ou dans celui de « l'agriculture », au travers des interventions portant sur la politique agricole commune ou sur les négociations internationales entre l'Europe et l'Organisation mondiale du commerce.

Toutefois, si les étudiants semblent plus ou moins au fait des rouages institutionnels de l'Union, la direction de l'école a pris conscience de ce que la culture relative à l'élaboration des textes et à la prise de décision au niveau européen, et particulièrement le rôle des groupes de pression, leur faisait généralement défaut. Elle a donc organisé en janvier 2005 un séjour d'une semaine à Bruxelles, au cours duquel les vingt étudiants de seconde année ont pu monter une série de rencontres avec des journalistes, des agences de presse, des parlementaires et des lobbyistes. D'un point de vue pédagogique, cette expérience s'est révélée d'une efficacité considérable, favorisant d'une part une acculturation immédiate aux réalités européennes, et de l'autre des prises de contact ouvrant de nombreuses perspectives de stages. La direction de l'école de journalisme de Sciences Po tente donc aujourd'hui de systématiser ce séjour dans le cursus scolaire

en organisant une rotation permanente des élèves à Bruxelles, auprès de la Commission, du Parlement et sans doute de l'OTAN. Mais si les institutions bruxelloises semblent favorables à l'accueil systématique de ces étudiants (un séjour qui s'effectuerait à terme dès la première année), le financement pose problème à ce jour. En effet, la Commission dispose certes de fonds substantiels, mais les procédures d'attribution restent longues et complexes.

Malgré les initiatives développées dans la plupart des écoles, la formation initiale des journalistes aux questions européennes semble en définitive être encore largement embryonnaire, et ce d'autant plus que les futurs employeurs, notamment français, des étudiants en journalisme ne manifestent pas une demande claire particulière sur le thème de l'Europe¹. Le directeur du CUEJ de Strasbourg note en effet que les diplômés français du Master « euro-journalisme » éprouvent les plus grandes difficultés, par rapport à leurs homologues, à voir leurs compétences spécifiques reconnues comme telles et à être affectés à la couverture de l'actualité européenne. Ce constat recoupe un discours assez constant de la profession sur la formation au journalisme, qu'elle veut « généraliste », se réservant l'exclusivité d'une spécialisation ultérieure.

La formation continue des journalistes : des questions européennes qui demeurent négligées

Si la formation initiale des futurs journalistes aux questions européennes se met progressivement en place, la formation continue des rédacteurs en activité est encore quasi inexistante. Dans ce contexte, l'action d'envergure menée par *Ouest-France* tranche très nettement avec l'absence de toute initiative, dans la presse nationale comme dans la

(1) Dans le cadre des enseignements de culture générale dispensés à ses étudiants, l'École de journalisme de Toulouse a pour sa part mis en place un module sur les institutions européennes, animé par un professeur de l'Université. Pour les élèves de seconde année du mastère professionnel en information et communication, le CELSA propose quant à lui un cycle de 14 heures de conférences sur « les perspectives de l'Union européenne ». À l'Institut universitaire de technologie de Tours, le département « Information et communication » a développé un dispositif académique de cours (droit européen et institutions européennes, histoire européenne, science politique et régimes politiques européens, économie européenne) doublé d'un dispositif de sensibilisation professionnelle (sensibilisation des étudiants en journalisme à l'information sociale en Europe et à l'intervention européenne en faveur du développement). L'ESJ offre à ses étudiants un module intitulé « Information européenne », qui fait partie d'une option thématique proposée chaque année aux étudiants de seconde année. Il s'agit en général d'un module de trois fois deux jours, qui comprend un déplacement à Bruxelles et des exposés et débats sur les sources d'information européennes, les politiques agricoles et affaires étrangères, l'Europe dans le monde, l'Europe sociale et l'immigration. En revanche, au CFJ, où la direction admet un sentiment d'ennui suscité par les questions européennes, il semble difficile d'y sensibiliser les étudiants, même au travers des cas pratiques : l'éventuelle organisation de déplacements à Bruxelles n'en est encore qu'au stade de la réflexion, et les enseignements académiques sur l'Europe se limitent à un programme d'histoire comparative des États de l'Union.

presse régionale ou les médias audiovisuels. À cet égard, il faut noter, à l'avantage du quotidien Rennais, que son programme de formation permanente bénéficie d'un budget équivalent au double du budget légal, et que son intérêt naturel pour les questions agricoles et maritimes a favorisé depuis longtemps déjà un certain tropisme européen au sein de la rédaction. Le premier projet en vue d'une formation aux questions européennes a donc vu le jour en 1997, projet exhumé à la suite du sommet de Nice et finalement lancé le 20 janvier 2003. Articulé autour de sessions de quatre jours de formation, il offre à des groupes de 40 personnes un programme de visites-séminaires à Bruxelles et à Strasbourg. Ces voyages d'étude comportent systématiquement une approche générale des institutions européennes, un état des lieux des grands dossiers d'actualité et des entretiens plus ciblés sur des thèmes concernant très directement l'Ouest de la France. Ils sont destinés à terme à toucher la totalité du personnel, journalistes et cadres, soit 450 à 500 personnes. À l'issue des premiers séminaires, 99,5 % des participants ont exprimé leur satisfaction.

Actuellement, un stagiaire coûte 1 000 euros au journal, ce dernier ne sollicitant pour l'heure aucune aide de Bruxelles. La direction envisage d'étendre cette formation à des journalistes des nouveaux États membres ainsi qu'à ceux de Radio France. Il faut toutefois noter que le succès de cette opération réside probablement dans son caractère « sur mesure ». Ce projet a fonctionné pour *Ouest France* parce qu'il correspondait à ce que le journal avait souhaité, et parce que les bureaux de représentation du Parlement européen et de la Commission avaient accepté de répondre à cette demande. Il semble en effet qu'aucun organe de presse ne voudrait souscrire à un plan de formation imposé de l'extérieur, ce qui rend improbable l'hypothèse d'une prise en charge de la formation permanente par un organisme tel que le CFPJ.

D'autres organes de presse proposent également des formations aux sujets européens à leurs journalistes. Néanmoins, aucun de ces programmes n'atteint l'envergure de la stratégie mise en œuvre par *Ouest France*. C'est ainsi que les formations professionnelles internes proposées par le Groupe *Prisma Presse* concernent régulièrement les questions européennes. De même, certains journalistes du *Midi Libre* ont effectué des voyages à Strasbourg ou Bruxelles (en relation avec la délégation du Parlement européen à Marseille), et la station de radio RMC a programmé une formation aux questions européennes pour 2005. Destinée à quelques journalistes de la rédaction, elle devrait être organisée par l'École supérieure de journalisme de Lille.

L'administration française et l'Europe

Vers une révolution culturelle ?

L'information et la communication sur l'Europe : des initiatives multiples, sans véritable stratégie

Un déficit de coordination

Au sein des ministères français, la **politique d'information et de communication sur l'Europe mobilise de nombreux services**, au-delà des seuls services de communication proprement dits :

- Pour les ministères sociaux, elle concerne en effet le Service de l'information et de la communication (SICOM) du ministère de la Solidarité, de la Santé et de la Famille, le service de communication de la Direction de l'administration générale et de la modernisation des Services (DAGEMO), la délégation à l'Emploi et à la Formation professionnelle du ministère de l'Emploi, du Travail et de la Cohésion sociale, la délégation aux Affaires européennes et internationales, ainsi que les bureaux des Affaires internationales et communautaires des directions techniques de ces ministères.
- Au ministère de l'Équipement, des Transports, de l'Aménagement du Territoire, du Tourisme et de la Mer, chaque direction sectorielle dispose d'une cellule européenne, auxquelles s'ajoute l'action du service d'information et de communication, de la mission Europe-Équipement, au sein de la direction des Affaires européennes et Internationales, et du cabinet, chargé de la communication grand public des événements européens.
- Au Quai d'Orsay, la communication et l'information sur l'Europe relèvent de la Direction de la communication et de l'information (DCI) et de la Direction de la coopération européenne (DCE).
- À l'Intérieur, la plupart des grandes directions sont associées à la définition de la stratégie de communication sur les questions européennes dans le cadre de la réalisation du schéma directeur de la communication du ministère. Le secrétariat général, et en particulier le service de la communication, en assure la coordination générale. La mission des affaires internationales et européennes (MAIE, créée à l'automne 2004) ainsi que les

grandes directions centrales participent également au développement des actions de communication dans ce domaine.

– Au ministère de l'Environnement, ce sont le cabinet du ministre, le département de la Communication et de l'Information, le bureau des Affaires européennes et l'Institut de formation de l'environnement (IFORE), qui se partagent la communication sur les questions européennes.

– À la Défense, cette dernière relève à la fois de la Délégation à l'information et à la communication de défense (DICOD), de l'État-Major des armées, des états-majors de l'armée de terre, de la marine, de l'armée de l'air et de la gendarmerie, de la délégation générale de l'armement, du service de santé des armées et de leurs services de communication respectifs, de la délégation aux affaires stratégiques et de la direction des affaires juridiques.

– Les directions de l'enseignement scolaire, des relations internationales et de la coopération et la délégation à la communication sont les principaux acteurs du ministère de l'Éducation nationale en matière de communication sur l'Europe.

– Au ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie, une multitude de services sont concernés par la communication sur l'Europe : le Sircom (en relation avec les cabinets et les directions, il met en œuvre les orientations de communication ministérielle), la Direction générale de la comptabilité publique (DGCP) (mission de coopération internationale, qui intervient de manière intensive dans les programmes de coopération multilatéraux visant l'intégration de l'Acquis communautaire), la Direction générale des douanes et droits indirects (DGDDI) (Bureau de l'information et de la communication et sous-direction du commerce international), la Direction générale du Trésor et de la politique économique (DGTPE) (communication et information à l'égard de ses agents), l'Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE) (Conseil national de l'information statistique et diffusion des statistiques européennes), et la Direction des grandes Entreprises (mise en place des EIC, des réseaux virtuels d'information sur les programmes de recherche et développement communautaires, participation aux événements médiatiques afférents au PCRD etc.).

L'action des administrations centrales en matière d'information et de communication sur l'Europe est assez diversement relayée par les **services déconcentrés** des ministères. Si ceux du ministère du Travail, par exemple, sont très impliqués, et contribuent notamment à la notoriété du Fonds social européen, les services déconcentrés de l'Équipement diffusent rarement des informations européennes, ces dernières concernant avant tout les fonds structurels et le financement de projets particuliers. De même, pour le ministère de l'Environnement, le rôle des services déconcentrés reste limité.

Pour d'autres ministères, en revanche, le rôle des services déconcentrés en matière de communication sur l'Europe est réel. Ainsi, les ambassades reprennent et diffusent l'information sur l'Europe transmise par le ministère des Affaires étrangères. À cet égard, la Représentation permanente de la France auprès de l'Union européenne joue un rôle spécifique, en

particulier vis-à-vis des médias à Bruxelles. Elle tient avant chaque session importante du conseil une réunion d'information « off » avec les journalistes intéressés et organise pour chaque ministre une conférence de presse à l'occasion des conseils ou d'autres événements se tenant à Bruxelles, Luxembourg ou Strasbourg. Pour le ministère de l'Intérieur, le réseau des chargés de communication en préfecture joue un rôle essentiel en relayant et développant au plan local les actions de communication nationale. La stratégie de communication définie par le ministère de la Défense est également appliquée par les états-majors de régions, les grands commandements et toutes les unités. À l'Éducation nationale, on relève le rôle des Délégués académiques aux relations internationales et à la coopération (DARIC) : conseillers techniques des recteurs pour les relations internationales et la coopération, ils sont en particuliers relais de l'agence nationale Socrates-Leonardo pour la promotion des programmes européens.

Au Minéfi, une charte de communication fixe les orientations et le rôle des différents acteurs tant au niveau central que déconcentré. Le Sircom assure la coordination au niveau central, tandis qu'à l'échelon local, des comités régionaux d'information et de communication (Cricom) regroupent les chefs des services déconcentrés. À ces Cricom sont rattachées des équipes légères composées de deux à quatre personnes par région. En tant que responsable du suivi des programmes européens en faveur des entreprises, la DGE est amenée à coordonner la partie française des deux réseaux communautaires chargés d'informer les PME sur les matières communautaires, celui des EIC et celui des centres relais innovation. Il convient d'ajouter à ces réseaux, d'une part les préfectures de région chargées de la distribution et de la gestion des fonds structurels, d'autre part les équipes Europe des conseils régionaux. Les directions régionales de l'Industrie, de la Recherche et de l'Environnement (DRIRE) interviennent actuellement assez peu dans les actions européennes.

L'articulation des compétences en matière d'information et de communication sur l'Europe entre les ministères et le MAE, le SGCI et le SIG est très diversifiée. Dans les ministères sociaux, par exemple, aucune coordination n'est organisée sur l'information sur l'Europe, sauf période spéciale telle que la présidence française de l'Union ou la campagne d'information sur le Traité constitutionnel, cette dernière ayant été l'occasion d'une collaboration plus étroite entre le SIG, la Délégation aux affaires européennes et internationales (DAEI) et les services de communication. À l'Équipement, on ne relève pas non plus d'articulation des compétences en matière de communication sur l'Europe avec le MAE ou Matignon. À l'Environnement, enfin, seule une communication spécifique lors de la journée de l'Europe du 9 mai est organisée en partenariat avec le ministère délégué aux Affaires européennes.

À l'inverse, au ministère des Affaires étrangères, le SGCI et le SIG sont des partenaires naturels et toutes les actions d'information sur l'Europe sont menées en concertation avec ces deux entités. Le ministère de l'Intérieur collabore principalement avec le SIG, et plus

ponctuellement avec le MAE, la Mission des affaires internationales et européennes étant quant à elle en contact régulier avec le MAE et avec le SGCI. À la Défense, un travail étroit de coordination et de communication est réalisé avec le MAE à destination des médias, avec notamment, en décembre 2004, une réunion commune des deux porte-parole avec la presse sur le thème de l'Europe de la défense. À l'Éducation nationale, le bureau des affaires communautaires de la Direction des relations internationales et de la coopération (DRIC) prépare des projets d'instruction, validés par le SGCI puis transmis ensuite à la RP. Les trois structures mentionnées coopèrent donc activement pour l'élaboration des positions françaises au sein de l'UE. Le SGCI informe quant à lui le ministère sur les évolutions dans les autres domaines d'action de l'Union qui peuvent concerner le ministère de l'Éducation. Il faut noter que le ministère anime le groupe de travail sur les stratégies de communication, piloté par la Commission, chargé de proposer aux États membres une redynamisation de la politique de communication sur la nouvelle génération des programmes européens en matière d'éducation et de formation (2007-2013). Au Minéfi, enfin, c'est le SIG qui assure en liaison avec le ministère des Affaires étrangères (mission Europe) et le SGCI la coordination et la cohérence sur la communication européenne. Dans le domaine de la concurrence, toutes les questions appelant une concertation interministérielle sont traitées au niveau du SGCI, et la douane communique essentiellement sur des domaines techniques subsidiaires de ceux du MAE, SGCI et SIG.

Le rôle du SGCI en matière de communication sur l'Europe

Ces dernières années, la multiplication des échéances européennes (présidence française de l'Union en 2000, négociations d'élargissement jusqu'à la fin 2003, Convention sur l'avenir de l'Europe puis Conférence intergouvernementale...) a contribué à favoriser le développement des actions de communication du SGCI, tant à l'égard du grand public, qu'auprès des administrations et des parlementaires.

En direction du grand public, le SCGI n'est pas à proprement parler en charge des actions de communication. Sa mission se limite à des appuis techniques et revêt des formes variées selon les projets et les opérateurs. Elle peut aller de la simple correction et validation de texte à la participation à la définition de la stratégie de communication et l'écriture de textes. Le SGCI intervient alors en qualité de prestataire de service du cabinet du Premier ministre, du Service d'information du Gouvernement ou du ministère des Affaires étrangères. C'est le secteur ELARG (Élargissement, Europe, Communication) qui assure cette mission au sein du SGCI.

La communication générale sur l'Europe

Le SGCI est associé par le SIG aux actions générales d'information sur l'Europe. Il contribue ainsi à alimenter le site Internet (www.europe.gouv.fr) piloté par le SIG en rédigeant des fiches très utiles sur les apports de l'Europe dans la vie quotidienne des Français.

Membre du Conseil de surveillance et de l'Assemblée générale de Sources d'Europe, le SGCI participe à la définition et à l'évolution de ses missions.

Le SGCI avait également été fortement impliqué dans la communication sur la présidence française de l'Union européenne, au second semestre 2000, avec notamment la réalisation en 1999 d'une étude comparative des campagnes de communication des précédentes présidences de l'Union. Il avait également été chargé de piloter le site Internet www.presidente-europe.fr en liaison avec le SIG et le Quai d'Orsay.

La communication sur l'élargissement

Le SGCI a été associé par le SIG à l'élaboration de différents documents (dépliant sur l'élargissement, dossiers d'information, affiches) qu'il a été parfois conduit à rédiger en partie. Il a également élaboré, pour le cabinet du Premier ministre, des argumentaires présentant les conséquences de l'élargissement.

• La communication sur le projet de Traité constitutionnel

Associé aux structures de pilotage de la communication sur le projet de Traité constitutionnel, le SGCI (secteur Élargissement, Europe, communication, et secteur juridique) a participé à la définition des supports de communication et a validé techniquement leur contenu.

• La communication sur les missions du SGCI

Le SGCI s'est progressivement doté de supports de communication adaptés à ses missions et en particulier un Intranet et un portail Internet (www.sgci.gouv.fr).

Auprès de l'administration, le rôle du SGCI se limite à la diffusion des documents émanant de la Commission et du Conseil à toutes les administrations françaises concernées. Cette fonction est indissociable de la mission de coordination interministérielle du SGCI.

À l'égard des parlementaires, le SGCI (secteur parlement) est en charge du suivi du respect des procédures constitutionnelles (article 88-4) de consultation du Parlement national, de l'information technique des parlementaires nationaux et de la diffusion des positions gouvernementales aux membres français du Parlement européen.

Des campagnes d'information d'envergure variable et d'efficacité limitée

Dans la plupart des ministères, il n'existe pas de **vecteurs dédiés à l'information sur l'Europe**, celle-ci étant intégrée aux vecteurs permanents de communication. Tel est notamment le cas des sites Internet des départements ministériels, qui comprennent généralement une rubrique « Europe », à l'instar de ceux de l'Équipement, de l'Intérieur ou de l'Environnement. Premier site public français, celui du ministère des Affaires étrangères enregistre ainsi 3 à 4 millions de consultations par mois. Le site grand public du ministère de l'Éducation nationale accueille quant à lui 1 500 000 visiteurs tous les mois. Le site pédagogique eduscol.education.fr, celui de l'agence Socrates-Leonardo et les sites Intranet des ministères accordent eux aussi une place non négligeable à l'information des agents sur les questions européennes.

La dimension européenne apparaît généralement par ailleurs dans les publications périodiques des départements ministériels. Au Minéfi, par exemple, en matière de diffusion de statistiques, l'INSEE s'efforce d'une façon générale de restituer les chiffres qu'il produit dans une perspective comparative européenne. Dans le même esprit, le ministère des Affaires étrangères publie un bulletin d'actualité tous les jours ouvrables et organise un point de presse quotidien de son porte-parole. Le ministère de l'Environnement consacre une rubrique de l'hebdomadaire *AI* à l'Europe, et les articles des périodiques de la Défense, *Armées d'aujourd'hui*, *Objectif défense*, *Terre infos magazine*, etc., se teintent également d'une coloration européenne.

De nombreux documents ponctuels sont en outre consacrés aux questions européennes. Depuis 2000, plusieurs publications concernant l'intervention du FSE ont ainsi été diffusées par les ministères sociaux, tandis que l'Équipement publie des brochures telles que « Le Transport en Europe ». La DCI participe également, en coopération avec la DCE et le cabinet du ministre délégué aux Affaires européennes, à la production et au financement de brochures et de publications sur certains sujets importants pour la construction européenne (*Guide du marché intérieur*, *Constitution mode d'emploi*). L'Environnement publie quant à lui un guide des financements européens ainsi qu'un recueil des projets LIFE, et l'Éducation nationale a édité un numéro de *Textes et documents pour la classe* sur les questions européennes.

Quelques initiatives originales doivent enfin être signalées en matière de communication sur l'Europe. Outre quelques colloques, la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) du Minéfi organise en effet pour les professionnels des « ateliers de la concurrence », qui évoquent notamment la politique communautaire de concurrence. Le ministère de l'Intérieur dirige pour sa part des opérations ponctuelles de communication sur le terrain comme, par exemple, la simulation d'un accident technologique majeur dans la Drôme. À la Défense, un point de presse sur l'Europe de la défense a été tenu en décembre 2004 en coopération avec le ministère des Affaires étrangères. Le ministère a en outre réalisé des clips *Affirmer*

l'Union européenne, dans le cadre des rencontres « Nation-Défense », des documentaires télévisés, diffusés sur Arte, sur la Brigade franco-allemande, l'Eurocorps et la construction de l'Europe de la défense, un DVD JAPD pour sensibiliser les jeunes à l'Europe de la défense, une brochure diffusée à l'occasion de la réunion ministérielle de Nice de février 2005, expliquant la complémentarité entre Europe de la Défense et l'OTAN et un DVD *Une volonté commune pour la paix et la sécurité*. Le ministère de l'Environnement organise enfin régulièrement des réunions d'information nationales et régionales, notamment sur les financements européens.

Les **principaux axes de communication à l'égard du grand public** s'attachent à répondre aux attentes des Français en matière d'information sur l'Europe, en fonction des groupes cibles auxquels ils s'adressent. Les Français souhaitent par exemple être informés de l'action communautaire en matière d'environnement et de son impact concret dans la vie quotidienne. Dans cette perspective, le changement climatique, la pollution de l'air et la qualité de l'eau sont les thématiques les plus proches des préoccupations citoyennes. Plus spécifiquement, les acteurs impliqués dans le domaine environnemental souhaitent connaître les possibilités de financement européen qui s'offrent à eux. Les Français souhaitent en outre être assurés des capacités de la Défense à garantir leur sécurité sur le territoire et à l'extérieur. Ils attendent par conséquent qu'on leur démontre que l'Europe de la défense constitue une des voies privilégiées pour le renforcement de leur sécurité. Ils souhaitent également connaître les implications et progrès de la PESD en terme d'autonomie pour l'Union européenne, notamment dans ses relations avec l'Alliance atlantique. Les citoyens sont par ailleurs sensibles à la consolidation de l'industrie de défense européenne, afin de garantir l'indépendance stratégique et économique de la France. En matière d'éducation et de formation, les Français souhaitent disposer d'informations précises sur les possibilités offertes par les programmes communautaires, sur les conditions de la mobilité étudiante ou de la mobilité des professeurs et des enseignants chercheurs. Ils souhaitent par ailleurs être informés sur les implications concrètes des initiatives engagées au niveau communautaire.

Dans ces conditions, les ministères s'efforcent de présenter la politique de l'Union européenne en la réinscrivant dans l'actualité et le quotidien, au plus près des préoccupations des professionnels comme du grand public, avec une tonalité pédagogique et dans un souci de vulgarisation sans simplification outrancière. Les ministères sociaux ont ainsi adopté une stratégie de valorisation globale des avancées de l'Europe, par exemple en matière de santé. En ce qui concerne la mobilité des patients et la coopération hospitalière, l'accent est mis sur la signature de conventions bilatérales, et en matière de FSE, sur l'intervention européenne en France, afin de rendre plus concrète l'Europe sociale. À l'Équipement, on souligne les avancées sécuritaires des politiques communautaires, la protection des consommateurs et les implications environnementales. Le Quai d'Orsay se consacre quant à lui à des dossiers plus politiques, comme l'élargissement, les travaux de la Convention, le Traité constitutionnel ou les conclusions des conseils européens. À l'Intérieur, le schéma directeur de communication du ministère définit quatre axes stratégiques, dont celui

visant à « rapprocher le ministère des citoyens et de ses publics », qui englobe la majeure partie des actions de communication relatives aux questions européennes. À l'Environnement, l'accent est porté sur la plus-value engendrée par l'action communautaire et sur l'aide aux candidats potentiels aux programmes européens de financement. La Défense met quant à elle en évidence les apports du Traité constitutionnel pour faire progresser l'Europe de la défense. L'Éducation nationale a fait le choix de la connaissance de l'Union à travers les grands rendez-vous européens comme le Printemps de l'Europe et la Journée de l'Europe du 9 mai, en s'appuyant sur les programmes et en menant des actions éducatives autour de l'Europe. Le Minéfi, enfin, souligne par exemple les conséquences pratiques pour les voyageurs de la réglementation européenne, ainsi que les bénéfices concrets de l'Europe pour les Français, comme la suppression des franchises intracommunautaires et de l'obligation pour un particulier de déclarer en douane les biens achetés dans un autre État membre.

À l'exception du ministère de l'Équipement, la plupart des ministères ont récemment mené plusieurs **campagnes d'information sur des thèmes européens**, avec des initiatives et des budgets divers. Certaines d'entre elles s'articulent autour d'un sujet spécifique. Ainsi, en ce qui concerne les ministères sociaux, 2003 ayant été décrétée année européenne des personnes handicapées, cinq grands forums régionaux ont par exemple été organisés, avec un budget de 720 000 euros dont 320 000 financés par l'Union européenne. De même, le ministère de l'Emploi, du Travail et de la Cohésion sociale a conduit depuis mars 2002 une campagne globale de communication (média et hors média) sur l'intervention du Fonds social européen en France, pour un budget de 1 106 647 euros, hors achat d'espaces dans les médias. Ces ministères orchestrent également la semaine européenne de la sécurité et de la santé au travail, pour un budget de 500 000 euros.

Les campagnes d'information du ministère de l'Environnement sont également très spécifiques, et concernent généralement l'instrument financier LIFE Environnement et les autres financements européens pour l'environnement : entre novembre 2004 et mars 2005, sept réunions d'information ont été organisées en partenariat avec le réseau des Euro Info Centres et se sont accompagnées de nombreuses publications sur le sujet : le budget de ces actions s'est élevé à environ 60 000 euros. À l'Éducation nationale, la direction des relations internationales et de la coopération organise chaque année une journée de rencontre nationale des DARIC pour leur rappeler les priorités européennes et nationales, et une autre journée pour les services des relations internationales des universités afin de leur exposer les défis et les enjeux de la construction de l'espace européen de l'enseignement supérieur. Au Minéfi, la DGCCRF, a organisé le 17 octobre 2000 la « Journée de la concurrence », manifestation annuelle traditionnellement organisée par l'État membre qui assure la présidence de l'Union. D'autres campagnes ont concerné les conséquences douanières et fiscales de l'élargissement : en 2004, par exemple, plus de 60 réunions organisées sur ce thème au niveau régional ont permis d'informer près de 2 600 entreprises.

Plus généralistes, les campagnes des ministères des Affaires étrangères et de l'Intérieur concernent l'Europe au sens large ou l'incitation

des citoyens au vote. À l'instar du Quai d'Orsay et de sa campagne d'information sur le Traité constitutionnel, le ministère de l'Intérieur, outre l'initiative lancée en partenariat avec le CIDEM pour les élections européennes, s'est attaché à préparer le référendum sur la Constitution européenne. Sa campagne a regroupé la réunion de la presse et l'impression en 46 millions d'exemplaires du Traité et d'un document reprenant le projet de loi de ratification et son exposé des motifs. Le coût d'impression de ces documents (+bulletins et enveloppes) s'est élevé à 35,75 millions d'euros, et le coût d'acheminement à 58,8 millions d'euros.

À la Défense, la DICOD a quant à elle opté pour des campagnes de communication extrêmement concrètes, en organisant par exemple un voyage de presse à Strasbourg, au quartier général de l'Eurocorps, le 16 mars 2005. De ce fait, le retour d'expérience des six mois passés par ce dernier au sein de l'ISFA en Afghanistan a été largement traité par les médias nationaux et européens. De même, l'exercice multinational Eolo 04, regroupant les vingt-cinq États de l'Union, et conduit du 11 au 22 octobre 2004, a permis de tester les capacités européennes à mener une opération de maintien de la paix. Les médias nationaux, européens et régionaux (l'exercice ayant lieu à Nîmes) ont été très actifs dans la couverture médiatique de cet événement.

Dans la plupart des ministères, la **distinction entre communication politique et communication institutionnelle** est très ténue. Ainsi, pour les ministères sociaux, elle est effectuée selon les événements. De même, au Quai d'Orsay, elle n'est pas particulièrement marquée, la communication proposée par les services faisant toujours l'objet d'une validation par le directeur de cabinet du ministre.

De manière générale, comme c'est le cas à l'Environnement et à l'Équipement, on peut noter que le cabinet prend en charge l'information politique sensible destinée au grand public, tandis que les directions centrales se chargent de l'information de leurs agents, des services déconcentrés, des réseaux des professionnels, ainsi que des contacts avec la presse spécialisée. Ainsi, à la Défense, le délégué pour l'information et la communication est le porte-parole du ministère (communication institutionnelle) et le ministre dispose de ses propres conseillers en communication au sein du cabinet (communication politique). De même, au Minéfi, la charte de communication précise que la communication ministérielle est celle qui engage l'ensemble du ministère et qui est portée par les ministres. La communication directionnelle, quant à elle, est une communication technique et « métier ». Cette charte est également appliquée pour les questions européennes, la coordination et la cohérence étant assurées par les cabinets des ministres en relation avec le Sircom et les directions.

Enfin, les **structures de dialogue et d'information avec les organisations de la société civile sur les affaires européennes**, quand elles existent, sont de diverses natures. Au ministère des Affaires étrangères comme à l'Intérieur, à l'Environnement et à l'Éducation nationale, il n'existe aucune structure pérenne de dialogue et d'information sur les affaires européennes avec les organisations de la société civile. En ce qui concerne les ministères sociaux, le dialogue social sur les questions

communautaires se développe au sein du Comité du dialogue social pour les questions européennes et internationales (CDSEI), dont le rythme des réunions s'est sensiblement accru depuis 1999 pour répondre à la demande des partenaires sociaux.

En réalité, à l'exception du ministère de l'Agriculture, qui dispose du Conseil de prospective européenne et internationale pour l'agriculture et l'alimentation (COPEIAA), instance de réflexion et de proposition qui regroupe une trentaine de personnalités issues de différents milieux (parlementaires, associatifs, universitaires, agricoles et industriels), et dont le rôle est d'éclairer les décisions prises en matière de politique agricole, les ministères ne disposent pas de structure pérenne de dialogue et d'information spécifiquement dédiée aux affaires européennes.

Celles-ci trouvent en effet leur place dans le cadre des structures d'échanges sectorielles des départements ministériels. C'est ainsi qu'au ministère de l'Équipement, trois grandes structures de dialogue et d'information les abordent occasionnellement : le Conseil national des transports, le Conseil national de l'habitat, et le Conseil national du tourisme. De même, au Minéfi, ce sont les services de la DGCCRIF qui effectuent eux-mêmes ce travail de dialogue et d'information, qui est partie intégrante de leur mission. Par ailleurs, la DGCCRIF pilote le Conseil national de la consommation, organisme paritaire placé auprès du ministre chargé de la consommation. Au sein de la DGDDI, il existe certes une structure pérenne de dialogue et d'information sur les affaires européennes, d'une part avec les syndicats (dans le cadre des groupes de travail) et d'autre part avec les fédérations professionnelles (dans le cadre du « Forum douane-entreprises »), mais à la DGTPE, le dialogue permanent entre le service du financement de l'économie et les organismes professionnels relevant de son secteur ne recouvre que des consultations informelles sur les projets de législation européenne.

En Allemagne, le rôle de l'Office de presse fédéral (Bundespresseamt) en matière de communication sur l'Europe

Dirigé par le porte-parole du Chancelier, le *Bundespresseamt* (BPA) est responsable, de manière transversale, de la stratégie de communication du Gouvernement fédéral sur l'Europe (chaque ministère fédéral pouvant continuer à communiquer sur les questions techniques qui le concernent). À titre d'exemple, le BPA est maître d'œuvre de l'opération « Europa Bus Tour », la campagne d'information sur le Traité constitutionnel menée à bord d'un autocar sillonnant l'Allemagne avec le slogan « L'Europe fait du bien à l'Allemagne ».

La formation des fonctionnaires sur l'Europe

La formation initiale

L'activité des administrations nationales, qu'il s'agisse de celles de l'État ou de celles des collectivités territoriales, s'inscrit depuis plusieurs années dans un contexte fortement marqué par l'intégration européenne. Rares sont les domaines de l'action publique qui échappent à ce phénomène. Environ deux tiers des normes juridiques applicables dans les États membres sont en effet d'origine européenne. Même dans les secteurs d'activité qui ne sont pas visés par les traités européens, un besoin important de concertation et de coordination à l'échelle européenne se fait sentir. Le Traité constitutionnel européen conforte la place des citoyens dans le fonctionnement de l'Union européenne et consacre le fait que la dimension européenne soit partie intégrante de l'ensemble des politiques nationales.

Dans ces conditions, l'enseignement des questions européennes est un élément essentiel de la formation initiale et continue des agents de l'État, des collectivités territoriales et des services publics au sens large.

Les fonctionnaires de l'État

D'une manière générale, on constate que la formation initiale de l'encadrement supérieur, en particulier à l'École nationale d'administration (ENA), consacre une place importante aux questions européennes, alors que cette place semble plus marginale au niveau des instituts régionaux d'administration ou du Centre national de la fonction publique territoriale (CNFPT). S'agissant de la formation continue, où le Centre d'études européennes de Strasbourg (CEES) joue un rôle significatif, la situation est également contrastée. Le gouvernement a lancé récemment certaines initiatives pour « européeniser » la fonction publique

La nécessité d'une formation initiale des fonctionnaires aux questions européennes s'est progressivement imposée. Il n'existe cependant pas de modèle commun. Chaque école ou chaque filière a construit son propre enseignement de manière autonome. Les exemples exposés ci-après témoignent de cette diversité.

L'École nationale d'administration (ENA)

L'ENA a aujourd'hui pleinement intégré le fait européen. Depuis 1999, les concours externe et interne comprennent une épreuve obligatoire portant sur les questions relatives à l'Union européenne, soit pour l'admissibilité soit pour l'admission. Au cours de la scolarité, les élèves sont appelés à approfondir leurs connaissances à la fois des procédures et des politiques européennes dans le cadre du module d'enseignement sur les questions européennes. Ce module est constitué par des conférences de méthode au cours desquelles, à partir de cas réels et

concrets, les élèves sont invités à rédiger une note à partir d'un dossier constitué de documents authentiques. Depuis 2002, un deuxième type d'épreuve a été mis en place, qui consiste en un travail technique proche de ceux qui peuvent être commandés à un fonctionnaire par son supérieur hiérarchique (rédaction d'éléments de langage pour un discours ou une conférence de presse, élaboration de propositions concrètes, etc.)

Si le module actuel d'enseignement a fait la preuve d'une réelle efficacité, il a sans doute besoin d'être adapté. Il se limite en effet souvent à l'acquisition de techniques et de méthodes et fait une place insuffisante à l'assimilation de connaissances. De plus, les questions relevant de la politique étrangère et de sécurité commune (PESC) et de la politique européenne de sécurité et de défense (PESD) sont étudiées dans le cadre du module de questions internationales, ce qui constitue un partage un peu artificiel avec le module de questions européennes. Enfin, on peut noter que le lien avec d'autres enseignements (économie, finances publiques, droit) n'est pas non plus assuré aujourd'hui, alors que certains de ces enseignements comportent des activités intéressant le domaine européen. Un rapport rédigé par un petit groupe de praticiens des questions européennes a été adressé en octobre 2004 au directeur de l'ENA dans le cadre de la réforme de la scolarité pour 2006. Ce rapport n'a cependant pas été rendu public.

L'École nationale de la magistrature (ENM)

L'ENM a également ouvert ses concours et son programme pédagogique aux questions européennes. Au niveau des concours, les candidats ont le choix entre une épreuve d'admissibilité portant soit sur le droit pénal, soit sur le droit public et européen au sens large (les étapes de la construction européenne, le système institutionnel, le système juridique). Lors de leur scolarité, les élèves doivent approfondir leurs connaissances sur l'Europe avec des modules de droit communautaire, coopération judiciaire internationale et procédure et droit comparé. L'ENM a renforcé ces dernières années ses liens avec les instituts de formation judiciaire des pays d'Europe, appartenant au réseau européen de formation judiciaire, dont elle avait initié la mise en place.

Les Instituts régionaux d'administration (IRA)

Les concours d'accès aux IRA comprennent une épreuve écrite obligatoire portant sur un questionnaire sur les connaissances générales, le droit public et de l'Union européenne. La formation dispensée par les IRA tient certes compte de l'environnement européen, mais ne semble pas particulièrement développée sur les questions européennes, qu'il s'agisse de l'acquis des connaissances ou de la pratique des dossiers.

Les écoles relevant directement de certains ministères

Sur les écoles spécialisées relevant des différents ministères, il convient de noter que celles qui dépendent du ministère de l'Économie et des Finances (écoles des impôts, des douanes, de la concurrence, de la

consommation et de la répression des fraudes...), accordent une place importante au droit européen, qui fait partie intégrante de l'environnement juridique des professions pour lesquelles ces écoles forment leurs élèves.

Enfin, on peut noter que l'École militaire spéciale de Saint-Cyr consacre aujourd'hui une partie relativement importante de sa formation aux questions européennes (Histoire de l'Union européenne, institutions, PESC, PESD).

Les fonctionnaires territoriaux

Le Centre national de la fonction publique territoriale (CNFPT) exerce des missions de formation et de gestion de l'emploi et des carrières de la fonction publiques territoriale au bénéfice de l'ensemble des collectivités territoriales. Les questions européennes occupent une place assez importante dans le contenu des formations offertes par le CNFPT, directement ou par l'intermédiaire de ses écoles (les quatre écoles nationales d'application des cadres territoriaux – ENACT et l'INET de Strasbourg). Aujourd'hui, tous les modules de formation tiennent systématiquement compte de deux éléments essentiels : le développement durable et l'Europe.

Cette approche se vérifie surtout pour les cadres A de la fonction publique territoriale, pour lesquels l'enseignement des questions européennes est obligatoire, et accessoirement pour les cadres B, soit environ 60 000 personnes sur près de 1,7 million d'agents. Tous les candidats recrutés sur une liste d'aptitude puis nommés par une collectivité territoriale doivent suivre une formation initiale avant titularisation organisée par les ENACT, dont l'un des principaux objectifs est d'identifier les composantes de l'action publique locale dans son environnement organisationnel et européen.

Concrètement, concernant les préparations aux concours organisés par le CNFPT, trois actions Europe sont clairement identifiées, sous forme de journées de sensibilisation. Les autres actions de préparation aux concours (attaché, ingénieur) intègrent des thématiques liées à l'Europe, mais dans le cadre de politiques sectorielles et non pas affichées en tant que telles (marchés publics, environnement, politiques sociales...), ce qui rend difficile leur dénombrement. Enfin, un fascicule de préparation au concours d'administrateur est consacré à la construction européenne.

Concernant les actions de formation initiale, trois domaines sont évoqués prioritairement : l'impact du droit communautaire sur les compétences des collectivités territoriales, la sensibilisation et la connaissance des institutions européennes, et les fonds structurels et l'aide au montage de projets.

L'exemple polonais

La KSAP (*Krajowa Szkoła Administracji Publicznej*), équivalente de l'ENA polonaise, forme de 50 à 60 personnes par an. Elle fournit à l'administration une partie de ses cadres supérieurs. La scolarité dure 18 mois, au cours desquels un stage de deux mois est obligatoirement effectué à l'étranger, en partenariat avec les plus importantes institutions nationales de formation des fonctionnaires de différents pays d'Europe.

La formation permanente des cadres de l'administration, également confiée à la KSAP comprend, depuis 1998, un cycle de formation aux questions européennes de 150 heures de cours, mis en place en partenariat avec l'ENA. Les meilleurs élèves du cycle peuvent ensuite suivre un stage en France, dans l'administration homologue de celle dont ils proviennent. L'adhésion a conduit la KSAP à mettre l'accent sur cette formation permanente et à augmenter significativement le nombre de fonctionnaires formés.

La formation continue

Le Centre d'études européennes de Strasbourg (CEES)

La nécessité d'une formation continue des fonctionnaires sur les questions européennes est aujourd'hui reconnue par les plus hautes autorités politiques. Cette formation est cependant assurée de manière inégale. Une initiative importante a été prise il y a dix ans avec la création du Centre des études européennes de Strasbourg (CEES). Ce centre a été créé en 1995 sous forme d'un groupement d'intérêt public dont les membres fondateurs sont l'État, l'ENA, la Fondation nationale des sciences politiques, l'université Robert Schuman de Strasbourg, l'École nationale supérieure des mines de Paris, l'École nationale du génie rural, des eaux et des forêts et le Centre national de la fonction publique territoriale. Quatre autres établissements sont venus s'ajouter à cette liste en tant que membres actifs : l'École nationale de la magistrature, l'assemblée des chambres françaises de commerce et d'industrie, l'École nationale de la santé publique et l'École nationale des services vétérinaires.

Le CEES a pour mission d'organiser des formations aux affaires européennes à l'intention des fonctionnaires civils et militaires de l'État, des collectivités territoriales, mais aussi des membres des professions libérales, des cadres d'entreprises et des élus nationaux et locaux. Les sessions sont organisées au titre de la formation continue, mais également de la formation initiale pour certaines écoles, en particulier l'ENA.

En 2004, on a noté une activité croissante du CEES pour des publics de plus en plus variés. Le nombre de cadres des administrations nationales formés en 2004 a connu une augmentation remarquable :

1 611 auditeurs (961 en 2003, soit +68,5 %) ont participé à 46 actions (29 en 2003, +60 %) de formation initiale ou continue.

Ces actions ont représenté 4 300 journées stagiaires (2 513 en 2003). Les actions de formation initiale, bien que moins nombreuses (12), ont cependant concerné près de la moitié du public national formé (772). Ce phénomène s'explique par le fait que les sessions s'adressent à des promotions d'écoles nombreuses, alors que les actions de formation continue sont organisées pour des groupes réduits à une vingtaine d'auditeurs.

Les actions de formation initiale couvrent à la fois celles dispensées aux élèves stagiaires accédant à la fonction publique et celles destinées aux fonctionnaires titulaires bénéficiant d'un changement de catégorie ou accédant à un grade supérieur et pour lesquels il est statutairement prévu une formation nouvelle.

Les actions de formation initiale ont concerné en 2004, pour l'essentiel, les élèves de :

- l'École nationale de la santé publique de Rennes (ENSP),
- l'École nationale des douanes de Tourcoing (END),
- l'École nationale du génie rural, des eaux et des forêts (ENGREF),
- l'École des officiers de la gendarmerie de Melun,
- l'École des mines de Paris,
- l'École supérieure d'administration de l'armement (ESAA),
- l'École nationale d'administration (ENA).

La demande croissante de formation continue s'explique en partie par la prise de conscience suscitée par le récent élargissement de l'Union européenne et par le débat autour du Traité constitutionnel.

L'augmentation du nombre de personnes formées s'accompagne d'une diversification des origines professionnelles. La coopération avec les grandes écoles nationales précédemment citées, auxquelles s'ajoutent l'École nationale supérieure de la police (ENSP), le Collège interarmées et le Centre national d'études supérieures de sécurité sociale (ENSS), s'est amplifiée également dans le domaine de la formation continue pour répondre à l'intérêt accru des différents métiers que représentent leurs publics variés. C'est aussi le cas pour les actions proposées en coopération avec les Instituts régionaux d'administration (IRA) ou la direction générale de l'administration et de la fonction publique (DGAFP).

On relève, en 2004 comme en 2003, une plus grande ouverture vers le secteur parapublic. Ainsi, le CEES a accueilli des professionnels relevant du secteur privé « à mission publique », notamment dans le domaine de la protection sociale, tels les cadres et cadres supérieurs de l'Union nationale des caisses de sécurité sociale et de la Mutualité sociale agricole. Les intéressés ont participé à un cycle d'expertise qui s'est échelonné sur douze mois. Ces organismes ont d'ailleurs décidé de systématiser et de multiplier, à compter de 2004, les formations européennes au bénéfice de leurs agents.

Les thèmes privilégiés lors des sessions de formation ont couvert en 2004 la quasi-totalité des domaines d'intervention de l'Union européenne et du Conseil de l'Europe. L'introduction classique aux affaires européennes (institutions et principales politiques communes) constitue désormais une part mineure.

En revanche, les attentes sont fortes sur les secteurs nouveaux de la construction européenne, secteurs à fortes implications politiques (PESC, PESD, Justice et affaires intérieures) ou qui ont un impact important sur la vie des citoyens européens, tels que le domaine social (insertion sociale, traitement du handicap, gérontologie, protection sociale...), celui de la santé (santé publique, risques sanitaires, protection du consommateur...) ou bien encore l'environnement (développement durable, problèmes sanitaires dans les grandes villes...).

Une connaissance concrète et pratique des possibilités offertes par l'Europe reste fortement recherchée. C'est pourquoi les actions traitant des financements européens, ou du *lobbying* par exemple, sont plébiscitées.

Les méthodes pédagogiques sont de ce fait conduites à s'adapter : les études de cas, les ateliers de montage de projets et les simulations sont développés.

La visite des institutions européennes à Strasbourg, Bruxelles et Luxembourg, la rencontre avec des parlementaires et partenaires sociaux fédérés à l'échelon européen, ainsi qu'avec des représentants des secteurs privés et associatifs font partie de la plupart des programmes.

Le Centre répond en outre à un besoin croissant d'échanges d'expériences et de bonnes pratiques entre homologues sur des questions relatives à la mise en œuvre du droit européen ou favorisant une approche comparée des pratiques nationales. Ces échanges trouvent naturellement à se développer durant les séminaires ou les colloques binationaux ou multinationaux proposés par le CEES sur des thèmes ciblés, auxquels ont participé en 2004 par exemple des élèves de l'ENA, des agents du ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie ou encore des policiers et des officiers supérieurs des trois armées.

Les plus gros « clients » du CEES sont les ministères de l'Économie et des Finances, de l'Intérieur, des Affaires sociales et de l'Agriculture.

Le Centre national de la fonction publique territoriale propose lui aussi régulièrement des formations de courte durée (de un à cinq jours), en particulier, mais pas exclusivement, sur des thèmes européens intéressant les collectivités territoriales : les financements européens de projets locaux, les actions de coopération des collectivités territoriales et les différents fonds structurels.

Au ministère de l'Économie et des Finances, l'Institut de la gestion publique et du développement économique (IGPDE) organise, seul ou en coopération avec le CEES, des formations ou des mises à niveau sur les questions européennes.

Les actions de formation menées par le SGCI

La participation à la formation de fonctionnaires français

Les agents du SGCI sont régulièrement sollicités pour participer aux actions de formation organisées à l'attention d'étudiants ou de fonctionnaires français par de multiples opérateurs (CEES, IGPDE, Institut diplomatique, ENA, Instituts d'études politiques, facultés, IRA, etc.).

Par ailleurs, le SGCI a contribué à la conception et à la mise en œuvre de séminaires spécifiques de formation. Il est également à l'origine du projet du cycle des hautes études européennes en cours de définition sur le modèle de l'IHEDN.

La formation des fonctionnaires étrangers, instrument de l'influence française

Le SGCI a multiplié, depuis quelques années, la participation de ses agents à des actions de formation au bénéfice d'étudiants ou de fonctionnaires étrangers notamment issus des nouveaux pays membres ou de pays candidats.

Il s'agit soit de programmes de formation organisés en France, soit de programmes mis en place dans les pays concernés. Les principaux opérateurs de ces programmes sont le CEES, l'ENA et l'Institut européen de Maastricht.

En outre, le SGCI a également accueilli de nombreuses délégations étrangères ou des personnalités d'avenir par des actions de formation et de sensibilisation aux questions de coordination interministérielle. En outre, de nombreux stagiaires étrangers ont également été accueillis pour des durées variant de quelques jours à quelques semaines, et des experts du SGCI participent régulièrement à des actions de formation à l'étranger dans le cadre de jumelages coopération financés sur des fonds communautaires.

Les programmes de formation continue proposés par les ministères : des stages facultatifs limités à un public restreint

Les ministères ont tous intégré la dimension européenne dans les formations qu'ils proposent à leurs agents, que ce soit au niveau de l'administration centrale, des services déconcentrés ou des écoles qui leur sont rattachées.

Les ministères sociaux organisent en effet régulièrement des cycles de formation sur l'Europe¹. En 2004, le bureau de formation a ainsi proposé aux agents d'administration centrale du secteur santé solidarité un plan de formation comprenant quatre stages. L'impact de ces formations,

(1) Ces cycles comprennent des développements sur le fonctionnement et le rôle des institutions communautaires (2 jours), la construction européenne (3 jours), le droit de l'Union et le contentieux (4 jours). Le coût de ces formations s'élève à 176 euros par stagiaire sur la base de 12 participants, 265 et 353 euros

qui ne sont pas obligatoires, doit cependant être relativisé dans la mesure où 39 agents seulement ont été concernés. En services déconcentrés, les cellules régionales de formation continue (CEREFOC) peuvent inscrire au plan régional, à destination des agents des Directions régionales des Affaires sanitaires et sociales et des Directions départementales des affaires sanitaires et sociales, des stages spécifiques de formation sur les questions européennes. L'École nationale de santé publique organise également un stage destiné aux cadres du secteur sanitaire et social public et privé, et pour le ministère du Travail, les programmes de formation sont assurés par l'Institut national du travail, de l'emploi et de la formation professionnelle (INTEFP).

En collaboration avec ses partenaires (institutions et organismes de formation), la mission Europe Équipement met en œuvre des modules de formation diversifiés sur les questions européennes. Il s'agit soit d'une sensibilisation aux dossiers d'actualité européenne, soit d'un apprentissage des méthodes de travail de l'Union. Au niveau de l'administration centrale, une sensibilisation générale aux institutions européennes est menée chaque été. Au niveau des services déconcentrés, une formation relative au dialogue social européen dans le domaine des transports a été proposée. Les effectifs par session s'élèvent à 30-40 agents, la durée des formations varie entre une demi-journée et une journée et le budget de formation des directions centrales consacré aux questions européennes s'est élevé à 5 000 euros en 2004. Ce chiffre ne prend en compte ni les budgets des écoles consacrés à la formation continue, ni ceux des formations des agents des services déconcentrés. La participation à ces formations se fait sur la base du volontariat. Au niveau des écoles relevant du ministère de l'Équipement, les formations post concours contiennent obligatoirement des modules sur les institutions européennes et leur impact sur le ministère. Le cycle supérieur de management (pour les cadres des services déconcentrés) prévoit pour sa part un séminaire de trois jours au SGCI et à la Représentation permanente.

Au Quai d'Orsay, les agents de catégorie A suivent à leur arrivée au ministère un stage d'insertion obligatoire de trois semaines au cours duquel deux journées, l'une à Paris, l'autre à Bruxelles, sont consacrées aux enjeux européens. Ils suivent également un stage obligatoire de trois semaines en Allemagne pour améliorer leur connaissance de l'allemand. En cours de carrière, les agents de catégorie A qui ont été sélectionnés chaque année par la DRH (une vingtaine d'agents ayant entre sept et quinze et ans d'ancienneté) pour participer à la session de l'institut diplomatique sont invités à réactualiser leurs principales connaissances du métier de diplomate, dont naturellement les affaires européennes. Enfin, chaque année, le ministère organise des formations de trois à quatre jours sur ces questions pour une dizaine d'agents. De plus, de septembre 2005 à juin 2006, cinq modules de trois jours sont organisés pour deux jeunes diplomates sur les questions européennes dans les deux pays assurant la présidence de l'Union (Royaume-Uni et Autriche), ainsi que dans d'autres États membres.

Au ministère de l'Intérieur, outre les nombreuses formations aux questions européennes (droit, institutions ou coopération) proposées par la Direction de la formation de la police nationale, par l'École nationale supérieure de la Police, de l'École nationale supérieure des officiers de Police et des Écoles nationales de Police, des séminaires « Europe » sont proposés aux fonctionnaires. La plupart d'entre eux concernent la connaissance des institutions européennes et des politiques communautaires et peuvent comprendre des journées d'études à Bruxelles. Ils s'adressent principalement au corps préfectoral.

Au ministère de l'Environnement, l'IFORE propose des stages de formation de deux à cinq jours gratuits destinés aux agents du service public de l'environnement. De même, l'École supérieure de l'éducation nationale de Poitiers organise chaque année un séminaire sur l'Europe destiné aux chefs d'établissement. La rencontre 2005 a rassemblé du 7 au 9 mars, 180 chefs d'établissements sur le thème « Piloter un établissement scolaire à l'heure de l'Europe » en présence d'invités de quatre pays. L'appel à candidature passant par le Bulletin officiel de l'Éducation nationale, cette formation n'est pas obligatoire. Son budget s'élève chaque année à environ 30 000 euros.

À la Défense, la dimension européenne est présente dans le cadre des formations initiales (M. Giscard d'Estaing s'est exprimé le 31 mars 2005 devant les élèves officiers de Coëtquidan sur les questions européennes) et continues des officiers, sous-officiers et personnels civils. Des cours portent sur les enjeux européens au Collège européen de défense, à l'IHEDN, au Collège interarmées de défense et au Séminaire interarmées des grandes écoles militaires (le thème général du SIGEM 2005 était consacré à « La défense de la France et l'Europe » et 600 élèves officiers ont assisté aux deux semaines de séminaires).

Au Minéfi, la DGCCRF assure une sensibilisation au droit communautaire de la concurrence, intégrée au programme de formation continue dans ce domaine. Cette formation n'est pas obligatoire, mais en pratique suivie par tous les agents dont les fonctions exigent ce type de connaissances. À cette formation s'ajoutent des échanges de fonctionnaires entre la DGCCRF et la DG Concurrence de la Commission. À la DGCP, une formation spécifique et intensive des agents concernés par un détachement s'articule autour d'une formation initiale délivrée directement par la DG Élargissement de la Commission. La DGDDI organise une fois par an des journées de formation à l'intention de ses rédacteurs chargés des questions européennes. Cette formation d'une journée s'adresse à une trentaine de participants qui sont pour la plupart volontaires, mais qui peuvent également être désignés par leur hiérarchie. À la DGI, enfin, la formation aux questions européennes apparaît au sein de la scolarité des inspecteurs-élèves comme des contrôleurs stagiaires et au cours de la carrière des agents, notamment à travers un stage d'initiation au droit de quelques jours à destination des agents de catégorie A, B et C ne disposant d'aucune connaissance juridique.

Enfin, l'IGPDE, opérateur de formation du Minéfi, développe plusieurs activités liées aux thèmes européens. Tel est le cas des préparations

aux concours, notamment celles relatives aux grands concours de catégorie A de type ENA (fascicules mensuels et cours oraux) et depuis la mi-année 2003, aux concours de recrutement des différentes instances européennes. Pour préparer et accompagner ces programmes intensifs, l'IGPDE a récemment mis en place des programmes extensifs dits EGE (« enseignement général Europe ») permettant à des agents qui voudraient envisager un jour de préparer l'un de ces concours de constituer leur culture générale sur ces matières. L'IGPDE propose en outre une palette de 14 stages autour des thématiques européennes allant de l'histoire institutionnelle aux aspects économiques et juridiques de la construction européenne. À ces formations s'ajoute un stage linguistique sur « le langage des directives européennes ». L'IGPDE a récemment mis en place une série d'« ateliers Europe » en étroite collaboration avec le SGCI et le CEES. S'adressant à des fonctionnaires affectés à des postes européens dans l'ensemble des ministères, ce cycle de quatre séminaires ambitionne de faire comprendre le fonctionnement quotidien des institutions de l'Union. Le Chede, cycle de séminaires s'adressant à des dirigeants d'entreprises, d'organismes socioprofessionnels ou d'administrations et visant à analyser les processus de la décision publique dans le domaine économique tient un de ses huit séminaires annuels à Bruxelles où sont organisés des rencontres et débats avec des personnalités du monde politique et administratif européen. On mentionnera enfin l'existence de deux séminaires bilatéraux de jeunes hauts fonctionnaires des Finances qui sont souvent l'occasion de traiter de questions européennes.

Il faut noter que parallèlement à ces programmes de formation, la plupart des ministères, à l'exception de l'Éducation nationale, organisent des voyages de découverte des institutions européennes à Bruxelles, Strasbourg et Luxembourg. Ces déplacements concernent cependant un public restreint, une quinzaine de fonctionnaires deux fois par an pour les ministères sociaux, ou des cadres de haut niveau pour la Défense. Ils suscitent néanmoins un enthousiasme certain, comme le souligne le ministère de l'Équipement.

Si de réels efforts ont donc incontestablement été entrepris en matière de formation aux questions européennes, il convient néanmoins de souligner que ces formations, comme les voyages de découverte des institutions européennes, sont rarement obligatoires et ne touchent qu'un public limité, à l'heure où nul fonctionnaire n'est censé ignorer qu'il est fonctionnaire d'un État « membre ».

L'action du CNFPT pour la formation continue des fonctionnaires territoriaux

Le CNFPT a élaboré une « mallette pédagogique Europe » à destination des chargés de mission Europe des collectivités territoriales ; cet outil de formation, dont l'objectif essentiel porte sur le montage de projet avec le soutien des fonds structurels européens, comporte trois séquences : la politique régionale dans les politiques communautaires, la mise en œuvre de la politique régionale européenne et l'élaboration du projet, le suivi et la gestion du dossier de financement européen.

D'une manière générale, les responsables du CNFPT entendus par le rapporteur estiment que l'offre de formation du Centre sur les questions européennes est abondante, même si en définitive, les actions spécifiques sur l'Europe ne représentent que 0,38 % du total des actions de formation (initiale et continue). Toutefois, dans les faits, les clients potentiels de cette formation ne sont pas toujours demandeurs. Cela se vérifie particulièrement pour les plus petites collectivités territoriales. Plusieurs facteurs peuvent expliquer cette situation. Les questions européennes sont souvent confisquées par les chargés de mission Europe des grandes collectivités et ne sont en conséquence pas suffisamment diffusées au sein des instances territoriales. De même, on constate souvent que les collectivités ne profitent pas suffisamment de l'autonomie dont elles disposent pour monter des projets européens. Dans ces conditions, la direction du CNFPT, qui manifeste une sensibilité certaine aux questions européennes (en témoigne l'étude qu'elle a réalisée sur « Les fonctions publiques locales en Europe, Décentralisation et réforme des conditions d'emploi des agents publics dans l'Europe élargie »)¹, souhaiterait que l'épreuve de questions européennes aux concours d'administrateur et d'attaché soit rendue obligatoire, et qu'une telle épreuve soit également instaurée pour les concours d'accès aux services techniques.

(1) Rapport final, mars 2005. (Rapport réalisé par le Centre National de la Fonction Publique Territoriale, sous l'égide du Conseil Supérieur de la Fonction Publique Territoriale).

Une approche comparée des politiques d'information sur l'Europe, dans les autres pays de l'Union

Il n'existe pas d'exception française

L'opinion publique européenne est relativement partagée vis-à-vis de l'Union. Avec 53 % de personnes qui en ont une image positive, les Français se situent légèrement au-dessus de la moyenne UE-25 (50 %). Ces valeurs sont cependant très éloignées de celles observées en Irlande (75 %), en Italie (64 %), en Espagne et en Slovénie (62 %). En revanche, l'image de l'Union européenne est majoritairement négative au Royaume-Uni (où les opinions positives ne représentent que 32 % de la population), en Autriche (34 %) et en Finlande (35 %).

En ce qui concerne le soutien à l'appartenance, ce sont principalement les anciens États membres qui estiment que c'est une bonne chose pour eux de faire partie de l'Union européenne. En effet, ce soutien est exprimé par 85 % des citoyens luxembourgeois interrogés et par plus de 70 % de leurs homologues irlandais, hollandais, belges et espagnols. Parallèlement, il semble encore trop tôt aux citoyens des nouveaux États membres pour tirer un bilan de leur appartenance à l'Union européenne. En effet, les niveaux de réponses « neutres » sont particulièrement élevés dans ces pays. À noter, la place du Royaume-Uni qui se situe en 25^e position en terme de soutien.

En revanche, le sentiment d'un déficit d'information sur l'Europe est très net ; il est partagé par l'ensemble des citoyens de l'Union. À la veille de l'élargissement, seulement 29 % des citoyens de l'UE-15 déclaraient se sentir très bien ou bien informés à son propos, ce qui représentait, il est vrai, une hausse de cinq points par rapport au printemps 2003. Malgré cette amélioration, le sentiment de se sentir très bien ou bien informé sur l'élargissement ne dépassait toutefois la barre des 50 % dans aucun des États membres, (à l'exception notable de la Finlande, avec 51 %), et ce chiffre descendait même jusqu'à 22 % au Portugal.

Dans la plupart des vingt-cinq États membres de l'Union, **la dimension européenne est peu présente à l'école**, à quelques exceptions près, comme en Irlande où l'enseignement général sur l'Europe est obligatoire au collège, et fait l'objet d'une épreuve à l'examen équivalent à notre Brevet des collèges. En Lituanie, le baccalauréat comprend une épreuve spécifique sur l'UE, et à Malte, une matière optionnelle « études européennes » est proposée aux élèves de dernière année du secondaire.

L'Europe est souvent inscrite dans les programmes d'histoire, géographie, éducation civique et société (Finlande, Grèce, Lettonie, Pologne, République tchèque), mais les initiatives les plus dynamiques se situent à la marge du monde scolaire proprement dit, notamment dans le cadre des « clubs Europe » (Pologne, Lettonie). De manière générale, les professeurs sont peu et mal formés. Il existe un décalage entre ce que prévoient les textes et la réalité des faits.

En ce qui concerne le traitement médiatique des affaires européennes, on note une offre relativement abondante dans la plupart des pays de l'Union, même si la formation initiale et continue des journalistes semble sensiblement aussi embryonnaire et insuffisante qu'en France.

En conséquence, les thèmes européens sont avant tout traités en fonction des questions sensibles pour l'opinion publique (Autriche, Chypre, Italie), et l'on n'observe pas souvent d'intérêt particulier pour les grands enjeux du débat européen. La répugnance des médias à aborder les questions européennes est particulièrement vive aux Pays-Bas, où l'on peut d'ailleurs souligner la relative abondance des erreurs factuelles ou de compréhension commises par les journalistes. De même, au Royaume-Uni, où la presse écrite nationale est largement europhobe, on ne relève qu'ignorance et désintérêt dans les médias locaux et audiovisuels. À l'inverse, on peut saluer au Danemark une certaine atténuation de la distinction traditionnelle entre information nationale et européenne.

La créativité audiovisuelle en matière de traitement des affaires européennes, enfin, semble relativement peu inventive dans l'ensemble des pays de l'Union. À cet égard, il faut cependant mentionner la création, en Finlande, de deux séries télévisées sur la vie de tous les jours, dont une dans les nouveaux pays membres, avec pour thème l'élargissement et ses conséquences.

Les acteurs institutionnels de la communication sur l'Europe sont identiques dans la plupart des pays, à quelques rares exceptions près. La structure politico-administrative dominante est celle du ministre délégué ou secrétaire d'État aux Affaires européennes, rattaché au ministère des Affaires étrangères. En Lituanie, cependant, les services du vice-chancelier pour les Questions européennes sont placés sous l'autorité du Premier ministre, et en Suède, le secrétaire d'État chargé des questions européennes est également rattaché au Premier ministre.

La communication sur les questions européennes est donc concurremment mise en œuvre par ce ministre délégué – ou par le ministre des Affaires étrangères, lorsqu'il n'y a pas de ministre délégué aux

Affaires européennes (Allemagne, Autriche) –, par le service d'information du gouvernement (Allemagne, Chypre, Finlande, France, Grèce, Hongrie, Lettonie, Luxembourg, Pays-Bas, République tchèque, Slovénie), et par des structures équivalentes au SGCI (Pologne, Slovaquie). En Italie, les affaires européennes se partagent entre le département des politiques communautaires de la présidence du Conseil et la Direction générale de l'intégration européenne du ministère des Affaires étrangères. Au Danemark, enfin, la communication sur l'Europe est assurée par le Conseil pour la propagation du débat et de l'information sur l'Europe, placé sous la tutelle du ministère de l'Éducation.

Les relais d'information des citoyens sur l'Europe sont également semblables dans les vingt-cinq pays de l'Union. ONG, fondations, *think-tanks*, associations et organisations de la société civile se partagent la charge de diffuser cette information, mais ne touchent, à l'instar de leurs homologues français, qu'un public relativement restreint. On note un rôle particulièrement développé de l'Église catholique en Pologne, et une action des collectivités territoriales assez diverse selon les pays. Limitée en Slovénie ou en Lituanie, elle est en revanche très importante en Allemagne, où les Länder sont directement impliqués dans la communication sur les affaires européennes, de même que les municipalités, en relation avec le ministère des Affaires étrangères, dans le cadre des *Rathausgespräche*.

L'action de la Commission européenne et de ses relais et réseaux, quant à elle, se fait plus ou moins discrète selon les pays, et s'illustre particulièrement au Portugal, à travers le Centre d'information Jacques Delors de Lisbonne.

L'information sur l'Europe dans les pays de l'Union européenne

	L'opinion publique face à l'Europe	L'Europe à l'école	L'Europe dans les médias	Les relais d'information sur l'Europe	Les acteurs institutionnels de la communication sur l'Europe	« bonne pratique » nationale
Allemagne	Image globalement positive de l'Union européenne ¹ : 47 % Soutien à l'appartenance à l'Union ² : 60 % Sentiment d'être informés sur l'élargissement de l'Union ³ : 33 %	Enseignement : compétence des Länder Rôle de la conférence permanente des ministres régionaux de la culture et de l'éducation (KMK) : recommandation en faveur de l'introduction de l'Europe dans les programmes (1990) Enseignants peu ou mal formés	Offre d'information relativement abondante Nombreux correspondants à Bruxelles Programmes de visites à Bruxelles organisés pour les journalistes par la Commission (plusieurs centaines de journalistes concernés chaque année)	Fondations (Konrad Adenauer Stiftung, Friedrich Ebert Stiftung...) Associations (Mouvement européen allemand...), syndicats et fédérations économiques Länder, qui ont tous un ministre chargé des affaires européennes Grandes villes	Ministère des Affaires étrangères (Auswärtiges Amt) Service d'information et de presse du gouvernement (Bundespressamt), rattaché à la chancellerie fédérale, qui coordonne la communication sur l'Europe	Débats organisés dans les mairies et auxquelles l'Auswärtiges Amt apporte son concours (mise à disposition de supports écrits, présentations powerpoints, affiches, invitations, communiqués à insérer dans la presse locale et, dans la mesure du possible, orateurs)
Autriche	Image globalement positive de l'UE : 34 % Soutien à l'appartenance : 46 % Sentiment d'être informés sur l'élargissement : 48 %	Thématique européenne présente dans les programmes scolaires Faiblesse de la formation initiale des enseignants Séminaires sur l'Europe organisés par les instituts pédagogiques dans le cadre de la formation continue des enseignants	Rares rendez-vous réguliers sur les questions européennes Thèmes européens traités en fonction des questions sensibles pour l'opinion publique Comptes rendus fréquents des travaux du Parlement européen Rares cours sur l'Europe dans les filières journalisme ou sciences de la communication des universités		Ministère des Affaires étrangères et autres ministères Pas de secrétariat d'État aux Affaires européennes Services de chancellerie : rôle de coordination, au moyen d'une petite cellule d'une dizaine de personnes	

(1) Image positive + très positive ; Eurobaromètre Standard 62, automne 2004, rapport national France.

(2) Appartenance du pays à l'Union considérée comme « une bonne chose » ; Eurobaromètre 62, premiers résultats, décembre 2004.

(3) Bien + très bien informés ; Eurobaromètre Standard 61, Printemps 2004.

	L'opinion publique face à l'Europe	L'Europe à l'école	L'Europe dans les médias	Les relais d'information sur l'Europe	Les acteurs institutionnels de la communication sur l'Europe	« bonne pratique » nationale
Belgique	Image globalement positive de l'UE : 59 % Soutien à l'appartenance : 73 % Sentiment d'être informés sur l'élargissement : 33 %	Programmes scolaires sous la responsabilité des trois communautés linguistiques Principes de la construction européenne inclus dans les programmes	Importance de la place réservée à l'information européenne, dans la presse quotidienne et à la télévision		Ministère des Affaires étrangères Secrétariat d'État aux Affaires européennes Comité d'avis fédéral chargé des questions européennes	En décembre 2004, organisation d'une « semaine portes ouvertes » sur l'Europe au Sénat, en collaboration avec deux grands quotidiens
Chypre	Image globalement positive de l'UE : 51 % Soutien à l'appartenance : 52 %	Journée de l'Europe très suivie dans les écoles Pas de classes dites européennes ni de cursus spécifiquement européen dans les universités Enseignants sensibilisés aux échanges et formations de type Socrates	Information régulière dans la presse écrite, essentiellement sur la base de dépêches d'agence, qui privilégie les aspects liés au problème chypriote Rubriques consacrées exclusivement aux thèmes européens dans les éditions dominicales, mais sans grand apport local Présence limitée de l'Europe à la télévision Sessions de formation proposées aux journalistes par les ambassades et la représentation de la Commission	Bureaux d'information sur l'Union européenne (2 euro info centres)	Service de presse et d'information (PIO) du gouvernement	
Danemark	Image globalement positive de l'UE : 38 % Soutien à l'appartenance : 61 % Sentiment d'être informés sur l'élargissement : 46 %	Pas de référence à l'Europe dans les lignes directrices fixées par le ministère de l'Éducation Universités dotées de centres d'études européennes, ouverts à tous les étudiants pour un enseignement optionnel Pas de formation sur l'Europe pour les enseignants	Couverture médiatique des questions européennes relativement approfondie Diffusion de 12 programmes traitant spécifiquement de questions liées à l'Union européenne par la chaîne publique TV2/Danmark Atténuation de la distinction traditionnelle entre information nationale et européenne Large place accordée aux questions européennes dans la principale école de journalisme danoise		Conseil pour la propagation du débat et de l'information sur l'Europe, placé sous la tutelle du ministère de l'Éducation	

	L'opinion publique face à l'Europe	L'Europe à l'école	L'Europe dans les médias	Les relais d'information sur l'Europe	Les acteurs institutionnels de la communication sur l'Europe	« bonne pratique » nationale
Espagne	Image globalement positive de l'UE : 62 % Soutien à l'appartenance : 72 % Sentiment d'être informés sur l'élargissement : 25 %	L'éducation est une compétence des Communautés autonomes. Faible mobilisation du secteur éducatif en matière d'information sur l'Europe. En revanche, importante action pédagogique menée dans les écoles par le Bureau de représentation du Parlement européen, dans le cadre du programme <i>Euroscola</i>	Aucune initiative particulière n'est à signaler. Les affaires européennes généralement traitées par les médias sont un prisme national	Création d'une plate-forme civique dans le cadre de la campagne référendaire sur le Traité constitutionnel européen. Cette structure temporaire était notamment composée de journalistes, de responsables associatifs et de personnes issues du monde de l'entreprise Important rôle joué par l'Institut de la Jeunesse	Secrétariat d'État à l'Union européenne au ministère des Affaires étrangères Direction générale de la Communication internationale au secrétariat d'État pour la communication de la présidence du Gouvernement Bureaux de représentation du monde de institutions européennes	Rôle actif de l'Institut de la Jeunesse Existence d'un service spécifique de communication gouvernementale sur les affaires internationales et européennes
Estonie	Image globalement positive de l'UE : 38 % Soutien à l'appartenance : 52 %	Réflexion embryonnaire des autorités sur la manière de mieux intégrer l'Europe dans les programmes scolaires		Représentation de la Commission extrêmement discrète	Secrétariat d'État aux Affaires européennes	
Finlande	Image globalement positive de l'UE : 35 % Soutien à l'appartenance : 48 % Sentiment d'être informés sur l'élargissement : 51 %	Enseignement sur l'Europe dans les programmes d'histoire et d'éducation civique Recours aux publications d'Europe Infos Organisation de séminaires à destination des enseignants (Europe Infos et Conseil National de l'Éducation)	Création de deux séries télévisées sur la vie de tous les jours, dont une dans les nouveaux pays membres, avec pour thème l'élargissement et ses conséquences Séminaires pour les journalistes, organisés par Europe Infos, en coopération avec le gouvernement et la Représentation de la Commission	Bureaux régionaux d'Europe Infos	Service d'information du gouvernement, rattaché aux services du Premier ministre Europe Infos, au sein du ministère des Affaires étrangères	Création de deux séries télévisées sur la vie de tous les jours, dont une dans les nouveaux pays membres, avec pour thème l'élargissement et ses conséquences
France	Image globalement positive de l'UE : 53 % Soutien à l'appartenance : 56 % Sentiment d'être informés sur l'élargissement : 27 %	Inscription de l'Europe dans les programmes Connaissances des élèves et des professeurs encore insuffisantes Importance des actions parascolaires (jumelages, échanges, journées de l'Europe)	Progrès sensibles dans la presse écrite, mais timides dans l'audiovisuel Échec des publications et confidentialité des sites spécialisés Formation initiale et continue des journalistes encore largement embryonnaire	Réseau Europe direct Très nombreuses associations, fondations et <i>think tanks</i> Importance du dialogue avec la société civile	Ministère des Affaires étrangères & ministre délégué aux Affaires européennes SIG SGCI Bureaux de représentation des institutions européennes	

	L'opinion publique face à l'Europe	L'Europe à l'école	L'Europe dans les médias	Les relais d'information sur l'Europe	Les acteurs institutionnels de la communication sur l'Europe	« bonne pratique » nationale
Grèce	Image globalement positive de l'UE : 58 % Soutien à l'appartenance : 61 % Sentiment d'être informés sur l'élargissement : 33 %	Enseignement de l'histoire de l'Union au niveau du secondaire	Grande diversité de programmes traitant spécifiquement de questions européennes sur les chaînes de radio et télévision publique du groupe ERT (durée totale de ces programmes : 165 heures) Interventions des représentations de la Commission et du Parlement européen auprès des journalistes		Direction générale de l'Europe du ministère des Affaires étrangères Ministère délégué aux Affaires européennes Services du porte-parole du gouvernement, regroupés récemment en un ministère de la Presse et placés auprès du Premier ministre Directions des Affaires européennes des ministères	
Hongrie	Image globalement positive de l'UE : 46 % Soutien à l'appartenance : 49 %	Pas de véritable programme national d'enseignement Pas de module européen dans les programmes de formation des enseignants	Traitement des questions européennes rarement prioritaire Programme mensuel d'information +3 programmes de divertissement sur l'Europe sur la chaîne MTV Programme de formation mis en place par la Direction de la Communication européenne à destination des journalistes	Centres d'information sur l'Europe, répartis sur l'ensemble du territoire hongrois	Direction de la communication européenne de l'Office du Premier ministre Ministères (communication décentralisée et sectorielle)	
Irlande	Image globalement positive de l'UE : 75 % Soutien à l'appartenance : 77 % Sentiment d'être informés sur l'élargissement : 34 %	Un enseignement d'ordre général sur l'Europe (une heure par semaine) existe depuis 1998, dans le cadre du programme d'instruction civique. Jusqu'alors facultatif, il a été rendu obligatoire en 2002 pendant les trois premières années du cycle secondaire (élèves de 12 à 15 ans) et figure parmi les matières obligatoires pour l'équivalent de notre Brevet des Collèges	Présence de l'Europe dans la presse écrite et audiovisuelle, mais pas à la « Une »	Institute of european affaires : principal <i>think tank</i> sur les questions européennes European movement Ireland	Direction des Affaires européennes du ministère des Affaires étrangères	Forum sur l'Europe : organisme indépendant composé de parlementaires, qui a vocation à susciter le débat public Enseignement sur l'Europe obligatoire au niveau du collège, suivi d'une évaluation systématique

	L'opinion publique face à l'Europe	L'Europe à l'école	L'Europe dans les médias	Les relais d'information sur l'Europe	Les acteurs institutionnels de la communication sur l'Europe	« bonne pratique » nationale
Italie	Image globalement positive de l'UE : 64 % Soutien à l'appartenance : 57 % Sentiment d'être informés sur l'élargissement : 24 %	Signature d'un accord le 30 janvier 2004 entre la Présidence du Conseil et le ministère de l'Instruction, de l'Université et de la Recherche, pour améliorer la formation des chefs d'établissement et des enseignants du secondaire en matière européenne	Pas d'intérêt particulier pour les grands enjeux du débat politique européen Couverture prioritaire des dossiers impliquant directement Rome	<i>Think tanks</i> Fondations spécialisées en matière de relations internationales Collectivités locales (régions, notamment)	Département des politiques communautaires de la Présidence du Conseil Direction générale de l'intégration européenne du ministère des Affaires étrangères Centre national d'information et de documentation européenne (CIDE)	
Lettonie	Image globalement positive de l'UE : 40 % Soutien à l'appartenance : 40 %	Enseignement sur l'Union européenne dans les cours d'histoire et de société Clubs européens Matières européennes optionnelles à l'Université Existence de diplômés européens spécialisés	Effort considérable d'information au moment de la campagne référendaire de 2003 Pas d'analyse politique de l'Union européenne, ni de mise en relation dynamique des problèmes lettons sur arrière-plan européen	ONG : Mouvement européen, club des jeunes fédéralistes « The House », Union paneuropéenne...	Agence d'information sur l'Union européenne, rattachée aux services du Premier ministre Centre d'information européen du Parlement (SAEIMA)	
Lituanie	Image globalement positive de l'UE : 60 % Soutien à l'appartenance : 69 %	Épreuve sur l'Union européenne au baccalauréat	Émission « L'heure européenne », très populaire, diffusée sur la chaîne publique jusqu'à la date de l'adhésion	Rôle limité des collectivités locales	Services du vice-chancelier pour les questions européennes, sous l'autorité du Premier ministre	Manuel scolaire « La mosaïque européenne », consacré à la présentation de chacun des États membres, au collège
Luxembourg	Image globalement positive de l'UE : 61 % Soutien à l'appartenance : 85 % Sentiment d'être informés sur l'élargissement : 44 %	Pas d'enseignement spécifique aux questions européennes dans la formation des enseignants	Information quasi quotidienne sur les thèmes européens	Société civile, notamment syndicats Rôle des institutions et organes européens présents à Luxembourg	Service d'information et de presse du gouvernement luxembourgeois (SIP), rattaché au Premier ministre	

	L'opinion publique face à l'Europe	L'Europe à l'école	L'Europe dans les médias	Les relais d'information sur l'Europe	Les acteurs institutionnels de la communication sur l'Europe	« bonne pratique » nationale
Malte	Image globalement positive de l'UE : 45 % Soutien à l'appartenance : 45 %	Matière optionnelle « études européennes » en dernière année du secondaire À l'université : depuis 2000, possibilité de préparer une maîtrise en droit européen et une licence d'études européennes	Utilisation continue par le MIC de la radio, de la télévision publique et de la presse écrite Stages de deux semaines à Bruxelles offerts à la plupart des journalistes par le MIC, financés intégralement par le gouvernement et le Parlement européen	Comité pour les affaires européennes, représentant la société civile et groupant les ONG, syndicats, associations d'employeurs et groupes de pression (MEUSAC) Forum sur l'Europe : trois piliers (MIC, MEUSAC et comité chargé d'informer le public et les initiatives privées sur les possibilités d'avoir recours à des fonds européens, en dehors des fonds structurels ou de cohésion)	Malta Information Center on European Affairs (MIC)	
Pays-Bas	Image globalement positive de l'UE : 45 % Soutien à l'appartenance : 75 % Sentiment d'être informés sur l'élargissement : 41 %	Cours d'histoire toujours centré sur les Pays-Bas et sur la seconde Guerre mondiale Rôle parallèle de la plate-forme européenne pour l'éducation	Réticence des médias à aborder les questions européennes, qui suscitent peu d'intérêt de la part du public néerlandais Abondance d'erreurs factuelles ou de compréhension		Ministère délégué aux Affaires européennes Direction de l'information et de la communication du ministère des Affaires étrangères Services de communication du gouvernement, rattachés au Premier ministre	
Pologne	Image globalement positive de l'UE : 46 % Soutien à l'appartenance : 50 %	Large place accordée à l'histoire de l'Europe dans l'enseignement primaire et secondaire Au niveau universitaire, 120 formations européennes dans tout le pays, tous secteurs confondus	Presse moins mobilisée qu'avant l'adhésion en matière de questions européennes Correspondants à Bruxelles pour tous les grands médias Pages hebdomadaires spécialisées dans les questions européennes et sur les autres États membres dans tous les journaux	Principale ONG : Fondation Robert Schuman Pologne Église catholique Ville de Varsovie	Bureau du comité pour l'intégration européenne (UKIE) : rôle proche de celui du SGCI	Clubs Europe dans les écoles

	L'opinion publique face à l'Europe	L'Europe à l'école	L'Europe dans les médias	Les relais d'information sur l'Europe	Les acteurs institutionnels de la communication sur l'Europe	« bonne pratique » nationale
Portugal	Image globalement positive de l'UE : 60 % Soutien à l'appartenance : 59 % Sentiment d'être informés sur l'élargissement : 22 %			Seule institution réellement pilote en matière de sensibilisation sur les questions européennes : Représentation de la Commission. Action principalement menée auprès d'institutions qui peuvent relayer l'information		Rôle du centre Jacques Delors (financé paritairement par la Commission et le Gouvernement) : communication auprès du grand public et actions de formation de formateurs
République tchèque	Image globalement positive de l'UE : 40 % Soutien à l'appartenance : 45 %	Enseignement européen inclus dans les programmes d'histoire et de sciences sociales Cursus universitaires à coloration européenne dans les 3 grandes universités tchèques Programmes spécifiques de formation sur l'Europe à destination des enseignants du primaire et du secondaire	Programmes de formation et de sensibilisation aux questions européennes à destination des journalistes développés par la Représentation permanente de la République tchèque à Bruxelles depuis 2001		Direction de la stratégie et de la communication du ministère des Affaires étrangères Département de l'information sur les affaires européennes de l'Office du Gouvernement, placé sous l'autorité directe du Premier ministre	
Royaume-Uni	Image globalement positive de l'UE : 32 % Soutien à l'appartenance : 38 % Sentiment d'être informés sur l'élargissement : 25 %	Questions européennes très rarement abordées dans le cursus scolaire	Presse écrite nationale largement europhobe Hors presse écrite : ignorance et désintérêt BBC très critiquée pour sa couverture insuffisante de l'actualité européenne. Audit en cours	Associations pro-européennes : Mouvement européen, Britain in Europe <i>Think tanks</i> engagés pour le choix européen (Center for european reform, Federal trust, Chatham House...)	Foreign Office : équipe chargée d'informer et de sensibiliser le public sur l'Union européenne, rattachée au responsable des questions institutionnelles	
Slovaquie	Image globalement positive de l'UE : 48 % Soutien à l'appartenance : 57 %	Enseignement secondaire : tout reste à faire Peu de modules européens et de dimension comparatiste à l'Université Pas de cours à problématique européenne pour les futurs enseignants, mais formation obligatoire sur les systèmes d'enseignement en Europe	Émissions financées par le bureau du gouvernement sur les principales chaînes de TV et de radio Organisation régulière de débats politiques sur les chaînes de télévision et de radio Dossiers d'information pratique dans la presse écrite		Bureau du gouvernement : administration interministérielle placée sous la direction du Premier ministre Conseil restreint du gouvernement, sous la présidence du vice-Premier Ministre pour les Affaires européennes	

	L'opinion publique face à l'Europe	L'Europe à l'école	L'Europe dans les médias	Les relais d'information sur l'Europe	Les acteurs institutionnels de la communication sur l'Europe	« bonne pratique » nationale
Slovénie	Image globalement positive de l'UE : 62 % Soutien à l'appartenance : 52 %		Coopération du SIG avec les chaînes de TV et de radio pour la préparation d'émissions thématiques	Rôle limité des collectivités locales	Service d'information du gouvernement (SIG) Bureau des affaires européennes (SVEZ)	Projet « L'Europe à l'école », initié par la société civile et financé par le programme national : thème européen introduit chaque année et traité de manière pluridisciplinaire dans les écoles élémentaires, avec concours à la clé
Suède	Image globalement positive de l'UE : 38 % Soutien à l'appartenance : 48 % Sentiment d'être informés sur l'élargissement : 34 %	Priorité largement accordée à l'histoire nordique et scandinave	Correspondants permanents à Bruxelles pour tous les grands quotidiens et télévisions suédois Affaires communautaires bien suivies par la presse écrite, information du public complète et variée, publication régulière de dossiers didactiques Cours dispensés par le Bureau d'information sur l'Union européenne du Parlement et par le Comité EU 2004 à destination des journalistes (et des enseignants)	Comité EU 2004, composé de parlementaires : développement du débat public Autorités administratives et agences suédoises Régions	Secrétaire d'État chargé des questions européennes, placé auprès du Premier ministre Ministère des Affaires étrangères Bureau d'information sur l'Union européenne du Parlement suédois	NB : réforme en cours devant aboutir à la création d'un bureau des affaires européennes après du Premier ministre, sous l'autorité du Secrétaire d'État (les membres de ce bureau proviendront de différents ministères et de diverses agences) Comité consultatif parlementaire sur les questions européennes

Conclusion

De l'imagination et de la volonté politique

Latente depuis plusieurs années, la crise de confiance des Français à l'égard de l'Europe a atteint son paroxysme le 29 mai 2005. La campagne référendaire sur la Constitution européenne s'est engagée sur fond d'une méconnaissance préoccupante des fondamentaux institutionnels, culturels et historiques de l'Union européenne. Elle a submergé l'opinion publique d'une information abondante et complexe, dans un contexte de passions exacerbées au point qu'on a pu qualifier le climat politique de « *guerre civile verbale* ».

Cette crise impose inévitablement une remise à plat des structures, des acteurs et des moyens – budgétaires et humains – de l'information et de la communication sur l'Europe. Il est urgent d'établir les bases d'une véritable stratégie d'information régulière et pérenne, qui permette aux Français de s'approprier leur citoyenneté européenne. Chacun doit prendre conscience de ses responsabilités, à commencer par le Gouvernement.

Impératif, un changement d'échelle de la politique d'information et de communication sur l'Europe doit permettre d'atteindre le plus grand nombre, au-delà des cercles restreints d'initiés pour lesquels la réalité européenne est acquise et maîtrisée. Il faut sortir des sentiers battus, faire preuve d'imagination pour rendre l'Europe plus attractive et plus populaire en touchant tous les cadres de la société française : politiques, médiatiques, administratifs, éducatifs, syndicaux et associatifs.

Mais il reste que par-delà les réformes structurelles, rien ne remplacera la volonté politique qui fait que l'impossible devient possible. C'est la condition *sine qua non* pour réconcilier les Français avec l'Europe et garantir la réalité d'une information pour tous.

**40 Propositions
pour mieux informer
les Français sur l'Europe**

Européaniser la vie publique

À l'heure où environ deux tiers de la législation française sont d'origine communautaire, il n'est plus possible de considérer les affaires européennes comme des affaires étrangères. Pour la classe politique, pourtant, le choix de l'Europe conduit le plus souvent à une mise à l'écart de la scène nationale, tandis que notre administration reste encore trop hexagonale. Dans ce contexte, il semble aujourd'hui indispensable d'euro-péaniser la vie publique, en adaptant les structures gouvernementales, en impliquant davantage les parlementaires et en mobilisant l'administration au service de l'Europe.

Adapter les structures gouvernementales

1 – Donner au ministre des Affaires européennes un véritable rôle d'impulsion et de coordination en matière de communication sur l'Europe

Le ministre délégué aux Affaires européennes doit devenir le chef de file de la communication sur l'Europe. Rattaché au ministère des Affaires étrangères, le ministre délégué aux Affaires européennes peut aujourd'hui s'appuyer, en tant que de besoin, sur la Direction de la coopération européenne (DCE) et sur la Direction de la communication et de l'information (DCI) du Quai d'Orsay ; mais il ne dispose pas de services propres, si ce n'est son cabinet, composé d'une dizaine de personnes.

C'est pourquoi il est proposé de doter le ministre délégué aux Affaires européennes d'un service propre, issu de la transformation de Sources d'Europe en un service ministériel (cf. proposition n° 7 sur la refondation de Sources d'Europe).

Ce service comprendrait cinq pôles :

- un pôle du « dialogue permanent sur l'Europe » ;
- un pôle « animation du réseau national » ;
- un pôle « formation sur l'Europe » ;
- un pôle « recherche et publications » ;

(les missions de ces quatre pôles sont précisées dans la proposition n° 7 relative à la transformation de Sources d'Europe en un service ministériel placé sous l'autorité directe du ministre délégué aux Affaires européennes)

- un cinquième pôle consisterait en la création d'une direction interministérielle de l'information et de la communication sur l'Europe.

En matière d'information sur l'Europe, le ministre délégué aux Affaires européennes devrait être investi d'une double mission d'impulsion et de coordination afin de définir une stratégie de communication et d'en suivre la mise en œuvre.

L'information sur l'Europe étant l'affaire de tous les ministères, cette nouvelle direction interministérielle devrait être placée auprès du ministre délégué aux Affaires européennes, agissant en liaison avec chacun des ministères pour s'assurer de la permanence et de la cohérence de la communication gouvernementale sur les affaires européennes. Il s'agit de mettre en évidence la dimension européenne des politiques menées par les différents ministères. Un correspondant pour la communication sur l'Europe devrait à cet effet être désigné dans chaque ministère afin de servir de point de contact avec cette nouvelle direction.

L'activité européenne du Service d'information du Gouvernement (SIG) pourrait en conséquence être transférée à cette nouvelle direction, qui devrait néanmoins s'appuyer sur le savoir-faire du SIG en matière de mise en œuvre opérationnelle des campagnes d'information.

Les principales missions de cette direction interministérielle seraient les suivantes :

- définition d'une stratégie d'information et de communication sur l'Europe ;
- élaboration d'études qualitatives régulières sur les Français et la construction européenne ;
- mise en œuvre de la stratégie d'information et de communication, notamment par le développement de partenariats avec des agences de communication, des relais associatifs et socioprofessionnels ;
- rédaction d'un rapport annuel d'évaluation de la politique d'information et de communication sur l'Europe.

Son responsable pourrait être issu de la société civile, et disposer d'une expérience dans le secteur de la communication et/ou des médias.

2 – Instaurer des conseils interministériels réguliers sur les affaires européennes

Pour renforcer la visibilité de la dimension européenne de l'action gouvernementale, il est proposé d'instaurer, sur une périodicité trimestrielle, des conseils interministériels sur les affaires européennes, présidés par le Premier ministre. De telles réunions permettraient à chacun des ministres de disposer d'une vue d'ensemble de l'action européenne du Gouvernement et devraient susciter une plus forte appropriation politique des affaires européennes. De tels conseils interministériels seraient un lieu de réflexion et de prospective sur la construction européenne et sur le rôle de la France et des Français en Europe.

Le ministre délégué aux Affaires européennes serait à cette occasion chargé de présenter une communication sur la mise en œuvre de la politique d'information européenne du Gouvernement.

Il est également proposé de rendre systématique la pratique des Conseils restreints sur les questions européennes, présidés par le chef de l'État.

3 – Lancer, dès la rentrée 2005, une Conférence nationale du débat public sur les affaires européennes

La campagne référendaire sur le Traité constitutionnel européen a révélé le profond déficit d'information des Français sur les questions européennes, en même temps qu'un vif intérêt manifesté à l'égard de la construction européenne et de son évolution. Si un important effort d'information a été fait au cours de la campagne – tant par les élus que par les médias qui se sont engagés dans une démarche de pédagogie sur l'Europe – il ne faudrait pas que l'issue du référendum du 29 mai ait pour effet de mettre un terme aux bonnes pratiques observées pendant la campagne.

Aussi, il est proposé de convoquer, dès la rentrée 2005, une Conférence nationale du débat public sur les affaires européennes rassemblant, autour du Premier ministre et du ministre délégué chargé des affaires européennes :

- des représentants des pouvoirs publics ;
- des élus européens, nationaux et locaux ;
- des représentants du milieu associatif ;
- des représentants du milieu syndical ;
- des représentants des médias ;
- des représentants du milieu enseignant.

Cette conférence nationale viserait à définir une stratégie globale, pérenne et consensuelle d'information des Français sur l'Europe. Elle devrait, à cette fin, arrêter un certain nombre d'objectifs prioritaires et de mesures concrètes concernant notamment la place de l'Europe dans la vie politique et administrative française, l'organisation des relais d'information issus de la société civile, le traitement médiatique des affaires européennes et la place de l'Europe à l'école.

4 – Confier au ministre délégué aux Affaires européennes la tenue d'une conférence de presse hebdomadaire sur l'Europe

Le ministre délégué chargé des affaires européennes devrait tenir chaque semaine une conférence de presse sur la dimension européenne de l'action gouvernementale. À cette occasion, le ministre ferait le point sur l'agenda législatif européen et les principaux dossiers d'actualité. L'organisation régulière de telles conférences de presse favoriserait un suivi plus permanent des questions européennes, tant par les journalistes qu'au niveau des pouvoirs publics.

5 – Européaniser la composition des cabinets ministériels

Chaque cabinet ministériel devrait compter au moins un ressortissant d'un État membre de l'Union européenne. Une telle mesure serait le gage d'une ouverture et d'une sensibilisation à la culture administrative, institutionnelle et politique des autres pays membres.

6 – Intégrer la dimension européenne dans l'exposé des motifs des projets de loi présentés par le Gouvernement

L'exposé des motifs des projets de loi devrait systématiquement indiquer l'articulation des mesures envisagées avec le droit communautaire en vigueur ou en préparation.

Il devrait également présenter, à titre d'information complémentaire sur le sujet concerné, l'état des règles en vigueur dans plusieurs autres pays de l'Union européenne, afin d'éclairer le législateur national sur la portée juridique et politique du projet qui lui est soumis. Les contraintes et les objectifs sont en effet souvent comparables dans les différents pays d'Europe, et il importe que le Gouvernement informe le Parlement des diverses solutions mises en œuvre.

Refonder Sources d'Europe

7 – Transformer Sources d'Europe en un service propre du Ministre délégué aux Affaires européennes

Groupement d'intérêt économique (GIE) fondé en 1992, le Centre d'information sur l'Europe « Sources d'Europe » a pour mission de contribuer à une meilleure connaissance et compréhension, par le grand public, de l'Union européenne, en informant les citoyens des activités des institutions communautaires, ainsi que des politiques, réalisations et programmes de l'Union.

Financé et géré à parité par la Commission européenne et le Gouvernement français, le budget de Sources d'Europe s'élève en 2005 à 1 938 000 euros, contre 2 756 000 euros en 2001.

Les principales missions de Sources d'Europe sont les suivantes :

- repérer les attentes du public et y chercher des réponses en analysant et en exploitant les demandes d'information qu'il reçoit ;
- développer une production propre pour répondre aux besoins du grand public et adapter l'information communautaire disponible aux attentes du public français ;
- diffuser des outils d'information sur l'Union européenne, notamment via son site Internet et les réseaux enseignants ;

- développer ses missions d'appui technique aux relais et réseaux d'information sur l'Europe implantés en France ;
- développer sa notoriété auprès de la presse, tant nationale que régionale, voire locale.

Le passé

Ces dernières années, plusieurs rapports ont souligné les difficultés rencontrées par Sources d'Europe pour mener à bien ses missions, du fait d'une mauvaise implantation d'origine, décidée par l'État et acceptée par la Commission. Jusqu'à son déménagement du sous-sol de la Grande Arche de la Défense en juillet 2004 (un emplacement de 4 500 m² peu attractif pour accueillir le grand public), le GIE s'est en effet trouvé fortement handicapé par des charges locatives démesurées, avec un loyer annuel fixé à 1 200 000 euros, soit 36 % du budget global du centre. Les dépenses de personnel ont également pesé sur le budget, avec un effectif maximum qui a atteint 38,5 personnes en 2001.

Dans ce contexte, c'est la pérennité même de Sources d'Europe qui s'est trouvée menacée. À la suite de la publication du rapport de M. Christian Babusiaux sur la situation et les perspectives de Sources d'Europe¹, et de restrictions budgétaires décidées en mars 2003, le GIE, fortement déséquilibré financièrement, s'est engagé dans une phase de restructuration qui s'est traduite par un déménagement de la Grande Arche de la Défense et par une réduction drastique du nombre de salariés.

Situé dans Paris intra-muros (dans le même immeuble que celui des bureaux de représentation du Parlement européen et de la Commission), Sources d'Europe ne peut plus accueillir le public, du fait de la configuration de ses locaux, qui ne sont pas classés « établissement recevant du public ». Les effectifs sont, pour leur part, limités à une dizaine de personnes.

Le fonds documentaire que gère Sources d'Europe (environ 70 000 documents dont 2 300 dossiers documentaires et 2 500 ouvrages ayant trait à l'Europe) a été transféré à la Documentation française, dans le cadre d'une convention de partenariat avec le GIE qui prévoit notamment que la Documentation française s'engage à créer, dans ses locaux du quai Voltaire à Paris, un espace ouvert au public.

Quant aux activités de Sources d'Europe, elles concernent essentiellement la production et la diffusion d'information sur l'Europe : alimentation et conservation du fonds documentaire – désormais transféré à la Documentation française –, gestion du site Internet (www.info-europe.fr) – environ 150 000 visiteurs par mois –, élaboration de « fiches Europe » disponibles en ligne, diffusion d'une revue de presse quotidienne sur l'Europe, etc. Il faut ajouter à ces prestations, une offre de formation, essentiellement à destination de publics relais.

Au cours de la période précédant le référendum sur le Traité constitutionnel européen, Sources d'Europe s'est également vu confier la

(1) Rapport publié le 17 janvier 2003

gestion du site Internet (www.constitution-europeenne.fr) et a publié une série d'articles pédagogiques dans le quotidien gratuit *Metro*.

L'avenir

À l'automne 2004, la Commission européenne a procédé à une évaluation de Sources d'Europe. Le rapport, élaboré par la direction générale « Presse et Communication », dresse un constat sévère de sa propre action et indirectement de celle du Gouvernement français, instances dirigeantes du GIE, et conclut à un décalage entre le projet initial de Sources d'Europe et sa concrétisation. Le GIE est essentiellement connu d'un public averti et souffre d'une désaffection qui n'a cessé de croître ces dernières années. On peut s'interroger sur la pérennité, sous sa forme actuelle, de l'engagement de la Commission au sein de Sources d'Europe, alors que la création pendant un temps envisagée d'un centre d'information similaire à Berlin semble être mise entre parenthèses.

• Une évolution souhaitable

Dans le contexte d'une refonte de la stratégie d'information et de communication de la Commission, avec la publication prochaine d'un livre blanc sur ce sujet, il faut s'interroger sur la forme que pourrait prendre la participation de la Commission à Sources d'Europe. Cela implique de s'interroger d'une part, sur le statut juridique de Sources d'Europe et d'autre part sur les modalités de son financement. En d'autres termes, Sources d'Europe doit-il continuer à être géré et financé à parité par la Commission européenne et le Gouvernement français ? La réponse à cette question est négative, pour au moins deux raisons :

– la première, c'est qu'en application du principe de subsidiarité, il incombe avant-tout aux États membres, c'est-à-dire aux gouvernements nationaux, de mener la politique d'information sur l'Europe, en l'adaptant aux spécificités propres à chaque pays. Il ne faudrait pas, qu'en raison de divergences d'analyses, la Commission européenne et le Gouvernement français ne puissent s'entendre que sur le plus petit dénominateur commun ;

– La seconde, c'est que la règle du financement paritaire, qui n'interdit toutefois pas à l'un ou l'autre des partenaires d'augmenter sa contribution sans avoir l'accord de l'autre, peut néanmoins provoquer des déséquilibres dans le partenariat. Si l'on considère Sources d'Europe comme un levier essentiel d'information permanente sur l'Europe, son budget devrait être sensiblement revu à la hausse.

En conséquence, Sources d'Europe devrait être transformé en un service propre du ministre délégué aux affaires européennes. Le financement de la commission européenne devrait être pérennisé à son niveau actuel, à travers le financement de projets dans le cadre d'un partenariat stratégique pluriannuel conclu avec le gouvernement français.

• Une ambition clarifiée

Ce nouveau service ministériel servirait de tête de réseau des relais d'information sur l'Europe. La disparition de Sources d'Europe, sous sa forme actuelle, ainsi que les impératifs de visibilité de l'Europe et

de ses politiques, rend absolument nécessaire la création, à Paris, d'un lieu d'accueil du public, comme cela est le cas en régions.

Le futur service ministériel sera chargé d'assurer la permanence de l'information sur l'Europe, au-delà des campagnes ponctuelles menées à l'occasion de tel ou tel événement. Les activités de formation devraient être fortement développées à destination de publics cibles.

• **Une restructuration autour de cinq pôles thématiques**
(cf. également la proposition sur le rôle d'impulsion et de coordination du ministre délégué aux affaires européennes)

1. Un pôle « **information et communication sur l'Europe** »
(cf. création d'une nouvelle direction interministérielle d'information et de communication sur l'Europe)

2. Un pôle du « **dialogue permanent sur l'Europe** », qui prendrait la forme d'une conférence permanente sur l'Europe

Il apparaît souhaitable et nécessaire de réunir périodiquement des représentants de la société civile pour débattre des questions européennes. Ce dialogue permanent devrait associer des responsables associatifs, des organisations syndicales, des médias, ainsi que des personnalités qualifiées françaises et non françaises (notamment des élus européens, nationaux et locaux).

Présidée par le ministre délégué chargé des Affaires européennes, la conférence permanente sur l'Europe se réunirait chaque trimestre pour débattre de l'actualité européenne et de sujets thématiques en liaison avec la construction européenne. Cette enceinte devra également être un outil d'identification des craintes et des attentes exprimées par l'opinion à l'égard de la construction européenne, en vue d'agir le plus en amont possible pour éviter des phénomènes de crispation le plus souvent fondés sur des rumeurs et des contrevérités. Elle pourrait également publier une lettre d'information sur l'Europe.

Cette conférence permanente sur l'Europe pourrait être déclinée à l'échelon local, au niveau départemental, sous l'impulsion des préfets que le Gouvernement devrait mobiliser à cet effet.

3. Un pôle « **animation du réseau national** » (en partenariat avec la Commission européenne)

La vocation de ce nouveau service est d'être la « tête de réseau » des relais d'information sur l'Europe, qu'ils soient ou non labellisés « Europe Direct » par la Commission européenne.

Ce service doit contribuer à réactiver l'ensemble du réseau des « Guid'Europe » constitué au niveau départemental, qui représente l'échelon territorial le plus pertinent pour l'information sur l'Europe. Il devrait avoir les moyens de concevoir et de fournir à ces relais les outils pédagogiques nécessaires à l'accomplissement de leur mission (brochures, expositions itinérantes, fiches d'information, etc.).

Par ailleurs, à l'instar du rôle exercé par la « Mission Europe » dans le cadre de la politique d'information relative au Traité constitutionnel européen, ce pôle devrait lancer chaque année un ou plusieurs appels à projets et accorder des subventions aux initiatives les plus pertinentes.

4. Un pôle « **formation** » (en partenariat avec le Centre d'études européennes de Strasbourg et avec le ministère de l'Éducation nationale)

Ce pôle doit développer ses activités de formation sur l'Europe. Les formations seraient dispensées par des personnes extérieures qui pourraient notamment être sélectionnées au sein du réseau « Team Europe ». Un partenariat pourrait être conclu avec le Centre d'études européennes de Strasbourg (CEES).

Les formations dispensées seraient adaptées aux différents publics : élus, fonctionnaires, journalistes, enseignants, etc. Des modules de découverte des institutions de l'Union, à Bruxelles et à Strasbourg, pourraient être proposés « clé en main », en liaison avec la future « Maison de la France » installée à Bruxelles. S'agissant des enseignants, un partenariat pourrait être envisagé avec le ministère de l'Éducation nationale.

5. Un pôle « **Recherche et publications** » (en partenariat avec la Documentation française)

Il faut développer l'information sur l'Europe auprès du public universitaire. À cet égard, le transfert du fonds documentaire de Sources d'Europe à la Documentation française doit constituer le point de départ d'un partenariat plus ambitieux qui pourrait notamment favoriser la publication régulière d'ouvrages pédagogiques et distribués via le circuit de diffusion de la Documentation française.

De nombreuses initiatives pourraient être imaginées, telles que la création d'un prix de la recherche universitaire sur l'Europe. Par ailleurs, un Conseil scientifique pourrait être constitué pour élaborer, à l'instar du Conseil d'analyse économique, des rapports de fond sur les questions européennes. Placée auprès de la ministre déléguée chargée des Affaires européennes, cette structure contribuerait à alimenter la réflexion stratégique sur la politique européenne de la France, alors que les « *think tank* » restent trop peu nombreux dans notre pays.

*
* *

Sources d'Europe est aujourd'hui sous-dimensionné au regard du défi qui est celui d'une information pour tous. Mais l'évolution préconisée ne sera possible qu'à la condition d'y consacrer des moyens budgétaires appropriés, de pérenniser les emplois actuels et de promouvoir un partenariat stratégique avec la Commission européenne qui devra confirmer la pérennité de son soutien financier. Cela est nécessaire au succès de la transformation et de la refondation de Sources d'Europe en un service du ministre des Affaires européennes.

Si le principe d'une transformation de Sources d'Europe en un service propre du ministre délégué aux Affaires européennes ne devait pas être retenu, il conviendrait en tout état de cause d'envisager une restructuration ambitieuse du GIE autour des différents pôles précédemment définis.

Impliquer davantage les parlementaires nationaux

8 – Organiser un débat en séance publique, avant et après chaque réunion du Conseil européen

Le Conseil européen est l'institution de l'Union qui, au niveau des chefs d'État ou de gouvernement, définit les orientations stratégiques de la construction européenne. Paradoxalement, les conseils européens ne donnent pourtant que très rarement lieu à un débat parlementaire en séance publique, dans l'hémicycle.

L'instauration d'un débat sans vote – dans le strict respect de la compétence que le président de la République tire de l'article 52 de la Constitution de 1958 – devrait permettre à chaque groupe politique constitué à l'Assemblée nationale et au Sénat d'exprimer sa position sur les sujets inscrits à l'ordre du jour du Conseil européen. De tels débats devraient être organisés tant avant qu'après chaque réunion du Conseil : avant, pour exposer la position française et après pour expliquer les décisions effectivement prises.

9 – Prévoir des sessions de formation obligatoires à Bruxelles pour tous les parlementaires nationaux

À l'exception du « club » restreint des 36 députés et 36 sénateurs membres des délégations pour l'Union européenne, les parlementaires français n'ont que peu d'occasions d'être en contact direct avec les institutions de l'Union européenne, alors qu'environ deux tiers de la législation française trouvent leur origine dans le droit communautaire. Or pour se faire une idée réelle du fonctionnement de l'Union, rien ne remplace l'échange et le dialogue, sur place, avec les élus et les fonctionnaires européens.

Chaque parlementaire national (député et sénateur) devrait ainsi avoir l'obligation de participer, au moins une fois au cours de son mandat, à un stage pratique de formation aux questions européennes, organisé à Bruxelles et le cas échéant, à Strasbourg. D'une durée de deux à quatre jours, ce déplacement permettrait à chaque parlementaire d'établir des contacts avec des responsables européens, et de mieux comprendre le rôle et le fonctionnement des institutions.

L'accueil des parlementaires nationaux pourrait être organisé par la future « Maison de la France » qui devrait prochainement être installée à Bruxelles.

10 – Adresser aux parlementaires nationaux une lettre d'information européenne du Gouvernement

Les parlementaires nationaux restent peu ou mal informés sur les questions européennes dès lors qu'ils ne participent pas directement à l'élaboration des normes de l'Union. Pourtant, le Parlement français est de plus en plus souvent amené à transposer en droit interne des textes européens. C'est la raison pour laquelle il est indispensable de sensibiliser les élus nationaux à la dimension européenne de leur mission législative. Pour y contribuer, il serait utile que le Gouvernement adresse à tous les parlementaires, sur un rythme trimestriel, une lettre d'information européenne, qui fasse le point sur l'actualité politique de l'Union et les principaux textes en discussion. On y trouverait également un agenda prévisionnel des rendez-vous européens les plus importants, ainsi que des éléments pédagogiques sur le fonctionnement de l'Union : explication d'une procédure législative, décryptage du budget de l'Union, définition et mise en œuvre d'une politique européenne, etc.

Cette lettre serait utilisée par les parlementaires nationaux tant pour l'exercice de leur fonction législative que pour sensibiliser leurs concitoyens à la construction européenne. Par nature interministérielle, elle pourrait être élaborée par la nouvelle direction interministérielle de l'information et de la communication sur l'Europe, en liaison avec le S.G.C.I.

11 – Transformer les délégations pour l'Union européenne de l'Assemblée nationale et du Sénat en commissions permanentes non législatives

La dénomination « délégation pour l'Union européenne » n'est comprise ni par nos concitoyens ni par les parlementaires des différents États membres qui appartiennent, au sein de leur parlement national, à une commission des affaires européennes. Il est donc proposé de modifier la Constitution française pour autoriser la transformation des délégations en commissions des Affaires européennes, à l'instar de ce qui existe dans tous les autres pays de l'Union.

Ce changement de dénomination ne porterait pas atteinte à l'article 43 de la Constitution, qui limite à six le nombre des commissions législatives. Il ne s'agit pas de créer une septième commission permanente, comme cela a été proposé par le passé. Cette nouvelle commission serait visée au Titre XV de la Constitution (« Des Communautés européennes et de l'Union européenne ») et non à l'article 43.

Vigie européenne, cette nouvelle commission conserverait ses missions actuelles d'information, de suivi, d'évaluation et de contrôle dans le domaine européen. Le principe de double appartenance de ses membres avec l'une des six commissions permanentes serait maintenu, conférant à cette commission des Affaires européennes un rôle spécifique, *sui generis*, qui n'empiéterait pas sur les compétences des commissions

permanentes. Les projets ou propositions de loi ne lui seraient pas renvoyés au fond.

Cette proposition s'inscrit dans la volonté visant à mieux associer notre parlement national aux questions européennes et, par-delà, de rendre l'Europe plus lisible et plus compréhensible par les citoyens.

12 – Renforcer les liens entre les parlementaires nationaux et les députés européens, par exemple en rendant possible la création de missions d'information communes entre les parlements nationaux et le Parlement européen

Qu'ils soient de nationalité française ou non, les députés européens devraient pouvoir être autorisés plus souvent à participer à des réunions des commissions permanentes et des délégations pour l'Union européenne, afin de faire état des travaux des commissions homologues du Parlement européen dont ils sont membres.

À l'inverse, les membres de l'Assemblée nationale et du Sénat devraient répondre plus fréquemment aux invitations des commissions du Parlement européen qui les sollicitent périodiquement.

Il serait également souhaitable de rendre possible, sur certains sujets, la création de missions d'information communes entre parlementaires nationaux et membres du Parlement européen, à l'instar de la mission commune de l'Assemblée nationale et du Bundestag formée en 2003 sur l'Office franco-allemand pour la Jeunesse (OFAJ).

13 – Instaurer des Journées parlementaires sur l'Europe

Des Journées parlementaires sur l'Europe pourraient être organisées chaque année, par exemple au cours de la semaine du 9 mai. Ces journées seraient l'occasion pour les députés et les sénateurs de rencontres et de débats avec des dirigeants et des élus européens.

Une partie de ces journées pourrait être ouverte au grand public, dans le cadre de conférences publiques sur des thèmes européens, à l'instar de l'initiative prise en décembre 2004 par le Sénat de Belgique.

Mobiliser l'administration au service de l'Europe

14 – Renforcer la place de la France dans le domaine de la formation au management public européen

Une étude devrait être lancée pour déterminer dans quelle mesure un cycle des hautes études européennes pourrait être créé sous l'égide du CEES et de l'IGPDE. Fonctionnant sur le modèle de l'IHEDN,

ce cycle serait ouvert aux fonctionnaires, aux milieux économiques, aux élus et aux journalistes, français et ressortissants de l'Union européenne.

La possibilité d'un concours d'accès à l'ENA ouvert spécifiquement aux ressortissants de l'Union européenne devrait également être explorée.

15 – Instaurer un plan pluriannuel de formation continue aux questions européennes

Un plan pluriannuel de formation continue aux questions européennes au bénéfice des fonctionnaires de l'État devrait être instauré. Cette formation interviendrait alternativement à l'occasion du départ en mobilité, au retour ou lors de la nomination sur des emplois de direction. En complément, un « chèque formation européenne » pourrait être diffusé à l'ensemble des fonctionnaires d'encadrement.

Une mise à niveau individualisée sur les questions européennes devrait être instaurée pour tout fonctionnaire de l'État souhaitant accéder aux emplois supérieurs de la fonction publique. Elle devrait être effectuée dans les six mois de la prise de poste.

Une formation spécifique à la négociation devrait également être proposée aux fonctionnaires français participant aux négociations dans les groupes de travail du Conseil de l'Union européenne.

Sur le modèle de l'ENA, le contenu des enseignements sur l'Europe des écoles de service public (formation initiale et continue du réseau des écoles de service public) devrait être mis à jour et renforcé.

16 – Valoriser l'expérience européenne dans la carrière publique

L'expérience acquise en poste au sein des institutions européennes ou dans le cadre d'un échange avec une administration d'un État membre de l'Union européenne devrait être valorisée dans le déroulement des carrières. Une discrimination positive pour l'accès à certains postes ciblés pourrait être envisagée pour les fonctionnaires disposant d'une expérience européenne : les ministères seraient systématiquement invités à prendre en compte l'expérience européenne parmi les critères de compétence requis pour l'accès à ces postes et à faire figurer ce critère dans les fiches de postes. Un suivi spécifique de ce dispositif devrait être assuré pour les emplois nommés en Conseil des ministres comme pour les emplois statutaires de direction.

17 – Recenser les fonctionnaires disposant d'une expérience européenne

Une base de données informatique unique recensant les personnes disposant d'une expérience européenne pourrait être créée afin de disposer d'un « vivier » de compétences sur l'Europe.

Faire de l'école le lieu d'apprentissage de la citoyenneté européenne

Aujourd'hui, l'école est incontestablement le principal vivier de la citoyenneté, sur le plan de l'acquisition de ses éléments fondamentaux, et comme espace de socialisation et d'ouverture au monde. À l'heure où la citoyenneté européenne s'ajoute à la citoyenneté nationale sans la remplacer, il semble donc légitime et nécessaire de faire entrer l'Europe à l'école, à la fois au niveau du contenu des enseignements, mais également par la pratique de l'échange et des projets éducatifs parascolaires.

18 – Inclure les notions de base sur les institutions et la culture européennes dans le « socle commun des connaissances » inscrit dans la nouvelle loi d'orientation sur l'école

La nouvelle loi d'orientation sur l'école crée la notion de « socle commun de connaissances ». La mise en œuvre de cette loi offre de réelles opportunités en matière européenne, notamment grâce à l'introduction des « fondamentaux sur l'Europe », au primaire et au collège, par le biais du nouveau pilier « culture humaniste et scientifique permettant le libre exercice de la citoyenneté », dont le contenu n'est pas encore arrêté.

Dans ces conditions, il est proposé que la présentation historique et le fonctionnement des institutions de l'Union européenne ainsi que les principaux éléments de l'histoire, de la géographie et de la culture européennes soient intégrés à ce socle commun de connaissances, et fassent l'objet d'une évaluation régulière.

19 – Évaluer l'acquisition des connaissances de base sur l'Europe à l'occasion du brevet des collèges

Gage d'acquisition effective des connaissances de base sur l'Europe, cette évaluation pourrait par exemple prendre la forme d'une question spécifique ou d'une épreuve de questions à choix multiples (QCM) intégrée dans l'épreuve d'histoire-géographie du brevet des collèges.

20 – Ajouter la dimension européenne à l’enseignement d’éducation civique, juridique et social (ECJS)

Outre une modification du programme d’ECJS, avec une réelle introduction de la dimension européenne au niveau des contenus, il est proposé que l’intitulé de la discipline soit également européanisé en ECEJS (éducation civique, **européenne**, juridique et sociale). Certes symbolique, cette modification aurait néanmoins l’avantage de rendre la dimension européenne plus visible dans le paysage disciplinaire de l’enseignement secondaire.

21 – Former les professeurs aux questions européennes

La réforme des Instituts universitaires de formation des maîtres (IUFM) offre l’opportunité d’une modification de leur cahier des charges. Il est donc proposé d’ajouter aux exigences requises en matière linguistique, la connaissance des « fondamentaux sur l’Union européenne », et notamment du fonctionnement des institutions et des fondements de la culture européenne.

22 – Distribuer le « passeport jeunes – l’Europe en poche » à tous les lycéens

Sources d’Europe a réalisé en mai 2005 un passeport jeunes, diffusé à 100 000 exemplaires. Ce livret, qui tient dans la poche, comporte deux parties :

- l’une donne des informations pratiques sur l’Europe : voyager dans l’Union, participer à un programme européen, se former et travailler en Europe ;
- l’autre délivre les informations de base sur la construction européenne et le fonctionnement de l’Union (carte, chiffres, dates, définitions...) et indique les moyens de s’informer sur l’Europe.

Pratique et pédagogique, ce passeport devrait être distribué à tous les lycéens, par exemple à l’entrée en classe de terminale.

23 – Généraliser les jumelages électroniques entre les écoles

L’action « *e-Twinning* » de la Commission européenne a pour objectif de développer les partenariats entre établissements scolaires situés dans les différents pays européens. Les partenariats s’articulent autour de l’utilisation de l’Internet pour coopérer et tirer des bénéfices pédagogiques, sociaux et culturels de cette expérience. Cette action constitue une occasion unique permettant aux jeunes Européens de mieux se connaître.

C’est pourquoi il est nécessaire de mettre à la disposition des établissements scolaires des moyens techniques ou financiers supplémentaires pour favoriser la généralisation des jumelages électroniques dans les écoles, autour de la mise en place d’un système de correspondants européens. Cela permettrait à chaque élève d’avoir, dès la classe de 6^e, un ou plusieurs correspondants dans les différents pays de l’Union, avec lesquels il pourrait rester en contact jusqu’au baccalauréat.

Promouvoir l'esprit européen par les valeurs du sport et l'élan de la jeunesse

Avec ses partenaires, la France entend donner toutes ses chances à la jeunesse européenne ; tel est l'esprit du « Pacte européen pour la jeunesse » initié et soutenu par notre pays. Les valeurs du sport comptent également parmi les plus fédératrices et les plus mobilisatrices, toutes populations et classes d'âges confondues. La conjugaison de ces valeurs avec l'enthousiasme de la jeunesse constitue donc un vecteur incomparable de promotion de l'esprit européen.

24 – Informer les jeunes sur l'Europe au cours de la Journée d'appel à la préparation de la Défense (JAPD)

Environ 800 000 jeunes (soit une classe d'âge) sont chaque année concernés par la journée d'appel à la préparation de la défense (JAPD).

Au-delà des seuls aspects relatifs à la défense, le contenu de cette journée comporte un important volet d'instruction civique dont la dimension européenne reste cependant marginale.

Il est ainsi proposé d'instaurer un module européen spécifique, qui pourrait s'articuler autour de trois thèmes :

- une présentation chronologique de la construction européenne ;
- une présentation basique du fonctionnement des institutions de l'Union ;
- une présentation des différents programmes européens à destination des jeunes (étudiants, apprentis et jeunes travailleurs).

25 – Créer un « Office européen de la jeunesse »

À l'instar de l'Office franco-allemand de la jeunesse, il devrait exister au niveau de l'Union un office européen de la jeunesse, pour fédérer les différentes actions engagées dans le cadre du programme Jeunesse de la Commission européenne.

En effet, les multiples initiatives de l'Union manquent de visibilité auprès des jeunes Européens. Un office européen de la Jeunesse pourrait servir de « guichet unique » pour l'accès aux différents programmes proposés par l'Union : échanges de jeunes, Service volontaire européen, Erasmus, etc.

Une antenne de l'Office européen de la Jeunesse devrait ainsi exister dans chaque département français.

26 – Généraliser le volontariat européen en abondant son financement

Le « Service volontaire européen », ouvert aux jeunes âgés de 18 à 25 ans, finance des séjours de plusieurs mois dans un pays de l'Union afin de participer à un projet d'intérêt général dans une association ou un organisme à but non lucratif. Il constitue le principal volet du programme européen Jeunesse 2000-2006 et connaît un succès considérable auprès des jeunes Européens.

Néanmoins, pour des raisons budgétaires, l'audience de ce programme demeure très limitée. Depuis l'an 2000, moins de 1 500 volontaires français sont partis dans un pays de l'Union et environ 750 volontaires européens ont été accueillis en France.

Afin d'encourager la participation d'un plus grand nombre de jeunes français à ce programme, le Gouvernement et les collectivités territoriales devraient abonder le financement prévu par le budget de l'Union.

27 – Instaurer des Jeux européens du sport scolaire

2004 a été proclamée année européenne de l'éducation par le sport. À cette occasion, la Commission européenne a disposé d'un budget de 11,5 millions d'euros pour cofinancer des initiatives prises dans les États membres, pour favoriser les partenariats entre organisations éducatives et sportives afin de développer l'éducation par le sport et sa dimension européenne. Le projet de Traité constitutionnel européen prévoyait d'ailleurs la création d'une nouvelle base juridique pour le sport, dont il mentionne la fonction éducative et sociale.

C'est dans cet esprit que pourrait s'inscrire la création de jeux européens du sport scolaire, réservés aux collégiens de chacun des pays membres de l'Union européenne. Les élèves sélectionnés au niveau de chaque académie en raison de leurs performances sportives pourraient participer à ces jeux, organisés chaque année pendant une semaine dans l'un des pays de l'Union. La semaine choisie pourrait être celle du 9 mai, Journée de l'Europe.

28 – Donner une visibilité au drapeau de l'Union à l'occasion des manifestations sportives

Toute personne ayant la nationalité d'un État membre possède la citoyenneté de l'Union, qui s'ajoute à la citoyenneté nationale, mais ne la remplace pas. C'est pourquoi le drapeau européen devrait systématiquement être hissé, en même temps que le drapeau national, en cas de victoire d'un ressortissant européen lors d'une compétition sportive internationale.

De même, le drapeau européen pourrait figurer sur les maillots des sportifs, au même titre que les drapeaux nationaux.

29 – Créer des « trophées européens du sport »

Les champions sportifs représentent souvent un modèle, notamment auprès des jeunes, et les valeurs véhiculées par le sport dépassent les frontières des États. S'il existe de nombreuses remises de prix dans les domaines du cinéma, du théâtre, de la musique ou de la télévision, rien n'est organisé pour les sportifs européens.

C'est la raison pour laquelle il est proposé de décerner chaque année les « trophées européens du sport » à des personnalités sportives européennes, dans leurs disciplines respectives. Le recours aux nouvelles technologies devrait permettre à tous ceux qui le souhaitent de voter en ligne pour leur sportif préféré.

La remise de ces trophées populaires ferait l'objet d'une cérémonie retransmise à la télévision dans les différents pays de l'Union.

Populariser l'Europe par un traitement médiatique plus attractif et plus régulier

Le traitement médiatique des affaires européennes est aujourd'hui insuffisant, institutionnel et rébarbatif. C'est la raison pour laquelle les mesures visant à l'élargir doivent s'accompagner d'une réflexion créative sur la manière de parler d'une Europe concrète, attractive et proche des citoyens.

30 – Inscrire le traitement des Affaires européennes parmi les obligations du service public audiovisuel

Ni les cahiers des charges ni les contrats d'objectifs et de moyens des chaînes de télévision et des stations de radio de l'audiovisuel public n'évoquent le traitement médiatique des affaires européennes.

C'est pourquoi il est proposé d'inscrire dans le cahier des charges des chaînes de télévision et des radios publiques l'objectif visant à « contribuer à une information objective du public sur la construction européenne, tant par la diffusion d'émissions à caractère pédagogique que par des programmes de divertissement et par la fiction ». Une disposition particulière devrait également mentionner l'objectif de rendre compte régulièrement de l'activité du Parlement européen.

Par ailleurs, un objectif de formation des cadres (journalistes et non-journalistes) aux questions européennes devrait figurer dans les contrats d'objectif et de moyens du service public audiovisuel. Cette formation des cadres devrait notamment prendre la forme de stages pratiques à Bruxelles et à Strasbourg, à l'instar de l'expérience réussie menée depuis plusieurs années par le quotidien régional *Ouest France*.

Ces contrats pourraient également rendre obligatoire la publication annuelle d'un rapport d'évaluation du traitement médiatique des affaires européennes sur le service public.

31 – Assurer le développement d'Euronews en lui permettant d'accéder à la télévision numérique terrestre (TNT)

Depuis sa création en 1993, Euronews diffuse en continu l'actualité internationale et européenne dans 102 pays et en 7 langues (allemand, anglais, espagnol, français, italien, portugais et russe). Elle informe quotidiennement 8 millions de téléspectateurs européens et dispose de la plus

large couverture en Europe. Avec 150 millions de foyers, Euronews arrive en effet en tête de toutes les chaînes d'information paneuropéennes, loin devant CNN International (115 millions de foyers), BBC World (68 millions de foyers) et CNBC (66 millions de foyers).

En février 2005, la Commission européenne a signé un accord avec la chaîne, lui confiant une mission de service public européen et garantissant une charte éditoriale fondée sur les principes d'indépendance et de transparence. En application du contrat conclu avec la Commission, Euronews recevra 5 millions d'euros par an, en contrepartie desquels la chaîne devra « consacrer un certain temps à l'information européenne, supérieur à 10 % de son temps d'antenne, et ce dans le cadre d'une charte éditoriale, visant à éviter la propagande ou les prises de position extrêmes ».

Euronews est actuellement la seule chaîne de télévision à rendre compte régulièrement des travaux des institutions de l'Union européenne. Pourtant, sa diffusion reste en France trop confidentielle, alors que chacun s'accorde à reconnaître la qualité des programmes proposés. Pour des raisons tant juridiques que financières, Euronews est la grande absente de la télévision numérique terrestre, car les sociétés candidates à la TNT doivent en effet respecter d'une part, les dispositions de la loi de 1986 imposant de ne pas avoir un capital détenu pour plus de 20 % par des non-communautaires et d'autre part, les règles relatives à la concentration des médias. Or 29,42 % du capital de Secemie, la société éditrice de la chaîne, étant détenu par des sociétés extra communautaires (notamment Russes et Suisses), Euronews se trouve ainsi dans l'impossibilité juridique de candidater à une autorisation de fréquence TNT.

Par ailleurs, au-delà des obstacles juridiques, la charge financière liée au coût de diffusion est évaluée au minimum à six millions d'euros par an.

En raison de sa spécificité, et au regard de sa mission de service public européen, la loi devrait expressément autoriser la diffusion d'Euronews sur la TNT. En attendant que cette possibilité lui soit reconnue, Euronews pourrait être un fournisseur de programmes d'information européenne pour les chaînes de télévision publiques. D'ores et déjà, France 3 diffuse quotidiennement une heure de programmes d'Euronews, de 6 h à 7 heures du matin. Des partenariats similaires devraient être conclus avec France 5, LCP-AN et Public Sénat, trois chaînes présentes sur la TNT. Pour les chaînes parlementaires, un tel rapprochement serait notamment de nature à offrir une meilleure couverture rédactionnelle des travaux du Parlement européen, sans coût supplémentaire et au service d'une notoriété plus importante d'Euronews.

S'agissant de France 5, Euronews lui permettrait de proposer des séquences régulières d'information, sans qu'il soit nécessaire de constituer une nouvelle rédaction.

32 – Promouvoir l’Europe par le divertissement et la fiction

Pour rendre l’Europe plus attractive à la télévision, il est souhaitable de ne pas limiter le traitement médiatique des affaires européennes au seul secteur de l’information. Afin de toucher un public plus large, la pédagogie sur l’Europe passe également par une approche plus ludique et plus conviviale.

L’Europe peut ainsi se décliner à travers les jeux télévisés, les émissions de divertissement, les magazines et les fictions.

Questions pour un champion sur France 3 ou *Qui veut gagner des millions* ? sur TF1, par exemple, font parfois l’objet d’une programmation en « prime time », à l’occasion d’éditions spéciales. Certaines de ces émissions spéciales ne pourraient-elles pas être consacrées à la thématique européenne ? Un raisonnement analogue pourrait être appliqué au domaine de la fiction. Le succès du film de Cédric Klapisch *L’Auberge espagnole* a fait plus pour la notoriété d’Erasmus que n’importe quelle campagne de communication. Pourquoi ne pas envisager de décliner ce long métrage en une série télévisée de 26 minutes ?

S’agissant enfin des magazines d’information, le débat sur la Constitution européenne a entraîné la multiplication d’émissions spéciales sur l’Europe, à des heures de grande écoute. France 2 a ainsi diffusé le 21 avril 2005 un numéro spécial de *100 minutes pour comprendre la Constitution européenne*, dont l’audience s’est révélée satisfaisante. Ce genre d’émission sur l’Europe devrait être pérennisé afin que la télévision offre aux Français des rendez-vous réguliers d’information sur l’Europe.

33 – Encourager la production de « programmes courts » sur l’Europe

Ces dernières années, les « programmes courts » se sont multipliés à la télévision. D’une durée d’une à deux minutes, ils sont généralement diffusés à une heure de forte audience, avant ou après les journaux télévisés. Ces programmes, parrainés par de grandes marques, sont reconnus par le CSA comme des « œuvres audiovisuelles » et non comme des messages publicitaires.

De nombreux programmes courts existent sur des sujets variés, allant de la pratique du jardinage à l’engagement bénévole. L’angle retenu est souvent celui de la vie quotidienne.

C’est ainsi qu’est proposée la diffusion régulière d’un programme court sur L’Europe au quotidien, permettant de montrer au téléspectateur des réalisations concrètes de la construction européenne. Soutenus par les pouvoirs publics, ces programmes pourraient être sponsorisés par différents partenaires, comme c’est le cas pour la plupart des programmes courts actuellement diffusés.

34 – Lancer un prix « Europorter » entre les écoles de journalisme

L'association des journalistes européens (AJE) a décerné, pour la première fois le 9 mai 2005, le prix Louise Weiss du journalisme européen, dont l'objectif vise à encourager les journalistes à un traitement plus systématique, plus pédagogique et plus original des sujets européens

Deux journalistes ont été récompensés : l'un senior, l'autre débutant.

Dans le même esprit, et afin d'inciter les écoles de journalisme à sensibiliser davantage leurs étudiants à la dimension européenne, il est proposé de créer un prix « Europorter » ouvert à tous les étudiants des écoles de journalisme. Trois d'entre eux seraient récompensés dans les catégories presse écrite, radio et télévision.

Chacun des lauréats verrait son sujet publié dans un journal, diffusé à la radio ou à la télévision.

Recourir aux symboles pour développer une conscience européenne

L'article I-8 du projet de Traité constitutionnel était consacré aux symboles de l'Union : drapeau aux douze étoiles, hymne européen, devise, monnaie et journée de l'Europe. Ces symboles restent des points d'appui pour développer une conscience européenne et il est essentiel d'en accroître la visibilité tout en en créant de nouveaux. Ils favorisent en effet l'éclosion du sentiment d'appartenance et constituent un système de références familières et identitaires.

35 – Instaurer le double pavoisement des édifices publics

Il est proposé de rendre systématique le double pavoisement des édifices publics (palais nationaux, ministères, conseils régionaux, conseils généraux, mairies, écoles) y compris les journées de commémoration (comme par exemple le 8 mai et le 11 novembre), ce qui est souvent interdit par les circulaires préfectorales.

36 – Donner une visibilité à la Journée de l'Europe : rendre le 9 mai plus populaire, par la création d'« Eurofolies »

Il est temps que la « journée de l'Europe » devienne la « Fête de l'Europe », moins protocolaire et nettement plus populaire. La création d'« Eurofolies », partout en France (et pourquoi pas un jour, partout en Europe) doit contribuer à faire descendre l'Europe dans la rue. Manifestations culturelles et artistiques, concerts, repas de découverte gastronomiques, spectacles de rue, etc. : les Eurofolies ont vocation à montrer l'Europe dans toute sa diversité. À l'instar de leur engagement pour la Fête de la musique, les médias pourraient facilement relayer à l'antenne les événements festifs du 9 mai et renforcer ainsi la visibilité de cette journée par un habillage visuel spécifique.

37 – Matérialiser la solidarité européenne

Inondations, tempêtes, tremblements de terre... : les occasions ne manquent pas d'exprimer concrètement la solidarité à l'égard de peuples victimes de catastrophes naturelles. Le Traité constitutionnel prévoyait d'ailleurs une nouvelle « clause de solidarité » selon laquelle les États devaient se porter assistance mutuelle en cas de catastrophe d'origine naturelle ou humaine. Or, dans ce domaine comme dans beaucoup d'autres,

les interventions de l'Union passent trop souvent inaperçues auprès du grand public. À titre exemple, la création d'une flotte de 25 hydravions aux couleurs de l'Union européenne, chargée de venir en renfort lors des opérations de lutte contre les feux de forêt, rendrait les interventions de l'Union sensiblement plus visibles auprès des citoyens.

38 – Créer un timbre européen

Il faudrait proposer aux États membres qui en seraient d'accord d'émettre un timbre-poste dont l'illustration serait la même, éventuellement choisie au terme d'un concours. Ce timbre-poste serait valable pour l'affranchissement des lettres ordinaires circulant à l'intérieur du territoire de l'union, sans évoquer à ce stade le problème de l'harmonisation des tarifs. Ce timbre serait donc vendu dans chaque pays au prix fixé par les autorités nationales. Pour éviter les utilisations frauduleuses, l'identification du pays émetteur serait repérable par les lettres utilisées pour les plaques d'immatriculation automobile.

Ce timbre européen se distingue des actuelles émissions de timbres « Europa », dont l'illustration reste entièrement laissée à la discrétion des autorités nationales.

39 – Créer un ordre européen de décorations

Un ordre de décorations commun à tous les États membres permettrait de reconnaître et de récompenser les mérites des militants de la cause européenne. La chancellerie de cet ordre européen serait composée de représentants des chancelleries de chaque État membre.

40 – Encourager les vœux télévisés des chefs d'État ou de Gouvernement de l'Union aux ressortissants d'autres États membres

Chaque année, la cérémonie des vœux que le président de la République présente aux Français fait l'objet d'une retransmission télévisée. D'autres dirigeants de l'Union européenne pourraient également adresser leurs vœux au peuple français, tandis que le Président français pourrait lui aussi s'adresser aux citoyens d'autres pays de l'Union. Cette pratique d'échanges de vœux croisés entre les chefs d'État ou de gouvernement de l'Union et les populations de différents pays pourrait contribuer à développer un sentiment d'appartenance européenne.

À terme, il serait souhaitable que les vœux des dirigeants des institutions de l'Union fassent également l'objet d'une retransmission télévisée, au même titre que les vœux adressés par les dirigeants nationaux.

Annexes

Liste des personnes auditionnées

- M^{me} Michèle ALLIOT-MARIE**, ministre de la Défense
- M^{me} Pascale ANDREANI**, secrétaire générale du SGCI, conseiller du Premier ministre pour les Affaires européennes
- M^{me} Édith ARNOULT-BRILL**, présidente du CNVA
- M. Patrice AZAN**, chargé de mission Europe au CNFPT
- M. Jean-Michel BAER**, ARTE France
- M. Édouard BALLADUR**, président de la Commission des Affaires étrangères de l'Assemblée nationale, ancien Premier ministre
- M. Michel BARNIER**, en sa qualité de ministre des Affaires étrangères
- M^{me} Christiane BARRET**, codirectrice de la Mission Europe du ministère des Affaires étrangères
- M. Jacques BARROT**, vice-président de la Commission européenne, ancien ministre
- M. Antoine BARTHUEL**, coprésident et directeur de création de l'agence de communication Leo Burnett Paris
- M. Dominique BAUDIS**, président du Conseil supérieur de l'Audiovisuel
- M. Dominique BERLIN**, professeur de droit à l'université de Paris I
- M. Vincent de BERNARDI**, directeur du Service d'information du Gouvernement (SIG)
- M. Jean-Michel BLIER**, journaliste (France 3)
- M. Nicolas-Jean BREHON**, chroniqueur au journal *Le Monde*
- M. Baudoin BOLLAERT**, journaliste, ancien rédacteur en chef au *Figaro*
- M. François BONNEMAIN**, conseiller en communication du Premier ministre (gouvernement de M. Jean-Pierre Raffarin)
- M. Dominique BORNE**, doyen de l'Inspection générale de l'Éducation nationale
- M^{me} Chantal BRUNEAU**, conseillère technique au CNVA
- M. Patrice BUDRY**, administrateur de Sources d'Europe

M. Jean-François BUREAU, directeur de la Délégation à l'information et à la communication de la défense (DICOD), porte-parole du ministère de la Défense

M. Guillaume CADIOU, ingénieur des Ponts et Chaussées, bureau des Affaires européennes à la direction du Budget du ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie

M. François CAMBON, président du Rendez-vous des Européens et du Club de l'Europe, fondateur du *Journal de l'Europe*

M. Jean-Marie CAVADA, député européen, président de la Commission des libertés civiles, de la justice et des affaires intérieures du Parlement européen, ancien président de Radio France

M. Philippe CAYLA, président-directeur général d'Euronews

M. Benoît de la CHAPELLE BIZOT, ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie

M. Thierry CHOPIN, directeur des études de la fondation Robert Schuman

M^{me} Victoire CITROËN, chargée de mission au ministère de la Culture et de la Communication

M. Emmanuel CONSTANS, médiateur du ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie, ancien chef de la mission Euro

M. Alain DAUVERGNE, journaliste, chargé de mission à l'association Notre Europe

M^{me} Anne DAVID, présidente du CEDAG et vice-présidente de la Fonda

M. Jean-Louis DEBRE, président de l'Assemblée nationale, ancien ministre

M^{me} Florence DELOCHE-GAUDEZ, secrétaire générale du Centre d'études européennes de Sciences Po

M. Jacques DELORS, ancien président de la Commission européenne

M. Jacques DERMAGNE, président du Conseil économique et social

M^{me} Marie DUCASTEL, directrice générale du Centre de formation et de perfectionnement des journalistes (CFPJ)

M. Arnaud DUPUI-CASTERES, directeur général de l'agence de communication Leo Coporate

M. Pierre FAVIER, journaliste, chef du service politique de l'AFP

M. René FORGUES, sous-directeur au service de la Communication du ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie

M. Charles FRIES, conseiller pour les Affaires européennes auprès de M. le Président de la République

M. Yves GAZZO, chef de la représentation en France de la Commission européenne

M. Jean-Guy GIRAUD, directeur du Bureau d'information pour la France du Parlement européen

M. Valéry GISCARD d'ESTAING, ancien président de la République, président de la Convention européenne

M^{me} Élisabeth GUIGOU, ancien ministre, députée de Seine-Saint-Denis

M. Jean-Dominique GIULIANI, président de la fondation Robert Schuman

M. Gérard GUILLONNEAU, chargé de mission à la direction de la Communication et de l'Information du ministère des Affaires étrangères

M. Philippe GUIRAUD, attaché principal au service de Communication du ministère de l'Intérieur

M. Hubert HAENEL, sénateur du Haut-Rhin, président de la Délégation du Sénat pour l'Union européenne

M^{me} Claudie HAIGNERE, en sa qualité de ministre déléguée aux Affaires européennes

M^{me} Simone HARARI, présidente-directrice générale de Télé Images

M. Daniel HOEFFEL, président de l'Association des Maires de France

M^{me} Anne-Marie IDRAC, présidente de la RATP, ancien ministre

M. Jean-Noël JEANNENEY, président de la Bibliothèque nationale de France, président d'Europartenaires, ancien ministre

M^{me} Pascale JOANNIN, directrice de la fondation Robert Schuman

M. Fabrice JOHAUD, directeur du Centre de formation des Journalistes

M. Pieter-Jan KLEIWEG DE ZWAN, conseiller pour les Affaires européennes à l'ambassade des Pays-Bas en France

M. Guillaume KLOSSA, président du collectif associatif EuropaNova

M^{me} Maria KOKKONEN, chargée des relations avec la presse à la représentation en France de la Commission européenne

M. Thierry LACHKAR, directeur du développement d'Endemol France

M^{me} Catherine LALUMIERE, directrice de la Maison de l'Europe à Paris, ancien vice-présidente du Parlement européen, ancien ministre

M. Alain LAMASSOURE, député européen, ancien ministre

M. Jean-François LAMOUR, ministre de la Jeunesse, des Sports et de la Vie associative

M. Gilles LECLERC, journaliste, rédacteur en chef au service politique de France 2

M. Frédéric LEFRET, conseiller technique au cabinet de M. Jean-François Lamour, ministre de la Jeunesse, des Sports et de la Vie associative

M^{me} Noëlle LENOIR, ancien ministre délégué aux Affaires européennes

M. Pierre LEQUILLER, député des Yvelines, président de la Délégation de l'Assemblée nationale pour l'Union européenne

M. Jean-Claude LESCURE, directeur de l'École de journalisme de l'Institut d'études politiques de Paris

M. Pierre LEVY, directeur du Centre d'analyse et de prévision (CAP) du ministère des Affaires étrangères

M. Joseph LIMAGNES, directeur du bureau parisien de *Ouest France*

M^{me} Elisabeth LOUVET, chef du bureau des Affaires européennes au ministère de l'Écologie et du Développement durable

M. MASSIGNY, directeur de cabinet de M. André Rossinot, directeur du Centre national de la Fonction publique territoriale

M. Gilles MASSON, président de l'agence de communication Leo Burnett Paris

M. Richard MICHEL, président-directeur général de LCP-AN

M. Gérard MISSIONIER, responsable d'ARRIVA (Animation Recherche Réalisation Valorisation)

M^{me} Françoise MIQUEL, en sa qualité de directrice du Service d'information du Gouvernement (SIG)

M. André-Luc MOLINIER, responsable Europe au MEDEF

M. Alexandre MONEGER, chef du bureau du droit européen à la direction des Affaires juridiques du ministère de la Défense

M. François MONNANTEUIL, inspecteur général de l'Éducation nationale, doyen du groupe des langues vivantes

M. Jean-Marie MONTEL, délégué général du CIDEM

M. Pierre MOSCOVICI, vice-président du Parlement européen, ancien ministre délégué aux Affaires européennes

M. Étienne MOUGEOTTE, directeur général de TF1

M. Gérard NAFYLIAN, ancien administrateur de Sources d'Europe

M. Jean-Yves NICOLAS, chargé de Mission Europe au Service d'information du Gouvernement (SIG)

M^{me} Sylvie O'DY, journaliste, rédactrice en chef de *Ça m'intéresse*

M. Dominique REYNIE, professeur à l'Institut d'études politiques de Paris, directeur de l'Observatoire interrégional du politique (OIP)

M^{me} Laurence de RICHEMONT, chef adjointe de la représentation de la Commission en France

M. Patrick ROGER, Journaliste (*Le Monde*)

M. Jean-Marc ROIRANT, secrétaire général de la Ligue de l'enseignement

M^{me} Pascale-Dominique RUSSO, journaliste

M. Nicolas SARKOZY, président de l'UMP, ministre d'État

M. Pierre-Luc SEGUILLON, journaliste (LCI)

M. Henri SERANDOUR, président du Conseil national olympique et sportif français

M. Marc TESSIER, président de France Télévisions

M^{me} Nathalie TOURNYOL du CLOS, directrice de l'Institut de la gestion publique et du développement économique (IGPDE)

M. Jan Eric Van den BERG, ministre plénipotentiaire à l'ambassade des Pays-Bas en France

M. Bertrand VANNIER, directeur délégué de Radio France

M. Hubert VEDRINE, ancien ministre des Affaires étrangères

M. Dominique de VILLEPIN, Premier ministre

M. Pierre VIMONT, directeur de cabinet du ministre des Affaires étrangères

M. Bernard VOLKER, journaliste à TF1 et enseignant à l'École de journalisme de l'Institut d'études politiques de Paris

M. Laurent WIRTH, inspecteur général de l'Éducation nationale, groupe d'histoire et géographie

Déplacements en France et en Europe

Déplacement en Mayenne (Laval, 7 avril 2005)

M^{me} Anne-Sophie BEAUJON, animatrice du Point information jeunesse de Château-Gontier

M^{me} BOUCHON, institutrice à l'école d'Ahuillé

M. Patrice DENIS, deuxième vice-président de la Maison de l'Europe de Laval

M. Georges GAROT, président de la Maison de l'Europe de Laval, ancien député européen

M. Philippe HENRY, maire de Château-Gontier

M^{me} Annie MARCHAIS, formatrice au Centre de formation des professeurs d'Avrillé (49)

M^{me} Amparo MORICE, troisième vice-présidente de la Maison de l'Europe de Laval

M. Samuel PECOT, directeur de la Maison de l'Europe de Laval

M. Pascal PERTRON, animateur-formateur de la Maison de l'Europe

Mission en Belgique (Bruxelles, 17 et 18 février 2005)

S. E. M. Pierre SELLAL, représentant permanent de la France auprès de l'Union européenne

M. Étienne de PONCINS, en sa qualité de porte-parole de la Représentation permanente de la France auprès de l'Union européenne

M. Quentin DICKINSON, journaliste, correspondant de Radio France à Bruxelles

M. Christophe GARACH, journaliste, correspondant du *Parisien* à Bruxelles

M^{lle} Katalina LANDABURU, journaliste

M. Olivier LEMERLE, Assemblée des chambres françaises de commerce et d'industrie (ACFCI)

M. Philippe MAHOUX, sénateur belge, président du groupe socialiste au Sénat

M. Pierre MAIRESSE, directeur à la DG Éducation et Jeunesse de la Commission

M. Antonis PAPACOSTAS, chef de l'unité « Eurobaromètres » à la DG Presse de la Commission européenne

M^{me} Francesca RATTI, directrice générale du service d'Information et de Communication du Parlement européen

M. Alejo VIDAL-QUADRAS ROCA, vice-président du Parlement européen chargé de la politique de l'Information et de la Communication

Membres du cabinet de **M^{me} Margot WALSTROM**, vice-présidente de la Commission européenne

Mission en Espagne (Madrid, 24 et 25 février 2005)

S. E. M. Claude BLANCHEMAISON, ambassadeur de France en Espagne

M. Arnaud de SURY, deuxième conseiller à l'ambassade de France

M. Miguel-Angel AGUILAR, journaliste, président de l'Association des journalistes européens

M. Inaki ANASAGASTI, député, membre de la Commission mixte des Affaires européennes

M. Gustavo de ARISTEGUI, député, porte-parole de la Commission des Affaires étrangères du Congrès, administrateur de l'organisation non gouvernementale « Dialogo Europeo »

M^{me} Rosa Maria BONAS PAHISA, députée

M. CAYO STASTRE GARCIA, directeur des enquêtes au Centre d'enquêtes sociologiques et sondages (CIS)

M. Carles Alfred GASOLIBA, sénateur, membre de la Commission mixte des Affaires européennes

M. GAVELLA, directeur de la station de radio Cadena Ser

M. Jacques HUCHET, chef adjoint de la représentation de la Commission européenne

M^{me} Paloma IZNAOLA, chargée des programmes européens à l'Institut de la Jeunesse

M^{me} Isabel MATEO, adjointe au responsable du bureau de représentation du Parlement européen

M. Eduardo MEDINA, député

M. Juan MOSCOSO, député, membre de la Commission mixte des Affaires européennes

M. MUNOZ RIPOL, directeur adjoint de l'Institut de la Jeunesse

M. Alberto NAVARRO, secrétaire d'État aux Affaires européennes

M^{me} Ana PALACIO, députée, présidente de la Commission mixte pour l'Union européenne, ancien ministre des Affaires étrangères

M. Luis PERAL GUERRA, conseiller (ministre régional) pour l'Éducation de la Communauté de Madrid

M^{me} Mèrcèdes ROS-AGUDO, administrateur à la représentation de la Commission européenne

M. Javier VALENZUELA, porte-parole de la Présidence pour les questions internationales

M. Fernando VALLESPIN, directeur du Centre d'enquêtes sociologiques et sondages (CIS)

Mission en Irlande (Dublin, 1^{er} et 2 mars 2005)

S. E. M. Frédéric GRASSET, ambassadeur de France en Irlande

M. Luc SEROT ALMERAS, premier conseiller à l'ambassade de France

M. Vincent LOUIS, premier secrétaire à l'ambassade de France

M. Patrick THOMAS, conseiller de coopération et d'action culturelle

M. Serge FRANCOIS, attaché de coopération pour le français

M. Bernard ALLEN, député, membre de la Commission conjointe des Affaires européennes

M. Hervé AMORIC, journaliste, correspondant de l'Agence France Presse

M. Barry ANDREWS, député, membre de la Commission conjointe des Affaires européennes

M. David BEGG, secrétaire général de l'Irish Congress of Trade Unions (ICTU)

M^{me} Géraldine BYRNE NASON, directrice du Forum National sur l'Europe

M^{me} Una CLAFFEY, conseillère du Premier ministre, ancienne journaliste de la télévision irlandaise

M. John DARDIS, sénateur, membre de la Commission conjointe des Affaires européennes

M. Alan DUKES, ancien ministre, directeur de l'Institut des Affaires européennes

M. Ray FARRELLY, chargé de mission auprès du directeur général de l'Irish Business and Employers Confederation (IBEC)

M. Paul GILLESPIE, journaliste, Foreign Policy Editor au *Irish Times*

M. Maurice HAYES, sénateur, président du National Forum on Europe

D^r Miriam HERDERMAN O'BRIEN, président de l'Irish National Committee, European Cultural Foundation

M^{me} Brigid LAFFAN, professeur au Department of Politics, University College Dublin

D^r Anne LOONEY, Chief Executive, National Council for Curriculum and Assessment

M. Don LYDON, sénateur, membre de la Commission conjointe des Affaires européennes

M^{me} Emer MALONE, Programme Manager Education Service, Leargas

M. Rory MONTGOMERY, conseiller pour les Affaires européennes au ministère irlandais des Affaires étrangères

M^{me} Lily O'DONOVAN, inspectrice de français au ministère de l'Éducation et de la Science

M. Michael O'LEARY, St Patrick's College of Education

M. Andy STOREY, Lecturer in development studies, UCD

M. Nøel TREACY, secrétaire d'État aux Affaires européennes

Mission en Allemagne (Berlin, 12 et 13 avril 2005)

S. E. M. Claude MARTIN, ambassadeur de France en Allemagne

M. Jean-Michel DUMOND, ministre conseiller à l'ambassade de France en Allemagne

M. Daniel VOSGIEN, premier secrétaire à l'ambassade de France en Allemagne

M^{me} Ruth BERSCHENS, journaliste (*Handelsblatt*)

M. BREUTIGAM, Referatleiter au Centre fédéral pour l'éducation politique

M. Norbert CARIUS, journaliste (*ARD*)

M. Klaus FELDGEN, *Presse – und Informationsamt der Bundesregierung*

M. Stefan FORESTER, délégué adjoint de la délégation de la Commission européenne

M^{me} Karin GEISLER, *Referat Europa Öffentlichkeitsarbeit* du Sénat de Berlin

M. Bernd HÜTTEMANN, secrétaire général du Mouvement européen Allemagne

M^{me} Ilka KEUPER, *Geschäftsführerin* de la fondation Heinz-Schwartskopf Junges Europa

M^{me} Eva KRINGS, *Presse – und Informationsamt der Bundesregierung*

M^{me} Birgit KRÖNER, conseillère du sénateur chargé de l'éducation et représentante du Land de Berlin à la conférence des ministres régionaux de l'éducation et de la culture (KMK)

M. Christoph LINDEN, secrétaire général adjoint du Mouvement européen Allemagne

M. Jens POTTHARST, attaché de communication au Bureau d'information du Parlement européen

M^{me} Anna PRINZ, sous-directrice du *Referat K04 « Öffentlichkeitsarbeit Inland »* au ministère des Affaires étrangères

M. Wolfgang PROISSL, journaliste (*Financial Times Deutschland*)

M. Klaus-Dieter SCHMID, journaliste (*Die Zeit*)

M. Alexander SCHNURBUSCH, *Referat Europa Öffentlichkeitsarbeit* du Sénat de Berlin

MM. Ulrich STREMPERL, *Presse – und Informationsamt der Bundesregierung*

M^{me} Bettina WESTRING, journaliste (*Berliner Zeitung*)

Mission en Pologne (Varsovie, 14 avril 2005)

S. E. M. Pierre MENAT, ambassadeur de France en Pologne

M. Cyril BOUYEURE, premier conseiller à l'ambassade de France

M^{me} Jolanta PIEJKO, attachée de presse à l'ambassade de France

M. Krzysztof BOBINSKI, fondateur du magazine spécialisé dans les questions européennes *Unia & Polska* et président de la fondation du même nom

M. Bruno DETHOMAS, chef de la Représentation de la Commission européenne

M^{me} Lena KOLARSKA-BOBINSKA, sociologue, directrice de l'Institut des affaires publiques

M. Jadwiga KORALEWICZ, directrice du Collegium civitas

M. Jaroslaw PIETRAS, secrétaire d'État, chef de l'office du Comité pour l'intégration européenne

M. Robert PICHT, recteur du Collège d'Europe à Natolin

M^{me} Anna RADWAN, directrice de la fondation Robert Schuman-Pologne

M. Robert SMOLEN, président de la Commission des Affaires européennes de la Diète

M. Jacek SAFUTA, vice-rédacteur en chef de l'Agence polonaise de presse (PAP)

M. Jan SKORZYNSKI, vice-rédacteur en chef du quotidien *Rzeczpospolita*

M. Dariusz SZYMCZYCHA, secrétaire d'État à la Chancellerie présidentielle

M. Michal TYMOWSKI, directeur de l'Institut d'histoire de l'université de Varsovie

M. WOJTASZCZYK, doyen de l'université de Pultusk

M. Włodzimirz ZAGORSKI-OSTOJA, directeur de l'Institut de biochimie et de biophysique

Dispositif d'information et de communication sur le Traité établissant une Constitution pour l'Europe



DISPOSITIF D'INFORMATION SUR LA
CONSTITUTION EUROPEENNE

BILAN DES ACTIONS

Le dispositif d'information mis en place par le ministère en charge des Affaires européennes vise à mettre à disposition des français le texte de la Constitution le plus en amont possible de la date du référendum ainsi que des outils pédagogiques d'information sur le texte soumis à referendum le 29 mai prochain.

Ce dispositif répond par ailleurs strictement aux exigences de neutralité et d'impartialité dès lors que de l'argent public est utilisé pour la mise en œuvre de ces actions.

Le budget total de ce dispositif est de 7 millions d'euros.

Diffusion de textes :



- La Constitution européenne

300 000 exemplaires du texte édité par la Documentation française
Depuis le 10 décembre 2004
En consultation dans les Mairies, les 14 000 bureaux de postes, les associations à vocation européenne, les lycées, les Relais Constitution...



7 800 000 d'exemplaires du texte du traité édité par le journal « L'Hémicycle »
Depuis le 15 mars 2005
Dans les 14 000 bureaux de postes (2 millions), les supermarchés 'Casino' (1 million), les 21 000 mairies de moins de 500 habitants (210 000), les préfectures (400 000), encartage dans les quotidiens « Métro » et « 20 minutes » (750 000), les 500 hypermarchés Leclerc à partir du 15 avril (2 millions) et diffusé sur demande au numéro azur (100 000 exemplaires diffusés)...



- La brochure « Constitution, mode d'emploi »

Diffusée auprès d'un public relais (journalistes, parlementaires, associations)
Depuis le 29 octobre 2004
83 000 exemplaires édité par le Ministère en charge des Affaires européennes



- La brochure « L'essentiel sur l'Europe »

Ce que l'Europe nous a apporté, ce que la Constitution va changer
Diffusée auprès d'un public relais (journalistes, parlementaires, associations)
Depuis le 5 mars 2005
500 000 exemplaires édités par le Ministère en charge des Affaires européennes

Ministre déléguée aux Affaires européennes – Service presse et communication

Supports audio-visuels :



- **Un Centre d'appel téléphonique : 0810 2005 25**
Opérationnel depuis le 10 janvier 2005
Diffusion du traité - Information sur la Constitution
95 000 appels au 30 mars - moyenne de 3 500 appels par jour



- **Un Site « constitution-europeenne.fr »**
Opérationnel depuis décembre 2004
Téléchargement du texte du traité, des brochures, informations sur la Constitution et la campagne, forums en ligne
450 000 connexions au 15 avril - moyenne de 9 000 par jour

- **Un CD ROM d'information**
100 000 exemplaires diffusés auprès des animateurs du dispositif d'information - A partir du 10 avril

- **Une campagne radio** – promotion du numéro du centre d'appel / site Internet - Spots de 30 secondes diffusés sur 11 stations en métropole et 5 dans les DOM du 14 au 25 février

- **Une campagne bannière Internet** – promotion du numéro du centre d'appel / site internet
Bannières sur MSN, Wanadoo, ValueClick
Référencement de mots clefs dans Google, Espotting, Overture, AOL, Wanadoo, Tiscali, Lycos, Club, Voilà, AltaVista, Hotbot.
Du 17 février au 17 mars



- **Une campagne télévisée** – promotion du numéro du centre d'appel / site internet / date du referendum
Spots de 23 secondes diffusés chaînes hertziennes, chaînes DOM, chaînes locales, chaînes câble et satellite.
Du 30 mars au 15 avril
Objectif : une couverture de 77% de la population et une répétition de 4,2



- **Une campagne d'affichage nationale dans les gares et le métro** – promotion du numéro du centre d'appel / site internet / date du referendum
En partenariat avec la Commission et le Parlement européen
Affiches formats 80/120, 120/174, 300/400
du 15 avril au 8 mai

Ministre déléguée aux Affaires européennes – Service presse et communication

Soutien aux initiatives de partenaires :

- Subventions aux associations : 100 associations - 1 600 000 euros



- Sessions d'information : milieux économiques et juridiques, journalistes, retraités, formation de relais

- Les Relais Constitution

Depuis le 1^{er} janvier 2005, les Infos Points Europe reçoivent une subvention du Ministère en charge des Affaires européennes fin de leur permettre de diffuser l'information sur la Constitution jusqu'à la création du nouveau réseau Europe Direct par la Commission en mai 2005.
30 relais à travers la France



- Opération « Amphis d'Europe »

Une semaine pour mettre l'Europe au cœur de la vie étudiante
A partir du 8 mars 2005

24 semaines de débats organisées par la FAGE et les associations étudiantes dans 24 villes universitaires



- 3 brochures « Mieux comprendre l'Europe »

900 000 exemplaires éditées par le CIDEM (Civisme et démocratie) et diffusées dans les mairies, le réseau associatif et les centres sociaux (2000 points de diffusion) :

300 000 brochures « Pourquoi un Traité constitutionnel ? »

300 000 brochures « L'Europe, ça change quoi dans mon quotidien ? »

300 000 brochures « L'Europe, ça change quoi pour l'emploi ? »

A partir du 17 mars 2005



- L'Europe fait son tour de France – 3 bus sillonnent la France du 2 avril au 30 avril (4 animateurs, bornes Internet, brochures...).

3 parcours, 60 villes étapes

Action réalisée en partenariat avec la Commission européenne en collaboration avec le CIDEM.

Dispositif d'information sur la Constitution européenne



Contact :

François RENUIT

Conseiller presse et communication
de la ministre déléguée
aux Affaires européennes

37 quai d'Orsay - 75700 PARIS 07 SP

Téléphone : 01 43 17 45 97

Mobile : 06 22 34 20 32

Télécopie : 01 43 17 55 10

francois.renuit@diplomatie.gouv.fr

Ministre déléguée aux Affaires européennes – Service presse et communication



Les actions d'information sur l'Europe et la Constitution organisées à l'école et à l'université par les associations

Dans le cadre du dispositif d'information sur le traité constitutionnel, le ministère délégué aux Affaires européennes et le ministère de l'Education Nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, ont souhaité apporter leur soutien à un certain nombre d'opérations et de projets visant à promouvoir l'Europe auprès des jeunes et à favoriser l'explication du traité constitutionnel à l'école et à l'université.

Plusieurs projets, sélectionnés selon des critères précis pour leur qualité pédagogique ainsi que leur caractère informatif et neutre, ont fait l'objet d'un soutien.

> L'opération « L'Europe à l'école » proposée par les Jeunes Européens France

Développé depuis plusieurs années par les Jeunes européen France, l'opération « L'Europe à l'Ecole » vise à sensibiliser les jeunes des écoles primaires, collèges et lycées sur les grandes problématiques européennes en leur expliquant, de façon pédagogique et ludique, ce qu'est l'Europe et quelle la place chacun occupe dans l'aventure européenne, (www.jeunes-europeens.org)

> L'opération « Citoyens européens, débattons ! » proposée par l'association Eveil

Pendant la semaine du Printemps de l'Europe, l'association **Eveil**, dont l'objet est « d'éveiller les jeunes à leur rôle de citoyens en les informant sur leur environnement et sur les grands enjeux du monde contemporain » organise plus de 100 rencontres dans les lycées de 10 académies avec au total une cinquantaine d'étudiants européens venus en France dans le cadre du programme d'échanges européens ERASMUS. A partir de l'expérience concrète de ces jeunes européens qui ont pu venir étudier en France grâce à l'Europe, cette opération permettra aux lycéens de rencontrer et d'échanger librement sur l'Europe et la constitution, (www.europe-citoyens.fr)

> Le Parlement européen des Jeunes

Dans le cadre de la campagne d'information sur le Traité Constitutionnel, le **Parlement européen des jeunes** va conduire plusieurs actions auprès des lycéens. A Paris, le PEJ-France organisera, le 17 mars, jour du Printemps de l'Europe, une action inter-lycienne autour d'un concours sur le contenu de la Constitution. Chaque lycée parisien souhaitant participer devra constituer une équipe de 10 jeunes qui devra commenter un article du Traité Constitutionnel de leur choix. (www.pej-France.org)

> L'association européenne des enseignants

Créée en 1957, l'AEDE est une association présente dans 22 pays européens et regroupant plus de 20 000 enseignants, chefs d'établissement, inspecteurs et éducateurs, de l'école maternelle à l'Université. Au cours des prochains mois, l'AEDE-France propose d'organiser pour les enseignants et futurs enseignants de toutes disciplines, dans les différentes Académies, des exposés suivis de débats sur la citoyenneté européenne et la Charte des droits fondamentaux de l'Union Européenne et la présentation du Traité constitutionnel européen : Pourquoi un Traité constitutionnel ? Qu'apporte ce Traité ? Elle organise par ailleurs le 23 mars à Nantes un forum consacré à l'idée d'Europe dans l'enseignement secondaire. (www.aede-France.org)

> Des initiatives originales à l'Université

Dans le cadre d'un **partenariat entre le CNOUS et la Mission Europe du Ministère des Affaires étrangères**, une semaine « Cuisine d'Europe » sera organisée au printemps au sein des CROUS. Cette semaine sera l'occasion d'organiser **des rencontres avec les étudiants de l'UE inscrits en France** et de sensibiliser les étudiants à l'actualité européenne.

Enfin, le ministère de l'Education Nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche soutient le projet de l'association « **Territoires de France : témoins d'Europe** », qui organise dans plusieurs universités à travers la France des **journées d'étude et de réflexion sur la présence et le rôle de l'Europe au cœur des régions françaises**. Au terme des journées d'étude, l'association réunit les étudiants Erasmus de chaque région pour leur décerner le label « ambassadeur de l'Europe ».



Les supports d'information disponibles sur l'Europe à l'école et à l'université

Dans le cadre du dispositif d'information sur la Constitution européenne, et en vue de contribuer à l'explication auprès des jeunes élèves et étudiants, des enjeux européens et du texte du traité constitutionnel, le gouvernement a souhaité diffuser un certain nombre de supports d'information auprès du public jeune. L'objectif est que tous les lycées et les universités consacrent un « espace information Europe » dans les centres de documentation et les bibliothèques.

> La diffusion des outils d'information sur la Constitution

A l'initiative du ministère délégué aux Affaires européennes, le traité constitutionnel, ainsi que la brochure « L'essentiel sur l'Europe », seront très prochainement diffusés dans 5 000 bibliothèques universitaires et centres de documentation et d'information des lycées.

> Un partenariat avec la Commission européenne

En complément, dans le cadre du partenariat stratégique avec la Commission européenne, et le Parlement européen, une série de documents vont être diffusés :

750 000 exemplaires de la brochure d'information « Pour une Constitution » éditée par la Commission européenne seront adressées à tous les lycéens de France et aux classes internationales des collèges au cours du mois de mars ;

en complément, 7 000 exemplaires de la cassette vidéo réalisées par la Commission européenne présentant le traité constitutionnel seront diffusés à tous les lycées et collèges.

> La diffusion d'un numéro spécial de la revue pédagogique *Textes et Documents pour la classe*

Un numéro spécial de la revue pédagogique *Textes et Documents pour la classe (TDC)* édité par le CNDP avec le soutien du ministère de l'Éducation nationale est consacré au Traité constitutionnel. Il sera diffusé à 43 000 exemplaires, dont environ 40 000 diffusés gratuitement dans les lycées généraux, technologiques et professionnels publics et privés sous contrat. Ce numéro spécial est destiné aux professeurs et offre des pistes pédagogiques pour informer les élèves sur l'Europe.

> Partenariat CNOUS /Parlement européen

En partenariat avec le CNOUS et le Parlement européen, une invitation à s'informer sur les enjeux du traité constitutionnel sera diffusée dans l'ensemble des restaurants universitaires : 2,2 millions de serviettes de table, logotisées à cet effet, seront distribuées du 4 au 8 avril prochain.

> L'information sur Internet

Le Centre d'information sur l'Europe - Sources d'Europe, créé par le gouvernement français et la Commission européenne, prend pleinement part au travail d'explication sur la Constitution européenne avec l'ouverture du site www.constitution-europeenne.fr, spécifiquement consacré au traité constitutionnel.

Il conjugue trois approches qui permettent à l'internaute de **comprendre, de s'informer et de débattre** du traité constitutionnel : comprendre, grâce à de nombreuses informations claires et détaillées, les enjeux du débat, s'informer sur l'actualité européenne, débattre, et faire entendre sa voix dans un forum en ligne.

La rubrique Europe du ministère de l'Éducation Nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche

Le ministère a choisi de privilégier son site www.education.gouv.fr pour les actions d'information sur l'Europe. Ce site reçoit 1 500 000 visiteurs mensuels.

Créée en 2004 à l'occasion de l'élargissement de l'Europe, la rubrique Europe s'est considérablement enrichie cette année et offre toutes les pistes d'information et d'actions qui pourraient intéresser les élèves, les étudiants et les enseignants. Par ailleurs, sur chaque site académique, une rubrique est consacrée à l'Europe.

Actions d'information du Bureau d'Information pour la France du Parlement européen sur la Constitution

Les lundis et jeudis de la Constitution

Conférences thématiques mensuelles à l'intention des citoyens, organisées par le Bureau de Paris, l'antenne de Marseille et les vingt cercles des Amis de la Constitution en province sur la Constitution en présence de députés européens, de professeurs d'université...

Via internet, le Bureau de Paris a créé un network pour dispatcher notes et brèves expliquant les arcanes du traité constitutionnel. Plus de 200 fiches ont été ainsi diffusées et à leur tour répercutées. D'autre part, "les 100 brèves" ont servi à effectuer des mises au point ponctuelles sur des questions controversées ou sur des interprétations erronées du projet de traité.

Séminaires Constitution

- Presse : Ouest-France, L'Humanité, l'Unio, Radio France, France Bleu Champagne et Périgord à Strasbourg ;
- Multiplicateurs d'opinion : élus locaux, syndicats, associations, relais et réseaux à Bruxelles.

Campagnes d'affichage

- Gares

Une campagne d'affichage en partenariat avec la Commission européenne et le gouvernement. "Informez-vous avant de voter" dans plus de 600 gares de France échelonnée entre le 14 avril et le 8 mai 2005 sur les quais, halls et couloirs; soit 7 600 affiches couvrant 55 départements (350 gares en province, 275 en Ile-de-France), (format 80 x 120 et 120 x 174 cm).

- Métro

Une campagne Parlement européen via des oriflammes (4 520 affiches au format 39 x 32) suspendues au plafond des rames du métro Paris / banlieue / Ile-de-France du 18 au 24 avril 2005 avec le logo de la Constitution et indication du site internet et numéro de téléphone "Constitution" vue par 7 millions d'usagers.

Une campagne PE/Gouvernement/Commission "Informez-vous avant de voter" sur les quais du métro de Lille du 18 avril au 4 mai (80 affiches de 120 x 174 cm), Lyon du 14 avril au 4 mai (72 affiches de 120 x 174 cm), Marseille du 20 au 26 avril (184 affiches de 120 x 174 cm), Paris du 25 avril au 8 mai (510 affiches de 400 x 300 cm), Rennes du 11 au 27 avril (25 affiches de 120 x 174 cm) et Toulouse du 18 avril au 8 mai (54 affiches de 120 x 174 cm), soit 925 affiches.

Campagne dans les Universités

Du 14 au 18 avril 2005, le Bureau de Paris a lancé une action d'information dans les 286 restaurants universitaires fréquentés par près de 2 millions d'étudiants avec distribution de serviettes de table sur lesquelles figuraient le logo et l'adresse du site internet de la Constitution. Cette distribution a été accompagnée d'une diffusion du texte intégral du traité et le cas échéant de la résolution du PE. 5 000 affiches

"Constitution" (40 x 60cm) ont été apposées dans les halls d'accès et les maisons de l'Europe, InfoPoints, Carrefours ruraux ont tenu des stands d'information avec exposition sur la Constitution à l'entrée de nombreux restos U. Les jeunes européens sont venus nous prêter main forte pour la distribution dans les restos U parisiens et franciliens.

Publications

- Texte du Traité. Le Bureau de Paris a commandité l'insertion de 7 suppléments sur le traité constitutionnel (version intégrale, extraits avec commentaires) dans plusieurs journaux : l'Hémicycle : 300 000 ex, La Provence : 10 000, le groupe Midi-Libre : 10 000 (l'Indépendant : 8 000, Centre presse : 2 000), Paris-Normandie : 10 000, Télégramme de Brest : 8 400 et s'est associé dans le cadre du Collectif Europe aux opérations Ouest-France et Dauphiné Libéré.
- Résolution PE/Constitution + exposé des motifs (100 000) ;
- Texte Constitution + résolution PE (100 000) ;
- Dépliant : Comprendre le projet de Constitution européenne (200 000) ;
- Le projet de traité établissant une Constitution pour l'Europe (tirage format journal Hémicycle) (200 000) ;
- Le projet de traité établissant une Constitution pour l'Europe (version 4 parties + protocole + annexes + résolution PE, format A4, Hémicycle) (100 000) ;
- Une Constitution pour l'Europe, édition Dalloz, partie I, II et III et introduction Olivier Duhamel et Bureau de Paris (150 000) ;
- Affiches : Constitution, 4 visuels : logo constitution (10 000) signature traité à Rome (1 000), 50 articles constitution (80 panneaux), Informez-vous avant de voter (10 000) ;
- Autocollants "Amis de la Constitution" (10 000) ;
- Cartes sites web : Constitution (50 000).

Foires

En 2005, priorité aux Etudiants avec un partenariat conclu avec l'Etudiant pour participer à 10 salons, 2 à Paris, 8 en régions "L'Europe des Jeunes passe au salon" avec remise de trophées aux établissements scolaires ou universitaires dont les actions à caractère européen/international méritent d'être soulignées (Paris, Caen, Lille, Lyon, Marseille, Montpellier, Orléans, Poitiers, Rennes), soit près de 2 millions de visiteurs.

En régions, participation systématique dans les grandes foires et expositions internationales avec l'aide pour l'animation des relais et réseaux européens (Maisons de l'Europe, Info Points et Carrefours ruraux) : 18 salons par an (Arras, Besançon, Caen, Douai, Laval, Le Havre, Limoges, Lyon, Montpellier, Nancy, Perpignan, Rouen, Toulouse, ...) ce qui représente quelques 3 millions de visiteurs.

Jean-Guy GIRAUD
Directeur du Bureau d'information
en France du Parlement européen

« **Mieux comprendre l'Europe** »

Campagne d'information sur l'Europe organisée par *Civisme et Démocratie* (CIDEM)



L'EUROPE FAIT SON TOUR DE FRANCE

A la rencontre des Français pour parler d'Europe

Samedi 2 avril – vendredi 29 avril 2005

En partenariat avec

*Ministère des affaires étrangères
Ministère délégué aux affaires européennes
Commission européenne*

Le 10/03/2005

L'association Civisme et démocratie - CIDEM regroupe aujourd'hui 11 associations¹ très diverses par leur champ d'actions et leurs origines, unies par la même volonté de contribuer à l'épanouissement de citoyens autonomes, solidaires et responsables. Ce collectif d'associations s'est fixé pour but d'éduquer au civisme et à la citoyenneté, de soutenir les initiatives associatives dans le domaine du civisme et de mener des campagnes d'intérêt général.

L'Europe fait son tour de France

la participation des citoyens français à la construction européenne

Le CIDEM organise en avril 2005, en partenariat avec le Ministère des affaires étrangères, le Ministère délégué aux affaires européennes et la Commission européenne, une opération d'information sur l'Europe intitulée « L'Europe fait son tour de France ».

Trois BUS sillonneront la France :

- trois bus floqués aux couleurs de l'Europe (double-étage), équipés pour permettre l'accès au public : espace multimédia permettant l'accès aux sites Internet sur l'Europe, salle pour la projection de films, espace discussion, espace documentation ;
- 60 villes entre 30 000 et 150 000 habitants visitées entre le samedi 2 avril et le vendredi 29 avril 2005 ;
- plusieurs lieux d'animation par ville : place publique, quartier, marché, centre commercial, structure d'accueil de jeunes (centre social, maison des jeunes),... ;
- dans chaque bus :
 - quatre jeunes animateurs (profil : entre 25 et 28 ans, investis dans le secteur associatif et intéressés par les questions européennes).
 - des outils d'information sur l'Europe : dépliants, affiches, livrets, films, et l'intégralité du Traité constitutionnel.
 - les sites Internet sur l'Europe consultables dans les Bus
- objectifs : dans un esprit pluraliste, susciter des débats citoyens en informant sur la construction de l'Europe et son impact sur la vie quotidienne des Français, et encourager les Français à voter lors du référendum du 29 mai sur la Constitution européenne.

Les associations spécialisées sur les questions européennes, les réseaux d'information Europe et toutes les autres associations et institutions qui le souhaitent seront étroitement associées à l'animation et à la programmation de l'opération.

¹ Anima'fac, ATD Quart Monde, Comité Français pour l'UNICEF, Confédération des MJC de France, Fédération des Centres Sociaux et Socioculturels de France, France Nature Environnement, Ligue des Droits de l'Homme, Ligue de l'Enseignement, MRJC, MRAP, Scouts de France (Scoutisme français)

Le 10/03/2005

Les Parcours

DATE	PARCOURS CASSIOPEE	PARCOURS PERSEUS	PARCOURS ANDROMEDE
lundi 4 avril	SAINT-MALO	CRETEIL	CANNES
Mardi 5 avril	SAINT-BRIEUC	EVRY	GRASSE
Mercredi 6 avril	QUIMPER	VERSAILLES	AIX EN PROVENCE
Jeudi 7 avril	VANNES	NANTERRE	AVIGNON
Vendredi 8 avril	SAINT NAZAIRE	SAINT DENIS	NIMES
lundi 11 avril	CHOLET	CERGY	BEZIERS
Mardi 12 avril	LA ROCHE-SUR-YON	BEAUVAIS	CARCASSONNE
Mercredi 13 avril	NIORT	ROUEN	PERPIGNAN
Jeudi 14 avril	LA ROCHELLE	AMIENS	TARBES
Vendredi 15 avril	ANGOULEME	VALENCIENNES	BAYONNE
Lundi 18 avril	POITIERS	CHARLEVILLE-MEZIERES	MONTAUBAN
Mardi 19 avril	CHATEAUROUX	CHALONS-EN-CHAMPAGNE	ALBI
Mercredi 20 avril	BOURGES	METZ	AURILLAC
Jeudi 21 avril	TOURS	NANCY	LIMOGES
Vendredi 22 avril	BLOIS	EPINAL	CLERMONT-FERRAND
Lundi 25 avril	ORLEANS	COLMAR	VALENCE
Mardi 26 avril	LAVAL	BELFORT	CHAMBERY
Mercredi 27 avril	CAEN	BESANCON	ANNECY
Jeudi 28 avril	EVREUX	DIJON	BOURG EN BRESSE
Vendredi 29 avril	CHARTRES	TROYES	MACON

Le 10/03/2005

Liste des 39 relais « Europe Direct » conventionnés par la Commission européenne

Alsace

- Centre d'information sur les Institutions Européennes, Strasbourg

Aquitaine

- Centre Information Jeunesse Aquitaine, Bordeaux
- Chambre régionale d'Agriculture d'Aquitaine, Bordeaux

Auvergne

- Conseil général de la Haute-Loire, Le Puy-en-Velay
- Chambre régionale d'agriculture, Clermont-Ferrand
- Comité d'expansion économique, Aurillac

Basse-Normandie

- Centre régional d'Information jeunesse Basse-Normandie, Caen
- Carrefour rural européen des Acteurs normands (CREAN), Vire

Bourgogne

- Conseil régional de Bourgogne, Dijon
- Conseil général de la Nièvre, Nevers

Bretagne

- Maison de l'Europe de Brest et de Bretagne Ouest, Brest
- Conseil régional de Bretagne, Rennes

Centre

- Chambre régionale d'agriculture – Région Centre, Orléans
- Centre d'information jeunesse – Région Centre, Orléans

Champagne-Ardenne

- Centre régional d'information jeunesse

Corse

- L'Europe en Corse, Ajaccio
- Centre régional d'information jeunesse, Bastia

Franche-Comté

- Info-Point Europe, Besançon

Haute-Normandie

- Conseil Régional de Haute-Normandie, Rouen

Ile-De-France

- Yvelines Information Jeunesse, Versailles
- Centre d'information jeunesse du Val-d'Oise, Cergy-Pontoise

Languedoc-Roussillon

- Agence de développement rural Europe et Territoires (ADRET), Prades
- Maison de l'Europe, Montpellier

Limousin

- Maison de l'Europe, Limoges

Lorraine

- Carrefour des Pays Lorrains, Colombey-Les-Belles
- Centre régional interassociatif de soutien technique aux échanges européens en Lorraine (CRISTEEL), Nancy

Midi-Pyrénées

- Information musique animation, Auch
- Maison de l'Europe de Toulouse, Toulouse

Nord-Pas-de-Calais

- CEFORX, Saint-Laurent-Blangy
- Maison de l'Europe de Dunkerque, Dunkerque
- Espace régional européen, Lille

Pays-de-la-Loire

- Relais information Europe-Direct, Nantes

Picardie

- Info Point Europe Amiens Picardie, AMIENS

Poitou-Charente

- Centre information jeunesse, Angoulême
- Association Poitou-Charente Europe, Futuroscope, Chasseneuil

Povence-Alpes-Côte d'Azur

- Foyer rural CEPAGE, Puget-Théniers
- Centre régional information jeunesse, Marseille

RHONE-ALPES

- EuropeInfo, Lyon
- Université Jean Monnet, service universitaire de la formation continue, Saint-Étienne

L'Europe dans les programmes scolaires

Classe de quatrième ¹

Histoire :

I – Les XVII^e et XVIII^e siècles : 1. Présentation de l'Europe moderne (3 à 4 heures) : « à partir de cartes, le professeur met en évidence les contrastes politiques, économiques, sociaux, culturels et religieux de l'Europe. Dans le domaine artistique, c'est à partir de quelques exemples qu'est montrée la coexistence des tendances baroque et classique ».

II – La période révolutionnaire : 2. Les transformations de l'Europe (2 à 3 heures) : « une comparaison entre la situation de l'Europe à la fin du XVIII^e siècle et celle de 1815 conduit à mettre en évidence les transformations de tous ordres introduites par la période révolutionnaire et impériale dans les structures politiques et la société ainsi que les aspirations nées des idées nouvelles ».

III – L'Europe et son expansion au XIX^e siècle (16 à 18 heures)

Géographie :

I – Le continent européen : 1. diversité de l'Europe (4 à 6 heures) : « l'Europe est d'abord située sur le planisphère. Les cartes des États, du peuplement, des langues et des religions permettent de présenter la mosaïque européenne. On localise les grands ensembles du relief, les grands fleuves, les principaux domaines bioclimatiques et on les met en rapport avec l'urbanisation et les réseaux de communication pour expliquer les paysages et la structuration de l'espace européen ».

II – Quelques États (12 à 13 heures). « On étudiera au moins trois États au choix dans la liste suivante : l'Allemagne, la Russie, le Royaume-Uni, un État de l'Europe méditerranéenne ».

ECJS :

I – Les droits de l'homme et l'Europe (5 à 7 heures)

Les fondements d'une citoyenneté européenne

II – Des valeurs communes (2 à 3 heures) : « les pays qui constituent l'Union européenne se reconnaissent dans les valeurs

(1) *Source* : programmes de 5^e et 4^e.

démocratiques, dans la défense des droits de l'homme et des libertés fondamentales. La Convention européenne des droits de l'homme exprime ce patrimoine commun ».

III – Des identités nationales (2 à 3 heures) : « chaque État, selon son histoire et sa culture, met en œuvre des principes communs dans des institutions différentes. Des exemples de cette diversité peuvent être pris à propos des systèmes éducatifs, de la place des minorités, de la laïcité, de la justice dans différents pays européens... »

IV – Une citoyenneté européenne (1 heure) : « l'Union a une citoyenneté qui suppose des droits communs dans les pays membres comme la libre circulation des personnes. Cette citoyenneté se concrétise par le droit de vote dans les élections européennes et municipales ».

Classe de troisième ¹

Histoire :

La crise des années 1930, à partir des exemples de la France et de l'Allemagne (6 à 7 heures) : « ces deux exemples permettent, dans un cadre européen, de présenter une vue d'ensemble des crises des années 1930 ».

Géographie :

L'Union européenne (6 à 7 heures) : « Après l'étude (...) des origines et des grandes étapes de la construction européenne, on insiste ici sur l'originalité de ce pôle constitué d'une association d'États indépendants. Sans décrire les institutions de l'Union européenne, on présente sa puissance économique et commerciale, sa volonté inégalement partagée d'élargissement et d'approfondissement, le rayonnement mondial des États qui la composent, les limites de son poids politique. »

ECJS :

L'organisation des pouvoirs de la République (8 à 10 heures) :
3. Les institutions françaises et l'Union européenne : « les principales institutions européennes sont présentées (Conseil des ministres, Commission européenne, Parlement, Cour de justice). À l'aide d'un exemple (politique agricole commune, politique de l'environnement etc.), les étapes de la construction européenne sont mises en évidence. »

(1) *Source* : BO n° 10 du 15 octobre 1998.

Classe de première S ¹

Géographie :

L'Europe, la France

I – L'Europe des États et des régions (10 heures) : 1. Qu'est-ce que l'Europe ? ; 2. L'Europe des États et l'Union européenne ; 3. Le fait régional : une région en France ou dans un autre État de l'Union.

II – Réseaux et flux en Europe et en France (8 heures) : 1. Les réseaux urbains et de communication ; 2. La mobilité des hommes.

Classe de première L et ES ²

Géographie :

L'Europe, la France

Introduction : qu'est-ce que l'Europe (3 heures) : « interrogation sur les fondements de l'identité européenne, sur la diversité des facteurs d'un peuplement inégal et sur la difficulté de fixer les limites de l'Europe ».

I – L'Europe des États (12 heures) : le morcellement en États et les grands ensembles géopolitiques ; une communauté d'États en débat : l'Union européenne ; deux États dans l'Union européenne au choix (l'Allemagne ou le Royaume-Uni, l'Espagne ou l'Italie).

II – Réseaux et flux en Europe et en France (10 heures) : la métropolisation et les réseaux urbains ; les réseaux de communication et les flux de transports ; la mobilité des hommes (les trois thèmes étant traités « à l'échelle européenne et de la France »).

IV – Les régions en France et en Europe (8 heures) : le fait régional : une région d'Europe ; disparités régionales en France et en Europe.

Classe de terminale S ³

Géographie :

I – Un espace mondialisé (10 heures) : 1. Les centres d'impulsion et les inégalités de développement : « l'espace mondialisé est dominé par trois grands centres d'impulsion, dont l'Union européenne qui fait ici l'objet d'une prise en compte particulière ».

(1) *Source* : BO n° 7, 3 octobre 2002.

(2) *Source* : BO n° 7, 3 octobre 2002.

(3) *Source* : BO n° 7, 3 octobre 2002.

Classe de terminale L et ES ¹

Géographie :

– Les trois grandes aires de puissance dans le monde (22 heures) : l'Union européenne : la puissance économique de l'Union européenne ; l'Europe rhénane.

Classes de terminale générale ²

ECJS :

Thème n° 3 : La citoyenneté et la construction de l'Union européenne.

« La citoyenneté s'est construite historiquement dans le cadre national. Le projet européen, depuis un demi-siècle, a conduit à la construction d'institutions qui sont aujourd'hui à l'origine de nombreuses décisions de notre vie collective. Une grande partie du droit national, dans les pays de l'Union européenne, est désormais de source européenne. D'un point de vue juridique, il n'existe pas aujourd'hui de citoyenneté européenne indépendante de la citoyenneté nationale ; d'un point de vue politique, tout ce qui donne une réalité concrète au principe de citoyenneté reste, pour l'instant et pour l'essentiel, national. L'Union européenne crée un niveau d'institutions supérieur et complémentaire aux institutions nationales. Elle amène à repenser les questions de la souveraineté, de l'égalité, de la liberté, de la sécurité, par exemple dans le domaine de l'économie, de l'harmonisation des législations, de l'ouverture des frontières et de la circulation des personnes et des biens, de la construction de forces armées plurinationales.

– L'Union européenne fait-elle évoluer la définition de l'exercice traditionnel de la citoyenneté ? Dans quelle mesure le développement des institutions politiques européennes se conjugue-t-il avec le développement d'une véritable citoyenneté européenne ?

– Une citoyenneté européenne supposerait-elle d'aller plus loin que la simple addition des citoyennetés nationales ? Implique-t-elle la constitution d'un espace public européen ?

– L'élaboration de cette citoyenneté est-elle compliquée par la poursuite de l'élargissement de l'Union européenne ? Sur quels fondements et dans quelles limites cet élargissement est-il possible ?

– La citoyenneté européenne requiert-elle, à terme, la construction d'un État européen souverain ? «

(1) *Source* : BO n° 7, 3 octobre 2002.

(2) *Source* : Programmes d'Éducation civique, juridique et sociale, classe de terminale.

Baccalauréat professionnel ¹

Histoire, terminale :

I – L'évolution des rapports de puissance dans le monde depuis le milieu du XIX^e siècle : « on montre par la comparaison de situations à des moments significatifs : le monde dominé par l'Europe à la fin du XIX^e siècle... »

II – Territoires et nations en Europe depuis le milieu du XIX^e siècle.

III – Démocraties et dictatures : 1. Les régimes autoritaires en Europe au XIX^e siècle ; 2. Les régimes totalitaires en Europe au XX^e siècle.

Géographie, première :

La France en Europe et dans le monde

Géographie, terminale :

Le monde d'aujourd'hui :

L'Europe : 1. Les territoires : des espaces diversifiés ; 2. L'Union européenne : « On analyse le fonctionnement de l'espace européen (centre, périphérie occidentale, orientale, méditerranéenne et septentrionale). Diversité et disparité de l'espace européen. On aborde les relations de l'Union européenne avec le reste de l'Europe. Il s'agit de mettre en évidence les effets des changements géopolitiques survenus depuis 1989 ».

(1) *Source* : Programmes.

Table des matières

Lettre de mission	5
Résumé	7
Introduction La fracture européenne	13
Première partie	
Répondre à un constat d'échec par un changement d'échelle des politiques d'information sur l'Europe	17
Chapitre I ^{er}	
Le constat	
Un échec patent des politiques d'information et de communication sur l'Europe	19
Un déficit d'information	19
Les raisons d'un échec	20
– <i>Des moyens budgétaires limités</i>	20
– <i>Des campagnes tardives</i>	21
– <i>Un impact limité</i>	21
– <i>Un contexte peu propice à la pédagogie</i>	21
Un contre-exemple à suivre : la campagne d'information sur l'euro	23
Des médiateurs défaillants : la persistance de trois malentendus	25
– <i>La défaillance des élus : « L'Europe ne fait pas l'élection »</i>	25
– <i>La défaillance des médias : « L'Europe ne fait pas vendre »</i>	26
– <i>La défaillance des enseignants : « L'école n'a pas à faire la propagande de l'Europe »</i>	30
Un déficit d'image	31
« L'Europe, c'est compliqué »	32
– <i>Le « modèle » européen ne correspond pas aux repères nationaux</i>	32
– <i>Les affaires européennes sont réservées à une élite</i>	33
– <i>L'Europe serait technocratique</i>	34
« L'Europe, c'est loin »	34
– <i>Les affaires européennes restent considérées comme des affaires étrangères</i>	34
Dans les structures gouvernementales	34
Au Parlement	35
Dans les médias	36
– <i>La construction européenne est abstraite et éloignée de la vie quotidienne</i>	37
« L'Europe, c'est une contrainte »	37
« L'Europe, c'est une menace »	38

Chapitre II	
L'enjeu	
Changer d'échelle et promouvoir une information de masse	41
La construction européenne ne peut plus se poursuivre sans l'adhésion des citoyens au projet européen	41
Une situation comparable dans les vingt-cinq pays de l'Union	41
– <i>Des taux d'abstention croissants aux élections européennes</i>	41
– <i>Un niveau d'information décroissant sur les affaires européennes</i>	42
Des relais d'information trop nombreux, qui n'atteignent pas leurs objectifs	43
– <i>La dispersion des relais d'information sur l'Europe</i>	43
Le réseau coordonné par la Commission européenne	43
Le réseau coordonné par les pouvoirs publics français	44
Quelles perspectives ?	44
– <i>Une information destinée à un public déjà convaincu</i>	45
Une urgence : incarner l'Europe auprès du grand public	45
Une méthode pour pérenniser la politique d'information des Français sur l'Europe	46
– <i>Définir, au niveau de l'Union européenne, une stratégie d'information et de communication sur l'Europe</i>	46
Les rapports récurrents du Parlement européen	47
L'annonce d'un Livre blanc de la Commission sur la stratégie d'information et de communication	48
– <i>Favoriser la participation de tous les acteurs</i>	50
– <i>Amplifier la diffusion de l'information</i>	51
Développer une information de masse pour atteindre le « grand public »	52
– <i>Diversifier les supports</i>	52
– <i>Dépasser la logique institutionnelle</i>	53
– <i>Rendre l'Europe plus attractive auprès des citoyens</i>	54
Les trois leviers de changement	55
– <i>Le levier de la formation</i>	55
– <i>Le levier de la médiatisation</i>	56
– <i>Le levier de la proximité</i>	56
Seconde partie	
Mettre la France à l'heure de l'Europe	59
Chapitre I ^{er}	
Les Français et l'Europe	
« Je t'aime, moi non plus... »	61
Un besoin d'Europe	61
L'attachement des Français à la construction européenne	61
– <i>L'appartenance de la France à l'Union européenne est jugée globalement positive</i>	61
– <i>Le maintien des clivages sociaux et générationnels sur la question européenne</i>	62
Les Français en quête d'une Europe « utile »	63
– <i>Des attentes clairement exprimées</i>	63
– <i>L'Europe ne doit pas empiéter sur les compétences nationales</i>	63
– <i>Une inquiétude persistante : la remise en cause de l'État providence</i>	64
Une forte demande d'information sur l'Europe	65
Les Français s'estiment mal informés sur l'Europe	65

– Des connaissances lacunaires	65
– L'existence d'une corrélation entre le niveau d'information et le soutien à la construction européenne	66
Des émetteurs multiples, une responsabilité partagée	67

Chapitre II

Des campagnes d'information sur l'Europe	
« Parce qu'il le faut bien... »	69
Une accélération des campagnes mais l'absence de structure d'information pérenne	69
Des initiatives utiles mais éphémères	69
– <i>Le Dialogue national sur l'Europe (1996 -1997)</i>	69
– <i>Le Débat sur l'avenir de l'Europe (2001)</i>	70
En France	70
Dans les pays de l'Union	71
Les campagnes thématiques	71
– <i>Une campagne réussie : le passage à l'Euro</i>	71
– <i>Une occasion manquée : la campagne d'information sur l'élargissement</i>	73
Des contextes peu propices à l'information et à la pédagogie	76
Les campagnes menées à l'occasion des élections européennes ne parviennent pas à enrayer une abstention croissante	76
– <i>La campagne pour les élections européennes de 2004</i>	76
Les contraintes juridiques et politiques très strictes imposées lors des campagnes référendaires sur les traités européens	77
– <i>Le traité de Maastricht (1992)</i>	77
– <i>La campagne référendaire sur le Traité constitutionnel européen</i>	77
Le dispositif d'information déployé par le Gouvernement	77
La création d'une « Mission Europe », le temps du référendum	78

Chapitre III

Les relais d'information sur l'Europe	
« Y a-t-il un pilote dans l'avion ? »	83
Un morcellement des structures d'information	83
Au niveau national	84
– <i>Les bureaux de représentation des institutions de l'Union européenne</i>	84
Le Bureau de représentation de la Commission européenne	84
Le Bureau d'information du Parlement européen	84
– <i>Sources d'Europe</i>	84
Au niveau local	87
– <i>Les relais conventionnés par la Commission européenne</i>	87
Jusqu'à la fin de l'année 2004	87
La restructuration des relais et l'installation du réseau « Europe Direct » en avril 2005	88
Les guichets d'information sur l'Europe (Guid'Europe)	88
Le rôle des préfetures de région et les conseils régionaux	88
Un foisonnement des initiatives	89
La diversité du paysage associatif	89
– <i>L'engagement historique du mouvement associatif en faveur de la construction européenne</i>	89
Le Mouvement européen	89
Les maisons de l'Europe	90
– <i>L'émergence de nouvelles formes d'actions associatives</i>	91
EuropaNova	91

Café Babel (association Babel international)	92
– <i>Les fondations et clubs de réflexion</i>	92
La fondation Robert Schuman	92
Europartenaires	93
Le groupe des Belles Feuilles	93
La contribution des associations au développement d'une conscience européenne	94
– <i>Europe et civisme : le rôle du CIDEM</i>	94
– <i>La consultation des acteurs associatifs</i>	95
Le rôle du Conseil national de la vie associative (CNVA)	95
Le dialogue civil sur les questions européennes	95
Le soutien financier aux projets associatifs	96
– <i>Les principaux programmes européens</i>	96
Le programme pour la citoyenneté européenne active	96
Le programme « Prince »	97
– <i>Les difficultés d'accès aux financements européens</i>	98
L'Europe dans la vie économique et sociale	99
Le rôle du Conseil économique et social	99
La dimension européenne de l'action syndicale	100
L'implication des organisations professionnelles	103
Chapitre IV	
L'Europe à l'école	
La clé du problème	105
La dimension européenne est désormais inscrite dans les programmes scolaires	105
– <i>En français et dans les disciplines artistiques</i>	105
– <i>En histoire</i>	105
– <i>En géographie</i>	106
– <i>En éducation civique</i>	106
– <i>En langues vivantes</i>	107
Dans la pratique, cependant, l'acquisition des connaissances fondamentales sur l'Europe n'est garantie ni chez les élèves ni chez les professeurs	107
Les élèves ont des connaissances très insuffisantes sur l'Europe	107
– <i>Les sections européennes et de langues orientales n'ont d'européennes que le nom</i>	108
– <i>L'enseignement des langues ne donne pas de résultats convaincants</i>	109
La formation des professeurs aux questions européennes est quasiment inexistante	111
– <i>La formation initiale</i>	111
– <i>La formation continue</i>	111
Les perspectives ouvertes par la loi Fillon sur l'école	112
– <i>Intégrer l'Europe dans le socle commun des connaissances</i>	112
– <i>Développer l'enseignement des langues</i>	113
– <i>Européaniser la formation des professeurs</i>	113
L'intérêt à développer des actions parascolaires de formations sur l'Europe	113
Journées de l'Europe, printemps de l'Europe : ne pas cantonner l'Europe dans des enseignements exclusivement académiques	114
Les échanges de jeunes : ouvrir et sensibiliser à la citoyenneté européenne	116
L'action de la Ligue de l'enseignement : développer la citoyenneté européenne à la marge de l'école	116

Chapitre V

L'Europe dans les médias

Le parent pauvre... jusqu'à quand ?	119
Des progrès significatifs dans la presse écrite, mais encore timides dans l'audiovisuel	119
La presse écrite intègre progressivement la dimension européenne	119
Dans l'audiovisuel, l'Europe reste portion congrue	121
– <i>L'Europe est la grande absente des plateaux de télévision</i>	121
– <i>Une certaine coloration européenne commence à se diffuser à la radio</i>	125
La portée relative des publications spécialisées et l'audience limitée des sites web sur l'Europe	127
La portée relative des publications spécialisées sur l'Europe	127
L'audience limitée des sites spécialisés sur l'Europe	129
Une formation initiale et continue des journalistes qui reste embryonnaire	130
La formation initiale : une prise de conscience de la nécessité d'une maîtrise des questions européennes	130
La formation continue des journalistes : des questions européennes qui demeurent négligées	131

Chapitre VI

L'administration française et l'Europe

Vers une révolution culturelle ?	133
L'information et la communication sur l'Europe : des initiatives multiples, sans véritable stratégie	133
Un déficit de coordination	133
Des campagnes d'information d'envergure variable et d'efficacité limitée	138
La formation des fonctionnaires sur l'Europe	143
La formation initiale	143
– <i>Les fonctionnaires de l'État</i>	143
L'École nationale d'administration (ENA)	143
L'École nationale de la magistrature (ENM)	144
Les Instituts régionaux d'administration (IRA)	144
Les écoles relevant directement de certains ministères	144
– <i>Les fonctionnaires territoriaux</i>	145
La formation continue	146
– <i>Le Centre d'études européennes de Strasbourg (CEES)</i>	146
– <i>Les actions de formation menées par le SGC1</i>	149
La participation à la formation de fonctionnaires français	149
La formation des fonctionnaires étrangers, instrument de l'influence française	149
– <i>Les programmes de formation continue proposés par les ministères : des stages facultatifs limités à un public restreint</i>	149
– <i>L'action du CNFPT pour la formation continue des fonctionnaires territoriaux</i>	152

Chapitre VII

Une approche comparée des politiques d'information sur l'Europe, dans les autres pays de l'Union

Il n'existe pas d'exception française	155
---------------------------------------	------------

L'information sur l'Europe dans les pays de l'Union européenne	158
Conclusion	
De l'imagination et de la volonté politique	167
40 Propositions pour mieux informer les Français sur l'Europe	169
Européaniser la vie publique	171
Adapter les structures gouvernementales	171
1 – Donner au ministre des Affaires européennes un véritable rôle d'impulsion et de coordination en matière de communication sur l'Europe	171
2 – Instaurer des conseils interministériels réguliers sur les affaires européennes	172
3 – Lancer, dès la rentrée 2005, une Conférence nationale du débat public sur les affaires européennes	173
4 – Confier au ministre délégué aux Affaires européennes la tenue d'une conférence de presse hebdomadaire sur l'Europe	173
5 – Européaniser la composition des cabinets ministériels	174
6 – Intégrer la dimension européenne dans l'exposé des motifs des projets de loi présentés par le Gouvernement	174
Refonder Sources d'Europe	174
7 – Transformer Sources d'Europe en un service propre du Ministre délégué aux Affaires européennes	174
Le passé	175
L'avenir	176
Impliquer davantage les parlementaires nationaux	179
8 – Organiser un débat en séance publique, avant et après chaque réunion du Conseil européen	179
9 – Prévoir des sessions de formation obligatoires à Bruxelles pour tous les parlementaires nationaux	179
10 – Adresser aux parlementaires nationaux une lettre d'information européenne du Gouvernement	180
11 – Transformer les délégations pour l'Union européenne de l'Assemblée nationale et du Sénat en commissions permanentes non législatives	180
12 – Renforcer les liens entre les parlementaires nationaux et les députés européens, par exemple en rendant possible la création de missions d'information communes entre les parlements nationaux et le Parlement européen	181
13 – Instaurer des Journées parlementaires sur l'Europe	181
Mobiliser l'administration au service de l'Europe	181
14 – Renforcer la place de la France dans le domaine de la formation au management public européen	181
15 – Instaurer un plan pluriannuel de formation continue aux questions européennes	182
16 – Valoriser l'expérience européenne dans la carrière publique	182
17 – Recenser les fonctionnaires disposant d'une expérience européenne	182
Faire de l'école le lieu d'apprentissage de la citoyenneté européenne	183
18 – Inclure les notions de base sur les institutions et la culture européennes dans le « socle commun des connaissances » inscrit dans la nouvelle loi d'orientation sur l'école	183
19 – Évaluer l'acquisition des connaissances de base sur l'Europe à l'occasion du brevet des collèges	183

20 – Ajouter la dimension européenne à l'enseignement d'éducation civique, juridique et social (ECJS)	184
21 – Former les professeurs aux questions européennes	184
22 – Distribuer le « passeport jeunes – l'Europe en poche » à tous les lycéens	184
23 – Généraliser les jumelages électroniques entre les écoles	184
Promouvoir l'esprit européen par les valeurs du sport et l'élan de la jeunesse	185
24 – Informer les jeunes sur l'Europe au cours de la Journée d'appel à la préparation de la Défense (JAPD)	185
25 – Créer un « Office européen de la jeunesse »	185
26 – Généraliser le volontariat européen en abondant son financement	186
27 – Instaurer des Jeux européens du sport scolaire	186
28 – Donner une visibilité au drapeau de l'Union à l'occasion des manifestations sportives	186
29 – Créer des « trophées européens du sport »	187
Populariser l'Europe par un traitement médiatique plus attractif et plus régulier	189
30 – Inscrire le traitement des Affaires européennes parmi les obligations du service public audiovisuel	189
31 – Assurer le développement d'Euronews en lui permettant d'accéder à la télévision numérique terrestre (TNT)	189
32 – Promouvoir l'Europe par le divertissement et la fiction	191
33 – Encourager la production de « programmes courts » sur l'Europe	191
34 – Lancer un prix « Europorter » entre les écoles de journalisme	192
Recourir aux symboles pour développer une conscience européenne	193
35 – Instaurer le double pavoiement des édifices publics	193
36 – Donner une visibilité à la Journée de l'Europe : rendre le 9 mai plus populaire, par la création d'« Eurofolies »	193
37 – Matérialiser la solidarité européenne	193
38 – Créer un timbre européen	194
39 – Créer un ordre européen de décorations	194
40 – Encourager les vœux télévisés des chefs d'État ou de Gouvernement de l'Union aux ressortissants d'autres États membres	194
Annexes	195
Annexe 1	
Liste des personnes auditionnées	197
Annexe 2	
Dispositif d'information et de communication sur le Traité établissant une Constitution pour l'Europe	207
Annexe 3	
« Mieux comprendre l'Europe »	
Campagne d'information sur l'Europe organisée par <i>Civisme et Démocratie</i> (CIDEM)	215

Annexe 4

**Liste des 39 relais « Europe Direct »
conventionnés par la Commission européenne 219**

Annexe 5

**L'Europe dans les programmes
scolaires 221**