Information et communication: stratégie pour l'Union européenne

2002/2205(INI) - 02/07/2002 - Document de base non législatif

OBJECTIF : adopter une nouvelle stratégie en matière d'information et de communication pour l'Union européenne. CONTENU : à la suite d'une demande du Conseil européen et du Parlement européen, la Commission propose une nouvelle stratégie en matière d'information et de communication pour l'Union européenne. Dans sa communication, la Commission souligne l'importance d'une coopération plus étroite avec le Conseil et le Parlement européen et d'un partenariat réel avec les États membres, en vue de mieux informer les citoyens sur les questions européennes et de permettre leur participation aux débats européens. La Commission propose une double approche, articulée autour des axes suivants : - une capacité pour l'Union européenne d'élaborer et de diffuser des messages adaptés et ciblés sur ses différents thèmes d'information prioritaire. À cette fin, il convient d'améliorer la coordination entre les institutions et les États membres aux niveaux national, régional et local, pour que l'apport d'informations et la formulation et la diffusion des messages soient plus cohérents et orientés vers l'utilisateur final, qui est le grand public européen; - la mise en place d'un partenariat volontaire avec les États membres, en vue de créer une véritable synergie entre leurs structures, leur savoir-faire et les activités de l'Union européenne. La Commission reconnaît et souligne la nécessité d'une coopération plus poussée avec ses partenaires dans tous les domaines de l'information et de la communication. À cet égard, elle les invite en particulier à se pencher sur quatre dossiers-clés: l'élargissement, la justice et les affaires intérieures, l'avenir de l'Europe et le rôle de l'Union dans le monde. La stratégie proposée, professionnelle et volontariste, se base à la fois sur les évaluations internes (synthèse des tables rondes organisées par les Représentations et réponses au questionnaire des différents réseaux) et sur des études externes préalables tant sur la stratégie elle-même que sur l'état des opinions publiques européennes (''focus groups''). L'information devra être ciblée et adaptée aux réalités locales, de façon à ce que l'Europe devienne une réalité tangible pour chacun. Cette nouvelle stratégie, qui sera mise en oeuvre au travers des décisions du Groupe interinstitutionnel de l'Information (GII), implique pour chaque institution un changement de culture et des adaptations importantes, notamment en terme de coordination, en vue d'améliorer l'information au plus près des citoyens européens. Les nouvelles technologies pourront utilement contribuer à cet objectif.