

ANNEXE

FR

Programme de travail dans le domaine de la communication pour 2023

[«Les membres de la Commission souhaitent renforcer les liens entre les citoyens et les institutions qui sont à leur service, réduire le fossé entre les attentes et la réalité et communiquer sur l'action de l'Europe. (...)

La communication externe est ancrée dans le principe de collégialité et placée sous la direction de la présidente. Pour être efficace, elle doit se concentrer sur les priorités politiques et stratégiques du Collège dans son ensemble.»¹

Partie I – Vue d'ensemble: contexte politique

Les activités de communication de la Commission européenne relèvent de l'autonomie politique de l'institution et de ses prérogatives sur le plan institutionnel².

Le discours sur l'état de l'Union 2022³ a délivré des messages forts sur la nécessité d'une réaction ferme et unie pour relever les défis posés par l'agression commise par la Russie et l'escalade continue des violences. Il y est souligné combien il importe que nous agissions collectivement et avec détermination pour soutenir l'Ukraine, protéger les Européens des prix élevés de l'énergie, et affranchir l'Union européenne de sa dépendance à l'égard des combustibles fossiles russes en maintenant le cap en ce qui concerne la transition verte, tout en investissant dans l'avenir de l'Europe et en préservant la démocratie et l'état de droit. Le discours sur l'état de l'Union 2022 a également rappelé l'importance de la stratégie «Global Gateway», la proposition concrète de l'Europe faite aux pays partenaires au soutien de leur propre autonomie stratégique.

Ces messages forts doivent être étayés par une communication énergique afin de garantir un soutien de tous les instants des citoyens européens envers nos politiques et d'exposer clairement le rôle que joue l'UE dans un environnement géopolitique complexe. La communication de la Commission doit donc demeurer agile, souple et innovante, pour parler et plaire aux citoyens, aux États membres, à la société civile et aux autres parties prenantes, et elle doit pouvoir s'adapter et réagir aux crises.

¹ P(2019) 2 du 1^{er} décembre 2019 - Les méthodes de travail de la Commission européenne.

² Article 58, paragraphe 2, point d), du règlement (UE, Euratom) 2018/1046.

³ Les «orientations politiques 2019-2024: une Union plus ambitieuse» et les trois discours de la présidente von der Leyen sur l'état de l'Union, prononcés devant le Parlement européen le 16 septembre 2020, le 15 septembre 2021 et le 14 septembre 2022, demeurent des points de référence essentiels pour les travaux de la DG Communication. Les orientations politiques ont mis l'accent sur l'importance d'une approche plus inclusive et plus ouverte de la communication sur l'Union européenne. Dans son premier discours sur l'état de l'Union, la présidente s'est attachée à décrire les différentes manières dont NextGenerationEU permettra à l'UE non seulement «de réparer et de nous rétablir ici et maintenant, mais aussi de créer un mode de vie meilleur pour le monde de demain». Le deuxième discours sur l'état de l'Union mettait l'accent sur le renforcement de la préparation aux pandémies, le comblement du déficit de financement de l'action climatique, la transformation numérique et la souveraineté technologique, le soutien à la jeunesse européenne, l'UE en tant que pourvoyeur de sécurité et de défense, ainsi que sur la défense des valeurs de l'UE et de la liberté.

En tant qu'institution politique, la Commission européenne doit naviguer dans divers environnements, politique, social, des médias et des communications, où le risque de désinformation n'a cessé de croître. Ses stratégies, ses messages et ses services doivent donc s'adapter aux grandes évolutions en matière de production et de consommation de l'information.

Une communication incisive requiert une coordination efficace entre les différentes directions générales (DG) de la Commission, ainsi qu'avec les autres institutions et les États membres de l'UE. Elle doit également reposer sur une approche différenciée, adaptée au contexte, au récit, et au public visé.

La DG Communication soutient la communication politique, institutionnelle et interinstitutionnelle de la Commission, en veillant à ce que les messages de communication politique et institutionnelle soient alignés. Elle partage également la responsabilité de communiquer sur les priorités et les politiques de l'Union avec les services de communication des autres institutions de l'UE (notamment du Parlement européen, dans la perspective des élections européennes de 2024) et des États membres.

Pour 2023, la DG Communication s'engage:

- à continuer de fournir les produits et les services de communication les plus modernes à la présidente et aux commissaires;
- à soutenir les priorités politiques de la Commission au moyen de produits et de services de communication modernes et innovants, notamment par une communication institutionnelle percutante, en veillant constamment à renforcer la présence de la Commission sur le web et en faisant office de guichet unique pour les contrats-cadres de communication;
- à donner un coup d'accélérateur à la participation citoyenne et à montrer que la Commission européenne poursuit le processus engagé par la conférence sur l'avenir de l'Europe;
- à renforcer encore l'interaction avec les citoyens, notamment grâce aux travaux des représentations, des centres Europe Direct et du projet «Bâtir l'Europe avec les élus locaux»;
- à lutter contre la désinformation, en particulier dans le contexte de la guerre d'agression menée par la Russie contre l'Ukraine, ainsi qu'à réagir à l'égard des questions toujours plus nombreuses faisant l'objet de désinformation et de mésinformation, telles que le changement climatique, la COVID-19 et la migration, et à assurer un suivi en la matière.

La DG Communication continuera également de suivre et de soutenir les efforts déployés par la Commission et les bénéficiaires des financements de l'UE pour améliorer la communication et la visibilité des fonds de l'UE consacrés à la relance (NextGenerationEU). Afin d'alimenter les travaux de préparation du prochain budget à long terme (qui succédera au cadre financier pluriannuel 2020-2027), la DG Communication commencera à préparer une évaluation, à l'échelle de la Commission, de l'approche en place.

En conséquence, le programme de travail de la DG Communication pour l'année 2023 est axé sur le soutien:

- aux priorités de la Commission telles que définies dans le programme de travail de la Commission pour 2023⁴;
- au plan stratégique de la direction générale de la communication pour 2020-2024⁵;

⁴ COM(2021) 645 du 19 octobre 2021.

⁵ Il s'agit de la déclaration de mission de la DG Communication, reflétée dans les objectifs de son plan stratégique pour 2020-2024 et dans les plans de gestion respectifs. Objectif spécifique n° 1: le Collège et les services utilisent les renseignements par pays, les résultats

- à la communication sur le suivi de la conférence sur l’avenir de l’Europe: *Transformer une vision en actions concrètes*; et
- à la contribution au programme stratégique de l’UE pour la période 2019-2024⁶, dans lequel la Commission a formulé un ensemble de recommandations sur la communication au service des citoyens et de la démocratie qui, pour la plupart, sont encore d’actualité.

En tant que cheffe de file dans le domaine de la communication externe⁷, la DG Communication continuera de veiller à une plus grande cohérence des activités de communication dans l’ensemble de la Commission. Elle le fera notamment:

- par le biais de campagnes de communication institutionnelle;
- en coordonnant la présence de la Commission sur les comptes centraux et locaux des réseaux sociaux;
- en veillant à une approche centralisée de la Commission en matière de communication visuelle, et à l’application des règles en matière d’identité visuelle pour chaque priorité clé;
- en rationalisant la passation des marchés en matière de communication au moyen de contrats-cadres centralisés et en continuant d’assister les autres DG, y compris les délégations de l’UE, et en affinant cette aide;
- en continuant de veiller à la présence de la Commission sur le web par l’intermédiaire d’Europa; et
- en renforçant plus avant les activités de la Commission relatives à la participation citoyenne, en ligne et hors ligne.

La DG Communication exercera ce rôle de cheffe de file par l’intermédiaire du comité de pilotage de la communication institutionnelle, du réseau de communication, de Europa Forum et du Europa Cross-editorial Board, du réseau de lutte contre la désinformation et des différentes communautés de pratiques dans le domaine de la communication⁸.

En outre, en 2023, la procédure relative au droit de consentement, dans le cadre de laquelle les DG doivent présenter les programmes de leurs actions de communication bénéficiant d’un budget de plus d’un million d’euros, s’accompagnera d’un examen plus rigoureux des programmes des DG et d’un suivi attentif des campagnes particulièrement sensibles sur le plan politique.

La DG Communication contribuera également aux consultations interservices en ce qui concerne les aspects de la communication liés aux principales initiatives stratégiques, afin de préserver les grands principes de la communication et des politiques menées, qui sont les deux faces d’une même médaille.

de l’Eurobaromètre, l’analyse des médias et le retour d’informations des parties prenantes et des citoyens pour éclairer la prise de décision politique; objectif spécifique n° 2: le Collège reçoit des conseils stratégiques sur la communication des priorités politiques et sur les paysages médiatiques dans les États membres; objectif spécifique n° 3: la communication institutionnelle sur les priorités politiques de la Commission est alignée dans l’ensemble des services de la Commission; objectif spécifique n° 4: des messages porteurs de sens et adaptés au public visé, axés sur les priorités politiques de la Commission, sont communiqués aux citoyens, aux médias, aux relais d’opinion et aux parties prenantes; objectif spécifique n° 5: les citoyens dialoguent avec l’UE dans le cadre d’événements présentiels et sur les plateformes interactives en ligne, ce qui accélère le partage des valeurs de l’UE, suscite l’intérêt pour les questions européennes et favorise leur appropriation.

⁶ COM(2019) 218 du 30 avril 2019.

⁷ SEC(2016) 170 du 4 avril 2016 et C(2019) 2329 du 26 mars 2019.

⁸ Il existe actuellement des communautés de pratiques sur: les médias sociaux; la communauté des rédacteurs de discours et de contenus politiques («Penmasters»); la communication visuelle; la production audiovisuelle; la gestion de projets; la gouvernance et les lignes directrices; les administrateurs de sites web et la conception de sites web; les marchés publics de communication; et le réseau de désinformation. Deux nouvelles communautés de pratiques, sur le suivi et l’évaluation, et sur les médias et les relations publiques, sont en cours de lancement (2022/2023).

La guerre en cours et ses conséquences, ainsi que la crise sanitaire, continueront sans aucun doute d'avoir une incidence sur les actions de la DG Communication dans les années à venir, en particulier sur certains événements ou certaines activités, par exemple l'exploitation du centre de visites, les dialogues avec les citoyens ou les activités des représentations.

Si les fonds alloués à ces activités, ou à d'autres activités, ne peuvent pas être dépensés comme prévu, malgré les avancées réalisées en matière de communication numérique, la clause de flexibilité prévue à l'article 3 de la décision donne à la DG Communication la possibilité de transférer jusqu'à 20 % du montant total du programme de travail d'une ligne budgétaire à une autre afin de financer des activités de communication.

Partie II – Subventions, prix et marchés

1. Introduction

Sur la base des objectifs et des résultats attendus figurant dans les commentaires budgétaires de la rubrique 2B «Investissement dans la compétitivité, le capital humain et les valeurs», titre 07 20 04 du projet de budget annuel de l'Union pour l'exercice 2023⁹ et des objectifs énoncés dans le plan stratégique de la DG Communication 2020-2024¹⁰, le présent programme de travail expose les actions à financer et la ventilation budgétaire pour 2023 (en EUR), comme suit:

Ligne budgétaire	Activité	Subventions (point 2)	Prix (point 3)	Marchés (point 4)	TOTAL
07 20 04 02	Services exécutifs et de communication institutionnelle			47 916 000	47 916 000
07 20 04 03	Représentations de la Commission	1 300 000	68 500	26 457 500	27 826 000
07 20 04 04	Services de communication pour les citoyens	15 648 800		17 134 200	32 783 000
Sous-total		16 948 800	68 500	91 706 500	108 723 800
14 20 04 03	Politique d'information et communication stratégique pour l'action extérieure ¹¹			2 710 000	2 710 000
TOTAL		16 948 800	68 500	94 217 700	111 235 000

Base juridique: les activités de communication de la Commission européenne relèvent de l'autonomie politique de l'institution et de ses prérogatives sur le plan institutionnel¹².

Les fonds seront délégués à la direction générale de l'informatique à partir de deux des lignes budgétaires mentionnées dans le tableau ci-dessus, à mettre en œuvre au moyen de contrats de services, pour cofinancer les services et les systèmes informatiques institutionnels. Les montants correspondent à 5 % de l'allocation de la ligne: plus précisément, la ligne budgétaire 07 20 04 02 contribuera au budget alloué aux moyens informatiques constitutionnels à hauteur de 2 395 800 EUR, et la ligne budgétaire 07 20 04 04 à hauteur de 1 639 150 EUR, conformément à la communication à la Commission

⁹ COM(2022) 400 du 7 juin 2022.

¹⁰ Il s'agit de la déclaration de mission de la DG Communication, reflétée dans les objectifs de son plan stratégique 2020-2024 et dans les plans de gestion correspondants. Voir la note de bas de page n° 5.

¹¹ Communication relative à l'action de communication institutionnelle pour 2021-2023 au titre du cadre financier pluriannuel 2021-2027, C(2020) 9390 du 18 décembre 2020.

¹² Voir la note de bas de page 2.

concernant les lignes directrices sur le financement de la technologie de l'information et de la cybersécurité [C(2020) 6126 du 10 septembre 2020].

2. Subventions

L'enveloppe budgétaire totale réservée aux subventions au titre du présent programme de travail s'élève à **16 948 800 EUR**:

	Ligne budgétaire	Activité	Crédits disponibles (EUR)
2.1	07 20 04 04	Centres d'information (centres Europe Direct)	15 648 800
2.2	07 20 04 03	Communication des représentations	1 300 000
TOTAL			16 948 800

2.1 Centres d'information (centres Europe Direct)¹³: **15 648 800 EUR**

Description des activités à financer par la ou les subventions spécifiques octroyées au titre des conventions-cadres de partenariat à la suite d'une demande de présentation d'une proposition portant sur le plan de communication annuel, les objectifs poursuivis et les résultats attendus

Europe Direct reste un instrument essentiel permettant à l'UE d'entrer en contact avec les citoyens aux niveaux régional et local, en synergie avec d'autres réseaux de communication de l'UE et d'autres canaux tels que le réseau de conseillers locaux actuellement mis en place dans le cadre du projet pilote «Bâtir l'Europe avec les élus locaux» (BELC).

Cette ligne budgétaire peut aussi couvrir l'évaluation et la professionnalisation possibles des activités de communication décrites ci-dessous.

Objectifs

La mission et les objectifs d'Europe Direct sont les suivants:

- informer les citoyens et dialoguer avec eux, au niveau local, au sujet des politiques et des questions qui sont du ressort de l'UE, en se concentrant sur les grandes priorités, en tenant compte du contexte local, et en utilisant un large éventail de canaux de communication (participation directe des citoyens, des médias, des réseaux sociaux, etc.);
- relayer notre communication institutionnelle au niveau local;
- contribuer de manière structurée à l'émergence et à l'intégration de la citoyenneté et de l'éducation civique européennes dans les écoles, en travaillant avec les étudiants et les enseignants et en offrant des supports pédagogiques appropriés et structurés;
- surveiller la manière dont les contenus sont perçus au niveau local et détecter les cas de désinformation en fournissant un retour d'informations aux représentations;

¹³ Auparavant dénommés «centres d'information Europe Direct» (CIED).

- créer des réseaux régionaux au moyen de partenariats locaux, en collaborant avec d'autres réseaux de l'UE dans la région ainsi qu'avec les conseillers locaux participant au projet BELC, afin d'élargir notre champ d'action; et
- compléter et soutenir le travail des représentations et des bureaux de liaison du Parlement européen (les «bureaux de liaison») dans les États membres, ainsi que coopérer avec les autres institutions et organes de l'UE aux niveaux local et régional.

Type de candidats

En fonction de la représentation concernée, les candidats éligibles qui accueillent les différents centres sont des organismes publics, des organismes privés investis d'une mission publique, des fédérations/associations d'autorités locales, des organisations à but non lucratif, des partenaires sociaux, des établissements d'enseignement ou de formation, etc.

Mise en œuvre

Mise en œuvre directe par la DG Communication.

En 2021, à la suite d'un appel à propositions visant à sélectionner des partenaires appelés à gérer des centres Europe Direct pour la période 2021-2025¹⁴, les représentations ont signé une convention-cadre de partenariat pour une durée de 4 ans et 8 mois (période du 1^{er} mai 2021 au 31 décembre 2025) avec les partenaires sélectionnés. Chaque année, les représentations signent une convention de subvention spécifique avec ces partenaires à la suite d'une invitation à soumettre des propositions et de l'évaluation ultérieure des propositions, dans le cadre de laquelle ces derniers reçoivent une subvention annuelle pour la mise en œuvre de leurs plans de communication annuels (pour autant que leurs propositions aient été retenues).

2.2 Communication des représentations: 1 300 000 EUR

2.2.1 Appels à propositions: participation civique, événements citoyens et actions de sensibilisation

Description, objectifs poursuivis et résultats attendus

En 2023, les activités se concentreront sur les priorités de la Commission, telles que définies dans les «orientations politiques 2019-2024: une Union plus ambitieuse» et dans le programme de travail de la Commission pour 2023, ainsi que sur la communication relative au suivi de la conférence sur l'avenir de l'Europe: *Transformer une vision en actions concrètes*.

L'objectif consiste à mieux faire connaître au public les activités et les priorités politiques de la Commission et à le sensibiliser davantage à celles-ci, à recueillir des avis et des retours d'informations, et à analyser ces contributions pour alimenter, en amont, le processus décisionnel. Les activités contribueront à donner aux citoyens une image plus positive de l'UE, notamment aux jeunes.

Les activités devraient contribuer à resserrer les liens entre le grand public et l'UE, notamment grâce à la diffusion auprès des citoyens d'informations sur les rôles et les activités des différentes institutions de l'Union; elles devraient aussi contribuer à renforcer l'engagement des citoyens à l'égard de l'UE, y compris avec l'aide des partenaires régionaux et locaux et de la société civile.

¹⁴ Conformément au programme de travail de la DG Communication pour 2020 [C(2020) 8492 du 7 décembre 2020].

Cette ligne budgétaire peut aussi couvrir l'évaluation et la professionnalisation possibles des activités de communication décrites ci-dessous.

Types de candidats

Groupes de la société civile, autorités publiques et autres organisations aux niveaux national, régional et local, dotés de la personnalité juridique et enregistrés dans un pays de l'UE.

Mise en œuvre

Mise en œuvre directe par la DG Communication.

2.2.2 Renforcer la sensibilisation aux valeurs de la démocratie européenne et de l'état de droit

Description, objectifs poursuivis et résultats attendus

L'objectif de cette activité est d'améliorer la compréhension, par les élèves et les étudiants, de la démocratie européenne, de son fonctionnement et de son interaction avec le processus décisionnel national, en mettant en avant la dimension européenne lors de l'élaboration des politiques.

2.2.2.1 Accord-cadre de partenariat avec la Maison de la démocratie et de l'état de droit (ProDemos)

Cet accord de partenariat avec la Maison de la démocratie et de l'état de droit (ProDemos) aux Pays-Bas vise à mieux faire connaître les valeurs de la démocratie européenne et de l'état de droit auprès de jeunes, à encourager leur participation politique et à favoriser le débat. Les élèves apprendront ainsi comment fonctionne le processus décisionnel de l'UE et comment il interagit avec le processus national.

Types de candidats

Créée par une décision ministérielle du gouvernement néerlandais en 2008, la Maison de la démocratie et de l'état de droit (ProDemos) aux Pays-Bas a ouvert ses portes en 2011. Son objectif est d'améliorer la connaissance des principes de démocratie et d'état de droit, d'améliorer la compréhension du fonctionnement de la démocratie au niveau national et dans le contexte européen. Il s'agit par ailleurs d'encourager une plus grande partie de la société à participer activement à la vie politique, en ciblant les élèves/les étudiants et les jeunes adultes. ProDemos est le seul organisme chargé par le gouvernement néerlandais d'élaborer un programme national de visites des écoles auprès des institutions nationales. La Maison de la démocratie et de l'état de droit possède en outre un degré élevé de compétence technique et de spécialisation au sens de l'article 195, point f), du règlement financier, étant donné qu'elle a acquis une expertise spécifique dans la mise au point de techniques modernes pour expliquer le fonctionnement de la démocratie. L'accord-cadre de partenariat permet de créer un espace unique englobant les différents niveaux (local, national et européen) du débat politique et de la prise de décision, qui pourrait servir d'exemple dans d'autres États membres.

Mise en œuvre

Mise en œuvre directe par la DG Communication au moyen d'un accord-cadre de partenariat pluriannuel sans appel à propositions, et de subventions à l'action spécifiques. La subvention est octroyée à la suite d'une invitation à soumettre une proposition envoyée à ProDemos, la Maison de la démocratie et de l'état de droit aux Pays-Bas, qui a été créée par une décision ministérielle du gouvernement néerlandais en 2008. Il s'agit d'un organisme chargé en particulier de la réalisation d'activités qui requièrent des compétences et des droits uniques. C'est le seul organisme chargé par le gouvernement néerlandais d'élaborer un programme national de visites des écoles auprès des institutions nationales. L'exception

prévue à l'article 195, point f), du règlement financier s'applique. La motivation de l'octroi direct sera également fournie dans la décision d'octroi.

3. Prix

L'enveloppe budgétaire totale réservée aux concours au titre du présent programme de travail s'élève à **68 500 EUR**:

Ligne budgétaire	Activité	Crédits disponibles (EUR)
07 20 04 03	Communication des représentations	68 500

Description, objectifs poursuivis et résultats attendus

En 2023, les activités se concentreront sur les priorités de la Commission telles que définies dans les «orientations politiques 2019-2024: une Union plus ambitieuse», et dans le programme de travail de la Commission pour 2023. Il s'agira de concours destinés à promouvoir ou à stimuler la réflexion sur l'intégration européenne ou sur les politiques de l'UE, s'adressent en particulier aux écoles et aux journalistes.

Cette ligne budgétaire peut aussi couvrir l'évaluation et la professionnalisation possibles des activités de communication décrites ci-dessous.

Types de participants visés par le concours

Le groupe cible comprend principalement les citoyens ordinaires, en particulier les étudiants, les journalistes et les influenceurs, et peut comprendre des organisations de la société civile (organisations non gouvernementales, associations, etc.).

Mise en œuvre

Mise en œuvre directe par la DG Communication.

4. Marchés

Le budget total réservé aux marchés publics en 2023 s'élève à **94 416 500 EUR**:

Ligne budgétaire	Activité	Crédits disponibles (EUR)
07 20 04 02	Services exécutifs et de communication institutionnelle	47 916 000
07 20 04 03	Représentations de la Commission	26 457 500
07 20 04 04	Services de communication pour les citoyens	17 134 200
Sous-total		91 507 700
14 20 04 03	Politique d'information et communication stratégique pour l'action extérieure	2 710 000
TOTAL		94 217 700

4.1 Ligne budgétaire 07 20 04 02 - «Services exécutifs et de communication institutionnelle»: 47 916 000 EUR

La DG Communication fournit des services exécutifs à la présidente et au collège des commissaires afin de soutenir la communication de la présidente, du collège, du service du porte-parole et de l'encadrement supérieur de la Commission. Ces services comprennent l'information politique et économique et les conseils en matière de médias, ainsi que la fourniture d'informations et d'analyses par pays hautement qualitatives provenant de sources diverses, qui visent à soutenir le processus décisionnel de la Commission. Il en résulte un processus d'élaboration des politiques de l'UE plus éclairé au profit des citoyens.

Les produits et services de communication institutionnelle de la DG Communication soutiennent la communication externe de la Commission et reflètent le rôle de chef de file de la DG en la matière. En tant que cheffe de file, la DG Communication veille à ce que les messages de l'ensemble des services de communication de la Commission soient alignés, de manière à garantir la cohérence et l'efficacité de la communication institutionnelle sur les priorités politiques. La coordination et la planification stratégiques s'en trouvent ainsi améliorées, les messages et les récits institutionnels, alignés sur les messages politiques, gagnent en clarté et bénéficient d'une marque visuelle distinctive, ce qui permet des économies d'échelle et contribue à donner une meilleure image de la Commission et de l'UE.

Les activités de passation de marchés au titre de cette ligne budgétaire couvrent, entre autres, les dépenses liées aux médias sociaux, les productions audiovisuelles, les outils d'information écrite et multimédia en ligne et de communication institutionnelle concernant l'UE. Le but de ces activités est de faire en sorte que les citoyens aient accès à des informations pertinentes, générales et spécifiques sur les activités des institutions de l'UE ainsi que sur les politiques et les décisions de l'UE.

En 2023, les activités se concentreront sur les priorités de la Commission telles que définies dans les *«orientations politiques 2019-2024: une Union plus ambitieuse»* et dans le programme de travail de la Commission pour 2023, notamment les initiatives stratégiques liées à la réaction de l'UE à l'invasion de l'Ukraine par la Russie, REPowerEU, la mise en œuvre de NextGenerationEU, le déploiement de «Global Gateway» et le suivi du discours de la présidente sur l'état de l'Union.

Cette ligne budgétaire peut aussi couvrir l'évaluation et la professionnalisation possibles des activités de communication décrites ci-dessous.

Des activités de soutien à la participation citoyenne, y compris la «conférence sur l'avenir de l'Europe», sont également couvertes.

Description des principales activités couvertes par la ligne budgétaire 07 20 04 02

4.1.1 Communication sur le web - Europa

Description, objectifs poursuivis et résultats attendus

En 2023, les principales activités liées aux sites web hébergés sur le domaine web Europa sont les suivantes:

- gestion, structure, conception, fonctionnalités et tâches rédactionnelles du contenu politique des sites web de la Commission (par exemple, Collège, priorités, actualités) et du site web interinstitutionnel de l'UE, ainsi que soutien à la création et à la maintenance des sites web des représentations et d'autres services de la Commission;
- fourniture d'un soutien ad hoc à la création et à la maintenance de sites web soutenant les initiatives politiques prioritaires, y compris la nouvelle plateforme en ligne pour toutes les activités de la Commission en matière de participation citoyenne;
- amélioration et respect de la gouvernance du domaine web Europa, y compris suivi de la conformité des sites web avec les règles et normes applicables et des résultats dans ce domaine (par exemple, protection des données, accessibilité du web);
- exploitation, développement et maintenance du système de publication de contenu web institutionnel, y compris concernant «Europa Web Publishing Platform», et des outils web.

Les résultats attendus contribueront à améliorer la cohérence, la pertinence et le rapport coût-efficacité de la présence de la Commission sur le web.

Types de contrats

Contrats de services (y compris études, assistance technique, évaluations, enquêtes, informatique, services de communication, etc.).

Mise en œuvre

Mise en œuvre directe par la DG Communication et, s'il y a lieu, dans le cadre de codélégations avec d'autres directions générales (DG), notamment la DIGIT et la DGT.

4.1.2 Eurobaromètre et analyse des données

Description, objectifs poursuivis et résultats attendus

En 2023, les principales activités sont les suivantes:

- Eurobaromètre: analyse des tendances de l'opinion publique grâce aux enquêtes Eurobaromètre effectuées dans les États membres et, le cas échéant, dans les pays candidats et/ou dans d'autres pays. Il s'agit aussi bien d'enquêtes génériques ou ponctuelles sur les priorités politiques de la Commission portant sur des questions spécifiques et/ou des groupes cibles spécifiques que d'études qualitatives. Des synergies sont systématiquement recherchées, dans le cadre d'une programmation annuelle avec d'autres DG et en coordination avec le Parlement européen/d'autres pouvoirs adjudicateurs. En outre, le site web interinstitutionnel sera encore amélioré et les travaux en vue de la mise au point d'une base de données consultable sur les enquêtes Eurobaromètre se poursuivront;
- mesures visant à améliorer la capacité d'analyse des données de la DG Communication afin de lutter contre la désinformation et la diffusion de fausses informations.

Types de contrats

Contrats de services (y compris études, assistance technique, évaluations, enquêtes, informatique, services de communication, etc.), y compris nouveaux contrats-cadres pour les enquêtes Eurobaromètre. Des protocoles d'accord ont été conclus aux fins de la fourniture d'une assistance technique par d'autres DG.

Mise en œuvre

Mise en œuvre directe par la DG Communication et, s'il y a lieu, dans le cadre de codélégations avec d'autres DG.

4.1.3 Studios de télévision et Europe by Satellite

Description, objectifs poursuivis et résultats attendus

En 2023, les activités se concentreront sur les priorités de la Commission telles que définies dans les «orientations politiques 2019-2024: une Union plus ambitieuse» et dans le programme de travail de la Commission pour 2023, compte tenu de l'évolution du contexte politique et géopolitique. Les activités de passation de marchés relevant de cette ligne budgétaire visent à:

- garantir le bon fonctionnement des installations audiovisuelles de la Commission;
- louer le satellite qui fournit aux stations de télévision des images et des informations sur les activités de l'UE (Europe by Satellite) afin de diffuser ces informations auprès des médias et du grand public.

Les activités menées dans ce domaine sont les suivantes:

- exploitation des installations audiovisuelles du Berlaymont à Bruxelles¹⁵ afin d'apporter des services audiovisuels, comme la production de bulletins d'actualité, de vidéos et de communiqués, et de fournir une assistance aux équipes de télévision et de radio qui filment ou enregistrent dans les locaux de la Commission;
- entretien, réparation et mise à niveau de l'infrastructure technique des services audiovisuels;
- achat ponctuel de fournitures et d'équipements audiovisuels destinés aux studios de télévision et de radiodiffusion;
- transmission d'Europe by Satellite, y compris location de bande passante; et
- production de programmes audiovisuels et de clips vidéo destinés aux médias sociaux et diffusion en continu en direct vers des comptes institutionnels et VIP de médias sociaux (YouTube, Facebook, Twitter, LinkedIn et Instagram).

Types de contrats

Contrats de services (notamment études, assistance technique, évaluations, enquêtes, informatique, services de communication, etc.), y compris nouveaux contrats-cadres pour l'exploitation et la maintenance de studios de radiodiffusion et de télévision, la production audiovisuelle, ainsi que l'achat d'équipements audio-photo-vidéo et de services y afférents.

Mise en œuvre

Mise en œuvre directe par la DG Communication et, s'il y a lieu, dans le cadre de codélégations avec d'autres DG.

4.1.4 Couverture de l'actualité, médiathèque audiovisuelle et production audiovisuelle

Description, objectifs poursuivis et résultats attendus

En 2023, les activités principales sont les suivantes:

¹⁵ Deux studios de télévision (un nouveau studio a été créé en 2022) et un studio de radiodiffusion, un centre nodal, des salles de montage et des studios de graphisme.

- (1) Reportages vidéo
 - production de reportages vidéo centrés sur la Commission (couverture en direct et en différé, bulletins d'information montés), principalement destinés à être utilisés par les médias.
- (2) Photographie
 - production de reportages photo centrés sur la Commission et de photos thématiques illustrant les priorités politiques;
 - couverture photographique des activités diplomatiques/protocolaires de la Commission;
 - production d'éléments décoratifs pour les cabinets des commissaires et les espaces publics de la Commission sous la forme de photos d'archives.
- (3) Audiovisuel et multimédia
 - intensification et diversification de la production audiovisuelle et multimédia destinée au grand public, adaptation aux besoins des plateformes de médias sociaux (par exemple, format vidéo pertinent pour chaque plateforme, diffusion en direct d'événements clés, sous-titrage et interprétation en langue des signes pour toutes les grandes productions afin de permettre leur réutilisation par les représentations et leur partage par les spectateurs, dans leur propre langue);
 - amélioration de la diffusion des produits audiovisuels et multimédias par l'intermédiaire des chaînes de télévision par satellite Europe by Satellite et Europe by Satellite+, du portail audiovisuel et de diverses plateformes technologiques, y compris les médias sociaux. La promotion rémunérée peut être utilisée pour des événements phares, et la diffusion peut être renforcée par l'achat d'espace sur les plateformes satellitaires et internet de l'Union européenne de radio-télévision.
- (4) Journalistes
 - Organisation d'événements à visée informative, de visites dans les studios de la Commission et fourniture de contenus audiovisuels et d'une assistance technique aux journalistes.
- (5) Mesures visant à rendre l'ensemble de la collection audiovisuelle, y compris les photos, les vidéos, les films, les podcasts et les enregistrements audio, accessibles au public – par l'intermédiaire des médias ou directement auprès du public ou grâce au nouveau dépôt légal de l'office des publications (OP)
 - consolidation du dépôt central de la production audiovisuelle de la Commission dans le cadre de l'initiative relative aux synergies et aux gains d'efficacité de la Commission¹⁶;
 - organisation du portail audiovisuel en tant que point unique de diffusion;
 - mise à disposition de tous les podcasts de la Commission, sous la forme de fichiers audio, sur le portail de la Commission [qui deviendra, d'ici à la fin de 2022, la plateforme d'hébergement unique pour tous les podcasts de la Commission, dans le plein respect du règlement général européen sur la protection des données (RGPD) et des règles relatives aux droits de propriété intellectuelle (DPI)]. La DG Communication dispensera également des conseils aux DG qui souhaitent produire et distribuer des podcasts, sur un compte centralisé de la Commission;
 - poursuite des travaux de conservation, de numérisation, de recensement du contenu de la médiathèque.
- (6) Couverture de l'actualité
 - couverture vidéo et photo de l'actualité de l'UE et production d'images d'archives, de clips informatifs et de photos thématiques et symboliques.
- (7) Couverture et production de la médiathèque audiovisuelle

¹⁶ Voir la note de bas de page 6.

- archivage audiovisuel, contrôle des droits d'auteur audiovisuels, distribution et développement web;
 - diffusion en flux continu, transcodage, hébergement et fourniture de contenu;
 - mesure de l'utilisation du matériel audiovisuel produit par les institutions européennes;
 - gestion de la bibliothèque audiovisuelle et du dépôt central audiovisuel;
 - traduction des métadonnées;
 - maximalisation de l'accessibilité du contenu vidéo/audio/multimédia;
 - gestion des services numériques et techniques; et
 - production audiovisuelle, sous-titrage et achat de photos.
- (8) Partage de l'expertise audiovisuelle avec d'autres départements
- coordination du réseau de correspondants audiovisuels en vue de partager les bonnes pratiques et les tendances, en cohérence avec son rôle de chef de file en matière de production audiovisuelle, et co-organisation de réunions de coordination sur Euronews, conjointement avec la DG chargée des réseaux de communication, du contenu et des technologies;
 - soutien aux DG et aux agences, par la gestion du contrat-cadre audiovisuel interne.

Types de contrats

Contrats de services (notamment études, assistance technique, évaluations, enquêtes, informatique, services de communication, etc.), y compris nouveaux contrats-cadres pour les productions audiovisuelles et les projets multimédias, couverture photo et vidéo de l'actualité, médiathèque (conservation et mise à la disposition du public des produits audiovisuels) et mesure de l'impact des outils audiovisuels.

Mise en œuvre

Mise en œuvre directe par la DG Communication et, s'il y a lieu, dans le cadre de codélégations avec d'autres DG.

4.1.5 Suivi et analyse des médias

Description, objectifs poursuivis et résultats attendus

En 2023, les activités principales sont les suivantes:

- suivi des médias, fournissant un retour d'informations continu sur la couverture médiatique de la Commission et de l'UE dans tous les États membres (et dans certains pays tiers) sur des questions d'intérêt européen et sur les principales politiques nationales et internationales et leur évolution, ainsi que des informations/alertes infos en temps réel sur les principales actualités mondiales;
- mesures visant à garantir la mise en place de licences de droits d'auteur pour permettre l'utilisation de produits de suivi des médias par le personnel de la Commission;
- réalisation d'analyses quantitatives et qualitatives des médias dans les États membres et au-delà, dans le but de déterminer l'écho donné aux priorités politiques et au rôle de la Commission dans tous les types de médias (presse écrite, médias en ligne, secteur audiovisuel et médias sociaux). Les résultats de ces analyses des médias sont communiqués au Collège et à l'encadrement supérieur sous diverses formes de rapports et de synthèses; et
- suivi de la mésinformation et de la désinformation.

Types de contrats

Contrats de services (notamment études, assistance technique, évaluations, enquêtes, informatique, services de communication, etc.), y compris un nouveau contrat-cadre de veille médiatique.

Mise en œuvre

Mise en œuvre directe par la DG Communication et, s'il y a lieu, dans le cadre de codélégations avec d'autres DG.

4.1.6 Abonnements

Description, objectifs poursuivis et résultats attendus

En 2023, la principale activité consiste:

- à fournir au personnel de la Commission un accès à des sources d'information en ligne, telles que les agences de presse et les fournisseurs d'informations (agrégées), afin de compléter les services de suivi des médias et/ou de couvrir des besoins spécifiques.

Types de contrats

Contrats de services (y compris études, assistance technique, évaluations, enquêtes, informatique, services de communication, etc.) et nouveaux appels d'offres, y compris nouveaux contrats-cadres pour les abonnements.

Mise en œuvre

Mise en œuvre directe par la DG Communication et, s'il y a lieu, dans le cadre de codélégations avec d'autres DG.

4.1.7 Conception graphique et soutien à la communication

Description, objectifs poursuivis et résultats attendus

En 2023, les activités principales sont les suivantes:

- fourniture de services de conception graphique liés aux priorités de la Commission et prenant en considération les évolutions et les défis à relever au niveau mondial, tels que la guerre d'agression menée par la Russie contre l'Ukraine, les mesures prises par l'UE pour améliorer la préparation aux crises (par exemple, REPowerEU), la stratégie «Global Gateway», les actions de l'UE et de l'Équipe Europe visant à garantir la sécurité alimentaire mondiale, etc. Le but est d'accroître l'impact de la communication et de rendre les contenus plus attrayants et plus accessibles à un public hétérogène,
 - en élaborant des concepts visuels, des lignes directrices graphiques, ainsi que des kits de communication pour les campagnes de communication externe;
 - en élargissant la portée du style visuel de «Global Gateway» afin de permettre son utilisation correcte par l'ensemble des DG, des services, et des acteurs de l'Équipe Europe concernés;
 - en créant des infographies, des outils de visualisation des données et en produisant du contenu informatif expliquant les initiatives et actions stratégiques de la Commission et leurs retombées;
 - en produisant des contenus animés et interactifs pour les médias sociaux;
 - en concevant des publications, des dépliants et des fiches d'information;

- en concevant des contenus audiovisuels adaptés aux exigences des plateformes de médias sociaux et aux préférences du public;
- planification et validation d'actions de communication externe impliquant l'utilisation du bâtiment du Berlaymont (banderoles et illumination du bâtiment, par exemple), fourniture de conseils et d'orientations aux DG, gestion de la production, de l'installation et de la passation de marchés pour les initiatives lancées par la DG Communication;
- fourniture de conseils aux parties prenantes internes et externes sur la mise en œuvre des orientations de la Commission en matière d'identité visuelle et sur l'utilisation de l'emblème de l'UE dans la communication visuelle, et prise en considération du coût de la licence de la police de caractères officielle de la Commission (EC Square);
- fourniture d'un soutien et de conseils aux DG, aux services et aux acteurs de l'Équipe Europe sur la mise en œuvre correcte du style visuel de «Global Gateway»;
- coordination et professionnalisation du réseau de conception graphique de la Commission;
- fourniture d'aide et de conseils aux DG sur l'utilisation correcte de l'emblème de l'UE dans le cadre des nouvelles règles et lignes directrices en matière de communication et de visibilité concernant le nouveau cadre financier pluriannuel et NextGenerationEU; et
- planification stratégique, coordination et mise en œuvre de la communication politique sur les priorités et les initiatives prioritaires de la Commission, ainsi que dans le domaine de la communication de crise.

Types de contrats

Contrats de services (notamment études, assistance technique, évaluations, enquêtes, informatique, services de communication, contrats-cadres interinstitutionnels fondés sur les besoins communs avec d'autres institutions et organes de l'UE tels que la planification et le placement médias, etc.); y compris contrats conclus avec des experts individuels.

Mise en œuvre

Mise en œuvre directe par la DG Communication et, s'il y a lieu, dans le cadre de codélégations avec d'autres DG.

4.1.8 Médias sociaux

Description, objectifs poursuivis et résultats attendus

En 2023, les activités principales consisteront à élaborer des stratégies en matière de médias sociaux et à gérer les plateformes institutionnelles de médias sociaux centrales et locales de la Commission par:

- une planification rédactionnelle relative aux médias sociaux pour garantir l'alignement sur les priorités de la Commission; la planification stratégique, la coordination et la mise en œuvre de la communication politique sur les priorités et les initiatives prioritaires de la Commission, ainsi que dans le domaine de la communication de crise: priorités politiques et messages de première ligne, compte tenu des grandes évolutions au niveau mondial, comme la réaction de l'UE à l'invasion de l'Ukraine par la Russie, les mesures préparatoires de l'UE (par exemple, REPowerEU), la sécurité alimentaire mondiale, etc.;
- la publication régulière de contenus nouveaux et attrayants sur les comptes institutionnels centraux de la Commission, sur toutes les plateformes concernées;
- la publication sur les médias sociaux de contenus mettant en avant les activités de la présidente;

- un dialogue avec différents publics, en tant que de besoin, par une gestion des communautés et le développement d'un esprit communautaire (en liaison avec les activités des représentations), notamment pour prévenir et combattre la désinformation;
- un renforcement du suivi et de la qualité des analyses des données relatives à la communication sur les plateformes des médias sociaux, des tendances en la matière et des sujets présentant un intérêt spécifique, notamment grâce aux outils analytiques utilisés par la Commission;
- le lancement d'«alertes» en direct sur les médias sociaux aux moments politiques clés (par exemple, sommet du G7, Conseil européen, déclarations politiques importantes);
- un soutien au réseau de médias sociaux de la Commission;
- la mise en œuvre de projets innovants pour accompagner l'évolution des plateformes de médias sociaux, et l'exploration de plateformes et de contenus émergents;
- la mise en œuvre d'un programme faisant intervenir des influenceurs, présentant un bon rapport coût-efficacité, afin d'accroître la portée des activités de la Commission sur les médias sociaux;
- la création d'un contenu audiovisuel pertinent pour les plateformes de médias sociaux, par exemple des vidéos courtes («reels»); et
- un soutien aux campagnes de communication institutionnelle, en particulier NextGenerationEU et REPowerEU, «Global Gateway», y compris l'achat d'espaces médias.

Types de contrats

Contrats de services s'appuyant principalement sur des contrats-cadres existants, répondant aux besoins du siège de la DG Communication et des représentations, y compris nouveaux contrats-cadres pour les médias sociaux locaux et actions d'information.

Mise en œuvre

Mise en œuvre directe par la DG Communication et, s'il y a lieu, dans le cadre de codélégations avec d'autres DG.

4.2 Ligne budgétaire 07 20 04 03 - «Représentations de la Commission»: 26 457 500 EUR

Les représentations dans les capitales et les bureaux régionaux sont les yeux, les oreilles et la voix de la Commission dans les États membres. Ils servent les intérêts de l'ensemble de l'institution et de l'UE, en établissant des liens avec les autorités nationales, régionales et locales, les médias et les différentes parties prenantes, ainsi qu'avec les citoyens au sens large. Ils soutiennent la présidente et l'ensemble du Collège, ainsi que les hauts fonctionnaires de la Commission, en contribuant à la préparation, à la conduite et au suivi des visites formelles ou informelles dans les États membres. En outre, ils fournissent à la Commission, en temps utile, des analyses et des rapports approfondis et précis sur, entre autres, les principales questions politiques, économiques et dans le domaine de la communication.

Les représentations fournissent également un retour d'informations sur les sensibilités nationales et locales en matière de communication et mettent en œuvre des actions de communication adaptées aux spécificités et aux besoins de chaque pays. Ces actions comprennent la communication sur NextGenerationEU, les projets et les réformes couverts par les plans nationaux pour la reprise et la résilience, la réaction de l'UE à l'invasion de l'Ukraine par la Russie, REPowerEU et le soutien fourni au titre du cadre financier pluriannuel, en particulier les actions contribuant aux priorités de la stratégie «Global Gateway».

Cette ligne budgétaire finance des activités d'information générale et de communication/dialogue à l'intention des citoyens dans tous les États membres, principalement par l'intermédiaire des représentations et des centres «Europa Experience»¹⁷, et couvre l'évaluation et la professionnalisation possibles de ces activités de communication. Des activités de soutien à la participation des citoyens dans le cadre du suivi de la conférence sur l'avenir de l'Europe sont également couvertes.

Description des principales activités couvertes par la ligne budgétaire 07 20 04 03

4.2.1 Communication des représentations

Description, objectifs poursuivis et résultats attendus

Les activités de passation de marchés au titre de cette ligne budgétaire visent à mettre en œuvre des actions de communication décentralisées par l'intermédiaire des représentations.

En 2023, les activités se concentreront sur les priorités de la Commission telles que définies dans les «orientations politiques 2019-2024: une Union plus ambitieuse» et dans le programme de travail de la Commission pour 2023, ainsi que sur les principaux résultats attendus du discours de la présidente de la Commission sur l'état de l'Union.

La réaction de l'UE à la guerre d'agression menée par la Russie contre l'Ukraine, la relance économique à la suite de la COVID-19, NextGenerationEU et sa campagne de communication institutionnelle, «Global Gateway» et la double transition écologique et numérique, la contribution des citoyens à la résilience démocratique dans le prolongement de la conférence sur l'avenir de l'Europe, la préparation et la mobilisation en vue des élections européennes de 2024 et la lutte contre la désinformation occuperont une place importante dans les efforts de communication des représentations en 2023.

En gardant à l'esprit ces priorités, chaque représentation élaborera une stratégie nationale pour 2023, qui prévoira un large éventail d'activités et d'outils de communication institutionnelle adaptés aux publics nationaux et locaux.

Les représentations intensifieront leurs efforts de lutte contre la désinformation aux niveaux national et local, en tenant compte des spécificités locales. Outre une diffusion encore plus efficace des messages politiques et des produits de communication conçus au niveau central, une coopération plus étroite avec les intervenants au niveau local est nécessaire. À cette fin, il convient de renforcer la coopération avec les groupes de réflexion, les vérificateurs de faits, les ONG, les journalistes, les acteurs de la sphère politique. Les représentations élaboreront des supports et des récits sur mesure et faciles à utiliser pour ces intervenants, recourant en particulier à des messages trouvant un écho auprès des citoyens, avec lesquels ils peuvent s'identifier.

À cet effet, les représentations élaboreront des plans visant à créer des interactions au niveau local, en sélectionnant des messages adaptés et pertinents ainsi que des personnes agissant à ce niveau, notamment des parties tierces adhérant aux messages et susceptibles de les relayer, et en recherchant des possibilités

¹⁷ Il s'agit de centres interactifs dont l'objectif est de présenter l'UE aux visiteurs dans le cadre d'expositions combinant conception innovante et espaces multimédias. Le concept «Europa Experience» a été développé dans le cadre des projets de Berlin et d'Helsinki, qui visaient à réunir les grandes priorités et les principaux acteurs de la Commission en matière de communication, tout en jetant un éclairage unique sur l'UE dans son ensemble. En 2019, le Bureau du Parlement européen a approuvé la stratégie de mise en place de centres «Europa Experience» interactifs dans tous les États membres d'ici à 2024. Outre les centres «Europa Experience» déjà en place à Bruxelles, Strasbourg, Berlin, Copenhague, Helsinki, Ljubljana, Paris, Rome, Stockholm et Tallinn, le Parlement européen prévoit d'ouvrir sept nouveaux centres en 2023, et onze en 2024.

d'interventions prestigieuses d'acteurs locaux et de représentants de la Commission dans les médias. En ce qui concerne ces plans participatifs, il convient d'accorder une attention particulière à la participation d'acteurs engagés dans la lutte contre la désinformation disponibles au niveau local, tels que les ONG concernées et les pôles régionaux d'organisations internationales de vérificateurs de faits telles que l'Observatoire européen des médias numériques (EDMO).

Conformément aux recommandations portant sur la communication au service des citoyens et de la démocratie définies par la Commission dans le programme stratégique de l'UE pour la période 2020-2024¹⁸, diverses actions de communication sont organisées en partenariat avec le Parlement européen (notamment pour la célébration de la Journée de l'Europe) et/ou avec les États membres, le Comité des régions (par exemple le projet pilote «Bâtir l'Europe avec les élus locaux») et le Comité économique et social européen. Cela a pour effet de créer des synergies ou de les renforcer, tout en contribuant à la coordination des activités d'information et de communication sur l'UE.

Les représentations continueront par ailleurs de discuter du programme et des priorités de la Commission avec de multiples parties prenantes afin de collecter des informations d'ordre politique et économique. Cela contribuera à améliorer les connaissances relatives à chaque pays transmises au siège par les représentations, qui font ensuite l'objet d'une analyse complémentaire avant d'alimenter, en amont, le processus de décision politique.

La passation de marchés au titre de cette ligne budgétaire couvre aussi les outils des représentations en matière d'information et de communication en ligne, écrites et multimédia concernant l'Union. Le but est de faire en sorte que les citoyens aient accès à des informations pertinentes, générales et spécifiques sur les activités des institutions de l'UE et sur les décisions de l'UE.

Les activités sont les suivantes:

- organisation d'événements et d'actions d'information destinés au grand public et aux parties prenantes;
- gestion et tâches rédactionnelles liées au contenu des sites web des représentations;
- élaboration de stratégies locales en matière de médias sociaux et gestion des comptes institutionnels des représentations sur les médias sociaux, notamment gestion des communautés;
- projets innovants permettant d'évoluer au même rythme que les plateformes de médias sociaux, en contact étroit avec l'équipe centrale - par exemple, plus grande variété de formats de contenu (reels, filtres Instagram), nouvelles manières d'utiliser les médias sociaux (collaboration avec des influenceurs);
- amélioration de l'observation et de l'analyse des médias sociaux et renforcement des compétences numériques du personnel des représentations;
- utilisation des réseaux sociaux, formations et promotion rémunérée;
- services pour les campagnes nationales ou locales;
- suivi de la désinformation/mésinformation et réaction à celle-ci (par exemple, contributions au rapport sur la lutte contre les raisonnements fallacieux), sensibilisation à la lutte de l'UE contre la désinformation;
- communiqués de presse, discours, questions-réponses, etc. en ligne (base de données des communiqués de presse et autres systèmes d'information et de communication en ligne); et
- publications des représentations (en ligne et sur papier).

¹⁸ COM(2019) 218 du 30 avril 2019.

Types de contrats

Contrats de services (notamment études, assistance technique, évaluations, enquêtes, informatique, services de communication, etc.) et nouveaux appels d'offres, y compris nouveaux contrats-cadres.

Mise en œuvre

Mise en œuvre directe par la DG Communication et, s'il y a lieu, dans le cadre de codélégations avec d'autres DG.

4.2.2 Sensibilisation au niveau local et coopération entre les représentations et les bureaux de liaison du Parlement européen

Description, objectifs poursuivis et résultats attendus

En 2023, les projets de communication conjointe des représentations et des bureaux de liaison du Parlement européen dans les États membres se concentreront sur le renforcement de la sensibilisation au projet européen, et sur les réalisations et les valeurs de l'UE dans la perspective des élections européennes de 2024. Les messages seront alignés sur les priorités de la Commission en matière de communication et les projets compléteront les campagnes institutionnelles.

Un budget spécifique pour les projets de communication menés conjointement par les bureaux de liaison du Parlement européen et les représentations permettra de stimuler la coopération en matière de sensibilisation, sur la base des priorités politiques et de communication arrêtées d'un commun accord et des programmes de travail communs. Outre les expositions «Europa Experience» existantes à Bruxelles, Strasbourg, Berlin, Copenhague, Helsinki, Ljubljana, Paris, Rome, Stockholm et Tallinn, le Parlement européen prévoit d'ouvrir sept nouveaux centres Europa Experience en 2023 et onze autres en 2024, ce qui élargira substantiellement l'espace de coopération des bureaux de liaison du Parlement européen et des représentations.

Types de contrats

Contrats de services (notamment études, assistance technique, évaluations, enquêtes, informatique, services de communication, etc.), y compris nouveaux contrats-cadres et contrats immobiliers.

Mise en œuvre

Mise en œuvre directe par la DG Communication et, s'il y a lieu, dans le cadre de codélégations avec d'autres DG.

4.2.3 Réseaux et actions de sensibilisation au niveau local

Description, objectifs poursuivis et résultats attendus

Les activités de passation de marchés couvrent le soutien apporté aux réseaux suivants relevant d'Europe Direct et la formation au sein de ceux-ci:

- centres Europe Direct¹⁹;
- centres de documentation européenne; et

¹⁹ Auparavant dénommés «centres d'information Europe Direct» (CIED).

- réseau de conférenciers de l'Équipe Europe Direct²⁰.

Afin d'accroître les connaissances des membres du réseau sur les politiques de l'UE et de veiller à la mise à jour des réseaux, notamment en ce qui concerne les priorités politiques de la Commission, la DG Communication propose des séminaires de formation, des activités de promotion, des services et du matériel d'information.

Types de contrats

Contrats de services (y compris études, assistance technique, évaluations, enquêtes, informatique, services de communication, etc.).

Mise en œuvre

Mise en œuvre directe par la DG Communication et, s'il y a lieu, dans le cadre de codélégations avec d'autres DG.

4.2.4 Informations à l'intention des journalistes

Description, objectifs poursuivis et résultats attendus

Ces activités de passation de marchés couvrent l'organisation d'événements d'information, de visites dans les locaux des institutions et organes de l'UE, les studios de la Commission, ainsi que la fourniture aux journalistes d'informations, de contenus audiovisuels et d'un support technique, les points presse et les bulletins d'information.

Types de contrats

Contrats de services (y compris études, assistance technique, évaluations, enquêtes, informatique, services de communication, etc.).

Mise en œuvre

Mise en œuvre directe par la DG Communication et, s'il y a lieu, dans le cadre de codélégations avec d'autres DG.

4.3 Ligne budgétaire 07 20 04 04 - «Services de communication pour les citoyens»: 17 134 200 EUR

Les produits et services de la DG Communication visent à informer le grand public et à dialoguer avec lui au moyen de messages simples, clairs et compréhensibles. Ils fournissent aux citoyens des informations actualisées et accessibles sur les politiques et les valeurs de l'UE, les sensibilisent aux questions européennes et améliorent leurs connaissances sur celles-ci, pour qu'ils soient plus enclins à dialoguer directement avec la Commission, en ligne ou en personne.

Cette ligne budgétaire est destinée à financer des activités d'information générale et de communication/de dialogue institutionnels destinées aux citoyens dans l'ensemble des États membres. Les coûts de ces activités (et de leur évaluation et professionnalisation possibles) sont principalement supportés par la DG Communication.

²⁰ Auparavant «Équipe Europe».

Des activités de soutien au dialogue avec les citoyens, y compris dans le prolongement de la conférence sur l'avenir de l'Europe, sont également couvertes.

Description des principales activités couvertes par la ligne budgétaire 07 20 04 04

4.3.1 Réseaux - gestion et soutien

Description, objectifs poursuivis et résultats attendus

Ces activités de passation de marchés couvrent la formation et le soutien en faveur des trois réseaux relevant d'Europe Direct²¹ et encouragent la coopération entre tous les réseaux d'information de l'UE et:

- les centres Europe Direct;
- les centres de documentation européenne;
- le réseau de conférenciers de l'Équipe Europe Direct²².

Afin d'accroître les connaissances des membres du réseau au sujet des politiques de l'UE et de veiller à ce que les réseaux soient à jour, notamment en ce qui concerne les priorités politiques de la Commission, la DG Communication propose des séminaires de formation, des activités de promotion, des services et du matériel d'information.

Types de contrats

Contrats de services (y compris études, assistance technique, évaluations, enquêtes, informatique, services de communication, etc.).

Mise en œuvre

Mise en œuvre directe par la DG Communication et, s'il y a lieu, dans le cadre de codélégations avec d'autres DG.

4.3.2 Services d'information à l'intention des citoyens

Description, objectifs poursuivis et résultats attendus

Les activités de passation de marchés au titre de cette ligne budgétaire couvrent le fonctionnement et le développement du centre de contact Europe Direct (CCED), qui fournit gratuitement des services d'information générale, en plusieurs langues, sur les questions européennes. Comme en 2022, le CCED continuera à fournir des informations également en ukrainien et en russe.

Le but est de faire en sorte que les citoyens aient accès à des informations pertinentes, générales et spécifiques sur les activités des institutions de l'UE et sur les décisions de l'UE.

Types de contrats

²¹ Conformément à la décision C(2017) 8516 de la Commission du 18 décembre 2017.

²² Le renforcement du réseau Europe Direct est particulièrement pertinent et opportun dans la perspective des élections européennes qui auront lieu au printemps 2024.

Contrats de services (y compris études, assistance technique, évaluations, enquêtes, informatique, services de communication, etc.), y compris contrats spécifiques fondés sur les contrats-cadres existants relatifs au CCED.

Mise en œuvre

Mise en œuvre directe par la DG Communication et, s'il y a lieu, dans le cadre de codélégations avec d'autres DG.

4.3.3 Participation citoyenne

Description, objectifs poursuivis et résultats attendus

Les activités de passation de marchés au titre de cette ligne budgétaire visent à financer des moyens physiques et numériques de dialoguer avec les citoyens, y compris les panels de citoyens. Ceux-ci relèveront conjointement de la DG Communication en tant que cheffe de file de la participation citoyenne et des DG responsables des politiques. La DG Communication créera par ailleurs un guichet unique/une plateforme pour la participation citoyenne et le dialogue citoyen en ligne. Ce nouvel espace européen pour les panels de citoyens et la participation en ligne devrait améliorer les processus participatifs, grâce à la plateforme numérique multilingue mise en place pour la conférence et à l'ajout de nouvelles fonctionnalités. Des contrats seront établis pour ces nouveaux formats participatifs.

Un guide institutionnel pour la participation citoyenne, ainsi qu'une «boîte à outils» de contrats pouvant être utilisée par les différentes DG, seront élaborés conjointement par la DG Communication et par le Centre pour la démocratie participative et délibérative du centre commun de recherche, avec l'aide d'un groupe interservices sur la participation citoyenne.

Types de contrats

Contrats de services (notamment études, assistance technique, évaluations, enquêtes, informatique, services de communication, etc.), y compris nouveaux contrats-cadres pour les actions de communication menées par la Commission, en lien avec ses orientations politiques.

Mise en œuvre

Mise en œuvre directe par la DG Communication et, s'il y a lieu, dans le cadre de codélégations avec d'autres DG.

4.3.4 Centre de visites

Description, objectifs poursuivis et résultats attendus

Le centre de visites à Bruxelles a une fonction essentielle en matière de communication: il donne aux visiteurs un aperçu des travaux de la Commission dans son rôle en tant qu'organe exécutif de l'UE, et fournit des explications sur les politiques de l'UE.

Les visites sont axées sur les priorités de la Commission. Le centre de visites reçoit de nombreux groupes de haut niveau et d'organes de relais d'informations essentiels et leur propose trois types de visites:

visites d'information générales, visites d'information spécifiques et visites sur mesure²³. Le projet de modernisation ciblera les publics difficiles à atteindre et cherchera à rendre le centre plus attrayant pour les jeunes en déployant des outils numériques interactifs.

Les locaux du centre de visites ont été rénovés en profondeur en 2021-2022, avec des installations inspirées du *nouveau Bauhaus européen*, inaugurées partiellement en septembre 2022.

Étant donné qu'actuellement le centre de visites reçoit uniquement des groupes de visiteurs, moyennant inscription préalable, la DG Communication a mis sur pied à Bruxelles, en février 2022, une nouvelle exposition numérique intitulée «Experience Europe», qui est accessible au grand public.

En 2023, la passation de marchés au titre de cette ligne budgétaire vise à couvrir les coûts de l'organisation de visites physiques et virtuelles à la Commission. Il s'agit notamment de visites au centre de visites à Bruxelles, de visites et d'activités générales d'information liées au centre d'information «Experience Europe» à Bruxelles (14, Rond-Point Schuman) et aux centres Europa Experience déjà en place dans les États membres²⁴, ainsi qu'à ceux qui verront le jour dans d'autres capitales de l'UE en 2023.

Cette ligne budgétaire couvrira également les frais de fonctionnement et d'exploitation: gestion des dispositifs de fourniture de contenu de communication, création et mises à jour au niveau des technologies et du contenu, adaptation du contenu et services d'assistance et de maintenance. La mise en place des nouveaux espaces et contenus de communication, ainsi que de nouveaux formats de visites, physiques, virtuelles et hybrides, et d'une campagne promotionnelle, se poursuivra.

La ligne budgétaire couvrira également les coûts liés à la modernisation du centre de visites, notamment la mise en place d'un nouveau modèle de communication pour le centre (nouvelle formule, nouvelle présentation), ainsi que de nouveaux formats et outils de visite virtuelle.

Types de contrats

Contrats de services (notamment études, assistance technique et assistance sur le terrain, évaluations, enquêtes, informatique, services de communication, etc.), y compris nouveaux contrats-cadres pour les services logistiques (hôtels, restaurants, transports locaux, etc.).

Mise en œuvre

Mise en œuvre directe par la DG Communication et, s'il y a lieu, dans le cadre de codélégations avec d'autres DG.

²³ 1. Visite d'information générale – 90 minutes. Présentation du rôle de la Commission européenne au sein de l'UE suivie d'une séance de questions/réponses. S'adresse aux personnes qui ne connaissent pas ou peu l'Union européenne, notamment les élèves du secondaire.

2. Visite d'information spécifique – 2 h 30. Introduction au rôle de la Commission européenne au sein de l'UE, suivie de la présentation d'une politique de l'UE présentant un intérêt particulier pour le groupe. S'adresse aux étudiants de premier et deuxième cycles et à divers groupes spécifiques.

3. Visite sur mesure – jusqu'à un jour et demi. Programme spécialement adapté aux intérêts du groupe. Introduction au rôle de la Commission européenne au sein de l'UE, suivie de plusieurs exposés (jusqu'à quatre) sur des politiques spécifiques de l'UE donnés par des fonctionnaires de la Commission travaillant dans ces domaines. S'adresse aux journalistes, aux membres des parlements et gouvernements locaux, régionaux et nationaux, aux associations professionnelles, aux professionnels du secteur public ou privé, aux syndicats et au monde universitaire, y compris aux étudiants de troisième cycle et aux étudiants-chercheurs.

²⁴ Berlin, Ljubljana, Helsinki, Copenhague, Tallinn, Paris, Rome et Stockholm.

4.3.5 Publications et rapport général

Description, objectifs poursuivis et résultats attendus

Les activités de passation de marchés couvriront les dépenses relatives à la production, à la diffusion et à la promotion des publications et supports de communication en ligne et hors ligne destinés aux citoyens de tous âges, avec une attention particulière portée à la tranche 5 - 18 ans. Il s'agit de leur expliquer ce qu'est l'Union européenne, ce qu'elle fait, quelles sont ses priorités politiques, et en quoi ses actions bénéficient aux citoyens.

Les publications financées au titre de cette ligne budgétaire comprennent les publications prévues par les traités ainsi que d'autres publications institutionnelles ou de référence, telles que le rapport général sur l'activité de l'Union européenne. La ligne budgétaire finance également la mise à jour régulière des cartes de l'UE mises à la disposition de toutes les directions générales de la Commission.

L'ensemble des publications et des supports de communication en ligne et hors ligne, y compris le site web interinstitutionnel et multilingue de l'Espace Apprentissage, s'adressent à tout type de public, de tous groupes d'âges, dans les États membres et au-delà. Les exigences en matière d'accessibilité sont prises en compte lors de la compilation et de la diffusion des produits.

Cette ligne budgétaire couvre également les activités de retours d'informations et de test visant à améliorer encore la qualité des publications et des supports en ligne, ainsi que toute étude jugée nécessaire.

Types de contrats

Contrats de services (notamment études, assistance technique, évaluations, enquêtes, informatique, services de communication, etc.), y compris nouveaux contrats pour les publications portant sur des sujets d'actualité, comme les priorités politiques de la Commission, ou pour les publications requises par les traités, comme le rapport général.

Mise en œuvre

Mise en œuvre directe par la DG Communication et, s'il y a lieu, dans le cadre de codélégations avec d'autres DG.

4.4 Ligne budgétaire 14 20 04 03 - «Politique d'information et communication stratégique pour l'action extérieure»: 2 710 000 EUR

Description des principales activités couvertes par la ligne budgétaire 14 20 04 03

4.4.1 Communication institutionnelle

Description, objectifs poursuivis et résultats attendus

La présente ligne budgétaire couvre les contributions d'autres départements aux actions de communication institutionnelle pour 2023 (politique étrangère et de sécurité commune, relations extérieures, coopération et partenariats internationaux, politique européenne de voisinage, élargissement, prévention des conflits et politiques/programmes humanitaires), comme indiqué dans la communication sur l'action de communication institutionnelle pour 2021-2023 au titre du cadre financier pluriannuel 2021-2027 [C(2020) 9390 du 18 décembre 2020].

La communication institutionnelle étant le principal outil utilisé par la Commission pour s'adresser aux citoyens Européens et les informer sur les politiques qui les concernent directement, l'objectif général est de montrer la valeur ajoutée du soutien apporté par l'UE dans différents domaines de leur vie. Il importe également de souligner les efforts déployés par l'Union européenne et le large soutien qu'elle apporte aux pays voisins qui sont en partenariat avec elle, y compris les pays candidats et candidats potentiels à l'adhésion. Cela est d'autant plus important aujourd'hui au regard des répercussions de la guerre d'agression menée par la Russie contre l'Ukraine.

En 2023, la campagne NextGenEU continuera d'informer les citoyens des efforts déployés par l'UE pour surmonter la crise mondiale de la COVID-19, tant en ce qui concerne la santé publique que d'un point de vue économique. La campagne expliquera également le rôle moteur de l'UE dans la lutte menée face à l'urgence climatique et continuera de fournir des informations sur l'objectif «zéro carbone» à l'horizon 2050, le pacte vert et les politiques environnementales connexes qui concernent tant l'Europe que le monde entier, par exemple dans le domaine de la biodiversité. En 2023, la campagne se concentrera sur des projets financés par le programme de relance économique et sur leurs avantages concrets pour les communautés locales.

En 2023, la contribution de la stratégie «Global Gateway» de l'UE à la réduction du déficit d'investissement au niveau mondial sera mise en avant. Elle accompagne la double transition écologique et numérique au-delà des frontières européennes, renforce la compétitivité et améliore la sécurité des chaînes d'approvisionnement mondiales. L'accent sera mis sur notre investissement conjoint dans un avenir commun, qui illustre l'engagement à long terme de l'UE en faveur de relations solides, prospères et fondées sur des principes avec les pays et régions partenaires.

La guerre d'agression menée par la Russie contre l'Ukraine a montré combien notre indépendance énergétique par rapport à la Russie est nécessaire, de même que la décarbonation de notre économie et le fait de ne pas dépendre des combustibles fossiles, et ces objectifs peuvent être atteints grâce à l'efficacité énergétique et aux sources d'énergie renouvelables. Le 20 septembre 2022, la Commission a lancé la campagne de communication institutionnelle «You are EU», qui s'adresse au grand public, en particulier aux ménages, par l'intermédiaire de canaux médiatiques variés tels que la radio, les panneaux d'affichage, les sites web et les médias sociaux. En 2023, les campagnes de communication institutionnelle continueront de s'adapter à l'évolution de la situation géopolitique. Compte tenu de la menace de pénuries d'énergie sur l'ensemble du continent, il importe de communiquer avec les citoyens sur les moyens de surmonter toute possible crise des combustibles.

La DG Communication continuera de produire et de diffuser des contenus exhortant à des actions responsables et bénéfiques à la société, notamment des actions individuelles visant à réduire notre empreinte carbone, conformément au précepte «Penser globalement, agir localement». Comme les années précédentes, la campagne NextGenEU diffusera ses messages tant au sein de l'Union européenne qu'en dehors de celle-ci, aussi bien par des canaux numériques que par l'intermédiaire des médias traditionnels, comme la télévision.

Types de contrats

Contrats de services (notamment études, assistance technique, évaluations, enquêtes, informatique, services de communication, etc.), y compris nouveaux contrats-cadres pour les campagnes intégrées, activités de sensibilisation et événements, achat d'espaces médias, services de création et de stratégie, et actions de communication thématique.

Mise en œuvre

Mise en œuvre directe par la DG Communication et, s'il y a lieu, dans le cadre de codélégations avec d'autres DG.