

ANNEXE

Programme de travail annuel en matière de communication pour 2024

«Les Européens attendent de l'Union qu'elle les défende en cette époque de concurrence entre grandes puissances. Mais ils attendent aussi qu'elle les protège et se tienne à leurs côtés, comme un partenaire et un allié dans leurs combats quotidiens. **Et nous serons à l'écoute de leurs attentes.** Si c'est important pour les Européens, c'est important pour l'Europe. (...) Une fois encore, le moment est venu pour l'Europe de répondre à l'appel de l'histoire¹.»

Partie I – Vue d'ensemble: contexte politique

Les activités de la Commission européenne en matière de communication relèvent de l'autonomie politique dont elle jouit en tant qu'institution et de ses prérogatives sur le plan institutionnel². Le programme de travail de la DG Communication pour l'année 2024 est axé sur le soutien:

- aux priorités de la Commission, telles qu'énoncées dans les orientations politiques, les discours sur l'état de l'Union européenne et le programme de travail 2024 de la Commission³;
- au plan stratégique de la DG Communication pour 2020-2024⁴;
- à la communication sur le suivi de la conférence sur l'avenir de l'Europe: «Transformer une vision en actions concrètes»⁵; et
- au programme stratégique de l'UE pour la période 2019-2024⁶ de la Commission, dans lequel cette dernière a formulé des recommandations sur la communication au service des citoyens et de la démocratie, lesquelles, pour la plupart, sont encore d'actualité.

Ces dernières années, nous avons réussi à surmonter des écueils de taille, notamment la pandémie de COVID-19, les crises énergétiques et la guerre d'agression menée par la Russie contre l'Ukraine. Ces succès, obtenus grâce à des efforts de collaboration, soulignent la capacité de l'UE à relever des défis historiques, capacité qui sera encore mise à l'épreuve à l'avenir. La DG Communication s'attachera donc à souligner en quoi la Commission et l'UE apportent des avantages concrets à l'Europe et à ses citoyens, et à préciser le rôle que joue l'UE dans un environnement géopolitique complexe. Les avancées obtenues

¹ Discours de 2023 sur l'état de l'Union, 13 septembre 2023.

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

³ COM(2023) 638 du 17 octobre 2023.

⁴ 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. Objectif spécifique n° 1: le Collège et les services utilisent les renseignements par pays, les résultats de l'Eurobaromètre, l'analyse des médias et le retour d'information 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.

⁵ COM(2022) 404 final du 17 juin 2022.

⁶ COM(2019) 218 du 30 avril 2019.

grâce au programme de la présidente de la Commission pour une Europe verte, numérique et géopolitique en sont un exemple⁷.

Dans son discours de 2023 sur l'état de l'Union, la présidente de la Commission a souligné que «[d]ans les 300 prochains jours, il nous faudra impérativement terminer le travail qu[e les citoyens européens] nous ont confié». Nous communiquerons dès lors en priorité sur les tâches qui restent à accomplir et nous veillerons à ce que les citoyens européens continuent de soutenir les politiques de l'UE, en restant à leur écoute et en dialoguant avec eux.

La DG Communication concentrera ses efforts de communication sur nos réalisations et sur les défis à venir, avec une intensité renouvelée, dans la perspective des élections européennes de 2024.

La communication portera essentiellement sur les points ci-après.

- **Mise en œuvre du pacte vert pour l'Europe:** nous soulignerons en quoi cette mise en œuvre nous permet d'atteindre nos objectifs en matière de politique climatique tout en créant les conditions favorables à une industrie «zéro net» solide et en garantissant une transition juste et équitable. Notre message mettra l'accent sur l'importance de l'agriculture et de la préservation des ressources naturelles;
- **Renforcement de notre compétitivité et de notre résilience:** nous communiquerons sur notre engagement à renforcer la compétitivité et la résilience, tant au sein du marché unique de l'UE que dans le cadre de notre stratégie en matière de sécurité économique. Nous veillerons en priorité à relever les défis concernant le marché du travail, à promouvoir le développement des compétences et à faire en sorte qu'il soit plus facile de mener des activités commerciales en Europe. Nous mettrons en exergue des initiatives d'envergure comme le sommet des partenaires sociaux à Val Duchesse, le train de mesures de soutien aux PME, nos prochaines propositions visant à réduire les charges en matière de formalités déclaratives, et le rapport de Mario Draghi sur l'avenir de la compétitivité de l'UE;
- **L'Europe géopolitique:** notre communication se concentrera sur le succès de l'approche «Équipe Europe», dans le dialogue avec nos partenaires au niveau mondial et dans la mise en œuvre de la stratégie «Global Gateway» et de ses projets prioritaires pour 2024, y compris dans le cadre de nos plans économiques et d'investissement pour les régions concernées par le voisinage et l'élargissement. Nous mettrons l'accent sur notre engagement en faveur de l'Afrique et sur l'élaboration d'une nouvelle approche stratégique qui sera examinée lors du prochain sommet Union européenne-Union africaine;
- **Leadership dans les domaines du numérique et de l'intelligence artificielle:** nous communiquerons sur les résultats obtenus par l'UE dans les domaines du numérique et de l'intelligence artificielle (IA), en mettant l'accent sur les progrès sans précédent enregistrés grâce au règlement sur les services numériques, au règlement sur les marchés numériques et à la législation sur l'intelligence artificielle. Notre message mettra en évidence la manière dont ces

⁷ Les «orientations politiques 2019-2024: une Union plus ambitieuse» et les quatre 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, le 14 septembre 2022 et le 13 septembre 2023, demeurent des points de référence essentiels pour les travaux de la DG Communication. Dans le même ordre d'idées, les orientations politiques de la présidente de la Commission pour 2024 fourniront une orientation claire pour les travaux de la DG Communication au second semestre de 2024.

évolutions fixent des normes mondiales en matière d'innovation et de fiabilité et contribuent efficacement à la lutte contre la désinformation;

- **Migration et asile:** nous communiquerons sur la manière dont nous relevons les défis européens dans le domaine de la migration et de l'asile, en mettant l'accent sur l'adoption et la mise en œuvre du nouveau pacte en la matière, ainsi que sur les efforts que nous déployons pour lutter contre le trafic de migrants;
- **Ukraine:** notre communication réaffirmera notre solidarité durable et inébranlable avec l'Ukraine et notre engagement à soutenir la reconstruction du pays par la mise en œuvre de la facilité pour l'Ukraine. Nous suivrons de près l'évolution de la situation dans nos États membres et mettrons l'accent sur les questions essentielles que sont les exportations de céréales et l'assistance militaire, entre autres;
- **Élargissement de l'UE:** à l'occasion de la commémoration du 20^e anniversaire de l'élargissement de 2004, nous communiquerons sur notre détermination à rééditer les succès passés, catalyseurs de progrès; il convient de souligner et de rappeler les progrès réalisés (des deux côtés) dans le cadre de l'élargissement de l'UE;
- **NextGenerationEU:** nous continuerons à faire connaître le programme de financement de l'UE pour la relance (NextGenerationEU);
- **Élections européennes:** nous nous attacherons à démontrer la valeur ajoutée de l'UE, en soulignant que l'Union garantit la démocratie et tient ses promesses.

En 2024, nos efforts en matière de communication seront essentiels pour informer les citoyens et dialoguer avec eux au sujet de ces importantes priorités. Nos actions feront résonner nos messages et contribueront à bâtir un avenir prospère et durable pour l'Europe. Toutefois, compte tenu de l'émergence de nouvelles priorités, il conviendra de rester réactifs et d'agir avec souplesse et nos actions devront rester innovantes et séduire les citoyens, les États membres, la société civile et les parties prenantes.

En 2024, la DG Communication s'engage:

- à fournir des services de communication de haut niveau à la présidente et aux commissaires;
- à lutter efficacement contre la désinformation, notamment celle qui est liée à la guerre d'agression menée par la Russie en Ukraine, au conflit au Moyen-Orient, au changement climatique et aux migrations, et à partager des exemples de résultats positifs obtenus grâce à l'engagement de l'UE dans ces régions/sur ces sujets;
- à soutenir les priorités politiques grâce à des produits de communication modernes et innovants, à des campagnes de communication institutionnelle percutantes et à une présence plus efficace sur le web;
- à renforcer les interactions avec les citoyens et à écouter leurs points de vue en nous appuyant sur nos Représentations, sur les centres EUROPE DIRECT et sur le projet pilote «Bâtir l'Europe avec les élus locaux». L'objectif est de 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;

- à encourager la participation des citoyens aux actions menées, en partenariat avec les directions générales «politiques» et le secrétariat général;
- à suivre de près les résultats de notre communication afin d'affiner notre approche en permanence et d'associer efficacement le public à nos actions.

En tant que cheffe de file dans le domaine de la communication externe⁸, la DG Communication continuera de veiller à une plus grande cohérence des activités de communication dans l'ensemble de la Commission. Pour ce faire, elle:

- mènera des campagnes et des actions de communication institutionnelle;
- coordonnera la présence de la Commission sur les comptes centraux et les comptes des Représentations sur les réseaux sociaux, ou sur d'autres comptes locaux;
- veillera 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;
- rationalisera la passation des marchés en matière de communication grâce aux contrats-cadres centralisés et au système d'acquisition dynamique, tout en affinant l'aide apportée aux autres DG, y compris aux délégations de l'UE;
- continuera de veiller à la présence de la Commission sur le web par l'intermédiaire d'Europa; et
- renforcera le dialogue de la Commission avec les citoyens en partenariat avec les DG politiques.

Au cas où les fonds alloués à ces activités ou à d'autres activités ne peuvent pas être dépensés comme prévu, la clause de flexibilité figurant à l'article 3 de la décision relative au financement des activités opérationnelles de la direction générale de la communication et à l'adoption du programme de travail pour 2024 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.

⁸ SEC(2016) 170 du 4 avril 2016 et C(2019) 2329 du 26 mars 2019.

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 le capital humain, la cohésion sociale et les valeurs», titre 07 20 04 du projet de budget annuel de l'Union pour l'exercice 2024⁹ et des objectifs énoncés dans le plan stratégique de la DG Communication 2020-2024¹⁰, le présent programme de travail expose comme suit les actions à financer et la ventilation budgétaire pour 2024:

Ligne budgétaire	Activité	Subventions (point 2)	Prix (point 3)	Marchés (point 4)	TOTAL (en EUR)
07 20 04 02	Services exécutifs et de communication institutionnelle			48 334 000	48 334 000
07 20 04 03	Représentations de la Commission	1 200 000	97 000	26 773 000	28 070 000
07 20 04 04	Services de communication pour les citoyens	15 648 800		17 419 200	33 068 000
Sous-total		16 848 800	97 000	92 526 200	109 472 000
14 20 04 03	Politique d'information et communication stratégique pour l'action extérieure ¹¹			4 650 000	4 650 000
TOTAL		16 848 800	97 000	97 176 200	114 122 000

Base juridique: Les activités de la Commission européenne en matière de communication relèvent de l'autonomie politique dont elle jouit en tant qu'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 et mis 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 chaque ligne. Comme annoncé dans la communication de la Commission concernant les lignes directrices sur le financement de la technologie de l'information et de la cybersécurité¹³, la ligne

⁹ COM(2023) 300 du 5 juillet 2023.

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 note de bas de page n° 5.

¹¹ Communication relative à l'action de communication institutionnelle pour 2024-2027 au titre du cadre financier pluriannuel 2021-2027, C(2023) 6467 final du 29.9.2023.

¹² Voir note de bas de page 2.

¹³ C(2020) 6126 du 10 septembre 2020.

budgétaire 07 20 04 02 contribuera au budget alloué aux moyens informatiques institutionnels à hauteur de 2 416 700 EUR et la ligne budgétaire 07 20 04 04 à hauteur de 1 653 400 EUR.

2. Subventions

L'enveloppe budgétaire globale réservée aux subventions au titre du programme de travail 2024 est de **16 848 800 EUR**:

	Ligne budgétaire	Activité	2024
2.1	07 20 04 04	Centres d'information (centres EUROPE DIRECT)	15 648 800
2.2	07 20 04 03	Communication par les Représentations	1 200 000
Total			16 848 800

Ces lignes budgétaires peuvent aussi couvrir l'évaluation et la professionnalisation possibles des activités de communication décrites ci-dessous.

Il est crucial pour les institutions et organes de l'UE de communiquer avec le grand public. Cette communication vise à faire en sorte que les citoyens soient informés des politiques de l'UE et les comprennent, et à ce qu'ils soient largement sensibilisés aux questions européennes qui les concernent. En vue d'améliorer la communication de la Commission avec les citoyens, la DG Communication gère depuis 2012 des contrats-cadres portant sur la réalisation d'évaluations et sur des études et des services liés à l'évaluation dans le domaine de la communication. Le contrat-cadre actuel pour la période 2021-2024 prendra fin en décembre 2024. Par conséquent, en 2024, la DG Communication lancera un appel d'offres interinstitutionnel pour des contrats-cadres multiples portant sur des analyses d'impact, des évaluations et des études et services liés à l'évaluation dans le domaine de la communication. L'objectif est que le nouveau contrat-cadre soit en place à partir du 1^{er} janvier 2025.

2.1 Les centres d'information (centres EUROPE DIRECT)¹⁴ recevront **15 648 800 EUR** pour 2024

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).

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, médias, réseaux sociaux, etc.);

¹⁴ Auparavant dénommés «centres d'information EUROPE DIRECT» (CIED).

- relayer notre communication institutionnelle au niveau local;
- contribuer 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;
- créer des réseaux régionaux au moyen de partenariats locaux, en collaborant avec d'autres réseaux de l'UE présents 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 d'autres institutions et organes de l'UE aux niveaux local et régional.

Type de demandeurs visé par l'attribution directe

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.

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 2021-2025¹⁵, 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 Le coût de la communication des Représentations se montera à 1 200 000 EUR pour 2024.

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

Description, objectifs poursuivis et résultats attendus

En 2024, 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 2024. À l'approche des élections européennes de 2024, la communication se concentrera sur les avantages concrets qu'apporte l'Union européenne et dont profitent tant l'Europe que les Européens. 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. Ces

¹⁵ Conformément au programme de travail de la DG Communication pour 2021 [C(2020) 8492 du 7 décembre 2020].

activités contribueront à diffuser une image plus positive de l'UE auprès des citoyens, notamment auprès des jeunes, et à lutter contre la désinformation.

Ces activités de communication devraient contribuer à resserrer les liens entre les citoyens et l'UE, notamment en informant les citoyens sur les rôles et activités des différentes institutions de l'Union; elles devraient aussi contribuer à renforcer l'engagement de ces derniers à l'égard de l'UE. Les partenaires régionaux, locaux et de la société civile, y compris les membres du Comité des régions et du Comité économique et social européen et les membres du réseau Construire l'Europe avec les conseillers locaux, contribueront également à tisser des liens plus étroits avec le public.

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 incluse dans 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 des jeunes, à encourager la participation politique de ces derniers et à favoriser le débat. Les étudiants peuvent ainsi apprendre comment fonctionne le processus décisionnel de l'UE et comment il interagit avec le processus national.

Types de demandeurs visés par l'attribution directe

Description des activités à financer par la ou les subvention(s) spécifique(s) directement octroyée(s) au titre d'un ou de plusieurs partenariats-cadres, ainsi que des objectifs poursuivis et des résultats attendus.

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 ainsi que 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 d'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

En 2023, l'initiative a bénéficié d'une 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 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.

Cet organisme a pour tâche spécifique 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 d'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 doit également être fournie dans la décision d'octroi.

3. Prix

L'enveloppe budgétaire globale réservée aux concours au titre du présent programme de travail pour 2024 s'élève à **97 000 EUR**.

Ligne budgétaire	Activité	2024
07 20 04 03	Communication des Représentations	97 000

Cette ligne budgétaire peut aussi couvrir l'évaluation et la professionnalisation possibles des activités de communication décrites ci-après¹⁶.

Description, objectifs poursuivis et résultats attendus

En 2024, les activités se concentreront sur les priorités de la Commission telles que définies dans les «orientations politiques 2019-2024: une Union plus ambitieuse» et sur les programmes de travail de la Commission qui s'y rapportent, ainsi que sur les principaux résultats attendus exposés dans le discours de la présidente de la Commission sur l'état de l'Union, et reflèteront les principales priorités de la nouvelle Commission. Elles couvriront les concours visant à promouvoir ou à stimuler la réflexion sur l'intégration européenne ou sur les politiques de l'UE, qui s'adressent en particulier aux écoles et aux journalistes. Les activités seront conformes aux orientations publiées par le comité de pilotage de la communication institutionnelle¹⁷.

Types de participants visés par le concours

Sont principalement ciblés les citoyens européens, en particulier les étudiants, les journalistes et les influenceurs, et potentiellement les organisations de la société civile (organisations non gouvernementales, associations, etc.).

¹⁶ Comme expliqué au point 2, la DG Communication lancera en 2024 un appel d'offres concernant des contrats-cadres multiples pour des analyses d'impact, des évaluations et des études et services liés à l'évaluation dans le domaine de la communication.

¹⁷ Note sur les actions de suivi en vue d'une approche plus cohérente pour les prochains prix de la Commission européenne [Ares\(2023\)6690409](https://ares(2023)6690409).

Mise en œuvre

Mise en œuvre directe par la DG Communication.

4. Marchés

Le budget réservé aux marchés publics dans le programme de travail 2024 s'élève à **97 176 200 EUR**.

Ligne budgétaire	Activité	2024
07 20 04 02	Services exécutifs et de communication institutionnelle	48 334 000
07 20 04 03	Représentations de la Commission	26 773 000
07 20 04 04	Services de communication pour les citoyens	17 419 200
Sous-total		92 526 200
14 20 04 03	Politique d'information et communication stratégique pour l'action extérieure	4 650 000
TOTAL		97 176 200

Cette ligne budgétaire peut aussi couvrir l'évaluation et la professionnalisation possibles des activités de communication décrites ci-après¹⁸.

4.1 Montant alloué sur la ligne budgétaire 07 20 04 02 - «Services exécutifs et de communication institutionnelle» pour 2024: 48 334 000 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, notamment la fourniture d'informations et d'analyses par pays hautement qualitatives provenant de sources diverses, qui visent à éclairer 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 au regard des priorités politiques. Il en résulte une coordination et une planification stratégique améliorées, une plus grande clarté des messages institutionnels, un alignement des récits sur les messages politiques, une marque visuelle distinctive et des économies d'échelle, ce qui contribue à donner une meilleure image de la Commission et de l'UE.

¹⁸ Comme expliqué au point 2, la DG Communication lancera en 2024 un appel d'offres concernant des contrats-cadres multiples pour des analyses d'impact, des évaluations et des études et services liés à l'évaluation dans le domaine de la communication.

Les activités de passation de marchés au titre de cette ligne budgétaire couvrent 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 aux informations générales et thématiques ad hoc sur les activités des institutions de l'UE ainsi que sur les politiques et les décisions de l'UE.

En 2024, 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 les programmes de travail de la Commission qui s'y rapportent; dans le même temps, elles viseront la réalisation des principaux résultats attendus exposés dans le discours de la présidente sur l'état de l'Union et poursuivront les principales priorités de la nouvelle Commission. Ces activités couvriront 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.

La DG Communication réalisera des activités à l'appui de l'engagement citoyen¹⁹, notamment la mise en place d'un nouveau panel de citoyens européens dans le domaine de l'efficacité énergétique, ainsi que des débats en ligne sur la nouvelle plateforme de participation citoyenne, qui fera partie du portail «Donnez votre avis» remanié.

Contribution à l'intégration du climat et de la biodiversité - description de la manière dont l'action ou les actions figurant dans le présent programme de travail contribuent à l'intégration du climat et de la biodiversité, sur les plans qualitatif et quantitatif

- En 2024, la DG Communication continuera de communiquer sur la mise en œuvre du pacte vert pour l'Europe, qui non seulement est nécessaire pour protéger notre planète, mais permettra aussi de préserver notre prospérité future, grâce à une industrie «zéro net» et à une transition juste et équitable.
- Nous continuerons à traquer et à combattre les discours trompeurs sur le changement climatique grâce à un sous-groupe spécialisé du réseau de la Commission pour la lutte contre la désinformation.
- En 2024, une campagne menée par la DG Action pour le climat sera consacrée à la lutte contre les récits néfastes sur les questions climatiques.
- L'équipe de la Commission chargée des médias sociaux soutient un large éventail d'actions de communication en faveur du climat et de la biodiversité, les thèmes liés au climat représentant environ 16 % des publications sur les comptes centraux des médias sociaux.
- Le secteur de la conception graphique de la Commission soutient un large éventail d'actions de communication en faveur du climat et de la biodiversité en fournissant des supports visuels sur ces sujets aux cabinets, au service du porte-parole et aux DG.
- Le service audiovisuel de la Commission soutient un large éventail d'actions de communication en faveur du climat et de la biodiversité (en ligne et hors ligne) en fournissant du matériel audiovisuel sur ces sujets aux cabinets, au service du porte-parole et aux DG.
- Ces productions audiovisuelles comprennent des vidéoclips explicatifs, des vidéos d'accroche sur les paquets législatifs, une couverture des conférences de presse et des événements relatifs au

¹⁹ Conformément au document COM(2022) 404 final sur le suivi de la conférence sur l'avenir de l'Europe, «Transformer une vision en actions concrètes».

climat et à la biodiversité, ainsi que la production de banques d'images vidéo et de photos d'illustration mises à la disposition des médias qui souhaitent informer sur le sujet.

- L'existence d'une **source** unique pour toute la Commission permet d'économiser ressources et énergie, en évitant la multiplication de copies sur différents serveurs. Tous les supports de la communication externe sur le climat et la biodiversité sont disponibles sur le portail audiovisuel.
- La DG Communication contribue également à la préservation du climat et de la biodiversité en accordant la priorité à l'efficacité énergétique. Sont sélectionnés à cet effet les fournisseurs de services informatiques en nuage et de solutions informatiques qui utilisent des sources d'énergie verte et qui démontrent leur détermination à prendre en considération les incidences environnementales lorsqu'ils opèrent des choix technologiques.

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 2024, les principales activités liées aux sites web hébergés sur le portail Europa sont les suivantes:

- soutien à la communication politique sur le web grâce à la publication des informations les plus récentes et par l'apport d'un soutien rédactionnel aux sites web de la Commission (collège, priorités, actualités, par exemple) et au site web interinstitutionnel de l'UE;
- soutien au développement et à la maintenance des sites web des Représentations et des autres services de la Commission;
- création ad hoc de contenu et maintenance de sites web à l'appui des initiatives politiques et des actions de communication prioritaires, notamment le nouveau portail web de l'ensemble des activités de la Commission en matière de participation citoyenne;
- amélioration et respect de la gouvernance du portail Europa, y compris suivi de la conformité des sites web avec les règles et normes applicables et des résultats obtenus à cet égard (par exemple, protection des données, accessibilité du web);
- exploitation et amélioration des outils institutionnels soutenant la présence sur le web, notamment la plateforme «Europa web publishing» (EWPP) et les outils web;
- conception et mise en œuvre d'un plan d'action en faveur de l'accessibilité du web pour la Commission.

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 DG, notamment la DG Informatique et la DG Traduction²⁰.

4.1.2 Eurobaromètre et analyse des données

Description, objectifs poursuivis et résultats attendus

En 2024, les principales actions comprendront ce qui suit:

- Conformément aux priorités politiques de la Commission, l'Eurobaromètre contribue à l'analyse des politiques publiques européennes (impact et évaluation) et à une meilleure compréhension de l'opinion publique européenne. Ces éléments revêtent une importance particulière en ce qui concerne la réaction de l'UE à la guerre d'agression menée par la Russie contre l'Ukraine et ses conséquences, la solidarité avec l'Ukraine et le peuple ukrainien, la sécurité énergétique, mais aussi, plus généralement, en ce qui concerne l'évolution géopolitique, la sécurité économique, les transitions écologique et numérique, la migration et l'asile, la démocratie et l'état de droit, etc.
- Les enquêtes Eurobaromètre prennent la forme d'enquêtes régulières et visent à analyser les tendances de l'opinion publique dans les États membres et, le cas échéant, dans les pays candidats et/ou dans d'autres pays. Il s'agit d'enquêtes aussi bien génériques que ponctuelles liées aux priorités politiques de la Commission portant sur des questions spécifiques et/ou des groupes cibles spécifiques que d'études qualitatives. Les données ainsi recueillies, combinées aux enseignements tirés d'autres outils de suivi et d'«écoute», fournissent des informations essentielles aux dirigeants politiques et alimentent des décisions importantes sur la mise en œuvre des priorités de l'UE. La DG Communication continuera de mener des enquêtes phares «Eurobaromètre standard» axées sur les tendances à long terme et sur les grandes priorités de la Commission, ainsi que des enquêtes ponctuelles pour suivre de près les priorités émergentes. Elle continuera également à travailler en étroite collaboration avec d'autres DG en recourant aux contrats-cadres Eurobaromètre afin de garantir la cohérence et la qualité des données recueillies sur l'opinion publique.
- Les actions comprendront aussi des mesures visant à améliorer la capacité d'analyse des données de la DG Communication afin de lutter contre la mésinformation et la désinformation ainsi que contre la diffusion de fausses informations (déni du changement climatique, par exemple).

Types de contrats

Contrats de services (notamment études, assistance technique, évaluations, enquêtes, informatique, services de communication, etc.), contrats-cadres pour les enquêtes Eurobaromètre, y compris un nouveau contrat pour les enquêtes EB Flash (prévu pour 2025). Des protocoles d'accord ont été conclus avec d'autres institutions et services de la Commission (par exemple, Parlement européen, DG Informatique, Centre commun de recherche).

Mise en œuvre

Mise en œuvre par la DG Communication.

4.1.3 Studios de télévision et Europe by Satellite

²⁰ Pour toutes les codélégations, voir: «DÉCISION DE LA COMMISSION modifiant la décision C(2022) 9304 relative aux règles internes sur l'exécution du budget général de l'Union (section Commission européenne) à l'attention des services de la Commission» (procédure de décision en cours: PE/2023/8417 - ISC/2023/10531; adoption prévue le 15 décembre).

Description, objectifs poursuivis et résultats attendus

En 2024, ces activités se concentreront sur les priorités de la Commission telles que définies dans les «orientations politiques 2019-2024: une Union plus ambitieuse» et dans les programmes de travail de la Commission qui s’y rapportent; dans le même temps, elles viseront la réalisation des principaux résultats attendus exposés dans le discours de la présidente sur l’état de l’Union et poursuivront les principales priorités de la nouvelle Commission, 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 partager ces informations avec les médias et le grand public.

Les activités réalisées sont les suivantes:

- exploitation des installations audiovisuelles du Berlaymont à Bruxelles²¹ 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 d’équipements et de fournitures audiovisuels destinés aux studios de radiodiffusion et de télévision, si nécessaire;
- 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 des 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, et l’achat d’équipements audio-photo-vidéo et de services y afférents.

Mise en œuvre

Mise en œuvre par la DG Communication.

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

Description, objectifs poursuivis et résultats attendus

En 2024, les activités principales sont les suivantes:

- (1) Couverture vidéo et photo de l’actualité
 - couverture vidéo et photo de l’actualité centrée sur la Commission, en vue d’une utilisation par les médias télévisés et sur les médias sociaux;

²¹ 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.

- production de vidéos et de photos thématiques illustrant l'actualité, mettant en évidence les priorités politiques de la Commission;
 - en 2024, production d'images spécifiquement destinées à illustrer les actions de communication portant sur les résultats obtenus par la Commission, sur les élections européennes et sur la nomination de la nouvelle Commission.
- (2) Production vidéo
- accroissement et diversification de la production vidéo destinée aux citoyens, adaptée aux exigences des plateformes de médias sociaux et aux nouvelles tendances en matière de communication;
 - en 2024, production de vidéos sur la nouvelle Commission pour des plateformes et canaux divers, présentant ses nouveaux membres.
- (3) Diffusion et promotion
- 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;
 - 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 (*European Broadcasting Union*).
- (4) Médiathèque et portail audiovisuels
- 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 Commission;
 - organisation du portail audiovisuel en tant que point unique de diffusion;
 - mise à disposition sur le portail de la Commission de tous les podcasts de la Commission, sous forme de fichiers audio;
 - poursuite des travaux de préservation, de numérisation et de recensement du contenu de la médiathèque;
 - 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;
 - gestion de la production audiovisuelle, sous-titrage et achat de photos.
- (5) Partage de l'expertise audiovisuelle avec d'autres départements
- coordination du réseau de correspondants audiovisuels en vue du partage des bonnes pratiques et des tendances, en cohérence avec son rôle de chef de file en matière de production audiovisuelle;
 - soutien aux DG et aux agences, par la gestion des contrats-cadres relatifs aux activités audiovisuelles internes.

Il sera veillé en particulier à élaborer une communication audiovisuelle positive plus efficace portant sur les priorités politiques, les principales réalisations de la Commission dans le cadre de son mandat actuel,

la présentation de la nouvelle Commission, l'éducation aux médias et les dangers de la désinformation et de la désinformation.

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), services linguistiques pour le sous-titrage de vidéos 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 (DGT et RTD).

4.1.5 Suivi et analyse des médias

Description, objectifs poursuivis et résultats attendus

En 2024, les activités principales sont les suivantes:

- suivi des médias de manière à garantir un retour d'informations continu au sujet de 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 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 d'évaluer l'écho donné aux priorités politiques et au rôle de la Commission dans tous les types de médias (presse écrite, médias en ligne, médias audiovisuels). Les résultats de ces analyses des médias sont communiqués au Collège et à l'encadrement supérieur sous diverses formes de rapports et de synthèses;
- détection et suivi de la présentation, par les médias, des principales priorités politiques, en particulier en ce qui concerne les élections européennes de 2024.

Types de contrats

Contrats de services (notamment études, assistance technique, évaluations, enquêtes, informatique, services de communication, etc.), contrats-cadres de veille médiatique; un nouveau contrat-cadre pour l'analyse des médias (prévu pour 2024-2025). Des protocoles d'accord ont été conclus avec d'autres institutions et services de la Commission (par exemple, la DG Informatique, le Centre commun de recherche).

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 (EAC).

4.1.6 Abonnements

Description, objectifs poursuivis et résultats attendus

En 2024, 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 nouveaux 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 (EAC).

4.1.7 Conception graphique et soutien à la communication

Description, objectifs poursuivis et résultats attendus

En 2024, les activités principales sont les suivantes:

- conception graphique relative aux priorités de la Commission (par exemple, la guerre d'agression menée par la Russie contre l'Ukraine, la préparation aux crises, la stratégie «Global Gateway», etc.);
- élaboration de concepts visuels, d'infographies et de contenus interactifs; développement continu et actualisation de ces derniers en fonction des tendances émergentes;
- organisation d'actions de communication externe, notamment en utilisant les bâtiments comme support;
- fourniture de conseils sur l'identité visuelle et sur l'utilisation de l'emblème de l'Union;
- fourniture d'aide et de conseils aux DG sur l'utilisation correcte de l'emblème de l'UE au titre du nouveau cadre financier pluriannuel et des nouvelles règles et lignes directrices en matière de communication et de visibilité de NextGenerationEU;
- fourniture d'un soutien et de conseils aux DG et aux acteurs de l'Équipe Europe sur la mise en œuvre correcte des lignes directrices relatives à la «marque» Global Gateway;
- coordination du réseau de conception graphique de la Commission;
- étude d'une éventuelle utilisation de l'intelligence artificielle à des fins de conception graphique;
- mise en œuvre de la communication politique stratégique sur les priorités de la Commission et 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 (BUDG, OP, PMO).

4.1.8 Médias sociaux

Description, objectifs poursuivis et résultats attendus

En 2024, les activités principales consisteront à élaborer des stratégies en matière de médias sociaux et à gérer les plateformes institutionnelles centrales et locales des médias sociaux de la Commission par:

- une planification des actions sur les médias sociaux en ce qui concerne les priorités de la Commission, notamment la communication de crise;
- la mise en évidence des élections européennes de 2024 et des avantages que l'Union apporte aux citoyens de l'Union;
- la création et le partage de contenus sur les comptes centraux des médias sociaux de la Commission;
- l'apport d'un soutien aux activités de la présidente et des membres du Collège sur les médias sociaux;
- un dialogue avec différents publics et la lutte contre la désinformation par la gestion des communautés et le développement d'un esprit de communauté (en liaison avec les activités des Représentations);
- le suivi et la vérification des faits en ce qui concerne les récits préjudiciables;
- la promotion de l'éducation aux médias sociaux et l'anticipation des effets potentiels de l'intelligence artificielle; l'amélioration de l'analyse des données en ce qui concerne les tendances en matière de médias sociaux;
- l'adaptation à l'évolution de l'environnement des médias sociaux;
- le lancement d'«alertes» en direct sur les médias sociaux lors d'événements politiques clés [par exemple, sommets du G7, du G20, de la COP (conférences des parties sur le changement climatique), réunions du Conseil européen, annonces politiques importantes];
- un soutien au réseau de médias sociaux de la Commission;
- une analyse des plateformes et des contenus émergents, compte tenu notamment de l'évolution en matière d'intelligence artificielle;
- la mise en œuvre d'un programme faisant intervenir des influenceurs, afin d'accroître la portée des activités de la Commission sur les médias sociaux et de créer une communauté;
- la création d'un contenu audiovisuel ad hoc pour les plateformes de médias sociaux, par exemple des vidéos courtes («reels») et autres nouveaux formats;
- un soutien aux campagnes de communication institutionnelle (par exemple NextGenerationEU, REPowerEU, Global Gateway, pacte vert, stratégie industrielle);
- une collaboration avec des relais d'opinion non traditionnels.

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 par la DG Communication.

4.2 Montant alloué sur la ligne budgétaire 07 20 04 03 - «Représentations de la Commission» pour 2024: 28 070 000 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 la Commission 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 le Collège, ainsi que les membres du personnel d'encadrement supérieur 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 les principales questions politiques, économiques et dans le domaine de la communication.

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 couvre les possibilités d'évaluation et de professionnalisation de ces activités de communication.

En vue d'améliorer l'efficacité de la communication publique de la Commission, la DG Communication gère depuis 2012 des contrats-cadres portant sur la réalisation d'évaluations et d'études et de services liés à l'évaluation dans le domaine de la communication. Le contrat-cadre actuel pour la période 2021-2024 prendra fin en décembre 2024. Par conséquent, en 2024, la DG Communication lancera un appel d'offres interinstitutionnel concernant des contrats-cadres multiples portant sur des analyses d'impact, des évaluations et des études et services liés à l'évaluation dans le domaine de la communication, pour qu'un nouveau contrat-cadre soit en place à partir du 1^{er} janvier 2025.

Contribution à l'intégration du climat et de la biodiversité - description de la manière dont l'action ou les actions figurant dans le présent programme de travail contribuent à l'intégration du climat et de la biodiversité, sur les plans qualitatif et quantitatif.

- La communication sur le pacte vert est une priorité essentielle pour les Représentations, étant donné qu'elle est la principale priorité de la Commission dans la perspective des élections.
- Toutes les actions prévues suivent les lignes directrices sur l'organisation de réunions et d'événements durables à la Commission, qui ont été approuvées par le comité directeur de l'EMAS le 30 juillet 2018.

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 la mise en œuvre d'actions de communication décentralisées par les Représentations.

En 2024, les efforts des Représentations en matière de communication se concentreront sur la réalisation et la mise en œuvre de leurs grandes priorités. Ils porteront notamment sur la transformation verte et numérique, la reprise fondée sur les plans pour la reprise et la résilience, la collaboration avec le

Parlement européen dans la perspective des élections européennes de 2024, la solidarité avec l'Ukraine et le dialogue avec les citoyens grâce aux initiatives telles que les panels de citoyens européens et la plateforme «Donnez votre avis». Le 20^e anniversaire de l'adhésion à l'UE²² sera également un thème central. Les Représentations soutiendront les campagnes de communication institutionnelle et adapteront leurs activités aux publics locaux en fonction des priorités de la Commission.

Une attention particulière sera accordée à la communication numérique et à la lutte contre la désinformation et la désinformation, avec des gestionnaires de communauté nouvellement recrutés. Les Représentations intensifieront le dialogue avec les acteurs locaux, y compris avec les groupes de réflexion, les vérificateurs de faits, les ONG, les journalistes, les membres du projet pilote «Construire l'Europe avec les conseillers locaux» et des personnalités politiques.

Les Représentations collaboreront avec le Parlement européen, les États membres, le Comité des régions et le Comité économique et social européen pour améliorer les activités d'information et de communication et faire en sorte qu'elles soient davantage coordonnées. Elles dialogueront également avec les parties prenantes afin de recueillir des renseignements de nature politique et économique.

Cette ligne budgétaire couvrira diverses activités de communication, telles que l'organisation d'actions de sensibilisation, la gestion de sites web, l'élaboration de stratégies locales et le recours à des projets innovants en ce qui concerne les médias sociaux, le renforcement des compétences numériques, ainsi que le suivi des actes de désinformation et la lutte contre celle-ci.

La communication de la Commission s'attachera en particulier à mettre en avant les réels bénéfices retirés des actions menées par l'Europe pour relever les défis auxquels elle a été confrontée, par exemple la pandémie de COVID-19 et les répercussions de l'invasion de l'Ukraine par la Russie. Elle mettra également l'accent sur les actions à venir, notamment en ce qui concerne la mise en œuvre du pacte vert pour l'Europe, le renforcement des aspects économiques et sociaux, les futures avancées en matière d'intelligence numérique et artificielle, le rôle joué au niveau mondial dans le cadre de l'approche «Équipe Europe», les réponses à apporter aux défis en matière de migration et d'asile, le soutien à l'Ukraine, et l'élargissement.

Si les prochaines élections européennes fourniront l'occasion de communiquer, elles posent également un défi en raison du risque de désinformation et de manipulation. Il sera crucial dans ce contexte de veiller à communiquer rapidement et efficacement, ainsi qu'à mettre en évidence les résultats significatifs obtenus.

Ces priorités seront intégrées dans les stratégies par pays des Représentations, qui présenteront un large éventail d'activités adaptées aux publics nationaux et locaux.

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, écrite et multimédias concernant l'Union. Le but est de faire en sorte que les citoyens aient accès à des informations pertinentes, générales et spécifiques sur les travaux des institutions de l'UE et sur les décisions de l'UE. Toutes les activités seront menées en étroite coopération avec le siège.

Il s'agira notamment:

²² Chypre, Estonie, Hongrie, Lettonie, Lituanie, Malte, Pologne, Tchéquie, Slovaquie et Slovénie.

- d'organiser des actions de sensibilisation à l'intention du public et des parties prenantes (en ligne et en présentiel);
- de soutenir les campagnes de communication institutionnelle (par exemple, NextGenerationEU, REPowerEU, Global Gateway, pacte vert, stratégie industrielle);
- de mener des activités de proximité auprès des citoyens;
- de gérer les tâches rédactionnelles liées aux sites web des Représentations;
- d'élaborer des stratégies locales en matière de médias sociaux et de gérer les comptes institutionnels sur les médias sociaux (notamment les communautés);
- de mettre en place des projets innovants pour s'adapter aux évolutions des plateformes de médias sociaux (par exemple, en utilisant divers formats de contenus, en travaillant avec des influenceurs, en tirant parti des outils d'intelligence artificielle);
- d'utiliser les outils disponibles sur les médias sociaux (formations, promotion rémunérée);
- de mener des campagnes de communication locales;
- de surveiller la situation en matière de mésinformation et de désinformation, de combattre celles-ci, ainsi que de sensibiliser aux efforts déployés par l'Union pour lutter contre la désinformation;
- de rédiger et de diffuser des contenus en ligne;
- de concevoir et de diffuser les publications en ligne des Représentations;
- de soutenir la communication sur la progression du programme d'élargissement et sur les différents pays candidats autour d'événements marquants.

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 (BUDG, DIGIT, DGT et OP).

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

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, en particulier sur les réalisations et les valeurs de l'Union. Les centres Europa Experience²³, lorsqu'ils seront opérationnels, joueront un rôle crucial dans cette coopération.

Les élections européennes de 2024 seront l'essence même de la coopération au niveau national. Les Représentations soutiendront le Parlement européen dans ses activités de communication sur les élections, dans sa campagne «Allez voter», et contribueront à renforcer la coopération avec les autorités

²³ Hébergés par les bureaux de liaison du Parlement européen, ces centres interactifs ont pour objectif de présenter l'UE aux visiteurs dans le cadre d'expositions combinant conception innovante et espaces multimédias. 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 à l'horizon 2024. À ce jour, des espaces «Europa Experience» sont déjà en place à Bruxelles, Strasbourg, Berlin, Copenhague, Helsinki, Ljubljana, Paris, Rome, Stockholm et Tallinn.

nationales, les leaders d'opinion, les réseaux de communication de la Commission et d'autres parties prenantes essentielles. 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 dans les centres déjà en place, le Parlement européen prévoit de couvrir l'ensemble des États membres d'ici à 2025, ce qui en fera un domaine de coopération de plus en plus important entre les bureaux de liaison du Parlement européen et les 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 (BUDG, DIGIT, DGT et OP).

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 ci-après relevant d'Europe Direct et la formation au sein de ceux-ci:

- les centres EUROPE DIRECT²⁴;
- les centres de documentation européenne; et
- le réseau de conférenciers de l'équipe EUROPE DIRECT²⁵.

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 (BUDG, DIGIT, DGT et OP).

4.2.4 Informations destinées aux journalistes

²⁴ Auparavant dénommés «centres d'information EUROPE DIRECT» (CIED).

²⁵ Auparavant «Équipe Europe».

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, dans 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. Des séances et des dossiers d'information portant sur les élections européennes de 2024 sont également prévus. Seront par ailleurs poursuivis les efforts visant à soutenir ou à proposer des sessions de formation ou des séminaires sur le fonctionnement de l'UE, sur les initiatives politiques importantes incluses dans le programme de travail de la Commission, et sur les actions permettant de lutter contre la désinformation. Des efforts seront déployés pour travailler en partenariat avec les autorités nationales, les parties prenantes ou les organisations de la société civile dans un contexte national donné.

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 (BUDG, DIGIT, DGT et OP).

4.3 Montant alloué sur la ligne budgétaire 07 20 04 04 «Services de communication pour les citoyens» pour 2024: 33 068 000 EUR.

Les produits et services de la DG Communication visent à informer les citoyens et à dialoguer avec eux 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 institutionnelle et des activités de participation citoyenne dans tous les États membres, ainsi que l'évaluation et la professionnalisation possibles de ces activités²⁶.

Contribution à l'intégration du climat et de la biodiversité - description de la manière dont l'action ou les actions figurant dans le présent programme de travail contribuent à l'intégration du climat et de la biodiversité, sur les plans qualitatif et quantitatif.

- En ce qui concerne la contribution à l'intégration des questions climatiques, la DG Communication apporte un soutien large et varié aux réseaux grâce à une transition massive vers les services en ligne. Par exemple, des webinaires, des réunions ou des enquêtes.
- En ce qui concerne la contribution à l'intégration des questions climatiques, certains centres EUROPE DIRECT ont déplacé une partie de leurs activités qui ont maintenant lieu en ligne.

²⁶ Voir point 4.2, quatrième alinéa.

- Lors du choix de modalités de transport, les Représentations et les visiteurs sont invités à envisager des modes de transport plus écologiques lorsqu'il existe une solution offrant un bon rapport coût-efficacité.
- La DG Communication continue de promouvoir les publications dématérialisées, conformément aux objectifs institutionnels visant à réduire son incidence sur l'environnement.

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 DIRECT²⁷ et encouragent la coopération entre tous les réseaux d'information de l'UE:

- les centres EUROPE DIRECT;
- les centres de documentation européenne; et
- le réseau de conférenciers de l'Équipe EUROPE DIRECT²⁸.

Afin d'accroître les connaissances des membres du réseau au sujet des politiques de l'UE et de veiller à ce que les réseaux restent 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 par la DG Communication.

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 et en 2023, le CCED continuera de fournir des informations également en ukrainien et en russe.

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

²⁷ Décision C(2017) 8516 de la Commission du 18 décembre 2017.

²⁸ Le renforcement du réseau de l'Équipe EUROPE DIRECT par un soutien financier à l'appui de leurs interventions en tant que conférenciers/modérateurs lors d'événements est particulièrement pertinent et opportun dans la perspective des élections européennes qui auront lieu au printemps 2024.

Types de contrats

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 et sur le renouvellement du contrat-cadre actuel à la mi-2025.

Mise en œuvre

Mise en œuvre par la DG Communication.

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 méthodes tant physiques que numériques permettant de dialoguer avec les citoyens, notamment les panels de citoyens européens. Ces initiatives seront supervisées conjointement par la DG Communication, qui se concentrera sur le dialogue avec les citoyens, et les DG compétentes pour les questions stratégiques. En outre, la DG Communication gèrera, avec le secrétariat général, la page web «Donnez votre avis», qui est un guichet unique en ligne permettant aux citoyens de participer et de dialoguer avec la Commission.

Les contrats visant à stimuler la participation citoyenne et à faciliter les processus permettant de soutenir ces formats participatifs innovants seront établis au moyen d'un nouveau système d'acquisition dynamique, mis à la disposition de l'ensemble des DG et services.

En tant que cheffe de file de la participation citoyenne, la DG Communication a élaboré, en collaboration avec le centre pour la démocratie délibérative du Centre commun de recherche, un guide institutionnel de participation citoyenne, avec l'aide d'un groupe interservices centré sur cette question.

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 par la DG Communication et, s'il y a lieu, dans le cadre de codélégations avec d'autres DG (BUDG).

4.3.4 Centre de visites

Description, objectifs poursuivis et résultats attendus

Le centre de visites à Bruxelles joue un rôle essentiel en matière de communication: il donne aux visiteurs un aperçu des travaux de la Commission 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 politiques de la Commission. Le centre de visites reçoit de nombreux groupes de haut niveau et organes de relais d'informations essentiels et leur propose trois types

de visites: visites d'information générales, visites d'information spécifiques et visites sur mesure²⁹. Le projet de modernisation, inspiré par les principes du nouveau Bauhaus européen, cible les publics difficiles à atteindre et cherche à rendre le centre plus attrayant pour les jeunes en déployant des outils numériques interactifs.

La DG Communication a ouvert à Bruxelles une nouvelle exposition numérique permanente intitulée «Experience Europe», accessible au public. Les visiteurs peuvent y découvrir les activités essentielles de la Commission et ses grandes priorités stratégiques et politiques, ainsi que les valeurs de l'UE, dans un environnement ludique et interactif.

En 2024, 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 (Rond-Point Schuman 14) et aux centres Europa Experience déjà en place dans les États membres³⁰, ainsi qu'aux centres qui ouvriront dans d'autres capitales de l'UE en 2024-2025³¹.

Cette ligne budgétaire couvrira également les frais de fonctionnement et d'exploitation comme la gestion des dispositifs de fourniture de contenu de communication, les mises à jour technologiques, la création et l'adaptation de contenus, ainsi que d'autres 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, se poursuivra, soutenue par les campagnes promotionnelles s'y rapportant.

La ligne budgétaire couvrira également les coûts liés à l'achèvement de la modernisation du centre de visites avec, 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, services logistiques tels que hôtels, restaurants, transports locaux, etc., ainsi que maintenance préventive et évolutive des espaces de communication, etc.).

Mise en œuvre

29 1. Visite d'information générale – 90 minutes. Présentation du rôle de la Commission 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 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 au sein de l'UE, suivie de plusieurs exposés (jusqu'à quatre) sur des politiques spécifiques de l'UE, donnés par des membres de la Commission travaillant sur ces questions. 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.

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

31 Sous réserve de confirmation par le Parlement européen, des centres devraient être ouverts à Prague, Dublin et Luxembourg en 2024, à Bratislava en 2025, et à Madrid et Bucarest en 2026.

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

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 des 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 européens.

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 DG. Le rapport général 2023 sera publié en mars 2024 et couvrira la dernière année complète du mandat actuel. Dans la perspective des élections européennes de 2024, il y aura davantage d'activités de sensibilisation et de diffusion relatives au rapport général, ce qui contribuera à faire connaître les réalisations de l'actuelle 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'adresse 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. Elles sous-tendent les activités de la DG Communication, de ses Représentations, des centres EUROPE DIRECT et des centres de documentation et de nombreux autres services de la Commission. Les publications sont disponibles en 24 langues, et en partie en russe et en ukrainien. À cet effet, la DG Communication gère également l'Espace Apprentissage et le site web des publications phares.

Afin d'accélérer la transition vers des supports de communication dématérialisés et d'améliorer encore la qualité de nos interventions, la DG Communication doit investir dans le développement de produits numériques plus sophistiqués.

À ce titre, la DG Communication intensifiera ses travaux sur la promotion de l'éducation aux médias et au numérique et sur la sensibilisation à la mésinformation et à la désinformation, en particulier auprès des jeunes.

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 (OP et DGT).

4.4 Montant alloué sur la ligne budgétaire 14 20 04 03 - «Politique d'information et communication stratégique pour l'action extérieure» pour 2024: 4 650 000 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 services aux actions de communication institutionnelle pour 2024 (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 relative à l'action de communication institutionnelle pour 2024-2027 au titre du cadre financier pluriannuel 2021-2027³².

La communication institutionnelle étant le principal outil utilisé par la Commission pour s'adresser aux citoyens européens et les informer sur les politiques de l'UE 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 de souligner les efforts déployés par l'UE 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 et les partenaires relevant de la politique européenne de voisinage. Cela est d'autant plus important aujourd'hui au regard des répercussions de la guerre d'agression menée par la Russie contre l'Ukraine. Il est également important d'attirer tout particulièrement l'attention des citoyens de l'UE sur les efforts considérables que l'Union déploie aux côtés des pays partenaires du monde entier pour relever les défis mondiaux tels que le changement climatique, la pauvreté, les conflits et les migrations, travail qui profite tant à nos partenaires qu'à l'Union elle-même.

Une part importante de la communication institutionnelle consistera à muscler l'action de la Commission face à la désinformation, qui est de plus en plus utilisée comme une arme dans la bataille de la communication qui se livre en temps de crise. Il y a lieu de consacrer davantage d'efforts encore à la mise en place d'une communication convaincante, factuelle et positive et de faire en sorte que des réponses soient apportées en temps utile, en veillant notamment à utiliser les bons canaux de communication pour diffuser les messages et le contenu produits.

La communication institutionnelle sert les priorités politiques et les objectifs stratégiques majeurs de la Commission. La stratégie «Global Gateway» est la principale priorité stratégique de la coopération internationale de la Commission avec les pays partenaires. Elle promeut une connectivité intelligente, propre et sécurisée dans les secteurs du numérique, des transports et de l'énergie et renforce les systèmes d'éducation, de recherche et de santé. Tant la pandémie de COVID-19 que la guerre d'agression menée par la Russie contre l'Ukraine ont entraîné l'accélération des transitions verte et numérique, qui renforceront à leur tour la résilience de l'UE à l'avenir. La Commission s'emploie à faire de l'Europe le foyer des technologies propres et de l'innovation industrielle sur la voie de l'ère du «zéro net».

³² C(2023) 6467 final du 29 septembre 2023.

La communication institutionnelle se concentre sur les grandes priorités politiques actuelles, qui sont interconnectées. La campagne NextGenEU accompagnera le plan de relance NextGenerationEU tant qu'il sera en place, avec des communications sur ses activités et ses résultats. La campagne You are EU, née en réaction à la crise énergétique générée par la Russie, est axée sur les actions menées par l'UE pour mettre fin à sa dépendance à l'égard des combustibles fossiles (russes) et souligne les valeurs démocratiques fondamentales de cette dernière. Les plans économiques et d'investissement dans les pays voisins et la stratégie «Global Gateway» sont des priorités stratégiques essentielles dans le cadre de la coopération internationale, qui bénéficient également aux citoyens de l'UE, en particulier en ce qui concerne la connectivité des réseaux numériques, de transport et d'énergie.

Des priorités thématiques additionnelles devraient découler d'événements futurs, dont les résultats des élections européennes de 2024. Sans préjuger des orientations ni des initiatives politiques de la prochaine Commission, on peut raisonnablement affirmer que la relance économique et la transition vers des énergies propres demeureront des objectifs stratégiques essentiels tout au long du prochain cycle de communication.

Dans ce contexte, la DG Communication continuera de produire et de partager 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».

À l'instar des années précédentes, la communication institutionnelle nous permettra de partager nos messages tant à l'intérieur qu'à l'extérieur de l'UE, par l'intermédiaire de canaux numériques et de médias traditionnels tels que la télévision et, à terme, de participer à des réunions et manifestations «physiques» telles que des expositions (par exemple, Expo 2025 Osaka).

Contribution à l'intégration du climat et de la biodiversité - description de la manière dont l'action ou les actions figurant dans le présent programme de travail contribuent à l'intégration du climat et de la biodiversité, sur les plans qualitatif et quantitatif.

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">- Toutes les grandes actions de communication de la Commission, NextGenerationEU, You are EU, et la communication conjointe avec l'UEFA sur le pacte vert pour l'Europe, mettent l'accent sur l'objectif de neutralité carbone. |
|---|

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.

Cette ligne budgétaire peut aussi couvrir l'évaluation et la professionnalisation possibles des activités de communication³³.

Mise en œuvre

Mise en œuvre par la DG Communication.

³³ Voir point 4.2, 4^e alinéa.