

Mise en œuvre de la stratégie d'information et de communication concernant l'euro et l'Union économique et monétaire

2005/2078(INI) - 11/08/2004 - Document de base non législatif

OBJECTIF : proposer une stratégie d'information et de communication sur l'euro et l'UEM.

CONTENU : deux ans après l'introduction réussie des pièces et billets en euros dans douze États membres, l'information et la communication sur l'euro et l'Union économique et monétaire (UEM) entrent dans une nouvelle phase. La présente communication propose une stratégie d'information et de communication sur l'euro et l'UEM qui s'inscrit dans le cadre de la politique globale de communication de la Commission européenne.

L'information et la communication sur l'euro et l'UEM demeurent clairement une priorité, en particulier dans les nouveaux États membres. La stratégie visera donc, dans les États membres comme dans les pays tiers, à :

- sensibiliser le public aux conditions qui sont nécessaires au bon fonctionnement de l'UEM, par exemple des finances publiques saines et une coordination des politiques économiques;
- fournir des informations neutres et factuelles qui amélioreront les connaissances des citoyens concernant l'euro;
- contribuer à ce que la transition s'effectue sans heurts dans les États membres qui décident d'adopter l'euro;
- fournir aux médias, aux agents économiques et aux responsables dans les pays tiers les informations dont ils ont besoin concernant l'UEM, l'euro et l'économie européenne, pour leur permettre de prendre des décisions raisonnées.

La stratégie prônée repose sur quelques principes simples: décentralisation et subsidiarité, cohérence des messages et partenariat avec les États membres. Ces derniers jouent un rôle primordial dans la détermination et la réalisation des actions, tandis que la Commission stimule et coordonne les diverses activités et gère celles qui sont centralisées. Une grande partie du budget ira à des actions mises au point dans le cadre des partenariats passés avec les États membres. Eu égard à la variété des objectifs à atteindre et des messages à diffuser ainsi qu'aux différents calendriers, les actions devront s'étendre sur plusieurs années, et les ressources budgétaires permettre de couvrir toute la période. Des enquêtes régulières devront être menées pays par pays pour déterminer la portée des actions, le contenu des messages et les valeurs communiquées, et pour mesurer l'impact des campagnes et l'efficacité des outils utilisés.

IMPLICATIONS FINANCIÈRES :

Ligne budgétaire : 010204 PRINCE – Communication sur l'UEM, y compris l'euro.

Enveloppe totale de l'action : 16 mios EUR en crédits d'engagement pour la période 2004-2006.

Crédits pour 2004 : 6 mios EUR.

Détail des coûts pour 2004 :

- *Partenariat avec les États membres* (y compris programme euro/UEM de jumelage entre les anciens et les nouveaux États membres) : 3 mios EUR ;

- *Travail de réseau avec les relais d'information et les autres partenaires naturels*, y compris relations avec les agents économiques et la société civile (conférences, séminaires, expositions et manifestations publiques): 1,130 mios EUR ;

- *Enquêtes et évaluation en retour* : 600.000 EUR ;

- *Activité d'information à l'extérieur* (conférences et séminaires aux États-Unis, en Afrique, en Asie et en Amérique Latine ; suivi des médias) : 890.000 EUR ;

- *Publications et autres produits d'information* (bulletin d'informations sur support papier et électronique ; produits de relations publiques portant le symbole de l'euro ; prospectus, dépliants, affiches, etc.) : 380.000 EUR.

A noter qu'un certain nombre d'actions sans coût direct sont programmées, notamment au niveau des réseaux, qui concernent par exemple la coopération avec les centres existants d'information et de documentation de l'UE ou le développement du site internet. L'objectif est de bâtir et de gérer un réseau d'information sur la politique économique de l'UE et sur l'euro.

Il n'y a aucun impact financier sur les ressources humaines pour l'ensemble de la période 2004-2006.