



Bruxelles, le **XXX**
[...](2012) **XXX**

DÉCISION DE LA COMMISSION

du **XXX**

**portant adoption du second programme de travail modifié dans le domaine de la
communication pour l'année 2012 et valant décision de financement**

DÉCISION DE LA COMMISSION

du **XXX**

portant adoption du second programme de travail modifié dans le domaine de la communication pour l'année 2012 et valant décision de financement

LA COMMISSION EUROPÉENNE,

vu le traité sur le fonctionnement de l'Union européenne,

vu le règlement (CE, Euratom) n° 1605/2002 du Conseil du 25 juin 2002 portant règlement financier applicable au budget général des Communautés européennes¹ (ci-après le «règlement financier»), et notamment ses articles 75 et 110,

vu le règlement (CE, Euratom) n° 2342/2002 de la Commission du 23 décembre 2002 établissant les modalités d'exécution du règlement (CE, Euratom) n° 1605/2002 du Conseil portant règlement financier applicable au budget général des Communautés européennes² (ci-après les «modalités d'exécution»), et notamment ses articles 90 et 166,

considérant ce qui suit:

- (1) En vertu de l'article 49, paragraphe 6, point d), du règlement financier, les crédits relatifs aux actions de nature ponctuelle, voire permanente, menées par la Commission en vertu de tâches qui découlent de ses prérogatives sur le plan institutionnel au titre du traité CE et du traité Euratom autres que son droit d'initiative législative visé au point b), ainsi que de compétences spécifiques qui lui sont attribuées directement par ces traités et dont la liste figure dans les modalités d'exécution, peuvent être exécutés sans acte de base.
- (2) La communication est une des tâches de la Commission qui découlent de ses prérogatives sur le plan institutionnel.
- (3) En vertu de l'article 56 du règlement financier, les crédits sont aussi gérés en gestion centralisée indirecte. La preuve de l'existence et du bon fonctionnement des éléments énumérés à l'article 56 du règlement (CE, Euratom) n° 1605/2002, à l'intérieur des entités devant être chargées de l'exécution du budget de l'Union en gestion centralisée indirecte a été obtenue.
- (4) En vertu de l'article 110 du règlement financier et de l'article 166 des modalités d'exécution, le programme de travail est préparé par chaque ordonnateur compétent; il

¹ JO L 248 du 16.9.2002, p. 1. Règlement modifié par le règlement (CE, Euratom) n° 1995/2006 du 13 décembre 2006 (JO L 390 du 30.12.2006, p. 1).

² JO L 357 du 31.12.2002, p. 1. Règlement modifié en dernier lieu par le règlement (CE, Euratom) n° 478/2007 du 23 avril 2007 (JO L 111 du 28.4.2007, p. 1).

est adopté, est publié en début d'exercice et précise l'acte de base, les objectifs, le calendrier des appels à propositions avec leur montant indicatif et les résultats attendus.

- (5) La présente décision alloue au second programme de travail modifié pour l'année 2012 un montant total de 105 975 000 EUR. Ces crédits peuvent également servir au paiement d'intérêts de retard³.
- (6) La présente décision constitue une décision de financement pour le budget de 2012 au sens de l'article 75 du règlement financier, de l'article 90 des modalités d'exécution du règlement financier et de l'article 15 des règles internes sur l'exécution du budget général des Communautés européennes⁴.
- (7) En vertu de l'article 168, paragraphe 1, point c), des modalités d'exécution, des subventions peuvent être octroyées sans appel à propositions au bénéfice d'organismes se trouvant dans une situation de monopole de droit ou de fait.
- (8) En vertu de l'article 181 des modalités d'exécution, le programme de travail précise les subventions pour lesquelles le recours à des financements à taux forfaitaire et à des montants forfaitaires est autorisé.
- (9) La décision de financement relative au programme de travail dans le domaine de la communication pour 2012 a été adoptée par la décision C(2011) 9461 de la Commission le 20 décembre 2011⁵.
- (10) À la suite de l'adoption définitive du budget de l'Union européenne pour l'exercice 2012⁶, une révision de l'annexe 1 de la décision C(2011) 9461 du 20 décembre 2011 est devenue aujourd'hui nécessaire.
- (11) Il convient d'inclure de nouvelles actions et d'en modifier d'autres,

DÉCIDE:

Article premier

Le second programme de travail modifié pour l'année 2012, destiné à permettre la réalisation du programme de travail dans le domaine de la communication exposé en annexe, est adopté. Il constitue une décision de financement au sens de l'article 75 du règlement (CE, Euratom) n° 1605/2002.

³ Les lignes budgétaires 16 05 01 «L'Europe pour les citoyens» et 16 05 07 01 «Action préparatoire – Année européenne des citoyens (2013)» font l'objet de décisions de financement distinctes.

⁴ Règles internes sur l'exécution du budget général des Communautés européennes (section Commission).

⁵ Sous réserve de la levée des réserves par l'autorité budgétaire.

⁶ JO L 56 du 29.2.2012.

Article 2

Le système de gestion instauré par le ou les organismes chargés de la mise en œuvre des fonds de l'Union européenne remplit les conditions de la délégation de tâches en gestion centralisée indirecte. L'exécution budgétaire des tâches relatives aux actions peut donc être confiée à ce ou ces organismes.

Article 3

Des subventions peuvent être octroyées sans appel à propositions au bénéfice des organismes se trouvant dans une situation de monopole de droit ou de fait indiqués dans le programme de travail figurant en annexe.

Article 4

Les subventions peuvent être octroyées sous la forme de montants forfaitaires ou de financements à taux forfaitaire, dans les conditions et pour les montants exposés dans le programme de travail en annexe.

Article 5

En tant qu'ordonnateur compétent, le directeur général de la direction générale de la communication est chargé de la publication et de la réalisation du présent programme de travail.

Les modifications aux dotations de chaque chapitre ne dépassant pas 20 % de la contribution maximale autorisée par la présente décision ne sont pas considérées comme substantielles, pour autant qu'elles n'aient d'incidence significative ni sur la nature ni sur l'objectif du programme de travail. Cela vaut aussi pour l'augmentation de la contribution maximale autorisée par la présente décision, jusqu'à concurrence de 20 %.

L'ordonnateur compétent peut décider de telles modifications dans le respect des principes de bonne gestion financière et de proportionnalité.

Fait à Bruxelles, le

Par la Commission
Viviane Reding
Vice-présidente de la Commission

ANNEXE

SECOND PROGRAMME DE TRAVAIL MODIFIÉ DANS LE DOMAINE DE LA COMMUNICATION POUR L'ANNÉE 2012

OBJECTIFS GÉNÉRAUX

Les activités de communication de la Commission relèvent de l'autonomie politique et des prérogatives institutionnelles de l'institution.

Les orientations politiques pour la Commission 2010-2014 présentées par M. Barroso précisent ce qui suit:

- «le dialogue avec les citoyens et les différents acteurs de la société civile, qui est la caractéristique de la Commission actuelle, continuera de revêtir la plus haute importance»;
- «la Commission redoublera d'efforts pour être réellement présente et communiquer sur le terrain dans les États membres et les régions, en partenariat avec le Parlement européen, pour être à l'écoute des citoyens et en prise directe avec leurs questions et leurs préoccupations»;
- «[...] ce fossé ne se comblera pas sans un partenariat étroit avec les autorités nationales et régionales».

L'ensemble des initiatives prises par la Commission contribuent à répondre à ce défi, à travers les principales priorités d'action de l'Union européenne énoncées par M. Barroso dans son discours sur l'état de l'Union en septembre 2011 et confirmées dans le programme de travail de la Commission pour l'année 2012.

La direction générale de la communication (DG Communication) concentrera les actions de communication de la Commission sur la stratégie «Europe 2020» et assurera la coordination de ces actions. Elle s'attachera tout particulièrement à aider les autres services de la Commission à mieux tenir compte de la stratégie dans leurs activités de communication et à agir en plus étroite coordination en cette matière.

ANALYSE PAR LIGNE BUDGÉTAIRE

Sauf indication contraire, tous les marchés sont des marchés de services.

1.1. Ligne budgétaire 16 02 02 ACTIONS MULTIMÉDIAS

1.1.1. Interventions financées à partir de cette ligne budgétaire

Les actions menées dans ce cadre visent à créer une sphère publique européenne. Elles concernent essentiellement la production et la diffusion de programmes sur des questions relatives à l'Union européenne. Quelques productions internes, ainsi que des actions d'évaluation ou d'analyse du secteur audiovisuel, sont également financées sur cette ligne budgétaire.

1.1.2. Mobilisation des crédits disponibles et modes d'exécution

Les crédits disponibles seront répartis entre les différentes actions et selon les divers modes d'exécution décrits dans le tableau ci-après.

Crédits d'engagement: 31 460 000 EUR

Action		Budget (en EUR)	Mode d'exécution (*)	Calendrier indicatif (**)
1. Partenariats avec les canaux d'information de l'Union – Diffusion				
- Euronews	<i>Production et diffusion de programmes sur les affaires européennes et les activités et politiques des institutions de l'Union</i>	4 340 000	Convention-cadre de partenariat en cours	
	<i>Soutien aux langues de l'UE et diffusion par la TNT</i>	10 400 000	Convention-cadre de partenariat en cours	
	<i>Euronews en arabe 24/7</i>	4 860 000	Convention-cadre de partenariat en cours	
2. Réseaux radio et internet				
-	<i>Soutien aux réseaux radio</i>	6 500 000	Appel d'offres > 60 000 EUR (x1)	Sem. 2
-	<i>PressEurop</i>	3 200 000	Marché en cours	
3. Études et données dans le domaine audiovisuel		510 000	Marché en cours Appel d'offres > 60 000 EUR (x2)	Sem. 1 (x1); Sem. 2 (x1)
4. Productions audiovisuelles et projets multimédias		1 400 000	Appel d'offres > 60 000 EUR (x4) ou appel à manifestation d'intérêt < 60 000 EUR (x4)	Sem. 1 (x4)
5. Mesure de l'utilisation par les médias des produits audiovisuels offerts par la Commission européenne		250 000	Appel d'offres > 60 000 EUR (x1)	Sem. 2 (x1)

(*) L'estimation du nombre de marchés est mentionnée entre parenthèses.

(**) Sem. 1 = premier semestre; sem. 2 = second semestre.

1.1.2.1. Subvention à l'action pour Euronews

L'objectif de la subvention à l'action prévue pour Euronews est l'exécution du partenariat pluriannuel entamé en 2011 avec Euronews pour garantir la couverture à long terme des activités de l'Union sous un éclairage européen.

Cadre

La convention-cadre de partenariat pluriannuelle signée avec Euronews en décembre 2010 est concrétisée par des conventions de subvention spécifiques.

Contribution de l'Union

Production et diffusion de programmes sur les affaires européennes et les activités et politiques des institutions de l'Union.

La convention de subvention de fonctionnement spécifique signée en 2010 a pour objet la production de programmes centrés plus particulièrement sur les affaires européennes et les activités et politiques des institutions de l'Union, et la diffusion de ces programmes, parmi d'autres, sur la chaîne Euronews. La DG Communication a l'intention de conclure une nouvelle convention de subvention de fonctionnement spécifique en 2012 pour assurer la continuité des programmes.

- Programmes d'information

Les subventions à l'action prendront la forme de financements à taux forfaitaire selon le type d'élément⁷ de programme ou de programme à diffuser:

Élément de programme ou programme	Définition	Financement à taux forfaitaire CE Barème type du coût unitaire (en EUR par unité)
Actualités originales	Élément de programme d'une durée maximale de 2 minutes produit par Euronews et exposant des faits sur une question, une histoire ou un événement précis, à intégrer dans un programme.	3 061
Actualités en postproduction (Ecully)	Élément de programme d'une durée maximale de 2 minutes dont la postproduction est assurée au siège d'Euronews et exposant des faits sur une question, une histoire ou un événement précis, à intégrer dans un programme.	2 055
Actualités en postproduction (Bruxelles)	Élément de programme d'une durée maximale de 2 minutes dont la postproduction est assurée au studio d'Euronews à Bruxelles et exposant des faits sur une question, une histoire ou un événement précis, à intégrer dans un programme.	1 961

⁷ Unité télévisuelle consacrée à une histoire ou un événement précis, à intégrer dans une production plus large.

Entretiens	Entretiens d'une durée de 5 à 10 minutes avec des personnalités.	9 280
Reporter	Magazine d'une durée de 5 à 10 minutes analysant en profondeur l'incidence des politiques de l'Union sur la vie quotidienne des citoyens.	24 946
Revue d'Europe (Europe Review)	Émission d'une durée de 6 à 8 minutes analysant en profondeur les grands titres de la semaine, animée par un présentateur.	6 068
En direct	Diffusion en direct d'événements clés relatifs à l'Union et à ses institutions.	9 774
Édition spéciale	Émission d'une durée de 5 à 15 minutes, incluant des duplex et des entretiens et proposant une analyse en profondeur du titre principal de la semaine politique ou d'une tendance européenne générale qui se dégage de l'actualité quotidienne.	10 219
I Talk	Débat d'une durée de 5 à 10 minutes avec des personnalités européennes, mené par un présentateur.	16 003
U Talk	Émission interactive d'une durée de 2 minutes fondée sur des questions de citoyens.	6 896
The Network	Échanges de vues entre personnalités de renom sur des sujets d'actualité brûlants; durée de l'émission: 3 à 5 minutes.	14 910

Le tableau ci-dessus présente le barème type des coûts unitaires représentant la contribution payable par la CE. Ces taux forfaitaires ont été calculés sur la base d'un montant équivalant à 90,29 % du coût réel de chaque programme établi principalement à partir de l'analyse des données comptables officielles d'Euronews pour 2009. La participation d'Euronews s'élèvera à 9,71 % du coût.

Le montant maximal de la contribution de la CE à cette action pour 2012 a été fixé à 4 340 000 EUR.

– Magazines

Afin que d'autres DG puissent recourir à la convention-cadre de partenariat avec Euronews en fonction de leurs besoins, la DG Communication a établi des barèmes type de coûts unitaires pour un certain nombre de magazines de durées différentes, disponibles isolément ou en série, avec ou sans distribution. Les DG de la Commission pourront conclure des conventions spécifiques de subvention à l'action fondées sur le financement à taux forfaitaire selon le type d'élément⁸ de programme ou de programme à diffuser.

⁸ Unité télévisuelle consacrée à une histoire ou un événement précis, à intégrer dans une production plus large.

Il y a lieu d'utiliser en 2012 les barèmes type de coûts unitaires ci-après, déjà adoptés par la Commission en 2011⁹:

Description du magazine	Diffusion	Prestations incluses	Financement à taux forfaitaire CE Barème type des coûts unitaires (en EUR par unité)
Magazine de 26 minutes tourné dans 4 pays (Europe ou monde)	10 fois	Conception (promotion) et distribution	128 840
		Conception uniquement (promotion)	119 059
Magazine de 26 minutes post-produit à partir d'épreuves de tournage liées au sujet	10 fois	Conception (promotion) et distribution	81 230
		Conception uniquement (promotion)	71 685
Séries de 12 minutes – 24 num./an, tournées dans 2 pays (4 monde et 20 Europe)	15 fois	Conception (lancement / générique / promotion) et distribution	1 424 964
		Conception uniquement (Lancement/générique/promotion)	1 258 461
Séries de 12 minutes – 24 num./an, tournées dans 1 pays (4 monde et 20 Europe)	15 fois	Conception (lancement / générique / promotion) et distribution	1 349 671
		Conception uniquement (lancement/générique/promotion)	1 183 821
Magazine de 12 minutes (bande-annonce comprise), tourné dans 2 pays (monde)	15 fois		56 783
Magazine de 12 minutes (bande-annonce comprise), tourné dans 1 pays (monde)	15 fois		53 659
Magazine de 12 minutes (bande-annonce comprise), tourné dans 2 pays (Europe)	15 fois		50 598
Magazine de 12 minutes (bande-annonce comprise), tourné dans 1 pays (Europe)	15 fois		47 495
Séries de 8 minutes – 24 num./an, tournées dans 2 pays (4 monde et 20 Europe)	20 fois	Conception (lancement / générique / promotion) et distribution	1 190 067

⁹ Décision de la Commission portant adoption de la décision de financement du programme de travail modifié dans le domaine de la communication pour 2011 [C(2011) 3905 du 6.6.2011].

		Conception uniquement (lancement/générique/promotion)	1 024 537
Séries de 8 minutes – 24 num./an, tournées dans 1 pays (4 monde et 20 Europe)	20 fois	Conception (lancement / générique / promotion) et distribution	1 119 549
		Conception uniquement (lancement/générique/promotion)	954 838
Magazine de 8 minutes (bande-annonce comprise), tourné dans 2 pays (monde)	20 fois		47 144
Magazine de 8 minutes (bande-annonce comprise), tourné dans 1 pays (monde)	20 fois		44 021
Magazine de 8 minutes (bande-annonce comprise), tourné dans 2 pays (Europe)	20 fois		40 836
Magazine de 8 minutes (bande-annonce comprise), tourné dans 1 pays (Europe)	20 fois		37 980
Séries de 6 minutes – 24 num./an, tournées dans 1 pays (4 monde et 20 Europe)	20 fois	Conception (Lancement / générique / promotion) et distribution	888 173
		Conception uniquement (lancement/générique/promotion)	723 421
Magazine de 6 minutes (bande-annonce comprise), tourné dans 1 pays (monde)	20 fois		33 221
Magazine de 6 minutes (bande-annonce comprise), tourné dans 1 pays (Europe)	20 fois		28 569
Séries de 3 minutes – 24 num./an, tournées dans 1 pays (4 monde et 20 Europe)	20 fois	Conception (lancement / générique / promotion) et distribution	671 984
		Conception uniquement (lancement/générique/promotion)	503 960
Magazine de 3 minutes (bande-annonce comprise), tourné dans 1 pays (monde)	20 fois		23 763
Magazine de 3 minutes (bande-annonce comprise), tourné dans 1 pays (Europe)	20 fois		19 444

Partant des besoins réels communiqués par une série de DG de la Commission au cours de la première année d'exécution de la convention-cadre de partenariat, la DG Communication a décidé d'établir des barèmes type de coûts unitaires supplémentaires concernant des séries de magazines plus courtes (de 6 ou 10

numéros), et un nouveau format (4 minutes), disponibles isolément ou en séries de 6, 10 ou 24 numéros:

Description du magazine	Diffusion	Prestations incluses	Financement à taux forfaitaire CE Barème type des coûts unitaires (en EUR par unité)
Séries de 12 minutes – 10 num./an, tournées dans 2 pays (2 monde et 8 Europe)	15 fois	Conception (Lancement / générique / promotion) et distribution	634 369
		Conception uniquement (Lancement/générique/promotion)	537 720
Séries de 12 minutes – 10 num./an, tournées dans 1 pays (2 monde et 8 Europe)	15 fois	Conception (Lancement / générique / promotion) et distribution	602 843
		Conception uniquement (Lancement/générique/promotion)	506 569
Séries de 12 minutes – 6 num./an, tournées dans 2 pays (1 monde et 5 Europe)	15 fois	Conception (Lancement / générique / promotion) et distribution	387 112
		Conception uniquement (Lancement/générique/promotion)	329 137
Séries de 12 minutes – 6 num./an, tournées dans 1 pays (1 monde et 5 Europe)	15 fois	Conception (Lancement / générique / promotion) et distribution	368 168
		Conception uniquement (Lancement/générique/promotion)	310 420
Séries de 8 minutes – 10 num./an, tournées dans 2 pays (2 monde et 8 Europe)	20 fois	Conception (Lancement / générique / promotion) et distribution	536 322
		Conception uniquement (Lancement/générique/promotion)	440 228
Séries de 8 minutes – 10 num./an, tournées dans 1 pays (2 monde et 8 Europe)	20 fois	Conception (Lancement / générique / promotion) et distribution	506 664
		Conception uniquement (Lancement/générique/promotion)	411 043

Séries de 8 minutes – 6 num./an, tournées dans 2 pays (1 monde et 5 Europe)	20 fois	Conception (Lancement / générique / promotion) et distribution	328 208
		Conception uniquement (Lancement/générique/promotion)	270 571
Séries de 8 minutes – 6 num./an, tournées dans 1 pays (1 monde et 5 Europe)	20 fois	Conception (Lancement / générique / promotion) et distribution	310 426
		Conception uniquement (Lancement/générique/promotion)	253 075
Séries de 6 minutes – 10 num./an, tournées dans 1 pays (2 monde et 8 Europe)	20 fois	Conception (Lancement / générique / promotion) et distribution	409 805
		Conception uniquement (Lancement/générique/promotion)	314 159
Séries de 6 minutes – 6 num./an, tournées dans 1 pays (1 monde et 5 Europe)	20 fois	Conception (Lancement / générique / promotion) et distribution	252 590
		Conception uniquement (Lancement/générique/promotion)	195 224
Magazine de 4 minutes (bande-annonce comprise), tourné dans 1 pays (monde)	20 fois		27 939
Magazine de 4 minutes (bande-annonce comprise), tourné dans 1 pays (Europe)	20 fois		23 596
Séries de 4 minutes – 24 num./an, tournées dans 1 pays (4 monde et 20 Europe)	20 fois	Conception (Lancement / générique / promotion) et distribution	770 186
		Conception uniquement (Lancement/générique/promotion)	603 103
Séries de 4 minutes – 10 num./an, tournées dans 1 pays (2 monde et 8 Europe)	20 fois	Conception (Lancement / générique / promotion) et distribution	361 077
		Conception uniquement (Lancement/générique/promotion)	264 081
Séries de 4 minutes – 6 num./an, tournées dans 1 pays (1 monde et 5 Europe)	20 fois	Conception (Lancement / générique / promotion) et distribution	223 525

		Conception uniquement (Lancement/générique/promotion)	165 348
Séries de 3 minutes – 10 num./an, tournées dans 1 pays (2 monde et 8 Europe)	20 fois	Conception (Lancement / générique / promotion) et distribution	320 416
		Conception uniquement (Lancement/générique/promotion)	222 870
Séries de 3 minutes – 6 num./an, tournées dans 1 pays (1 monde et 5 Europe)	20 fois	Conception (Lancement / générique / promotion) et distribution	199 149
		Conception uniquement (Lancement/générique/promotion)	140 645

Les tableaux ci-dessus indiquent le barème type des coûts unitaires représentant la contribution prise en charge par la CE. Ces taux forfaitaires ont été calculés sur la base d'un montant pouvant aller jusqu'à 95 % du coût réel de chaque élément de programme (le pourcentage dépendant du temps de diffusion total prévu pour chaque magazine).

Pour exclure, a priori, que cette ou ces subventions donnent lieu à un profit, l'évaluation s'est fondée sur des données antérieures relatives aux recettes d'Euronews. Celles-ci indiquent que le montant des recettes qui pourraient être considérées comme liées à ces actions (ressources générées par les programmes ou éléments de programme en question) est inférieur au cofinancement externe; le calcul respecte donc le principe de non-profit.

Lancement et diffusion d'Euronews dans des langues de l'Union et sur des plateformes de télévision numérique terrestre (TNT)

Conformément à l'objectif stratégique du renforcement de son aide à Euronews, la DG Communication a l'intention de cofinancer le lancement d'Euronews dans deux langues supplémentaires¹⁰, à savoir le grec et le hongrois, et de contribuer au maintien des prestations en portugais.

En même temps, avec l'accélération de l'abandon de l'analogique et l'expansion de l'offre de chaînes de TNT dans l'Union, il devient crucial de garantir à Euronews les mêmes possibilités que celles offertes par la TNT aux autres chaînes d'actualités. Les nouvelles prestations en grec seront proposées sur les plateformes nationales (TNT) de la Grèce et de Chypre.

- Jusqu'à 10 400 000 EUR, la Commission a l'intention de signer des conventions de subvention spécifiques avec Euronews dans les domaines

¹⁰ À l'heure actuelle, Euronews émet 24h/24 et 7j/7 dans les langues officielles de l'Union européenne suivantes: allemand, anglais, espagnol, français, italien et portugais.

précités, sur la base du remboursement d'un pourcentage des coûts admissibles. La Commission remboursera jusqu'à 95 % des coûts admissibles.

Production et diffusion d'Euronews en arabe 24h/24, 7j/7

La Commission entend continuer de financer le service Euronews en arabe sous la forme d'une subvention à l'action fondée sur un financement à taux forfaitaire. Cette aide fait suite à la résolution du Parlement européen de 2007 sur les réformes dans le monde arabe¹¹. La participation de la Commission est fixée à un coût unitaire mensuel de 404,814 EUR, un montant qui représente 87,7 % des coûts réels tels qu'ils ont été déterminés par un audit externe et qui respecte la règle du non-profit à laquelle les subventions sont soumises.

– Résultats attendus

L'offre d'Euronews dans des langues supplémentaires et sur les réseaux de la TNT augmentera la portée technique de cette chaîne compte tenu de la disparition progressive de la télévision analogique, et accroîtra l'audience dans les États membres de l'Union. Cette évolution contribuera à forger des liens plus étroits entre les citoyens et les institutions de l'Union.

**1.2. Ligne budgétaire 16 02 03
INFORMATIONS DESTINÉES AUX MÉDIAS**

1.2.1. Interventions financées à partir de cette ligne budgétaire

Les actions relevant de cette ligne budgétaire ont pour objet de fournir aux publics visés, essentiellement les médias et la presse, des outils leur permettant de mieux comprendre et répercuter les questions d'actualité.

En 2012, les actions principales concerneront:

- l'intensification et la diversification de la production audiovisuelle, centrée majoritairement sur les priorités d'action, ainsi que l'amélioration de la diffusion (c'est-à-dire la publication et la mise à la disposition du public) des productions sur différentes plateformes technologiques;
- la mise en place d'une stratégie de valorisation des productions susmentionnées auprès des professionnels du secteur pour qu'elles bénéficient d'un plus large écho, ce qui passera, entre autres, par une présence aux salons professionnels de l'audiovisuel et une estimation du bénéfice éventuel d'une participation à des salons et festivals grand public;
- la multiplication du nombre de séminaires et formations destinés aux journalistes. À cet effet, le futur contrat-cadre prévoira l'organisation de manifestations destinées à l'information des journalistes et des étudiants en journalisme de dernière année provenant de tous les pays du monde et appartenant à tous les

¹¹ Résolution du Parlement européen du 10 mai 2007 sur les réformes dans le monde arabe: quelle stratégie pour l'Union européenne? [P6_TA(2007)0179].

secteurs du journalisme (audio, audiovisuel, presse écrite et en ligne). Il contiendra également des dispositions relatives à la gestion de l'outil web «EU4Journalists.eu»;

- la poursuite du travail actuel visant à faire de la médiathèque la mémoire audiovisuelle de la Commission et le point d'accès, pour les citoyens européens, les médias et les institutions, à l'ensemble de la production de la Commission européenne en matière de communication, y compris aux images, films et enregistrements audio.

1.2.2. **Mobilisation des crédits disponibles et modes d'exécution**

Les crédits disponibles seront répartis entre les différentes actions et selon les divers modes d'exécution décrits dans le tableau ci-après.

Crédits d'engagement: 4 950 000 EUR

Ventilation	Budget (en EUR)	Mode d'exécution(*)	Calendrier indicatif(**)
1. Couverture des questions d'actualité de l'Union	2 400 000	Marchés en cours	
2. Séminaires de formation pour les journalistes	620 000	Marchés en cours Appel d'offres < 60 000 EUR (x18) Appel d'offres > 60 000 EUR (x1)	Sem. 1 (x8); sem. 2 (x10); sem. 2 (x1)
3. Réunions avec les médias	500 000	Marchés en cours	
4. Médiathèque (conservation et mise à la disposition du public de matériel audiovisuel) et développement web Achat d'images de photothèques	1 430 000	Marchés en cours Appel d'offres < 60 000 EUR (x1)	Sem. 1 (x1)

(*) L'estimation du nombre de marchés est mentionnée entre parenthèses. Certains séminaires de formation pour les journalistes sont organisés localement par les représentations dans les États membres.

(**) Sem. 1 = premier semestre; sem. 2 = second semestre.

1.2.2.1. **Subventions consistant en la remise de prix dans le cadre de concours**

Objectifs

Organisation de salons professionnels, de festivals, etc., dont l'événement central est une remise de prix, ou encore, participation à de tels salons et festivals.

Bénéficiaires potentiels

Les professionnels des médias font partie des groupes cibles.

Critères d'exclusion

Les critères d'exclusion pertinents définis aux articles 93, 94 et 96 du règlement financier seront appliqués. Il faut en particulier veiller à éviter les conflits d'intérêts entre les lauréats des concours et les membres du jury.

Critères d'attribution des prix

Conformément à l'article 160 *quinquies* des modalités d'exécution du règlement financier, le règlement de chaque concours déterminera les conditions et critères d'attribution qui lui sont propres, dans le cadre des conditions et critères généraux suivants:

- origine ou thématique européenne de l'œuvre;
- pertinence et intérêt général du projet (notamment au regard des objectifs et du public visé);
- dimension et plus-value européennes du projet;
- effet multiplicateur escompté (répercussions dépassant le public visé);
- consolidation de l'identité européenne ou sensibilisation accrue à la construction et aux politiques de l'Union européenne.

Montant de la contribution de l'Union

Valeur maximale des prix de 10 000 EUR chacun¹².

Résultats attendus

Valorisation et stimulation de l'identité européenne ou des travaux et des réflexions sur l'intégration européenne et les politiques de l'Union européenne.

Procédure d'attribution

Chaque prix fera l'objet d'une décision d'attribution (liste des bénéficiaires et montants retenus) adoptée par l'ordonnateur.

Les prix seront directement remis aux lauréats désignés par le jury.

1.3. Ligne budgétaire 16 02 04 EXPLOITATION DES STUDIOS DE RADIODIFFUSION ET DE TÉLÉVISION ET ÉQUIPEMENTS AUDIOVISUELS

1.3.1. Interventions financées à partir de cette ligne budgétaire

Les actions menées dans ce domaine visent essentiellement à assurer l'exploitation des installations audiovisuelles de la Commission et la location du satellite permettant de fournir aux chaînes de télévision des images et des informations sur les activités de l'Union européenne.

¹² Les éventuels prix en nature auront une valeur symbolique.

Elles concernent notamment:

- la poursuite du service d'assistance et d'accueil à l'intention des équipes de télévision qui doivent réaliser des tournages ponctuels à la Commission et des groupes de visiteurs professionnels;
- la location des capacités de transmission par satellite nécessaires pour assurer le service;
- l'achat de fournitures et d'équipements audiovisuels destinés aux studios de radiodiffusion et de télévision.

1.3.2. Mobilisation des crédits disponibles et modes d'exécution

Les crédits disponibles seront répartis entre les différentes actions mentionnées ci-dessus et mobilisés uniquement par passation de marchés.

Crédits d'engagement: 6 755 000 EUR

Ventilation	Budget (en EUR)	Mode d'exécution	Calendrier indicatif
1. Exploitation des studios de radiodiffusion et de télévision et équipements audiovisuels	4 520 000	Marchés en cours	
2. Reconduction du marché de service «satellite»	1 600 000	Marché en cours	
3. Reconduction du contrat-cadre de services pour une liaison permanente entre le bâtiment BERL et Luxembourg	135 000	Marché en cours	
4. Achat d'équipements audio-photo-vidéo	500 000	Marché en cours	

1.4. Ligne budgétaire 16 02 06

ACTION PRÉPARATOIRE – BOURSES EUROPÉENNES DE RECHERCHE EN FAVEUR DU JOURNALISME D'INVESTIGATION TRANSFRONTALIER

1.4.1. Interventions financées à partir de cette ligne budgétaire

L'action dans ce domaine a pour but de réaliser une étude de faisabilité sur la nécessité et l'opportunité, d'un point de vue de déontologie journalistique, du financement, par des bourses, du journalisme d'investigation transfrontalier sur les questions liées à l'Union et, le cas échéant, sur les mécanismes envisageables pour ce faire.

1.4.2. Mobilisation des crédits disponibles et modes d'exécution

Les crédits disponibles seront répartis entre les différentes actions susmentionnées et mobilisés uniquement par voie de marchés.

Crédits d'engagement: 1 000 000 EUR

Ventilation	Budget (en EUR)	Mode d'exécution	Calendrier indicatif
Étude de faisabilité de bourses européennes de recherche en faveur du journalisme d'investigation transfrontalier	300 000	Lancement via contrat-cadre de la DG CNECT avec remise en concurrence	Sem. 2
Non utilisées ¹³	700 000		

1.5. Ligne budgétaire 16 02 07 PROJET PILOTE – PARTAGEONS L'EUROPE EN LIGNE (anciennement «Connecter l'Europe»)

1.5.1. Interventions financées à partir de cette ligne budgétaire

L'objectif de ce projet pilote est de renforcer et d'améliorer la présence des représentations et des bureaux d'information du Parlement européen (BIPE) sur les médias sociaux en leur fournissant les informations, la formation et l'expertise nécessaires à cet effet, par les mesures suivantes:

- cartographie complète de l'environnement des médias sociaux, des détenteurs d'influence et des forums des médias sociaux qui comptent dans les États membres définis pour les thèmes prioritaires. Une attention particulière devrait être accordée aux messages liés au Projet pour les citoyens élargi (par exemple, élections législatives européennes, droits du citoyen, questions concernant la jeunesse, emploi, etc.) afin de trouver des créneaux de publics cibles et d'adapter avec plus de précision le contenu aux objectifs;
- désignation des «responsables rédactionnels» (*editorial community managers*) pour chaque représentation et BIPE participant au projet et recours à ceux-ci. Ces responsables rédactionnels seront à même de transformer le message élaboré par la Commission ou par le BIPE en messages appropriés pour les médias sociaux. Ils créeront également des contenus pertinents et attrayants dans le cadre d'un mandat prédéterminé. Le riche contenu (texte, séquences vidéo, photos, etc.) doit pouvoir être aisément partagé sur les plateformes des médias sociaux. Les responsables rédactionnels devront observer et surveiller le contenu des conversations en ligne afin de rendre compte régulièrement à la Commission et au Parlement européen à Bruxelles de ce dont parlent les gens;

¹³ Le montant de 300 000 EUR est le montant maximal justifiable pour une telle étude, qui sera réalisée sur la base d'un contrat-cadre géré par la DG CNECT. Comme le plafond de ce contrat-cadre est presque atteint, la DG CNECT a accepté que la DG Communication l'utilise jusqu'à concurrence des 300 000 EUR. Le solde des 700 000 EUR pourrait faire l'objet d'une proposition de transfert si des besoins imprévus devaient apparaître sur d'autres lignes de ce chapitre ou titre sous la rubrique 5 du cadre financier.

- formation des représentations et des BIPE sur la manière d'améliorer globalement leur présence sur les médias sociaux et sur la façon de cibler des publics spécifiques d'une manière appropriée à l'environnement des médias sociaux (les représentations ne semblent pas encore toutes conscientes de la nette différence entre la communication avec la presse et la communication sur les médias sociaux). La réputation est l'élément essentiel d'une présence efficace sur les médias sociaux – et de l'adhésion par un très grand nombre d'internautes qui en découle;
- éléments concrets de retour d'information sur les améliorations substantielles et techniques nécessaires que les institutions européennes doivent mettre en place, de manière à rendre leur politique de communication plus réactive et mieux adaptée au nouvel environnement des médias;
- en outre, le projet doit faire l'objet d'une estimation/évaluation permettant d'en apprécier l'utilité et les résultats, au regard des objectifs cités ci-dessus. L'appréciation des résultats ne peut se limiter aux données chiffrées (comme le nombre d'interactions virtuelles ou physiques) et doit porter aussi sur les aspects qualitatifs.

Remarque: Le projet met en application le projet pilote intitulé «Connecter l'Europe» (devenu «Partageons l'Europe en ligne»), dont le principal objectif est d'adapter la stratégie de communication de l'Union à la réalité des médias sociaux en ligne.

1.5.2. Mobilisation des crédits disponibles et modes d'exécution

Les crédits disponibles seront utilisés pour le lancement de procédures de passation de marchés pour les services décrits ci-dessus, d'une manière décentralisée par l'intermédiaire des représentations et des BIPE sélectionnés (10 à 12).

Crédits d'engagement: 1 000 000 EUR

Ventilation	Budget (en EUR)	Mode d'exécution (*)	Calendrier indicatif (**)
Projet pilote – Partageons l'Europe en ligne	1 000 000	Appel d'offres < 60 000 EUR (x37) Appel d'offres > 60 000 EUR (x1)	Sem. 2

(*) L'estimation du nombre de marchés est mentionnée entre parenthèses.

(**) Sem. 1 = premier semestre; sem. 2 = second semestre.

1.6. *Ligne budgétaire 16 03 01*

RELAIS D'INFORMATION

1.6.1. **Interventions financées à partir de cette ligne budgétaire**

Les actions menées dans ce cadre couvrent les domaines suivants:

Centres d'information EUROPE DIRECT

Pour informer les citoyens, la Commission s'appuie sur un ensemble de réseaux (environ 500 centres d'information EUROPE DIRECT) qui fournissent une information décentralisée et de proximité en prenant tout particulièrement en compte les spécificités sociales, culturelles, politiques et économiques locales¹⁴. Le deuxième mandat du réseau EUROPE DIRECT, d'une durée de quatre ans, a été entamé début 2009. Le mandat pour la période 2009-2012 a amélioré la couverture géographique et la fourniture d'informations sur les priorités d'action ainsi que sur d'autres sujets essentiels pour les citoyens, sur une base multilingue.

Le nouveau système de gestion du réseau EUROPE DIRECT est axé sur la culture du résultat. Priorité est ainsi donnée aux aspects opérationnels, à savoir le contenu des activités et leur efficacité quant au retentissement et aux résultats obtenus, comme l'avait aussi suggéré l'évaluation intermédiaire de la période 2005-2009. Si elle atteint ses objectifs, chaque structure d'accueil hébergeant un centre d'information EUROPE DIRECT a droit à une subvention forfaitaire. Les structures d'accueil des centres ont été sélectionnées en tant que bénéficiaires de ces subventions à l'issue d'appels à propositions gérés par les représentations de la Commission sur la base d'une décision de la Commission adoptée dans le contexte des prérogatives institutionnelles de celle-ci. Chaque subvention fera l'objet d'une «convention de subvention à l'action».

Un nouvel appel à propositions sera lancé en 2012 afin de sélectionner les organisations qui accueilleront la nouvelle génération de relais Europe Direct entre 2013 et 2016. Avant le lancement de cet appel, une décision de la Commission définira les critères d'admission, de sélection et d'attribution ainsi que le programme de subventions, anticipant l'adoption du programme annuel pour 2013 en ce qui concerne les subventions destinées au financement des structures d'accueil des centres d'information EUROPE DIRECT pour la période 2013-2016.

La DG Communication finance des services de coordination et de soutien à l'intention de ses réseaux et centres d'information afin de les soutenir et de créer des synergies avec les autres réseaux d'information de la Commission. Il s'agit notamment de séminaires de formation, d'actions de valorisation, de services d'information et de la fourniture de documentation.

¹⁴ Rapport 2010 sur la citoyenneté de l'Union intitulé «Lever les obstacles à l'exercice des droits des citoyens de l'Union» [COM(2010) 603 final du 27 octobre 2010].

1.6.2. Mobilisation des crédits disponibles et modes d'exécution

Les crédits disponibles seront répartis entre les différentes actions et selon les divers modes d'exécution décrits dans le tableau ci-après.

Pour ce qui est des subventions à l'action octroyées aux structures hébergeant des centres d'information EUROPE DIRECT, les modalités d'exécution (critères, calendrier indicatif) sont précisées dans la décision de la Commission relative à l'adoption anticipée du programme de travail annuel dans le domaine de la communication pour 2009 en ce qui concerne les subventions destinées au financement des structures d'accueil des centres d'information EUROPE DIRECT dans l'ensemble de l'Union européenne pour la période 2009-2012¹⁵.

Crédits d'engagement: 13 750 000 EUR

Ventilation	Budget (en EUR)	Mode d'exécution	Calendrier indicatif (*)
1. Centres d'information EUROPE DIRECT	11 400 000	Conventions de subventions à l'action Appel à propositions	Sem. 1
2. Activités de formation, de soutien et de coordination dans le cadre du réseau d'information ED	2 350 000	Marchés en cours Appel d'offres ≤ 60 000 EUR	Sem. 1

(*) L'estimation du nombre de marchés est mentionnée entre parenthèses.

(**) Sem. 1 = premier semestre; sem. 2 = second semestre.

1.7. **Ligne budgétaire 16 03 02 01** **COMMUNICATION DES REPRÉSENTATIONS DE LA COMMISSION**

1.7.1. Interventions financées à partir de cette ligne budgétaire

Les crédits de cette ligne budgétaire sont destinés à la réalisation et à l'évaluation d'une politique de communication décentralisée, menée par l'intermédiaire des représentations.

En 2012, ces activités se concentreront sur les priorités d'action qui seront fixées dans le programme de travail de la Commission pour 2012.

Dans ce cadre, les représentations concevront une large palette d'actions et d'outils de communication adaptés aux publics locaux.

Les crédits couvrent également le remboursement des frais de déplacement et des dépenses connexes des personnes invitées à suivre les travaux de la Commission.

- Organisation de manifestations européennes
Des actions locales de communication seront menées par les représentations dans les États membres. En 2012, elles prendront une multitude de formes, allant de

¹⁵ Décision de la Commission relative à l'adoption anticipée du programme de travail annuel dans le domaine de la communication pour 2009 en ce qui concerne les subventions destinées au financement des structures d'accueil des centres d'information EUROPE DIRECT dans l'ensemble de l'Union européenne pour la période 2009-2012 [C(2008) 3938 du 29 août 2008].

conférences visant un public de façonneurs d'opinion à des animations «ludo-éducatives» (concours, etc.) destinées au grand public.

- Ces actions auront pour objectif principal la diffusion de messages sur les priorités d'action.
- Organisation de séminaires et conférences
Il s'agit de débats sur des thèmes d'actualité européenne à l'intention du grand public faisant intervenir des parlementaires, des représentants d'autorités nationales, régionales ou locales, des commissaires ainsi que des professionnels des médias ou des façonneurs d'opinion.
- Organisation d'actions de communication directe avec des publics spécifiques
Les représentations organisent régulièrement des rencontres avec les médias ou avec des publics spécifiques sur des questions précises de l'actualité, ou encore des visites pour de petits groupes, etc.
- Matériel promotionnel

1.7.2. Mobilisation des crédits disponibles et modes d'exécution

Les crédits disponibles seront répartis entre les différentes actions et selon les divers modes d'exécution décrits dans le tableau ci-après.

Crédits d'engagement: 6 870 000 EUR

Ventilation	Budget (en EUR)	Mode d'exécution(*)	Calendrier indicatif(**)
1. Débats et événements européens	5 370 000	Appel d'offres ≤ 60 000 EUR (x150) Appel d'offres > 60 000 EUR(x5) Appels à propositions Concours, remises de prix (x7) Marchés en cours	Sem. 1(x100); sem. 2(x50) Sem. 1 (x3); sem. 2 (x2) Sem. 1 (x3); sem. 2 (x4)
2. Conférences et séminaires organisés par les représentations	1 500 000	Appel d'offres ≤ 60 000 EUR (x105) Appel d'offres > 60 000 EUR(x2) Marchés en cours	Sem. 1 (x44); sem. 2(x61) Sem. 2(x2);

(*) Afin d'accroître la notoriété de l'Union, les représentations participent à de très nombreux événements. Si le montant de certains marchés publics dépasse 60 000 EUR, les actions locales de communication se caractérisent par une multitude d'événements locaux engendrant des dépenses inférieures, voire très inférieures, au seuil de 60 000 EUR. L'estimation du nombre de marchés est mentionnée entre parenthèses.

(**) Sem. 1 = premier semestre; sem. 2 = second semestre.

1.7.2.1. Subventions

Organisation des appels à propositions

Des appels à propositions seront lancés par les représentations de la Commission européenne. La durée estimée des actions sera de douze mois au maximum.

Objectifs

Profiter d'événements particuliers et d'initiatives nationales ou régionales associant des acteurs et faiseurs d'opinion de la société civile pour mieux faire connaître au grand public les activités de la Commission, en particulier dans le cadre des priorités d'action.

Critères d'admission

Des organisations de la société civile s'intéressant activement aux enjeux européens.

Critères de sélection

Les demandeurs devront prouver qu'ils ont la capacité financière, technique et opérationnelle de mener à bien le projet, qu'ils disposent de sources de financement stables et suffisantes pour maintenir l'activité tout au long de sa réalisation et de la durée du financement, et ils devront fournir la preuve de leur apport financier propre. Les demandeurs devront également pouvoir apporter la preuve que leurs compétences, qualifications ou expériences professionnelles sont adaptées au projet proposé.

Critères d'octroi des subventions

- pertinence et intérêt général du projet (notamment au regard des objectifs et du public visé);
- dimension et plus-value européennes du projet;
- effet multiplicateur escompté (répercussions dépassant le public visé);
- retentissement du projet (rayonnement/publicité);
- cohérence entre la conception globale du projet et les priorités d'action;
- qualité du programme et de la méthode de travail.

Montant de la contribution de l'Union

Le plafond de la subvention est de 80 % des coûts admissibles par action.

Résultats attendus

Les projets retenus devraient contribuer à rapprocher les citoyens des institutions de l'Union, notamment en leur faisant mieux connaître le rôle et l'action de l'Union.

Concrétisation

Chaque subvention fera l'objet d'une convention de subvention à l'action.

1.7.2.2. Subventions consistant en la remise de prix dans le cadre de concours

Objectifs

Organisation d'événements centrés sur des concours et participation à ces événements.

Bénéficiaires potentiels

Le groupe visé se compose principalement de personnes physiques, mais il pourrait inclure des organisations de la société civile (ONG, associations, etc.).

Critères d'exclusion

Les critères d'exclusion pertinents définis aux articles 93, 94 et 96 du règlement financier seront appliqués. Il faut en particulier veiller à éviter les conflits d'intérêts entre les lauréats des concours et les membres du jury.

Critères d'attribution des prix

Conformément à l'article 160 *quinquies* des modalités d'exécution du règlement financier, le règlement de chaque concours déterminera les conditions et critères d'attribution qui lui sont propres, ainsi que le montant des prix, dans le cadre des conditions suivantes:

- connaissance des questions européennes;
- pertinence et intérêt général du projet (notamment au regard des objectifs et du public visé);
- dimension et plus-value européennes du projet;
- effet multiplicateur escompté (répercussions dépassant le public visé);
- sensibilisation accrue à la construction et aux politiques de l'Union.

Montant de la contribution de l'Union

Valeur maximale des prix de 10 000 EUR chacun¹⁶.

¹⁶ Les éventuels prix en nature auront une valeur symbolique.

Résultats attendus

Valorisation et stimulation des travaux et des réflexions sur l'intégration européenne ou les politiques de l'Union européenne.

Procédure d'attribution

Chaque subvention fera l'objet d'une décision de subvention (liste des bénéficiaires et montants retenus) adoptée par l'ordonnateur.

Les prix seront directement remis aux lauréats retenus par le jury.

1.8. Ligne budgétaire 16 03 02 02 ESPACES PUBLICS EUROPÉENS

1.8.1. Interventions financées à partir de cette ligne budgétaire

Ces crédits visent à couvrir spécifiquement la gestion d'«espaces publics européens» (EPS) dans les maisons de l'Europe, en vue d'accueillir des manifestations à l'intention du public. La Commission se chargera de la gestion des aspects logistique de la création de ces espaces pour le compte des deux institutions (Parlement et Commission), y compris des coûts opérationnels et de l'organisation de la prestation des services convenus dans les capitales européennes concernées: Prague, Copenhague, Berlin, Tallinn, Dublin, Madrid, Rome, Riga, Budapest, La Haye, Vienne, Lisbonne, Bucarest, Helsinki, Stockholm et Londres.

Mobilisation des crédits disponibles et modes d'exécution

Les crédits disponibles seront répartis entre les différents EPS et selon les divers modes d'exécution décrits dans le tableau ci-après.

Crédits d'engagement: 1 440 000 EUR

Ventilation	Budget (en EUR)	Mode d'exécution (*)	Calendrier indicatif (**)
Espaces publics européens	1 440 000	Appel d'offres ≤ 60 000 EUR (x56) Appel d'offres ≤ 60 000 EUR (x2) Marchés en cours	Sem 1 (x25); Sem 2 (x31) Sem 2 (x2)

(*) L'estimation du nombre de marchés est mentionnée entre parenthèses.

(**) Sem 1 = premier semestre; Sem 2 = second semestre.

1.9. Ligne budgétaire 16 03 04 COMMUNIQUER SUR L'EUROPE EN PARTENARIAT

1.9.1. Interventions financées à partir de cette ligne budgétaire

Les actions financées à partir de cette ligne budgétaire correspondent à l'exécution de la déclaration politique du 22 octobre 2008 signée par le Parlement européen, le Conseil et la Commission. Elles visent avant tout à concrétiser, dans un cadre interinstitutionnel, les priorités d'action convenues entre les institutions,

principalement grâce à la généralisation de partenariats de gestion dans l'ensemble des États membres concernés.

Ces activités de communication couvriront également une série de manifestations thématiques liées aux priorités d'action adoptées, organisées soit à l'initiative des représentations, pour alimenter le débat avec les citoyens au niveau local, soit à l'initiative de la DG Communication, pour engager des actions d'intérêt général européen telles que de nouveaux projets pour les écoles.

Les crédits couvrent également le remboursement des frais de déplacement et des dépenses connexes des personnes invitées à suivre les travaux de la Commission.

1.9.2. Mobilisation des crédits disponibles et modes d'exécution

Les crédits disponibles seront répartis entre les différentes actions et selon les divers modes d'exécution décrits dans le tableau ci-après.

Crédits d'engagement: 13 000 000 EUR

Ventilation	Budget (en EUR)	Mode d'exécution (*)	Calendrier indicatif (**)
1. Actions de communication liées aux priorités d'action – représentations	2 800 000	Appel d'offres ≤ 60 000 EUR (x60) Appel d'offres > 60 000 EUR (x6) Appel à propositions	Sem. 1 (x25); sem. 2 (x35); Sem. 1 (x2); sem. 2 (x4)
2. Actions de communication liées aux priorités d'action – Sièges	2 000 000	Appel d'offres >60 000 EUR (x4) Marchés en cours	Sem. 1 (x4)
3. Partenariats de gestion	8 200 000		

(*) Afin d'accroître la notoriété de l'Union, les représentations participent à de très nombreuses actions de communication. Si le montant de certains marchés publics dépasse 60 000 EUR, les actions dans les États membres se caractérisent par une multitude d'événements locaux engendrant des dépenses inférieures, voire très inférieures, au seuil de 60 000 EUR.

(**) Sem. 1 = premier semestre; sem. 2 = second semestre.

1.9.2.1. Mise à disposition de fonds pour des subventions et des marchés dans le cadre de partenariats de gestion avec des pouvoirs publics des États membres

Une partie des dépenses imputées à cette ligne budgétaire découle de la mise en place de partenariats de gestion avec des pouvoirs publics nationaux ou régionaux. Dans le cadre de chaque partenariat, un plan de communication est adopté d'un commun accord entre l'État membre, le Parlement européen et la Commission.

Ces partenariats font l'objet d'une gestion centralisée indirecte, conformément aux dispositions des articles 54 et 56 du règlement financier et des articles 35, 38, 39 et 41 de ses modalités d'exécution. La Commission a établi le cadre juridique de cette délégation de ses pouvoirs d'exécution dans sa décision C(2004) 4841 du 15 décembre 2004¹⁷. L'opération est conduite par une cellule de coordination

¹⁷ Décision C(2004) 4841 de la Commission du 15 décembre 2004 relative à l'établissement du cadre juridique pour les partenariats de gestion et les conventions de cofinancement conclus avec les États membres concernant des actions d'information et de communication telles que les actions d'information

réunissant les pouvoirs publics chargés de l'information sur des sujets d'intérêt européen, le Parlement européen et la Commission. Les actions sont menées par un organisme intermédiaire, proposé par l'État membre et agréé par la Commission¹⁸. Cet organisme intermédiaire est lié à la Commission par une convention de délégation, d'une durée maximale de quatre ans, et par des conventions de mise à disposition de fonds dont la durée et le montant maximaux sont définis en fonction des actions à entreprendre. Les délégataires de tâches d'exécution budgétaires, qui ont signé des conventions de mise à disposition des fonds de l'Union, respectent les critères prévus à l'article 56, paragraphe 1, du règlement financier.

La DG Communication voudrait privilégier l'essor de cet outil en 2012 en proposant la signature d'une telle convention de délégation à tous les États membres intéressés. Les montants indicatifs pour chaque partenariat de gestion actuellement prévus pour 2012 sont repris dans le tableau ci-après.

États membres	Montant indicatif (en EUR)
Belgique	350 000
Allemagne	1 000 000
Estonie	250 000
Grèce	350 000
Espagne	600 000
France	850 000
Italie	850 000
Lettonie	250 000
Lituanie	250 000
Hongrie	350 000
Malte	250 000
Autriche	350 000
Pologne	600 000
Portugal	500 000
Slovénie	350 000
Slovaquie	350 000
Finlande	350 000
Suède	350 000
TOTAL	8 200 000

prioritaires dans le cadre du programme PRINCE et des crédits opérationnels «Presse et communication».

¹⁸ Le choix des délégataires pour la gestion de fonds publics de l'Union est effectué après vérification des critères fixés à l'article 56, paragraphe 1, du règlement financier, conformément à la décision C(2004) 4841. Ces délégataires sont désignés par la Commission par une procédure écrite distincte.

Objectifs

Mettre les moyens des institutions européennes et de leurs interlocuteurs nationaux au service d'une stratégie concertée visant à fournir aux citoyens des informations cohérentes et appropriées sur le rôle et les réalisations de l'Union, tout en mettant à profit l'expérience et des canaux d'information privilégiés des pouvoirs publics nationaux, régionaux ou locaux.

Bénéficiaires potentiels du financement

Les contractants et les bénéficiaires de subventions sélectionnés par l'organisme intermédiaire au terme des procédures d'attribution appropriées.

Critères de sélection des actions à mener (cellule de coordination) et critères d'octroi des subventions (organisme intermédiaire)

- Pertinence et intérêt général du projet (notamment au regard des objectifs et du public visé)
- Dimension et plus-value européennes du projet
- Effet multiplicateur escompté (répercussions dépassant le public visé)
- Retentissement du projet (rayonnement/publicité)

Critères d'attribution des marchés (organisme intermédiaire)

- Soit le prix le plus bas
- Soit l'offre économiquement la plus avantageuse (meilleur rapport entre le coût et la qualité).

Montant de la contribution de l'Union

Les actions menées par l'organisme intermédiaire dans le cadre de la gestion centralisée indirecte seront financées par les crédits de l'Union mis à sa disposition.

- Les marchés feront l'objet d'un financement intégral.
- Les subventions feront l'objet d'un cofinancement variable, en fonction des conventions que l'organisme intermédiaire aura signées avec les bénéficiaires, sur la base du mandat reçu de la cellule de coordination. Ces subventions ne généreront pas de profit pour ces bénéficiaires et respecteront le principe de non-rétroactivité pour la prise en charge des coûts admissibles.

Résultats attendus

Les projets retenus devraient contribuer à une meilleure perception par les citoyens du rôle et de l'action de l'Union. Le recours au partenariat de gestion devrait plus particulièrement permettre de rapprocher les messages des attentes et de la sensibilité du public visé.

1.9.2.2. Subventions

Organisation des appels à propositions

Des appels à propositions seront lancés par les représentations dans les États membres. La durée estimée des actions ne pourra dépasser un an.

Objectifs des appels à propositions

- a) Apporter un soutien financier à des initiatives locales de façon à:
- encourager la participation du grand public et, en particulier, des femmes et des jeunes, aux débats sur l'Europe, notamment sur les thèmes retenus comme priorités d'action;
 - recueillir leur opinion sur une base extensive et hautement qualitative;
 - apporter une analyse des contributions citoyennes dont pourraient tirer parti les décideurs.
- b) apporter un soutien financier à des initiatives locales ayant pour but de communiquer avec les jeunes sur l'Europe.

Critères d'admission

- a) Organisations à but non lucratif disposant de la personnalité juridique, enregistrées dans l'un des pays de l'Union et indépendantes des pouvoirs publics.
- b) Propriétaires et gestionnaires de sites web destinés aux jeunes et fréquemment visités par le public cible.

Critères de sélection

Les demandeurs devront prouver qu'ils ont la capacité financière, technique et opérationnelle de mener à bien le projet, qu'ils disposent de sources de financement stables et suffisantes pour maintenir l'activité tout au long de sa réalisation et de la durée du financement, et ils devront fournir la preuve de leur apport financier propre. Les demandeurs devront également pouvoir apporter la preuve que leurs compétences, qualifications ou expériences professionnelles sont adaptées au projet proposé.

Critères d'octroi des subventions

Les projets recevables seront évalués en fonction:

- a)
- de la cohérence entre la conception globale du projet et les objectifs des appels à propositions;
 - de la qualité du programme et de la méthode de travail;

- de la dynamique de la mise en réseau et de la mise en place de partenariats de coopération;
- de la capacité du projet à mobiliser les citoyens;
- de l'effet multiplicateur probable, mesuré à l'aide des mesures proposées pour faire connaître le projet et ses résultats;
- du système de retour d'informations vers les décideurs européens;
- du mécanisme d'évaluation des objectifs poursuivis par le projet;

b)

- de la pertinence et de l'intérêt général du projet (notamment au regard des objectifs et du public visé);
- de la dimension et de la plus-value européenne du projet;
- de l'effet multiplicateur escompté;
- du retentissement du projet (rayonnement/publicité);
- de la qualité du programme et de la méthode de travail.

Montant de la contribution de l'Union

Le plafond de la subvention est de 80 % des coûts admissibles par action.

Résultats attendus

- a) Les projets retenus devront contribuer, par l'intermédiaire d'un dialogue renforcé – notamment en faisant mieux connaître le rôle et l'action de l'Union – à un rapprochement entre les citoyens et les institutions de l'Union.
- b) Les projets retenus devront contribuer à rapprocher les jeunes des institutions de l'Union, notamment en leur faisant mieux connaître le rôle et l'action de l'Union.

Concrétisation

Chaque subvention fera l'objet d'une convention de subvention.

1.10. Ligne budgétaire 16 04 01 ANALYSE DE L'OPINION PUBLIQUE

1.10.1. Interventions financées à partir de cette ligne budgétaire

Les crédits de cette ligne sont destinés à couvrir l'analyse des tendances de l'opinion publique effectuée grâce aux sondages Eurobaromètre réalisés dans les 27 États membres et dans les pays candidats. Il s'agit aussi bien d'études génériques ou ponctuelles sur des thématiques ou des groupes visés que d'analyses qualitatives.

Des sondages ponctuels sont également effectués au niveau local à l'initiative des représentations.

Des analyses quantitatives et qualitatives seront réalisées dans une sélection d'États membres, l'objectif étant de déterminer l'écho donné aux priorités d'action de la Commission dans tous les types de médias (presse écrite, médias en ligne et secteur audiovisuel). Les résultats seront présentés aux hauts responsables des services de la Commission, sur un espace d'information interactif et dans des rapports mensuels ou ponctuels.

1.10.2. Mobilisation des crédits disponibles et modes d'exécution

Les différentes actions sont réalisées par voie de marchés.

Crédits d'engagement: 6 150 000 EUR

Ventilation	Budget (en EUR)	Mode d'exécution (*)	Calendrier indicatif (**)
Eurobaromètre	4 850 000	Marchés en cours Appel d'offres > 60 000 EUR (x1)	Sem. 2 (x1)
Analyse qualitative de suivi des médias	1 300 000	Marchés en cours	

(*) L'estimation du nombre de marchés mentionnée entre parenthèses fait référence aux sondages et études organisés soit de façon centralisée, soit par les 27 représentations de la Commission dans les États membres.

(**) Sem. 1 = premier semestre; sem. 2 = second semestre.

1.11. Ligne budgétaire 16 04 02 01 OUTILS D'INFORMATION ET DE COMMUNICATION ÉCRITE ET EN LIGNE

1.11.1. Interventions financées à partir de cette ligne budgétaire

Les actions réalisées dans ce cadre comprennent:

- le fonctionnement et le renforcement du centre de contact EUROPE DIRECT (EDCC), qui est accessible gratuitement à tout citoyen et qui fournit des informations en réponse à toute question relative à l'Union européenne. Un appel d'offres sera organisé en vue de conclure un contrat pour la réalisation d'un contrôle de qualité externe du service EDCC à intervalles réguliers¹⁹;
- le fonctionnement (structure, conception, fonctionnalités et tâches rédactionnelles) des parties du site web EUROPA consacrées à la Commission et à l'Union européenne, dont la DG Communication est responsable, y compris la gestion des pages web respectives du président de la Commission et du commissaire chargé

¹⁹ La possibilité de lancer, à partir du 1^{er} avril 2012, une initiative citoyenne européenne pourrait avoir une incidence sur le nombre de questions posées au centre.

de la communication et d'autres sites prioritaires ou d'actualité, ainsi que l'appui aux sites web des représentations;

- le développement et le fonctionnement des sites web des représentations ainsi que leurs publications électroniques.

1.11.2. Mobilisation des crédits disponibles et modes d'exécution

Les crédits disponibles seront répartis entre les différentes actions mentionnées dans le tableau ci-après.

Crédits d'engagement: 14 380 000 EUR

Ventilation	Budget (en EUR)	Mode d'exécution (*)	Calendrier indicatif (**)
1. Centre de contact Europe Direct	4 300 000	Marché en cours Appel d'offres ≤ 60 000 EUR (x1)	Sem 2 (x1)
2. Site web EUROPA	4 670 000	Marchés en cours Appel à manifestation d'intérêt en cours ²⁰ Appel d'offres > 60 000 EUR (x2)	Sem. 1/2 (x2)
3. Sites web et publications et bulletins d'information électroniques et papier des représentations	5 410 000	Appel d'offres ≤ 60 000 EUR (x62) ²¹ Appel d'offres ≤ 60 000 EUR(x5) Marchés en cours	Sem 1 (x35); sem 2 (X27) Sem 1 (x2);sem 2 (x3)

(*) L'estimation du nombre de marchés est mentionnée entre parenthèses.

(**) Sem. 1 = premier semestre; sem. 2 = second semestre.

1.12. Ligne budgétaires 16 04 04 PUBLICATIONS ÉCRITES GÉNÉRALES

1.12.1. Interventions financées à partir de cette ligne budgétaire

Conformément à la politique générale de la Commission en faveur d'une réduction de la part de publications écrites, la DG Communication va réduire le nombre de ses publications imprimées d'au moins 30 %.

Ces crédits sont destinés à couvrir les dépenses relatives à la production, sur tous supports, de publications sur des grandes questions d'actualité en rapport avec les activités de la Commission et les travaux de l'Union européenne et sélectionnées dans le cadre du programme prioritaire des publications. Ils couvrent aussi les publications prévues par les traités ainsi que d'autres publications institutionnelles ou

²⁰ L'appel à manifestation d'intérêt vise à sélectionner, pour des missions de courte durée, des consultants dans le domaine de l'internet et des technologies de l'information et de la communication, qui fourniront des conseils notamment sur les pages existantes et les pages à créer, et assureront des formations.

²¹ Chacune de 27 représentations de la Commission auprès des États membres a son propre site web dans sa ou ses langues nationales. Les 27 représentations et les neuf antennes proposent des publications électroniques sur des thèmes d'intérêt et sur des préoccupations pour les pays en question. Cela explique le nombre de marchés d'un montant inférieur à 60 000 EUR.

de référence. Ces publications s'adressent au corps enseignant, aux faiseurs d'opinion et au grand public.

1.12.2. Mobilisation des crédits disponibles et modes d'exécution

Les crédits disponibles seront utilisés pour l'élaboration et la diffusion de ces publications.

Crédits d'engagement: 2 700 000 EUR

Ventilation	Budget (en EUR)	Mode d'exécution(*)	Calendrier indicatif(**)
Publications écrites générales (marchés de services et de fournitures)	1 820 000	Marchés en cours Appel d'offres > 60 000 EUR (x1)	Sem. 1 (x1)
Bulletin/rapport général	880 000	Marchés en cours	

(*) L'estimation du nombre de marchés est mentionnée entre parenthèses.

(**) Sem. 1 = premier semestre; sem. 2 = second semestre.

Les dépenses envisagées seront effectuées par l'intermédiaire de contrats-cadres existants, notamment ceux conclus par l'Office des publications de l'Union européenne.

1.13. Ligne budgétaire 16 05 02 SERVICE «VISITES»

1.13.1. Interventions financées à partir de cette ligne budgétaire

Les «visites d'information à la Commission», à la fois instrument de communication et de citoyenneté, ont fait la preuve de leur efficacité. Une visite de la Commission est pour les citoyens une occasion unique de récolter des informations de première main sur le fonctionnement, les méthodes de travail et les processus décisionnels des institutions de l'Union, et en particulier de la Commission. Des programmes sur mesure sont proposés aux groupes; contrairement aux programmes types, ils sont adaptés aux centres d'intérêt particuliers des visiteurs et leur offrent une valeur ajoutée par rapport aux visites d'autres institutions.

Trois types de visites seront financés à partir de cette ligne budgétaire:

- des visites prioritaires, organisées en accord avec les représentations de la Commission dans les États membres conformément aux priorités d'action nationales et européennes définies dans le programme législatif et de travail annuel de la Commission. Elles sont destinées aux multiplicateurs d'opinion (journalistes et représentants des médias, parlementaires nationaux et régionaux et autres décideurs de haut rang);
- des visites d'information générale organisées à la demande spontanée de groupes d'au moins 15 participants;
- des visites d'écoles.

1.13.2. Mobilisation des crédits disponibles et modes d'exécution

Les crédits disponibles serviront à l'organisation et à la réalisation intégrale des différents programmes de visite et couvriront, le cas échéant, les coûts de déplacement et de logement, les repas, les rafraîchissements, les transports sur place, les honoraires d'orateurs externes et l'équipe pédagogique du programme «Visites d'écoles».

Un appel d'offres lancé en 2011 en vue de sélectionner l'équipe pédagogique du programme «Visites d'écoles» débouchera sur la réalisation intégrale de ce programme en septembre 2012. Cette étape fait suite à la clôture du projet pilote mené à bien au cours du premier semestre de 2011.

Crédits d'engagement: 3 220 000 EUR

Ventilation	Budget (en EUR)	Mode d'exécution(*)	Calendrier indicatif(**)
1. Visites de la Commission	2 720 000 ²²	Appel d'offres Marché en cours	Sem. 1
2. Accueil des écoles à la Commission	500 000	Appel d'offres (x1) Marché en cours	Sem. 1 (x1)

(*) L'estimation du nombre de marchés est mentionnée entre parenthèses.

(**) Sem. 1 = premier semestre; sem. 2 = second semestre.

²² Selon la note Ares(2012) 129965 du 6 février 2012, le montant de 250 000 EUR a été transféré de la ligne 16 05 07 01 à la ligne 16 05 02.