



Bruxelles, le 15.12.2014  
C(2014) 9492 final

ANNEX 1

**ANNEXE**

à la

**DÉCISION DE LA COMMISSION**

**portant adoption du programme de travail dans le domaine de la communication pour  
l'année 2015 et valant décision de financement**

## ANNEXE

à la

### DÉCISION DE LA COMMISSION

**portant adoption du programme de travail dans le domaine de la communication pour l'année 2015 et valant décision de financement**

#### 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 intitulées «*Un nouvel élan pour l'Europe: mon programme pour l'emploi, la croissance, l'équité et le changement démocratique*», présentées par le président, Jean-Claude Juncker, le 15 juillet 2014 au Parlement européen décrivent diverses manières de «rapprocher l'Union européenne des citoyens».

En partant de l'appréciation factuelle selon laquelle «dans nombre de pays, le degré de confiance dans le projet européen n'a jamais été aussi bas», le président Jean-Claude Juncker a déclaré que sa «mission première est de reconstruire des ponts en Europe après la crise. De restaurer la confiance des citoyens européens. (...) Et de renforcer la légitimité démocratique sur la base de la méthode communautaire».

En outre, le président a souligné dans les lettres de mission adressées aux membres de la Commission l'importance pour eux de jouer un rôle actif dans le cadre des dialogues avec les citoyens, en présentant le programme commun de la Commission et en communiquant à ce sujet, en écoutant les idées et en coopérant avec les parties intéressées.

À cette fin, il existe un réel besoin de communiquer avec une plus grande clarté et davantage de vigueur au sujet des messages clés de la Commission, en se concentrant sur les priorités politiques dont la réalisation est tributaire d'une action collective de la Commission et en s'adressant à l'ensemble des citoyens européens.

La nouvelle Commission entamera la première année complète de son mandat en 2015. Dans ce contexte, il est important que le programme de travail pour 2015 soit tout particulièrement axé sur le soutien des principales priorités politiques définies dans les orientations politiques ainsi que dans le programme de travail de la Commission pour 2015.

## ANALYSE PAR LIGNE BUDGÉTAIRE

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

### 1. LIGNE BUDGETAIRE 16 03 01 01 – ACTIONS MULTIMEDIAS

#### 1.1. Interventions financées à partir de cette ligne budgétaire

Les actions menées dans ce cadre visent à accroître la visibilité des politiques et activités des institutions de l'Union. Elles concernent essentiellement la production et la diffusion de produits audiovisuels et multimédias d'information sur les politiques de l'Union européenne destinés aux citoyens. Cette ligne budgétaire couvre également l'évaluation des activités.

#### 1.2. Mobilisation des crédits disponibles et modalités d'exécution

Les crédits disponibles seront répartis entre les actions et exécutés selon les modalités décrites dans le tableau ci-après.

**Crédits d'engagement: 650 000 EUR**

Action	Budget (en EUR)	Mode d'exécution (*)	Calendrier indicatif (**)
1. Productions audiovisuelles et projets multimédias, y compris diffusion et archivage	650 000	Marchés en cours	

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

(\*\*) T1 = premier trimestre; T2 = deuxième trimestre; T3 = troisième trimestre; T4 = quatrième trimestre.

### 2. LIGNE BUDGETAIRE 16 03 01 02 – INFORMATIONS DESTINEES AUX MEDIAS

#### 2.1. Interventions financées à partir de cette ligne budgétaire

Les actions relevant de cette ligne budgétaire ont pour objet de fournir aux groupes cibles, essentiellement les médias et la presse, des outils pour améliorer la compréhension et le compte rendu des questions d'actualité dans l'Union européenne. Cette ligne budgétaire couvre également l'évaluation des activités.

En 2015, les actions principales concerneront:

- l'intensification et la diversification de la production audiovisuelle et multimédia, à l'intention des médias et du grand public, essentiellement centrée sur les priorités politiques, ainsi que l'amélioration de sa diffusion (c'est-à-dire la publication et la mise à la disposition du public) sur différentes plateformes technologiques, y compris sur les médias sociaux;
- l'organisation de manifestations ciblées et d'un soutien pour l'information des journalistes en fonction des priorités stratégiques de la Commission sur la base des orientations politiques;
- 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;
- la fourniture d'un soutien au «Prix Europa», le festival européen qui récompense chaque année les meilleurs programmes européens diffusés par la télévision, la radio et le web en vue d'assurer leur promotion dans toute

l'Europe et de favoriser leur distribution et leur utilisation en Europe. Le festival met en concurrence tous les professionnels des médias qui y présentent leurs meilleures productions en s'engageant à produire des émissions de qualité<sup>1</sup>. La valeur maximale de chaque prix décerné sera de 6 000 EUR.

## 2.2. Mobilisation des crédits disponibles et modalités d'exécution

Les crédits disponibles seront répartis entre les actions et exécutés selon les modalités décrites dans le tableau ci-après.

### Crédits d'engagement: 5 200 000 EUR

Ventilation	Budget (en EUR)	Mode d'exécution (*)	Calendrier indicatif (**)
1. Couverture de l'actualité européenne	2 536 000	Marchés en cours	
2. Mesure de l'utilisation par les médias des produits audiovisuels offerts par la Commission européenne	500 000	Marchés en cours	
3. Actions d'information des journalistes (***)	460 000	Marchés en cours Appel d'offres > 60 000 EUR (x 1) pour le contrat-cadre relatif à l'organisation d'actions d'information des journalistes Appel d'offres ≤ 60 000 EUR (x 10)	T1 (x 1) T1 (x 5), T2 (x 5)
4. Prix Europa	18 000	Prix (x 3)	T2 (x 3)
5. Médiathèque (conservation et mise à la disposition du public de matériel audiovisuel) et développement web	909 620	Marchés en cours Appel d'offres > 60 000 EUR (x 2) «Travaux laboratoire audio-photo-vidéo-multimédia, fourniture et services annexes»	T3 (x 2)
6. Diffusion et archivage multimédias	656 380	Marché en cours	
7. Fourniture d'une liaison vidéo bidirectionnelle et de services de transmissions ponctuelles de matériel audiovisuel	120 000	Appel d'offres > 60 000 EUR (x 1)	T1 (x 1)

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

(\*\*) T1 = premier trimestre; T2 = deuxième trimestre; T3 = troisième trimestre; T4 = quatrième trimestre.

(\*\*\*) Certaines actions d'information des journalistes sont organisées localement par les représentations dans les États membres.

<sup>1</sup> Pour plus d'informations au sujet de ce prix, voir <http://prixeuropa.eu>.

### **3. LIGNE BUDGETAIRE 16 03 01 03 – RELAIS D'INFORMATION**

#### **3.1. Interventions financées à partir de cette ligne budgétaire**

##### *3.1.1. Centres d'information Europe Direct*

Les actions menées dans ce cadre couvrent les centres d'information Europe Direct. Cette ligne budgétaire peut éventuellement couvrir également une évaluation des activités. Pour informer les citoyens des politiques et projets de l'UE qui ont une incidence sur leur quotidien ainsi que pour répondre aux questions des citoyens sur leurs droits dans le contexte de l'UE, la Commission s'appuie sur un réseau de quelque 500 centres d'information Europe Direct (CIED) qui fournissent une information décentralisée et de proximité en tenant tout particulièrement compte des spécificités sociales, culturelles, politiques et économiques locales. Ces centres assurent également un retour d'information régulier sur les actions de communication.

Les structures d'accueil des centres d'information sont sélectionnées à la suite d'appels à propositions. La subvention à l'action pour la structure d'accueil, sous la forme d'un montant forfaitaire, est au minimum de 15 000 EUR (forfait standard)/12 000 EUR (forfait adapté avec coefficient de 80 %<sup>2</sup>) par an et au maximum de 25 000 EUR (forfait standard)/20 000 EUR (forfait adapté avec coefficient de 80 %) par an, par centre.

Pour ce qui est des subventions à l'action octroyées aux structures hébergeant des centres d'information Europe Direct, les modalités d'exécution (critères) 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 2013 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 2013-2017 [C(2012) 4158].

Sur la base de cette décision, un appel à propositions pour la génération 2013-2017 de CIED, lancé par la DG Communication par l'intermédiaire de ses représentations dans les 27 États membres, a débouché sur une large couverture de CIED dans tous les États membres. Avec l'adhésion de la Croatie en juillet 2013, la représentation en Croatie a lancé deux appels à propositions en 2013. Sur la base de ceux-ci, un certain nombre de structures d'accueil de centres d'information ont été sélectionnées.

Afin d'améliorer la couverture géographique dans neuf des États membres, les représentations concernées de la CE ont lancé un nouvel appel à propositions en 2014.

##### *3.1.2. Activités de formation, de soutien et de coordination dans le cadre du réseau d'information Europe Direct*

La DG Communication finance des services de coordination et de support à l'intention de ses réseaux et centres d'information afin de soutenir ces derniers et de créer des synergies avec d'autres réseaux d'information de la Commission. Il s'agit notamment de séminaires de formation, d'activités de promotion, de services d'information et de documentation. L'objectif des séminaires de formation est d'accroître les connaissances des membres du réseau sur les politiques et les

---

<sup>2</sup> Un forfait adapté (80 % du forfait standard) est appliqué dans les pays où le niveau des prix est inférieur à 80 % du niveau moyen des prix dans l'UE, à savoir la Bulgarie, la République tchèque, l'Estonie, la Croatie, la Lettonie, la Lituanie, la Hongrie, Malte, la Pologne, la Roumanie et la Slovaquie.

institutions de l'UE et de tenir les CIED informés des dernières évolutions en la matière. Une fois par an, une assemblée générale annuelle (AGA) rassemblant les 500 CIED est organisée dans un État membre de l'UE. Il s'agit de manifestations axées sur l'échange interactif d'informations, les idées innovantes et les réseaux sociaux.

### 3.2. Mobilisation des crédits disponibles et modalités d'exécution

Les crédits disponibles seront répartis entre les actions et exécutés selon les modalités décrites dans le tableau ci-après.

#### Crédits d'engagement: 14 260 000 EUR

Ventilation	Budget (en EUR)	Mode d'exécution (*)	Calendrier indicatif (**)
1. Centres d'information Europe Direct	11 900 000	Subventions à l'action au titre de conventions-cadres de partenariat <sup>3</sup>	
2. Activités de formation, de soutien et de coordination dans le cadre du réseau d'information ED (***)	2 360 000	Marchés en cours	

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

(\*\*) T1 = premier trimestre; T2 = deuxième trimestre; T3 = troisième trimestre; T4 = quatrième trimestre.

(\*\*\*) Certaines activités de formation, de soutien et de coordination sont organisées localement par les représentations dans les États membres.

## 4. LIGNE BUDGETAIRE 16 03 01 04 – COMMUNICATION DES REPRESENTATIONS DE LA COMMISSION ET ACTIONS DE PARTENARIAT

### 4.1. 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 dans les États membres.

En 2015, ces activités se concentreront sur les priorités politiques définies dans les orientations politiques de la Commission.

Dans ce cadre, les représentations concevront une large palette d'actions et d'outils de communication, incluant les médias sociaux, adaptés aux publics locaux, allant de débats et de conférences visant les faiseurs et multiplicateurs d'opinion à des dialogues citoyens s'adressant au grand public, et géreront les centres d'information destinés au grand public hébergés en leur sein.

L'organisation d'un certain nombre de dialogues avec les citoyens permettra de se rapprocher considérablement de ceux-ci: des membres de la Commission y débattront avec eux des questions européennes – parfois avec la participation de représentants d'autres institutions européennes et/ou de responsables politiques nationaux, régionaux ou locaux. Les dialogues citoyens constituent un instrument efficace pour informer les Européens, restaurer la confiance dans les institutions

<sup>3</sup> Si un ou plusieurs CIED cessent leurs activités, les représentations de la CE peuvent décider de lancer un appel à propositions restreint conformément aux critères définis dans la décision C(2012) 4158 de la Commission, afin de maintenir une couverture géographique équitable.

européennes et nationales et faire prendre conscience aux citoyens que leur voix compte dans l'UE.

Comme indiqué dans le rapport stratégique sur ce nouvel instrument de communication politique directe<sup>4</sup>, les dialogues citoyens ont été instaurés afin de conférer à l'Europe «un visage humain» et de permettre aux citoyens de mieux comprendre la responsabilité politique en ce qui concerne les décisions qui ont une grande incidence sur leur vie, en particulier dans le contexte de la reprise à la sortie de la crise. Il s'agissait d'une réaction directe au sentiment partagé par plus de la moitié des citoyens européens que leur voix n'était pas entendue. En conséquence, près de 9 participants sur 10 avaient salué l'idée d'une interaction plus directe entre les responsables politiques et les citoyens européens.

Les dialogues citoyens ont contribué à créer un espace public européen où ces questions (et les solutions aux problèmes envisagés) pouvaient être examinées.

En complément des enquêtes Eurobaromètre, la Commission s'est appuyée sur les dialogues citoyens pour obtenir des indications ponctuelles sur le point de vue des citoyens au sujet de certaines questions d'ordre général. Les enquêtes ad hoc ainsi que l'analyse des résultats ont permis de tirer un certain nombre d'enseignements essentiels, qui sont décrits dans le rapport stratégique. Les plus importants concernaient le sentiment, largement répandu dans toutes les régions de l'Union,

- que solidarité et responsabilité doivent aller de pair,
- que la citoyenneté de l'Union n'est pas un simple concept juridique abstrait mais qu'elle a une incidence positive directe sur la vie des femmes et des hommes dans l'UE grâce aux droits concrets qui leur sont conférés (tels que la liberté de circulation, l'égalité entre les femmes et les hommes et les droits sociaux), et
- que les citoyens attendent de l'Union qu'elle se fonde sur la démocratie et qu'il y ait une claire responsabilité politique pour les décisions prises.

Il est souhaitable que, aussi souvent que possible, ces actions de communication soient organisées en partenariat avec le Parlement européen et/ou les États membres, afin de créer des synergies entre les moyens dont dispose chaque partenaire et de coordonner les activités d'information et de communication sur l'Union européenne. Par ailleurs, la participation de membres de parlements nationaux, de représentants d'autorités nationales, régionales ou locales, ainsi que de professionnels des médias est également la bienvenue.

L'objectif principal de ces activités est de communiquer des messages relatifs aux orientations politiques de la Commission et aux thèmes de communication institutionnelle y relatifs. Les crédits couvrent également des dépenses relatives à du matériel de support promotionnel, à des études, à des évaluations, à des réunions d'experts et à une assistance technique ou administrative spécialisée n'impliquant pas de mission de puissance publique sous-traitée par la Commission dans le cadre de contrats de prestations ponctuelles de services, ainsi que le remboursement des frais de déplacement et des dépenses associées des personnes invitées à suivre les dialogues citoyens.

---

<sup>4</sup> COM(2014) 173 du 24 mars 2014, «Les dialogues citoyens, contribution à l'avènement d'un espace public européen».

Outre leurs efforts de communication, les représentations, notamment leurs équipes politiques et les personnes responsables du semestre économique, poursuivront leurs activités de liaison ciblant les parties prenantes, pour débattre du programme et des priorités de la Commission et collecter, à l'intention du siège, des informations permettant d'améliorer sa connaissance des différents pays.

#### 4.2. Mobilisation des crédits disponibles et modalités d'exécution

Les crédits disponibles seront répartis entre les actions et exécutés selon les modalités décrites dans le tableau ci-après.

##### Crédits d'engagement: 11 794 000 EUR

Ventilation	Budget (en EUR)	Mode d'exécution (*)	Calendrier indicatif (**)
1. Communication des représentations de la Commission	11 494 000	Marchés en cours Appel d'offres > 60 000 EUR (x 25) Appel d'offres ≤ 60 000 EUR (x 285) Appels à propositions - débats et événements européens (10 appels à propositions) - actions de communication liées aux orientations politiques (3 appels à propositions) Prix (x 6)	T1 (x 10), T2 (x 10), T3 (x 5) T1 (x 50), T2 (x 110), T3(x 90), T4 (x 35) T1 (x 10) T2 (x 3) T2 (x 6)
2. Actions de communication liées aux orientations politiques – Siège	300 000	Marchés en cours Appel d'offres > 60 000 EUR (x 1) pour le contrat-cadre relatif à des campagnes d'information et de communication	T1 (x 1)

(\*) Pour mieux faire connaître l'Union, les représentations participent à de nombreuses manifestations. Bien que certains marchés publics aient une valeur supérieure à 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.

(\*\*) T1 = premier trimestre; T2 = deuxième trimestre; T3 = troisième trimestre; T4 = quatrième trimestre.

##### 4.2.1. Subventions

##### 4.2.1.1. Subventions relatives à des débats et événements européens

###### Organisation des appels à propositions

Des appels à propositions seront lancés sur la base des priorités définies par les représentations de la Commission européenne. La durée estimée des actions sera de douze mois au maximum. Il est prévu de lancer dix appels à propositions, dont un avec une enveloppe totale de 300 000 EUR, deux avec une enveloppe totale de 200 000 EUR chacun, quatre avec une enveloppe totale de 130 000 EUR chacun et trois avec une enveloppe totale de 50 000 EUR chacun.

###### Objectifs



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

#### Critères d'admissibilité

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/ou de la durée du financement. Ils devront également apporter la preuve que leurs compétences, qualifications et/ou expérience professionnelles sont en rapport avec le projet proposé.

#### Critères d'octroi des subventions

- pertinence et intérêt général du projet (notamment en ce qui concerne les objectifs fixés et le 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 politiques;
- 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 escomptés

Les projets retenus devraient contribuer à rapprocher les citoyens des institutions de l'Union européenne, notamment en leur faisant mieux connaître le rôle et l'action de l'Union dans les domaines couverts par les orientations politiques.

#### Calendrier indicatif

Dates de publication prévues: premier trimestre 2015 (10 appels à propositions).

Attribution des subventions: deuxième ou troisième trimestre 2015 (10 appels à propositions).

#### 4.2.1.2. Subventions relatives à des actions de communication liées aux priorités politiques

##### Organisation des appels à propositions

Des appels à propositions seront lancés sur la base des priorités définies par les représentations de la Commission européenne. La durée estimée des actions ne pourra dépasser un an. Il est prévu de lancer trois appels à propositions, dont un avec une enveloppe totale de 300 000 EUR, un avec une enveloppe totale de 250 000 EUR et un avec une enveloppe totale de 100 000 EUR.

##### 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 politiques;
  - à recueillir les opinions du public de manière détaillée et dans un souci de qualité;
  - à analyser les contributions citoyennes dont les décideurs pourraient tirer parti.
- b) Apporter un soutien financier à des initiatives locales ayant pour but de communiquer avec les jeunes sur l'Europe.

#### Critères d'admissibilité

- a) Organisations à but non lucratif disposant de la personnalité juridique, enregistrées dans l'un des pays de l'UE 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 et qu'ils disposent de sources de financement stables et suffisantes pour maintenir l'activité tout au long de sa réalisation et/ou de la durée du financement et participer au financement de l'action. Ils devront également apporter la preuve que leurs compétences, qualifications et/ou expérience professionnelles sont en rapport avec le projet proposé.

#### Critères d'octroi des subventions

Les projets admissibles 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 de travail 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 escompté, calculé en fonction des mesures proposées pour faire connaître le projet et ses résultats;
  - du système de retour d'information 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 en ce qui concerne les objectifs fixés et le public visé);
  - de la dimension et de la plus-value européennes du projet;
  - de l'effet multiplicateur escompté;
  - du retentissement du projet (rayonnement/publicité);

- de la qualité du programme de travail 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 escomptés

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 européenne.

#### Calendrier indicatif

Dates de publication prévues: premier semestre 2015 (3 appels à propositions).

Attribution des subventions: troisième trimestre 2015 (3 appels à propositions).

### 4.2.2. Prix

#### Objectifs

Organisation d'événements centrés sur des concours ou 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 à l'article 106, paragraphe 1, et aux articles 107, 108 et 109 du règlement financier, seront appliqués. Il convient de veiller tout particulièrement à l'absence de conflits d'intérêts entre les lauréats du concours et les membres du jury.

#### Critères d'attribution des prix

Conformément à l'article 138 du règlement financier, le règlement de chaque concours déterminera les critères d'attribution, le montant du prix décerné et les modalités de paiement, dans le cadre des conditions suivantes:

- connaissances des questions européennes;
- pertinence et intérêt général des travaux présentés ou du projet (notamment en ce qui concerne les objectifs fixés et le public visé);
- dimension et plus-value européennes des travaux présentés ou du projet;
- effet multiplicateur escompté (répercussions dépassant le public cible ou le public touché par un article ou programme média donné);
- sensibilisation accrue à l'intégration européenne et aux politiques de l'UE;
- qualité des travaux présentés.

#### Montant de la contribution de l'Union

Prix d'une valeur maximale de 10 000 EUR chacun<sup>5</sup>, à l'exception du prix Salvador de Madariaga, pour lequel la représentation de Madrid prévoit d'organiser

<sup>5</sup> Les éventuels prix en nature auront une valeur symbolique.

un concours récompensé par trois prix dans trois catégories, d'une valeur de 12 000 EUR chacun.

#### Résultats escomptés

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

#### Calendrier indicatif

Lancement des concours: premier et deuxième trimestres 2015 (respectivement 1 et 5 prix).

Attribution des prix: deuxième et quatrième trimestres 2015 (respectivement 1 et 5 prix).

## **5. LIGNE BUDGETAIRE 16 03 01 05 – ESPACES PUBLICS EUROPEENS**

### **5.1. 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. Ces crédits peuvent éventuellement couvrir également une évaluation des activités. La Commission se chargera de la gestion des aspects logistiques 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, Londres, Nicosie et Athènes.

### **5.2. Mobilisation des crédits disponibles et modalités d'exécution**

Les crédits disponibles seront répartis entre les différents EPS et exécutés selon les modalités décrites dans le tableau ci-après.

**Crédits d'engagement: 1 246 000 EUR**

<b>Ventilation</b>	<b>Budget (en EUR)</b>	<b>Mode d'exécution (*)</b>	<b>Calendrier indicatif (**)</b>
Espaces publics européens	1 246 000	Marchés en cours  Appel d'offres > 60 000 EUR (x 8)  Appel d'offres ≤ 60 000 EUR (x 56)	  T2 (x 8)  T1 (x 8), T2 (x 17), T3(x 22), T4 (x 9)

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

(\*\*) T1 = premier trimestre; T2 = deuxième trimestre; T3 = troisième trimestre; T4 = quatrième trimestre.

## **6. LIGNE BUDGETAIRE 16 03 02 01 – VISITES DE LA COMMISSION**

### **6.1. Interventions financées à partir de cette ligne budgétaire**

Ces crédits sont destinés à couvrir les frais d'organisation des visites de la Commission, y compris les dépenses administratives liées à ces visites.

Le Centre des visiteurs fait partie intégrante de la stratégie de communication de la Commission en sa qualité d'instrument essentiel qui permet d'offrir aux citoyens,

notamment à des groupes de haut niveau et à des relais d'information clés, l'occasion de visiter la Commission à Bruxelles. Il vise à donner aux visiteurs un aperçu des activités et du fonctionnement de la Commission et à leur présenter ses politiques et programmes, en fonction de leurs intérêts.

Trois catégories de visites seront financées à partir de cette ligne budgétaire:

- **Visites d'information générales:** organisées à la demande spontanée de groupes d'au moins quinze participants, elles s'adressent aux personnes qui ne connaissent pas ou peu l'Union, notamment aux lycéens. Elles se composent d'un exposé général sur le rôle de la Commission européenne au sein de l'UE (dans la langue des participants si possible), suivi d'une session de questions-réponses. La visite dure 90 minutes.
- **Visites d'information spécifiques:** elles s'adressent aux étudiants de premier cycle et à divers groupes d'intérêts spécifiques. Elles se composent d'une introduction au rôle de la Commission au sein de l'UE, suivie de la présentation d'une politique de l'UE revêtant un intérêt particulier pour le groupe concerné. La visite dure 3 heures.
- **Visites d'information personnalisées:** elles s'adressent aux journalistes, aux représentants de pouvoirs publics nationaux et locaux, à des associations professionnelles, à des groupes de professionnels du privé et du public, à des syndicats et à des universitaires, notamment aux étudiants de deuxième cycle et aux étudiants-chercheurs. Elles se composent d'un programme spécialement adapté aux centres d'intérêt du groupe concerné, qui peut consister en une introduction au rôle de la Commission au sein de l'UE, suivie de quatre exposés sur des politiques spécifiques de l'UE, présentés par des fonctionnaires de la Commission travaillant dans ces domaines. La visite dure une demi-journée ou une journée.

Le Centre des visiteurs coopère étroitement avec d'autres services de la DG Communication, notamment le service du porte-parole, les représentations et les antennes régionales dans les États membres, ainsi qu'avec d'autres directions générales. Il collabore également avec les centres de visiteurs et les services d'autres institutions européennes et des organes consultatifs installés à Bruxelles.

## 6.2. Mobilisation des crédits disponibles et modalités d'exécution

Les crédits disponibles serviront à la réalisation des différents programmes de visite et couvriront, le cas échéant, les frais de voyage et d'hébergement, les frais de subsistance, les frais de transport sur place ainsi que les honoraires des intervenants extérieurs.

**Crédits d'engagement: 3 650 000 EUR**

Ventilation	Budget (en EUR)	Mode d'exécution (*)	Calendrier indicatif (**)
1. Visites de la Commission	3 265 000	Marchés en cours	
2. Équipe d'intervenants extérieurs	385 000	Appel d'offres > 60 000 EUR (x 1)	T2 (x 1)

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

(\*\*) T1 = premier trimestre; T2 = deuxième trimestre; T3 = troisième trimestre; T4 = quatrième trimestre.

## **7. LIGNE BUDGETAIRE 16 03 02 02 – EXPLOITATION DES STUDIOS DE RADIODIFFUSION ET DE TELEVISION ET EQUIPEMENTS AUDIOVISUELS**

### **7.1. 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, afin d'assurer la diffusion de l'ensemble des informations relatives à l'Union auprès des médias et du grand public. Cette ligne budgétaire peut éventuellement couvrir également une évaluation des activités.

Elles concernent notamment:

- la poursuite du service d'assistance aux équipes de télévision qui doivent réaliser des tournages à la Commission et aux 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;
- la mise à niveau des capacités de transmission par satellite pour *Europe by Satellite*, de façon à satisfaire aux normes de diffusion en haute définition.

### **7.2. Mobilisation des crédits disponibles et modalités d'exécution**

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

**Crédits d'engagement: 5 560 000 EUR**

Ventilation	Budget (en EUR)	Mode d'exécution (*)	Calendrier indicatif (**)
1. Exploitation des studios de radiodiffusion et de télévision et équipements audiovisuels	3 234 576	Marchés en cours	
2. Fourniture d'une infrastructure technique pour les studios de radiodiffusion et de télévision	1 421 607	Marchés en cours	
3. Fourniture d'une infrastructure technique pour la transmission de services de télévision par satellite, y compris une mise à niveau aux normes de diffusion en haute définition (HD)	868 789	Marché en cours	
4. Achat d'équipements audio-photo-vidéo et services associés	35 028	Marchés en cours Appel d'offres > 60 000 EUR (x 1) pour le contrat-cadre interinstitutionnel <sup>6</sup>	T1 (x 1)

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

(\*\*) T1 = premier trimestre; T2 = deuxième trimestre; T3 = troisième trimestre; T4 = quatrième trimestre.

## 8. LIGNE BUDGETAIRE 16 03 02 03 – OUTILS D'INFORMATION ET DE COMMUNICATION ECRITE ET EN LIGNE

### 8.1. Interventions financées à partir de cette ligne budgétaire

Ces crédits sont destinés à couvrir le financement d'outils d'information et de communication écrites et d'outils d'information et de communication multimédias en ligne concernant l'Union européenne et visant à fournir à l'ensemble des citoyens des informations générales sur les activités des institutions de l'Union, les décisions prises et les étapes de la construction européenne. Ces crédits couvrent également une évaluation des activités. Les actions réalisées dans ce cadre comprennent:

- le fonctionnement et le renforcement du centre de contact Europe Direct, qui est accessible gratuitement à tout citoyen et fournit des informations en réponse à toute question relative à l'UE. Les volumes plus importants observés en 2013 ont encore augmenté en 2014 en raison de l'actuelle recentralisation des tâches d'information, transférées d'autres DG et services vers la DG Communication. Un appel d'offres pour l'exploitation du centre de contact sera lancé en 2015;
- la gestion (structure, conception, fonctionnalités et tâches rédactionnelles) des parties du site web Europa consacrées à la Commission et à l'UE, dont la DG Communication est responsable, y compris la gestion des pages web de la Commission et d'autres sites prioritaires ou d'actualité, ainsi que l'appui aux sites web des représentations;
- la transformation numérique continuera à jouer un rôle central en tant que programme institutionnel en 2015, avec la participation de l'ensemble des directions générales et des agences exécutives. Le programme vise à réorganiser la présence en ligne de la Commission en gardant à l'esprit les

<sup>6</sup> Si des crédits supplémentaires sont mis à disposition pour répondre aux besoins à venir.

besoins des utilisateurs, selon une approche pertinente, cohérente et soucieuse d'un rapport coût-efficacité favorable. La nouvelle présence sur le web sera avant tout «mobile» et intégrée dans les médias sociaux. Une nouvelle architecture de l'information pour la Commission européenne sera élaborée et les premiers éléments de la nouvelle présence sur le web seront lancés en 2015, en même temps qu'un nouveau système de gestion des contenus web libres et une version améliorée des services d'analyse du web et des fonctionnalités des moteurs de recherche de la Commission;

- le développement et la gestion des sites web et des comptes sur les médias sociaux des représentations, ainsi que de leurs publications électroniques;
- des communiqués de presse, discours, mémos, etc. en ligne (base de données des communiqués de presse et autres systèmes d'information et de communication en ligne).

Ces crédits sont également destinés à:

- soutenir l'échange des meilleures pratiques et le transfert des connaissances grâce au financement de visites de spécialistes et de professionnels de la communication numérique;
- financer des campagnes d'information en vue de permettre un accès plus simple à ces sources d'information, notamment pour le fonctionnement du centre de contact Europe Direct, le service général multilingue d'information sur les questions liées à l'UE.

## 8.2. Mobilisation des crédits disponibles et modalités d'exécution

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

**Crédits d'engagement: 21 340 000 EUR**

Ventilation	Budget (en EUR)	Mode d'exécution (*)	Calendrier indicatif (**)
1. Centre de contact Europe Direct	6 184 720	Marchés en cours Appel d'offres > 60 000 EUR (x 1)	T1 (x 1)
2. Site web EUROPA	10 035 280	Appel d'offres > 60 000 EUR (hébergement et solutions de gestion web) (1)	T1 (x 1)
		Appel d'offres ≤ 60 000 EUR (enregistrement et gestion des noms de domaine) (1) Marchés en cours	T1 (x 1)
3. Sites web/comptes sur les médias sociaux et publications et bulletins d'information électroniques et papier des représentations	4 600 000	Appel d'offres ≤ 60 000 EUR (x 62) (***) Appel d'offres > 60 000 EUR (x 10) Marchés en cours	T1 (x 10), T2 (x 25), T3(x 20), T4 (x 7) T1 (x 2), T2 (x 4), T3 (x 4)



4. Base de données des communiqués de presse et autres systèmes d'information et de communication en ligne	520 000	Marchés en cours	
--	---------	------------------	--

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

(\*\*) T1 = premier trimestre; T2 = deuxième trimestre; T3 = troisième trimestre; T4 = quatrième trimestre.

(\*\*\*) Chacune des vingt-huit représentations de la Commission dans les États membres dispose de son propre site web dans la ou les langues nationales. Les vingt-huit représentations et les neuf antennes proposent au public des publications électroniques sur des thèmes européens adaptés aux intérêts et préoccupations des pays concernés. Cela explique le nombre de marchés d'un montant inférieur à 60 000 EUR.

## 9. LIGNE BUDGETAIRE 16 03 02 04 – RAPPORT GENERAL ET AUTRES PUBLICATIONS

### 9.1. Interventions financées à partir de cette ligne budgétaire

Ces crédits sont destinés à couvrir les dépenses relatives à l'édition, sur tous les types de supports, de publications portant sur des grands thèmes d'actualité en rapport avec les activités de la Commission et les travaux de l'Union européenne. Ils couvrent aussi 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. Ces publications s'adressent entre autres aux jeunes, au corps enseignant, aux faiseurs d'opinion et au grand public. Ces crédits peuvent éventuellement couvrir également une évaluation des activités.

### 9.2. Mobilisation des crédits disponibles et modalités d'exécution

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

**Crédits d'engagement: 2 200 000 EUR**

Ventilation	Budget (en EUR)	Mode d'exécution (*)	Calendrier indicatif (**)
Publications portant sur des thèmes d'actualité, y compris le rapport général	2 200 000	Marchés en cours	

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

(\*\*) T1 = premier trimestre; T2 = deuxième trimestre; T3 = troisième trimestre; T4 = quatrième trimestre.

Les dépenses prévues seront réalisées au moyen de contrats-cadres existants, notamment ceux conclus par l'Office des publications.

## 10. LIGNE BUDGETAIRE 16 03 02 05 – ANALYSE DE L'OPINION PUBLIQUE

### 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 vingt-huit États membres et dans les pays candidats. Il s'agit aussi bien d'études génériques ou ponctuelles portant sur des thématiques et/ou groupes cibles spécifiques que d'analyses qualitatives.

Des analyses quantitatives et qualitatives seront réalisées dans les États membres dans le but de déterminer l'écho donné aux priorités politiques de la Commission

dans tous les types de médias (presse écrite, médias en ligne, secteur audiovisuel et médias sociaux). Les résultats seront présentés aux hauts responsables des services de la Commission, dans différents types de rapports et synthèses.

## 10.2. Mobilisation des crédits disponibles et modalités d'exécution

Les différentes actions sont réalisées par voie de marchés.

**Crédits d'engagement: 6 400 000 EUR**

Ventilation	Budget (en EUR)	Mode d'exécution (*)	Calendrier indicatif (**)
1. Eurobaromètre	5 100 000	Marchés en cours  Appel d'offres > 60 000 EUR (x 2) pour les contrats-cadres sur - les enquêtes Eurobaromètre Flash - les études Eurobaromètre	<i>T1 (janvier 2015, x 1)</i>  <i>T4 (décembre 2015, x 1)</i>
2. Analyse qualitative de suivi des médias	1 300 000	Marchés en cours  Appel d'offres > 60 000 EUR (x 1) pour le contrat-cadre relatif à l'analyse des médias	<i>T1 (x 1)</i>

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

(\*\*) T1 = premier trimestre; T2 = deuxième trimestre; T3 = troisième trimestre; T4 = quatrième trimestre.