Informations de base

2000/2019(COS) COS - Procédure sur un document stratégique (historique)	Procédure terminée
Union économique et monétaire UEM et l'euro: stratégie de communication et d'information d'ici 2002 **Subject** 5.20.02 Monnaie unique, euro, zone euro	

Acteurs principaux

Parlement européen

Commission au fond	Rapporteur(e)	Date de nomination
ECON Economique et monétaire	KARAS Othmar (PPE-DE)	13/12/1999

Commission pour avis	Rapporteur(e) pour avis	Date de nomination
BUDG Budgets	HAUG Jutta (PSE)	21/03/2000
ITRE Industrie, commerce extérieur, recherche, énergie	La commission a décidé de ne pas donner d'avis.	
ENVI Environnement, santé publique, politique des consommateurs	MYLLER Riitta (PSE)	04/02/2000
CULT Culture, jeunesse, éducation, médias et sports	ANDREASEN Ole (ELDR)	28/03/2000

Conseil de l'Union européenne

Evénements clés

Date	Evénement	Référence	Résumé
02/02/2000	Publication du document de base non-législatif	COM(2000)0057	Résumé
29/03/2000	Annonce en plénière de la saisine de la commission		
21/06/2000	Vote en commission		Résumé
21/06/2000	Dépôt du rapport de la commission	A5-0170/2000	
05/07/2000	Débat en plénière		

06/07/2000	Décision du Parlement	T5-0342/2000	Résumé
06/07/2000	Fin de la procédure au Parlement		
24/04/2001	Publication de l'acte final au Journal officiel		

Informations techniques	
Référence de la procédure	2000/2019(COS)
Type de procédure	COS - Procédure sur un document stratégique (historique)
Sous-type de procédure	Document stratégique de la Commission
Base juridique	Règlement du Parlement EP 148
État de la procédure	Procédure terminée
Dossier de la commission	ECON/5/12513

Portail de documentation

Parlement Européen

Type de document	Commission	Référence	Date	Résumé
Rapport déposé de la commission, lecture unique		A5-0170/2000 JO C 121 24.04.2001, p. 0008	21/06/2000	
Texte adopté du Parlement, lecture unique		T5-0342/2000 JO C 121 24.04.2001, p. 0180-0459	06/07/2000	Résumé

Commission Européenne

Type de document	Référence	Date	Résumé
Document de base non législatif	COM(2000)0057	02/02/2000	Résumé
Document annexé à la procédure	SEC(2000)0184	04/02/2000	Résumé

Union économique et monétaire UEM et l'euro: stratégie de communication et d'information d'ici 2002

2000/2019(COS) - 02/02/2000 - Document de base non législatif

OBJECTIF: l'objet de la présente communication est d'actualiser les priorités et les stratégies de la campagne d'information à adopter durant les dernières phases de mise en place de l'Union économique et monétaire (UEM) et de confirmer l'engagement de la Commission à cet égard.
CONTENU: l'Union européenne aborde maintenant la dernière ligne droite d'un périple vers l'Union économique et monétaire. À partir du 1er janvier 2002, les banques n'émettront plus que des pièces et des billets en euros. Les États membres feront tout leur possible pour que la plupart des transactions en liquide puissent être effectuées en euros avant la fin de la première quinzaine de 2002 et pour que le retrait des pièces et billets nationaux soit terminé au début du mois de mars 2002. La préparation de cet évènement exige une campagne d'information intensive et soutenue pour relever ce défi. Au vu des tâches à accomplir d'ici 2002, la Commission constate que les PME ne prennent toujours pas le passage à l'euro suffisamment au sérieux, que l'euro est nettement moins utilisé qu'on ne le prévoyait avant son introduction, le 1er janvier 1999 et que la plupart des gens ont reçu des informations sur la monnaie unique mais ne les ont pas nécessairement assimilées. La Commission estime que les campagnes d'information devront s'intensifier et viser des groupes spécifiques comme les entreprises (en particulier les PME), le grand public et les pays non participants, en s'appuyant sur le calendrier suivant: En 2000, il conviendra de mener une action intensive en direction des entreprises afin qu'elles

puissent toutes prendre à temps les mesures qui s'imposent. Il conviendra aussi de continuer à informer régulièrement le grand public : les citoyens doivent être rassurés sur les avantages de la monnaie unique et tenus au courant des modalités du basculement. La Commission insiste sur l'importance de transmettre le message aux enfants scolarisés, car ils peuvent à leur tour le répercuter aux adultes. Les actions entreprises pour informer les secteurs de la population les plus vulnérables seront poursuivies. En 2001, la campagne visant le grand public et ses éléments les plus vulnérables devra être intensifiée : les citoyens auront surtout besoin de comprendre les prix et les valeurs en euros et de se familiariser avec l'apparence des pièces et des billets. La campagne destinée aux entreprises se poursuivra sur la base d'enquêtes rendant compte de l'évolution de la situation. La campagne devra se poursuivre en 2002, pendant la période de double circulation, voire au-delà.

Union économique et monétaire UEM et l'euro: stratégie de communication et d'information d'ici 2002

2000/2019(COS) - 04/02/2000 - Document annexé à la procédure

Dans un document de travail, la Commission fait le point sur les initiatives qu'elle a prises en matière d'information en vue de préparer les citoyens et les entreprises à l'euro. La Commission rappelle que dans le cadre de la campagne d'information "L'euro, une monnaie pour l'Europe", lancée comme partie du programme PRINCE, la Commission a établi des partenariats bilatéraux avec les États membres, dont l'élément central est la conclusion de conventions entre la Commission et les gouvernements nationaux visant à encourager et à cofinancer des actions de communication concernant l'euro dans les États membres. En 1999, la Commission a signé au total 13 conventions avec les onze pays de la zone euro plus la Grèce et la Suède, pour un budget total de 20,4 millions d'euros. Le document énumère ensuite les produits d'information sur l'euro élaborés par la Commission à l'intention des citoyens et des consommateurs : publications destinées au grand public et aux établissements scolaires; site internet; CD-ROM; groupes de conférenciers extérieurs; stands de démonstration; vidéo; lettre d'information bimensuelle etc... La Commission dresse encore le bilan des actions en cours et à venir pour la préparation des entreprises à l'euro : action menée par les Euro Info Centres, kits de préparation pour les entreprises, appels à propositions dans le domaine de la formation à l'euro, séminaires, rencontres et conférences, enquêtes express sur l'utilisation de l'euro, utilisation de la presse régionale, contribution à l'exposition universelle Expo 2000 de Hanovre, rédaction d'un guide à l'intention des touristes, tenue d'une grande table ronde à Bruxelles. Le document évoque enfin des initiatives telles que les cahiers euro ou encore "Euro facile", un ensemble de projets pilotes européens cofinancés depuis 1997 par la Commission dont l'objectif est de créer des instruments d'information et de formation, afin de faciliter le passage à l'euro des populations plus vulnérables: populations en difficultés économiques ou sociales, personnes âgées, aveugles et malvoyants, sourds et malentendants, personnes handicapées mentales.

Union économique et monétaire UEM et l'euro: stratégie de communication et d'information d'ici 2002

2000/2019(COS) - 06/07/2000 - Texte adopté du Parlement, lecture unique

En adoptant le rapport de M. Othmar KARAS (PPE/DE, A), le Parlement européen partage l'avis de la Commission européenne selon lequel la campagne d'information relative aux aspects pratiques de la mise en circulation des billets et des pièces en euros doit être axée en particulier sur les petites entreprises et sur le grand public. Par ailleurs, il estime que les femmes, les enfants et les jeunes doivent constituer un objectif spécifique des campagnes et qu'il convient de poursuivre les efforts déployés en vue de préparer certaines couches de la population particulièrement défavorisées à avoir accès à l'information. Il s'agit notamment des personnes âgées, des aveugles, des personnes handicapées et des illettrés. Par ailleurs, le Parlement se félicite que la stratégie d'information s'adresse aussi aux États membres qui ne participent pas à l'Union monétaire et aux pays candidats, dans la mesure où ils seront également touchés par l'introduction de la monnaie unique (l'amendement visant à ce que la campagne ne se déroule que dans les pays de la zone euro a été rejeté par 189 voix contre 59 et 4 abstentions). En ce qui concerne les fonds communautaires destinés à ces campagnes, le Parlement européen demande que la dotation budgétaire pour 2001 s'élève à 38 millions d'euros (l'avant-projet de budget de la Commission prévoit 32 millions d'euros en crédits d'engagement). Le Parlement présente en outre des recommandations concrètes pour la campagne. Par exemple, il propose que la monnaie européenne soit intégrée dans l'enseignement et le matériel pédagogique et que les manuels scolaires soient adaptés pour la rentrée 2001/2002 au plus tard, que toutes les écoles de la zone euro déploient des activités en rapport avec l'introduction de la monnaie unique, qu'elles organisent par exemple des concours de peinture et de rédaction sur l'euro, dans un premier temps au niveau national et ensuite européen, qu'une "journée de l'épargne en euros" soit organisée, lors de laquelle des informations seront diffusées et l'ouverture de livrets d'épargne en euros facilitée et qu'un livret d'épargne en euros soit ouvert automatiquement en 2001 au nom de chaque nouveau-né. En ce qui concerne les coûts des transferts bancaires et de conversions en euros, le Parlement demande à la Commission d'intensifier son action pour éviter l'imposition de commissions trop élevées et pour garantir la transparence, et il l'invite à publier, une fois terminée, l'étude sur les transferts bancaires entre États membres.