



Comité des Régions

CIVEX-V-049

25<sup>e</sup> réunion de la commission du 22 septembre 2014

**PROJET D'AVIS**

**de la commission de la citoyenneté, de la gouvernance, des affaires  
institutionnelles et extérieures**

**«Reconnecter l'Europe avec ses citoyens:  
communiquer mieux et davantage au niveau local»**

---

Rapporteur: **Christophe ROUILLON (FR/PSE)**  
Maire de Coulainnes

---

Le présent document sera examiné lors de la réunion de la **commission de la citoyenneté, de la gouvernance, des affaires institutionnelles et extérieures** qui se tiendra le **22 septembre 2014**. En vue de leur traduction, les amendements doivent être soumis **pour le 5 septembre 2014, à 15 heures (heure de Bruxelles), dernier délai**, au moyen de l'outil de dépôt en ligne, disponible sur le portail des membres à l'adresse <http://cor.europa.eu/members>. Un guide de l'utilisateur peut être consulté à l'adresse <http://toad.cor.europa.eu/CORHelp.aspx>.

**DOCUMENT TRANSMIS POUR TRADUCTION: le 22 août 2014**

Texte de référence

**Projet d'avis de la commission de la citoyenneté, de la gouvernance, des affaires institutionnelles et extérieures –**

**«Reconnecter l'Europe avec ses citoyens: communiquer mieux et davantage au niveau local»**

**I. RECOMMANDATIONS POLITIQUES**

LE COMITÉ DES RÉGIONS DE L'UNION EUROPÉENNE,

*Principes généraux*

1. souligne que la défiance envers les institutions et la politique en général, la montée des votes eurosceptiques lors des élections européennes des 22-25 mai 2014 et un taux d'abstention historiquement élevé constituent un nouvel avertissement dont il faut tirer rapidement toutes les conséquences;
2. insiste sur le fait que réconcilier les citoyens avec l'Union européenne et stimuler leur engagement européen constituent un enjeu politique et de communication qui doit être partagé à tous les échelons de la gouvernance de l'Union et dans les territoires;
3. souligne qu'il est de la responsabilité des institutions européennes de proposer une voie nouvelle de communication en partenariat sur le projet européen pour renforcer l'adhésion citoyenne à l'UE; ce processus décentralisé et créatif doit voir les institutions s'accorder sur un concept de communication fédérateur qui valorise l'Union européenne, son identité, sa raison d'être, ses valeurs et les résultats concrets de ses politiques dans la vie des citoyens; le concept de communication doit être mis à l'écoute des préoccupations des citoyens;
4. fait remarquer que les régions et les villes ont une tradition et une expertise avérées de consultation et de dialogue avec les citoyens qui repose notamment sur des mécanismes participatifs qui sont des atouts majeurs pour la communication institutionnelle de l'UE;

*Le principe de gouvernance à plusieurs niveaux et la communication de l'Union européenne*

5. réitère que pour rapprocher l'Union européenne de ses citoyens il convient de mettre en place les conditions d'une amélioration des processus de prise de décision et d'un dialogue plus démocratique, plus transparent entre les citoyens et les institutions aux niveaux local, régional, national et européen;
6. se félicite des initiatives visant à améliorer les conditions de la participation civique et démocratique au niveau de l'UE, telle que l'initiative citoyenne européenne, et déplore la réduction du budget pour le Programme «L'Europe pour les citoyens» dans le nouveau cadre financier pluriannuel;

7. comme indiqué dans la Résolution adoptée à l'occasion du 20ème anniversaire du CdR et dans sa Charte pour la gouvernance à multiniveaux en Europe, insiste pour que l'action de l'UE soit plus proche des préoccupations des citoyens et apporte une réelle valeur ajoutée, en accord avec les principes de subsidiarité et de proportionnalité;
8. est convaincu que les autorités locales et régionales devraient se voir accorder plus de responsabilité en tant que partenaires de premier plan pour la mise en œuvre d'une communication visant à jeter des ponts entre les citoyens et l'Europe. Les membres du CdR doivent être, dans leurs circonscriptions respectives des acteurs importants de l'intégration européenne et, auprès des institutions européennes, des porte-paroles de leurs opinions publiques locales. Il serait souhaitable qu'une place leur soit réservée dans le protocole des manifestations locales et européennes;
9. estime qu'il y a lieu d'éviter la fragmentation et la multiplication des canaux, des priorités, des ressources et des styles de communication pour arriver à une meilleure coordination des stratégies, des activités de la communication des institutions et des organes de l'Union européenne;
10. fait également observer qu'il est nécessaire de faire converger les politiques spécifiques de marque de chacune des institutions européennes afin de favoriser une vision d'ensemble du projet européen par les citoyens;
11. juge nécessaire que les institutions de l'UE poursuivent leurs efforts en vue de professionnaliser et de valoriser leurs politiques de communication et de participation. La communication doit être en phase avec les intérêts des citoyens et ne pas se limiter à des campagnes institutionnelles et de dernière minute à la veille des élections européennes. À cette fin, la communication mérite d'être pilotée au plus haut niveau politique du Parlement européen, du Conseil, de la Commission européenne;

*Le «Plan de Communication 2015-2019: reconnecter l'Europe avec ses concitoyens»*

12. appelle à ce que les institutions de l'UE s'engagent en commun sur un «*Plan de communication 2015-2019: reconnecter l'Europe avec ses concitoyens*» à l'horizon des prochaines élections européennes en se fixant, autour d'axes stratégiques et d'initiatives de communication coordonnées et décentralisées, des objectifs, chiffrés et mesurables, de mobilisation et de sensibilisation des opinions publiques au projet européen;
13. souligne que ce Plan devrait abandonner l'approche descendante traditionnelle qui consiste à expliquer et «vendre» l'Europe. L'émergence d'un dialogue, avec et entre les citoyens, permettra une communication bidirectionnelle et un retour d'information en provenance du terrain;

14. propose de parvenir d'ici mai 2019 à ce qu'une majorité de citoyens interrogés estime dans les enquêtes «Standard» d'Eurobaromètre que «leur voix compte en Europe», qu'ils «comprennent les principaux processus de décision et les grandes politiques de l'UE», qu'ils soient «bien informés sur les questions européennes» et qu'ils aient «une image positive de l'UE»<sup>1</sup>;

*Contenu et narrative du Plan de Communication 2015-2019: reconnecter l'Europe avec ses concitoyens*

15. considère que le contenu de la communication de l'UE devrait être adapté aux cultures locales, tenir compte des enjeux nationaux; estime qu'il serait plus pertinent et opérationnel «d'européaniser» les sphères locales, régionales et nationales existantes plutôt que de s'efforcer de créer de manière uniforme une sphère publique européenne;
16. recommande de s'adresser prioritairement, de manière adaptée à leurs besoins et à leurs intérêts, aux jeunes, à la population croissante des personnes âgées, ainsi qu'aux habitants des espaces ruraux et périurbains ayant le sentiment d'être les oubliés de l'Europe actuelle;
17. réitère la nécessité de mettre en exergue des données factuelles concernant la portée et l'influence des politiques de l'UE sur la vie quotidienne des citoyens;
18. rappelle l'importance du multilinguisme; demande, dès lors, que les informations soient disponibles dans toutes les langues officielles de l'UE;
19. encourage l'UE à mettre en place des dispositifs pour contrer la propagation de rumeurs et de fausses informations visant à discréditer l'Europe et ses institutions en falsifiant les faits; souhaite valoriser les hommes et les femmes qui font l'Europe au quotidien et contrer la «Bruxelles bashing» des courants eurosceptiques;
20. soutient la démarche consistant à stimuler un «Récit de l'Europe» qui permettrait une réflexion dans l'opinion publique européenne sur les fondamentaux historiques, culturels, philosophiques et sociologiques de l'intégration européenne sans être pour autant ni imposé du haut vers le bas ni canalisé vers un exercice de légitimation a posteriori des politiques de l'UE;
21. propose de fortifier ce «Récit de l'Europe» par la réalisation de moyens de communication (clip, BD,...) relatant le parcours d'une famille à travers les grands événements de l'Europe et de faire figurer sur les billets de banque de la zone euro des personnalités incarnant les valeurs de l'UE;

---

<sup>1</sup> L'Eurobaromètre Standard 81 de juin 2014.

*L'organisation du Plan de Communication 2015-2019: reconnecter l'Europe avec ses concitoyens, et le rôle des communicateurs*

22. demande de réunir chaque trimestre le Groupe interinstitutionnel d'information (IGI) sous la co-présidence du Parlement européen et de la Commission, dans le cadre d'un mandat clair, pour formuler, mettre en œuvre et évaluer des priorités stratégiques communes et mieux répondre aux besoins de chaque institution en matière de communication; recommande également d'activer le groupe «Information» du Conseil afin qu'il mette en place dans chaque État membre des structures de coordination entre responsables nationaux et infranationaux de la communication sur l'UE;
23. estime que le Parlement européen a démontré la pertinence d'une campagne d'information centralisée à l'occasion des Élections européennes 2014, à laquelle le Comité des Régions s'est largement associé, mais fait observer que les opérations de communication à l'échelle du continent nécessitent de développer les coopérations décentralisées avec les régions et les communes, la société civile et les médias;
24. propose d'organiser, sur cinq ans, 500 «Dialogues citoyens» en veillant à quadriller l'ensemble du territoire de l'Europe et en évitant de se réunir systématiquement dans les grandes métropoles souvent déjà très sensibilisées à l'UE et saturées de colloques; souligne que ces rencontres citoyennes devraient associer systématiquement les Bureaux d'information du Parlement européen, les Représentations de la Commission et les collectivités territoriales qui disposent des ressources, de l'expérience et de la connaissance des spécificités locales nécessaires; ces dialogues citoyens devraient avoir lieu dans des lieux symboliques et traiter d'une politique sectorielle de l'UE, des dossiers brûlants pour une population ou une région. Les responsables politiques régionaux et locaux, en particulier les membres du CdR et les parlementaires européens, seraient sollicités pour les animer et en assurer un suivi concret;
25. appelle de ses vœux que le déplacement d'un Commissaire européen soit organisé chaque année dans chacune des 277 régions d'Europe pour écouter nos concitoyens et pour valoriser l'action de l'UE;
26. se félicite des campagnes de communication «pilotes» lancées au deuxième semestre 2014 par la Commission européenne à l'échelle de six Etats-Membres qui pourraient constituer un autre pilier du Plan de Communication 2015-2019 de l'UE en tant que campagnes de proximité démontrant les effets concrets des politiques et de la législation européenne; propose de l'élargir aux autres Etats membres, d'y associer les régions et les villes, et d'y ajouter un volet interactif;
27. appelle à ce que les services de communication institutionnelle dans les États membres (représentations de la Commission européenne, bureaux d'information du Parlement européen, centres d'information «Europe Direct») coopèrent plus activement avec les pouvoirs locaux et régionaux et leurs associations nationales afin de valoriser l'importance et

les effets des politiques européennes au niveau local et de permettre aux citoyens d'exprimer leurs préoccupations;

28. fait remarquer que les collectivités locales et régionales disposent souvent de leurs propres médias largement diffusés et susceptibles d'être utilisés pour communiquer et susciter un débat sur des informations européennes adaptées au contexte local. L'UE pourrait transmettre à ces quelque 100 000 collectivités locales des supports de communication clefs en main et sans jargon (article pour les magazines d'information, schémas, clips, ...). Les associations territoriales nationales et les délégations nationales du CdR constituent le bon point d'entrée pour établir le contact avec ce groupe cible d'autorités infranationales;
29. demande à la Commission de renforcer les obligations de communication liées à l'attribution de subventions européennes aux collectivités européennes (taille des panneaux, emplacement, logos de l'UE sur les supports de communication...). La mention « Cofinancé par l'Union européenne » devrait remplacer les sigles de type FEDER, FEADER, FSE incompréhensibles par l'homme de la rue; estime que les efforts déployés par certaines régions visant à fusionner les budgets de communication des différents programmes des Fonds structurels et d'investissement européens et à les mettre au service de campagnes plus efficaces devraient servir de modèle; recommande également de rechercher des synergies (grâce au portail «europa.eu») entre les différents projets en ligne<sup>2</sup> de la Commission européenne, des États, du Parlement, du CdR, qui s'appuient tous sur des cartes interactives présentant les projets soutenus par l'UE au niveau local;
30. recommande une utilisation renforcée et accrue des outils de communication en ligne et des médias sociaux en tant qu'outils clefs du Plan de Communication 2015-2019. Se félicite des initiatives visant à développer des méthodes novatrices de participation en ligne et de collecte des contributions des citoyens dans plusieurs États membres et souligne un énorme potentiel multiplicateur dont disposent les responsables politiques locaux et régionaux étant donné leur portée sur les réseaux sociaux;

#### *Moyens et ressources du Plan de Communication 2015-2019*

31. s'oppose à la diminution des ressources dont disposent les institutions européennes pour leur communication pour la période 2014-2020;
32. propose que 20 % du budget de communication de l'UE soit décentralisé au plan national et local, notamment vers les Centres d'information «Europe Direct» - Maison de l'Europe afin qu'ils mettent en place des coopérations structurelles avec les partenaires locaux ou régionaux et touchent un plus large public;

---

<sup>2</sup>

Sites web, portails, bases de données et d'autres outils en ligne

33. propose un renforcement des campagnes publicitaires pour valoriser l'action de l'Europe et mieux faire comprendre ses mécanismes de décision; propose de conclure des accords de partenariat avec 500 télévisions et radios locales pour organiser des débats et donner la parole à ceux qui vivent et bâtissent l'Europe au quotidien; considère que les institutions européennes devraient poursuivre leurs efforts, de façon mieux coordonnée et plus coopérative, dans la formation et sensibilisation des journalistes locaux en organisant des sessions régulières au sein des institutions européennes;
34. recommande l'élaboration de nouveaux modèles pour le cofinancement des stratégies de communication de l'UE, en lieu et place du programme de partenariat de gestion qui a été arrêté en 2013. Souligne que la structure élaborée devrait également permettre les partenariats directs avec les collectivités locales et régionales dans les États membres. Fait observer que les projets pilotes de partenariat stratégique, mis récemment en place entre représentations de la Commission et autorités régionales, pourraient servir de modèle et être appliqués à plus grande échelle à condition qu'ils comprennent des engagements financiers réciproques;
35. propose de conclure 500 partenariats stratégiques budgétisés entre les représentations de la Commission et les autorités régionales et locales dans le cadre du « Plan de Communication 2015-2019: reconnecter l'Europe avec les citoyens »;
36. souligne l'utilité des réseaux structurés, tels que la conférence annuelle EuroPCom du CdR qui réunit chaque année à Bruxelles plus de 700 communicants institutionnels, et des actions de soutien renforçant les capacités de communication des autorités locales, régionales et nationales. Propose de rassembler d'ici 2019 au moins 5000 municipalités, villes et régions « Amies de l'Europe » dans ce réseau afin de mobiliser, former et assister les responsables de la communication dans les États membres;
37. encourage les représentations institutionnelles de la Commission et du Parlement dans les États membres à organiser en région, à Bruxelles et à Strasbourg, des réunions avec les communicateurs publics et les agents des administrations publiques locales et régionales;
38. recommande d'évaluer l'impact du Plan de Communication 2015-2019 de l'UE ainsi que de réaliser plus d'enquêtes Eurobaromètre régionales qui soient déclinées au plan local et régional et de mettre en place une méthodologie commune afin de mesurer l'impact des communications sur l'UE au niveau local, en utilisant l'expertise des autorités décentralisées et leur compréhension des opinions publiques.

Bruxelles, le ...



## II. PROCÉDURE

<b>Titre</b>	Reconnecter l'Europe avec ses citoyens: communiquer mieux et davantage au niveau local
<b>Références</b>	Sans objet
<b>Base juridique</b>	Article 307 du TFUE
<b>Base réglementaire</b>	Article 41, point b), du règlement intérieur
<b>Date de la saisine du Conseil/Parlement européen</b> <b>Date de la lettre de la Commission</b>	Sans objet
<b>Date de la décision du Bureau</b>	24 juin 2014
<b>Commission compétente</b>	Commission de la citoyenneté, de la gouvernance, des affaires internationales et extérieures (CIVEX)
<b>Rapporteur</b>	Christophe ROUILLON (FR/PSE), maire de Coulaines
<b>Note d'analyse</b>	11 juillet 2014
<b>Examen en commission</b>	22 septembre 2014
<b>Date de l'adoption en commission</b>	Prévue pour 22 septembre 2014
<b>Résultat du vote en commission (majorité, unanimité)</b>	
<b>Date de l'adoption en session plénière</b>	Prévue pour les 3-4 décembre 2014
<b>Avis antérieur du Comité</b>	
<b>Date de la consultation du réseau de monitoring de la subsidiarité</b>	Sans objet