



COMMISSION
EUROPÉENNE

Bruxelles, le 20.8.2014
C(2014) 5856 final

ANNEX 1

ANNEXE

à la

DÉCISION DE LA COMMISSION

modifiant la décision C(2013) 8459 de la Commission portant adoption du programme de travail dans le domaine de la communication pour l'année 2014 et valant décision de financement

ANNEXE

à la

DÉCISION DE LA COMMISSION

modifiant la décision C(2013) 8459 de la Commission portant adoption du programme de travail dans le domaine de la communication pour l'année 2014 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 2010-2014 présentées par M. Barroso ont appelé à «faire renaître un nouvel enthousiasme pour l'Europe, une nouvelle fierté et un sentiment d'affinité entre l'Union européenne et ses citoyens». À cette fin, il est de toute évidence nécessaire de communiquer avec une plus grande clarté et davantage de vigueur les priorités politiques dont la réalisation est tributaire d'une action collective de la Commission, conformément aux méthodes de travail de la Commission 2010-2014, soulignant que le succès de la communication externe est «fermement ancré dans la collégialité».

Les orientations politiques du président précisent également ce qui suit:

- «le dialogue avec les citoyens et les différents acteurs de la société civile, qui est 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».

Les principales priorités politiques de la Commission doivent permettre d'atteindre les objectifs de la stratégie Europe 2020 mis en avant par le président Barroso dans son discours de septembre 2013 sur l'état de l'Union. Elles concordent également avec les priorités de communication interinstitutionnelle définies en juin 2012 par le Groupe interinstitutionnel de l'information (GII) pour 2013-2014:

- la reprise économique;
- l'Année européenne des citoyens (2013);
- les élections européennes.

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 créer une sphère publique européenne. Elles concernent essentiellement la production et la diffusion de programmes sur des questions relatives à l'Union européenne. Plusieurs productions internes et analyses du secteur audiovisuel sont également financées sur cette ligne budgétaire, qui peut également couvrir l'évaluation de projets.

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: 25 540 000 EUR

Actions		Budget (en euros)	Mode d'exécution (*)	Calendrier indicatif (**)
1. Partenariats avec les chaînes d'information de l'UE				
- Euronews	<i>Production et diffusion de programmes sur les affaires européennes et les activités et politiques des institutions européennes</i>	5 500 000	Subvention à l'action au titre de la convention-cadre de partenariat en cours	
	<i>Soutien aux langues de l'UE</i>	7 300 000	Subvention à l'action au titre de la convention-cadre de partenariat en cours Subventions à l'action au titre de la nouvelle convention-cadre de partenariat sans appel à propositions	T4
	<i>Soutien aux langues autres que celles de l'UE</i>	5 200 000	Subvention à l'action au titre de la convention-cadre de partenariat en cours Subvention à l'action au titre de la nouvelle convention-cadre de partenariat sans appel à propositions	T4
2. Réseau de radios Euranet Plus		6 100 000	Marché en cours	
3. Études et données dans le domaine audiovisuel (y compris l'évaluation d'Euranet Plus)		790 000	Contrats-cadres en cours (2 contrats spécifiques)	T1

4. Productions audiovisuelles et projets multimédias	650 000	Appel d'offres «Production audiovisuelle intégrée, diffusion et services d'archivage» – Lot III: Multimédias, diffusion et archivage > 60 000 EUR (x 1) Appel d'offres pour la création et la diffusion de productions audiovisuelles et de projets multimédias à l'intention des citoyens > 60 000 EUR (x1)	T1 (février 2014) T3
--	---------	--	-----------------------------

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

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

1.2.1. *Subventions à l'action pour Euronews*

Une série de subventions à l'action sont prévues pour Euronews; elles ont pour objet l'exécution du partenariat pluriannuel entamé en 2010 avec Euronews pour garantir à long terme la couverture des activités de l'Union sous un angle européen.

Dans ce contexte, une nouvelle convention-cadre de partenariat sera signée avec Euronews en 2014, sur la base des résultats de l'évaluation indépendante réalisée cette année par des experts externes. La nouvelle convention sera renouvelable annuellement pour une durée maximale de 4 ans.

L'évaluation confirme le rôle de service public d'Euronews tel que défini en 2010, ainsi que le caractère «unique» d'une grande partie de sa programmation et de son modèle multilingue. La plupart des téléspectateurs estiment qu'Euronews leur offre un éclairage sur les affaires européennes et les États membres de l'Union qu'ils ne peuvent pas trouver ailleurs. L'offre multilingue d'Euronews est également considérée comme unique, tout comme sa mission consistant à offrir une couverture neutre sous un angle international (et européen) dans le monde arabe et dans les pays de langue farsi.

Sur la base de ce qui précède, la décision de la Commission¹ reconnaissant Euronews comme un organisme poursuivant un but d'intérêt général de l'Union dans le domaine de l'information, tel que défini par l'article 177 des règles d'application, demeure fondée.

En outre, il y a toujours lieu de considérer qu'Euronews se trouve dans une situation de monopole de fait et qu'elle effectue des actions ayant des caractéristiques spécifiques qui requièrent un type particulier d'organisme en raison de son degré élevé de spécialisation, au sens de l'article 190, paragraphe 1, points c) et f), des règles d'application.

Critères d'exclusion et de sélection

Euronews devra prouver qu'elle n'est pas dans une situation d'exclusion, qu'elle a la capacité financière, technique et opérationnelle de mettre en œuvre les actions, qu'elle dispose de sources de financement stables et suffisantes pour maintenir

¹ Décision de la Commission relative au programme de travail annuel modifié en matière de subvention et de marchés dans le domaine de la communication pour l'année 2010 [C(2010) 6827 final du 6.10.2010].

l'activité tout au long de sa période de réalisation et/ou de financement, et elle devra fournir la preuve de son apport financier propre.

Critères d'attribution

Intérêt général de l'Union, en termes de perspective européenne, de diversité linguistique et de contenu lié à l'UE.

Portée technique prévue des émissions (dimension paneuropéenne)

Qualité du programme de travail pluriannuel et des méthodes de réalisation proposés

1.2.1.1. Production et diffusion de programmes sur les affaires européennes et les activités et politiques des institutions européennes

Programmes d'information

Depuis 2011, la DG COMM a signé des conventions de subvention spécifiques à l'appui de la production et de la diffusion de programmes axés sur les politiques et les activités de l'Union et de ses institutions. Elle prévoit de poursuivre ce soutien par la conclusion d'une ou de plusieurs conventions de subvention spécifiques en 2014.

Comme les années précédentes, les nouvelles subventions à l'action revêtiront une forme simplifiée de financement qui dépendra du type d'élément de programme² ou du programme à diffuser. Les coûts unitaires adoptés en 2013 continueront à s'appliquer aux programmes ou éléments de programme suivants³:

Élément de programme ou programme	Définition	Contribution de l'UE Coût unitaire (en EUR par unité)
Actualités originales (Bruxelles)	Élément de programme, filmé à Bruxelles, 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.	4 970
Actualités originales (hors de Bruxelles)	Élément de programme, filmé en Europe (en dehors de Bruxelles), d'une durée maximale de 3 minutes, produit par Euronews et exposant des faits sur une question, une histoire ou un événement précis, à intégrer dans un programme.	8 166
Actualités en postproduction	Élément de programme d'une durée maximale de 2 minutes dont la postproduction a lieu au siège d'Euronews et exposant des faits sur une question, une histoire ou un événement précis, à intégrer dans un programme.	1 702
Entretiens	Entretien d'une durée de 5 à 10 minutes avec des personnalités importantes.	11 216
Reportage	Magazine d'une durée de 5 à 10 minutes analysant en profondeur l'incidence des politiques de l'UE sur la vie quotidienne des citoyens.	21 198
Europe Weekly	Émission d'une durée de 6 à 8 minutes analysant en profondeur les grands titres de la semaine, animée par	10 231

² Unité télévisuelle consacrée à une histoire ou un événement précis, à intégrer dans une production plus large.

³ Décision de la Commission du 8 mai 2013 portant adoption du programme modifié de travail dans le domaine de la communication pour l'année 2013 et valant décision de financement [C(2013) 2631 final].

	un présentateur.	
En direct	Diffusion en direct d'événements clés relatifs à l'UE et à ses institutions (une unité = 30 minutes).	11 063
Close Up	Émission d'une durée de 5 à 15 minutes, comprenant 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.	14 609
I Talk (nouveau format)	Débat d'une durée de 20 minutes avec une personnalité européenne, mené par un présentateur.	44 164
U Talk	Émission interactive d'une durée de 2 minutes fondée sur des questions de citoyens.	5 096
The network	Débat d'une durée de 8 minutes avec des personnalités en vue, mené par un présentateur.	19 209

Les coûts unitaires ci-dessus correspondent à la participation de la Commission à l'action, fixée à 85,6 % des coûts admissibles de chaque programme ou élément de programme. La contribution d'Euronews s'élève à 14,4 %. Les coûts unitaires ont été calculés à partir de l'analyse des dépenses et des recettes figurant dans les données comptables officielles d'Euronews, et sont conformes à la règle d'absence de profit applicable aux subventions.

Dans le cas des magazines thématiques, des coûts unitaires calculés conformément à la méthode adoptée par la décision de la Commission de 2013 seront appliqués⁴. Le taux de cofinancement ne dépassera pas 95 % des coûts admissibles.

1.2.1.2. Production et diffusion en continu d'Euronews dans des langues de l'Union et de pays tiers

La Commission entend continuer à soutenir la production et la diffusion en continu des prestations d'Euronews dans plusieurs langues de l'Union et de pays tiers, telles que le grec, le hongrois, le portugais et l'arabe. Ces langues sont diffusées par satellite et par d'autres plates-formes de communication, notamment les réseaux terrestres numériques à Chypre et en Hongrie. La Commission a l'intention de signer plusieurs contrats de subventions à l'action dans les domaines susmentionnés, sur la base du remboursement des coûts unitaires. Ceux-ci sont calculés selon la méthode définie dans la décision de la Commission de 2013⁵, conformément à l'article 124 du règlement financier.

Des subventions à l'action pourraient aussi être basées sur le remboursement d'un pourcentage des coûts admissibles réellement exposés, si les conditions régissant l'application de coûts unitaires ne sont pas remplies, conformément aux dispositions de la décision de la Commission de 2013 susmentionnée.

Dans tous les cas, la Commission pourra financer jusqu'à 95 % des coûts admissibles.

⁴ Décision de la Commission du 7.11.2013 autorisant le recours aux coûts unitaires au titre des conventions de subvention signées avec Euronews [C(2013) 7360].

⁵ *Ibid.*

1.2.1.3. Résultats escomptés

Les actions décrites plus haut contribueront à accroître la portée et la qualité de la couverture indépendante des affaires européennes assurée par Euronews, ainsi que son impact, en soutenant la diversité linguistique et l'évolution numérique. Elles permettront également d'améliorer les connaissances sur l'UE, sa culture et ses valeurs dans les pays tiers.

1.2.2. *Productions audiovisuelles et projets multimédias*

Cette action concerne essentiellement la création et la diffusion de produits multimédias et de produits d'information à l'intention des citoyens sur les actions concernant l'Union, destinés à faire mieux connaître les activités des institutions de l'Union, les décisions prises et les étapes de la construction européenne.

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.

En 2014, les actions principales concerneront:

- l'intensification et la diversification de la production audiovisuelle et multimédias, 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 disposition du public) sur différentes plateformes technologiques;
- la mise en œuvre d'une stratégie de valorisation des productions susmentionnées auprès des professionnels du secteur afin d'en accroître l'incidence, 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;
- l'organisation de manifestations ciblées et d'un soutien pour l'information des journalistes en fonction des priorités stratégiques de la Commission;
- 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.

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: 5 080 000 EUR

Ventilation	Budget (en euros)	Mode d'exécution (*)	Calendrier indicatif (**)
1. Couverture de l'actualité européenne	2 372 000	Marchés en cours Appel d'offres «Production audiovisuelle intégrée, diffusion et services d'archivage» – lot IV: Webstreaming et hébergement > 60 000 EUR (x 1)	T1 (février 2014)
2. Mesure de l'utilisation par les médias des produits audiovisuels offerts par la Commission européenne	500 000	Marché en cours	
3. Actions d'information des journalistes (***)	450 000	Marchés en cours Appel d'offres > 60 000 EUR (x 1) Appel d'offres ≤ 60 000 EUR (x 10)	T2 (x 1) T2 (x 5), T3 (x 5)
4. Prix	28 000	Prix (radio, vidéo, télévision et projets en ligne) (x 6)	T1 (x 3), T2 (x 3)
5. Médiathèque (conservation et mise à la disposition du public de matériel audiovisuel) et développement Web	1 530 000	Marchés en cours Appel d'offres «Production audiovisuelle intégrée, diffusion et services d'archivage» – Lot III: multimédia, diffusion et archivage > 60 000 EUR (x 1) Appel d'offres interinstitutionnel (avec le PE comme institution chef de file) - Lot I: achat d'enregistrements vidéo > 60 000 EUR (x 1) - Lot II: achat de photos d'actualités, historiques et thématiques > 60 000 EUR (x 1) - Lot III: achat de photos provenant de microstocks > 60 000 EUR (x 1) - Lot IV: achat de musique enregistrée > 60 000 EUR (x 1)	T1 (février 2014) T1 (janvier 2014)
6. Évaluation des services en matière de communication externe	200 000	Contrat-cadre en cours (1 contrat spécifique)	T1 2014

(*) 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 pour les journalistes sont organisées localement par les représentations dans les États membres.

2.2.1. Prix

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, tels qu'ils sont définis à l'article 106, paragraphe 1, et aux articles 107, 108 et 109 du règlement financier, seront appliqués. Il convient de veiller 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 et critères généraux suivants:

- origine ou thématique européenne de l'œuvre;
- pertinence et intérêt général du projet (notamment au regard des objectifs fixés 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 l'intégration européenne et aux politiques de l'Union.

Montant de la contribution de l'Union

Les prix décernés n'excéderont pas une valeur de 10 000 EUR chacun⁶.

Résultats escomptés

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

Calendrier indicatif

Lancement du concours: avril 2014.

Cérémonie de remise des prix et décision d'attribution: octobre-novembre 2014.

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

3.1. Interventions financées à partir de cette ligne budgétaire

Les actions menées dans ce cadre couvrent les centres d'information Europe Direct.

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.

La DG COMM 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 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 (au siège et dans les représentations). Les contrats

⁶ Les éventuels prix en nature auront une valeur symbolique.

relatifs à ces services expirent à la fin de l'année 2013. Un appel d'offres comportant différents lots portant sur l'ensemble des activités susmentionnées a été publié en 2013 et le marché sera conclu en 2014.

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.

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 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].

Crédits d'engagement: 14 230 000 EUR

Ventilation	Budget (en euros)	Mode d'exécution (*)	Calendrier indicatif (**)
1. Centres d'information Europe Direct	11 900 000	Conventions de subvention à l'action [voir la décision C(2012) 4158 de la Commission du 21 juin 2012, qui établit la procédure d'exécution, les critères et le calendrier indicatif] Appel à propositions relatif à de nouveaux CIED	T3
2. Activités de formation, de soutien et de coordination dans le cadre du réseau d'information Europe Direct	2 330 000	Contrats-cadres en cours (40 bons de commande ou contrats spécifiques)	

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

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

1.5.2.1. Subventions

L'appel à propositions lancé en 2012 pour la génération 2013-2017 de CIED a débouché sur une couverture étendue dans tous les États membres. Il y a toutefois lieu d'améliorer l'équilibre géographique dans certaines régions. C'est pourquoi un appel à propositions régional sera lancé en 2014 en vue de la sélection des structures d'accueil complémentaires pour les CIED dans les États membres suivants (l'enveloppe prévue pour chaque appel est indiquée entre parenthèses): Royaume-Uni (50 000 EUR), France (75 000 EUR), Allemagne (75 000 EUR), Luxembourg (25 000 EUR), Finlande (75 000 EUR), Pays-Bas (25 000 EUR), Bulgarie (20 000 EUR), Slovaquie (20 000 EUR), Chypre (25 000 EUR).

Objet et champ d'application

Le réseau des centres d'information Europe Direct (CIED) est l'un des principaux instruments dont dispose l'Union européenne pour informer les citoyens européens, notamment de leurs droits dans l'Union et des priorités de celle-ci (dont la stratégie Europe 2020 pour la croissance), et pour promouvoir la citoyenneté participative aux niveaux local et régional.

Tâches des centres d'information mis en place par les structures d'accueil

Les centres constituent un relais de proximité pour l'ensemble des institutions de l'Union européenne et collaborent avec d'autres partenaires actifs dans le domaine de l'information. Ils complètent et soutiennent le travail des représentations de la Commission européenne et des bureaux d'information du Parlement européen aux échelons local et régional. Le réseau des centres d'information Europe Direct est géré par la Commission.

La mission des centres est double:

- informer les citoyens européens aux niveaux local et régional. Premier point d'accès à l'Union européenne pour les citoyens, élément clé du concept de «guichet unique», les centres fournissent des informations sur l'UE, renvoient les citoyens vers le portail «L'Europe est à vous» ou vers des sources d'information spécialisées et les orientent vers d'autres services et réseaux. Ils leur fournissent des informations, des conseils, une aide et des réponses à leurs questions sur l'UE, en particulier sur les droits de ses citoyens, ses priorités (notamment la stratégie Europe 2020 pour la croissance), sa législation, ses politiques, ses programmes et les possibilités de financement qu'elle propose;
- promouvoir la citoyenneté participative à travers différents outils de communication (site internet, médias sociaux, publications, etc.) et par l'interaction avec les parties prenantes, les relais d'opinion et les médias locaux et régionaux. Les centres stimulent le débat grâce à l'organisation de conférences et de manifestations, et assurent le retour d'information des citoyens vers l'UE.

Couverture géographique

L'appel à propositions a pour objet de garantir que les CIED soient aussi proches que possible des citoyens dans toute l'UE. La sélection des structures d'accueil doit donc assurer non seulement une répartition équitable sur le plan national, mais aussi une représentativité adéquate des centres dans l'ensemble de l'UE.

Conditions d'octroi du soutien financier aux structures d'accueil

La subvention à l'action pour la structure d'accueil, sous forme d'un montant forfaitaire, sera au minimum de 15 000 EUR (forfait standard)/12 000 EUR (forfait adapté avec coefficient de 80 %⁷) par an et au maximum de 25 000 EUR (forfait standard)/20 000 EUR (forfait adapté avec coefficient de 80 %) par an, par centre.

Le système des forfaits repose sur un principe modulaire, conçu comme suit:

- les demandeurs peuvent choisir les modules conformément à leur plan d'action;
- le module 1 (option a ou b) du groupe I («Services d'information de base») est obligatoire;
- les demandeurs doivent choisir au moins un module du groupe II («Produits de communication») et au moins un module du groupe III («Manifestations»);
- les modules 5a, 5c et 6 du groupe II et 7a, 7b et 7c du groupe III peuvent être choisis plusieurs fois par les demandeurs, jusqu'à concurrence du plafond défini pour la subvention.

⁷

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, l'Estonie, la Hongrie, la Lettonie, la Lituanie, Malte, la Pologne, la République tchèque, la Roumanie et la Slovaquie.

La description des modules et les conditions minimales pour obtenir les forfaits sont résumées dans le tableau ci-dessous:

Groupes	Modules	Actions prévues par le programme	Montants forfaitaires et coûts unitaires (en EUR)	Montants forfaitaires adaptés et coûts unitaires pour 2015 (en EUR)	Montants forfaitaires et coûts unitaires - coef. 80 % (en EUR)	Montants forfaitaires adaptés et coûts unitaires - coef. 80 % pour 2015 (en EUR)
I. Services d'information de base	M1a	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ouverture du centre pendant 20 heures par semaine au minimum; le centre peut être fermé jusqu'à six semaines par an au maximum. ▪ En dehors des heures d'ouverture: message sur répondeur téléphonique et réponse automatique d'absence du bureau par courrier électronique, les deux indiquant les horaires d'ouverture et renvoyant à d'autres services tels que le centre de contact Europe Direct et le portail «L'Europe est à vous» pour des informations en ligne. ▪ Signalisation, locaux et équipement adéquats. ▪ Fourniture de services d'information. ▪ Renvoi vers un réseau de la CE approprié ou vers le centre de contact Europe Direct pour les questions ne relevant pas de la compétence du centre. ▪ Appui à la représentation de la CE et au bureau d'information du PE locaux. ▪ Page web spéciale avec un minimum d'informations de base sur le centre. ▪ Participation aux réunions de coordination/formation (y compris à l'assemblée générale annuelle) organisées par la Commission (siège et représentations). ▪ Comptes rendus mensuels d'activités avec un retour d'information sur les principales préoccupations des citoyens et la couverture médiatique locale/régionale; retours d'information ad hoc sur demande de la représentation de la CE. ▪ Production d'une évaluation annuelle/analyse d'impact portant sur au moins 50 % des activités. 	14 000	7 000	11 200	5 600
	M1b	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identique au module M1a, à ceci près que les heures d'ouverture minimales du centre sont ramenées de 20 à 8 heures par semaine. 	10 000	5 000	8 000	4 000
	M2 Site internet	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Site internet d'information adapté au public local/régional sur les activités du centre et des sujets liés à l'UE, en particulier les droits des citoyens et les priorités de l'UE. 	2 000	1 000	1 600	800

Groupes	Modules	Actions prévues par le programme	Montants forfaitaires et coûts unitaires (en EUR)	Montants forfaitaires adaptés et coûts unitaires pour 2015 (en EUR)	Montants forfaitaires et coûts unitaires - coef. 80 % (en EUR)	Montants forfaitaires adaptés et coûts unitaires - coef. 80 % pour 2015 (en EUR)
II. Produits de communication		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Liens vers d'autres sites internet de l'UE (Europa, centre de contact Europe Direct, autres réseaux de la CE, représentation de la CE, bureaux d'information du PE, etc.). ▪ Mise à jour plusieurs fois par semaine. 				
	M3 Médias sociaux	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gestion de médias sociaux (Facebook, Twitter, blogs, etc.). ▪ Mise à jour plusieurs fois par semaine. ▪ Interaction permanente avec les utilisateurs. ▪ Contenu adapté au public local/régional et axé sur les activités du centre et/ou sur des sujets liés à l'UE, en particulier sur les droits des citoyens et les priorités de l'UE. 	1 000	500	800	400
	M4 Lettre d'information électronique	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Production d'une lettre d'information électronique. ▪ Contenu adapté au public local/régional et axé sur les activités du centre et sur des sujets liés à l'UE, en particulier sur les droits des citoyens et les priorités de l'UE (les copies d'articles/de documents existants de l'UE ne seront pas acceptées). ▪ Publication au moins six fois par an. ▪ Envoi à au moins 100 contacts. 	500	500	400	400
	M5a Publications	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Publication d'au moins 10 pages. ▪ 500 exemplaires au moins. ▪ Contenu adapté au public local/régional et axé sur les activités du centre et/ou sur des sujets liés à l'UE, en particulier sur les droits des citoyens et les priorités de l'UE. ▪ Complémentarité avec des documents déjà produits par les institutions de l'UE. ▪ Version en ligne de la publication accessible sur le site internet du centre. 	1 000 ^(*)	1 000 ^(*)	800 ^(*)	800 ^(*)
	M5b Matériel promotionnel	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Production d'au moins 200 articles (blocs-notes, sacs, tapis de souris, jeux, clés USB...) aussi respectueux de l'environnement que possible. 	500	500	400	400
	M5c Matériel audiovisuel et autre matériel électronique	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Création et production d'un clip vidéo, d'un livre électronique, d'un jeu interactif ou de matériel audio sur divers supports (CD, DVD, clés USB, etc.). ▪ Contenu adapté au public local/régional et axé sur les activités du centre et/ou sur des sujets liés à l'UE, en particulier sur 	1 000 ^(*)	1 000 ^(*)	800 ^(*)	800 ^(*)

Groupes	Modules	Actions prévues par le programme	Montants forfaitaires et coûts unitaires (en EUR)	Montants forfaitaires adaptés et coûts unitaires pour 2015 (en EUR)	Montants forfaitaires et coûts unitaires - coef. 80 % (en EUR)	Montants forfaitaires adaptés et coûts unitaires - coef. 80 % pour 2015 (en EUR)
	ue	<p>les droits des citoyens et les priorités de l'UE.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Complémentarité avec le matériel audiovisuel et électronique déjà produit par les institutions de l'UE (les copies de matériel audiovisuel ou électronique existant ne seront pas acceptées). ▪ Chargement sur le site internet du centre et sur un site internet de partage vidéo accessible à tous. 				
	M6 Médias locaux	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Publications – de préférence régulières – dans des médias indépendants locaux/régionaux (les sites internet de collectivités locales/régionales ne sont pas considérés comme des «médias»). ▪ Il pourra s'agir de publication d'articles dans la presse et/ou dans les médias en ligne, mais aussi de la participation à des émissions de télévision/radio. ▪ Contenu ciblé sur le public local/régional et axé sur les activités du centre et/ou sur des sujets liés à l'UE, en particulier sur les droits des citoyens et les priorités de l'UE. ▪ Pas d'articles signalant ou couvrant exclusivement une manifestation organisée par un centre (cette tâche relève des modules 7a, 7b et 7c). ▪ Au moins dix publications. 	1 000 ^(*)	1 000 ^(*)	800 ^(*)	800 ^(*)
III. Manifestations	M7a Participation à des manifestations	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Participation active à une manifestation organisée par un tiers (exposition, salon, séminaire,...). ▪ La participation du centre doit cibler le public local/régional et être axée sur des sujets liés à l'UE, en particulier sur les droits des citoyens et/ou les priorités de l'UE. ▪ La manifestation doit réunir au moins 200 participants. ▪ Chaque manifestation doit représenter au moins trois heures d'activité (et non de simple présence). 	500 ^(*)	500 ^(*)	400 ^(*)	400 ^(*)
	M7b Organisation de manifestations destinées à des publics	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Organisation de conférences, débats, présentations. ▪ La manifestation doit cibler le public local/régional et être axée sur des sujets liés à l'UE, en particulier les droits des citoyens et/ou les priorités de l'UE. ▪ Quatre manifestations au moins, ciblant au total 100 personnes au moins. 	1 000	1 000	800	800

Groupes	Modules	Actions prévues par le programme	Montants forfaitaires et coûts unitaires (en EUR)	Montants forfaitaires adaptés et coûts unitaires pour 2015 (en EUR)	Montants forfaitaires et coûts unitaires - coef. 80 % (en EUR)	Montants forfaitaires adaptés et coûts unitaires - coef. 80 % pour 2015 (en EUR)
	spécifiques	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Chaque manifestation doit représenter au moins une heure d'activité. 				
	M7c Organisation de manifestations destinées au grand public	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Organisation d'une manifestation (journée portes ouvertes, 9 mai, ...). ▪ La manifestation doit cibler le public local/régional et être axée sur des sujets liés à l'UE, en particulier les droits des citoyens et/ou les priorités de l'UE. ▪ La manifestation doit réunir au moins 200 participants. ▪ Chaque manifestation doit représenter au moins trois heures d'activité. 	2 000 ^(*)	2 000 ^(*)	1 600 ^(*)	1 600 ^(*)
(*) Le module peut être réalisé plus d'une fois. Dans ce cas-là, le montant forfaitaire est multiplié par le nombre de réalisations du module.						

Conformément au règlement financier, la subvention est octroyée sur la base du plan d'action présenté par la structure d'accueil pour une année donnée.

Pour garantir la stabilité du réseau et la continuité de ses activités d'information et de communication, l'attribution de la subvention à l'action pour ces CIED supplémentaires fait l'objet d'une convention-cadre pluriannuelle de trois ans, qui est mise en œuvre par des conventions annuelles spécifiques.

Dans le cadre des conventions-cadres à signer avec les structures d'accueil, d'autres DG et services peuvent lancer des appels à propositions spécifiques auprès de partenaires sélectionnés et conclure des conventions spécifiques en utilisant, le cas échéant, les mêmes modules et forfaits pour financer des activités de communication. Ces appels seront gérés par les DG concernées, dans le cadre de leur budget, et en accord avec la DG COMM.

Mise en œuvre

Le mode de gestion appliqué est la gestion directe.

Appel à propositions (calendrier indicatif)

- Date de publication prévue: troisième trimestre 2014.
- Attribution des subventions: quatrième trimestre 2014.

Critères

Bénéficiaires potentiels

Organismes publics ou privés investis d'une mission de service public et dont la compétence dans le domaine de la communication avec le public est déjà bien établie.

Critères d'éligibilité

Les critères d'admissibilité suivants doivent être remplis:

- l'organisme demandeur doit être légalement constitué et enregistré dans un des États membres cités au premier paragraphe du point 1.5.2.1. où l'appel à propositions sera publié;
- l'organisme demandeur doit justifier de sa qualité d'organisme public ou d'organisme de droit privé investi d'une mission de service public;
- la proposition doit répondre à l'objet de l'appel, être fondée sur les modules et forfaits mentionnés dans l'appel, satisfaire aux exigences concernant les modules obligatoires et rester dans les limites de la subvention autorisée.

Critères d'exclusion

Sont exclus de la participation à la procédure d'appel à propositions les demandeurs:

- s'ils sont en état ou font l'objet d'une procédure de faillite, de liquidation, de règlement judiciaire ou de concordat préventif, de cessation d'activité, ou sont dans une situation analogue résultant d'une procédure de même nature prévue par les législations et réglementations nationales;
- si eux-mêmes ou les personnes ayant sur eux le pouvoir de représentation, de décision ou de contrôle ont fait l'objet d'une condamnation prononcée par un jugement rendu par une autorité compétente d'un État membre ayant force de chose jugée pour tout délit affectant leur moralité professionnelle;
- s'ils ont fait l'objet d'un jugement ayant autorité de chose jugée pour tout délit affectant leur moralité professionnelle;
- si, en matière professionnelle, ils ont commis une faute grave constatée par tout moyen que le pouvoir adjudicateur peut justifier;
- s'ils n'ont pas respecté leurs obligations relatives au paiement des cotisations de sécurité sociale ou leurs obligations relatives au paiement de leurs impôts selon les dispositions légales du pays où ils sont établis ou celles du pays du pouvoir adjudicateur ou encore celles du pays où l'action doit être exécutée;
- s'ils ont fait l'objet d'un jugement ayant autorité de chose jugée pour fraude, corruption, participation à une organisation criminelle ou toute autre activité illégale portant atteinte aux intérêts financiers de l'Union;
- si, à la suite d'une procédure de passation de marché ou d'octroi d'une subvention financée par le budget de l'Union, ils ont été déclarés en défaut grave d'exécution en raison du non-respect de leurs obligations.

Aucune subvention à l'action ne peut être octroyée aux demandeurs qui, au cours de la procédure d'appel à propositions:

- se trouvent en situation de conflit d'intérêts;
- se sont rendus coupables de fausses déclarations en fournissant les renseignements exigés par le pouvoir adjudicateur pour leur participation à la procédure ou n'ont pas fourni ces renseignements.

Critères de sélection

a) Capacité financière

Les demandeurs doivent justifier de ressources financières stables et suffisantes pour leur permettre d'accueillir le(s) centre(s) tout au long de la période de cinq ans.

b) Capacité opérationnelle

Les demandeurs doivent justifier de leur capacité opérationnelle à accueillir le(s) centre(s) et à adapter leur mission aux évolutions stratégiques et aux priorités de l'Union européenne. En particulier, ils doivent posséder:

- au moins deux ans d'expérience avérée en matière de communication publique, de préférence dans des domaines liés aux politiques de l'UE;
- des ressources humaines dont les compétences et les qualifications comprennent de bonnes aptitudes en matière de communication (orale et écrite) et de gestion de projets, une connaissance solide des questions européennes et la maîtrise d'au moins une des langues de travail de l'UE (anglais, français et allemand);
- l'infrastructure technologique et physique nécessaire à la bonne exécution de l'action, notamment en ce qui concerne la situation et l'accessibilité des locaux. (Ceux-ci doivent être accessibles aux personnes handicapées. Si ce n'est pas le cas, le demandeur doit expliquer comment il sera répondu à cette exigence.)

Critères d'attribution

Les critères d'attribution, qui feront l'objet d'une pondération au cours de la procédure d'appel à propositions, sont les suivants:

- pertinence de la proposition de la structure d'accueil potentielle;
- profil, rayonnement et impact potentiels du centre dans sa région;
- qualité des services d'information de base, des produits de communication et des manifestations prévus;
- cohérence et adéquation des ressources affectées à la mise en œuvre des activités prévues.

Équilibre géographique

Les propositions seront classées en fonction de leurs qualités, sur la base des critères d'attribution. Afin d'assurer une répartition géographique équitable des centres, les propositions couvrant la même zone géographique seront comparées entre elles, et seules les mieux adaptées ou les meilleures seront admissibles au bénéfice de subventions. L'évaluation de la couverture géographique de la proposition sera fondée sur l'emplacement du futur centre assurant les services d'information de base, ainsi que sur la portée des activités de communication et de sensibilisation proposées par le demandeur.

La préférence sera accordée aux centres situés dans des lieux dépourvus de représentation de la CE ou de bureau d'information du PE.

Résultats escomptés

Les subventions sont destinées à faciliter le travail des CIED. Les structures d'accueil retenues doivent mettre en place et gérer les centres dans le but de fournir un service local et régional:

- qui permette aux citoyens européens d'obtenir des informations, des conseils, une aide et des réponses à leurs questions sur l'UE, notamment sur leurs droits dans l'UE, les priorités (dont la stratégie Europe 2020 pour la croissance), la législation, les politiques, les programmes de l'UE et les possibilités de financement qu'elle propose;

- qui favorise le débat et la sensibilisation des citoyens aux enjeux, aux réalisations et aux objectifs européens, tout en assurant un retour d'informations des citoyens vers l'UE;
- qui permette à l'UE de s'appuyer sur un partenaire local et régional valable pour toutes ses initiatives, campagnes et actions dans l'État membre;
- qui permette à l'UE d'améliorer la diffusion d'informations ciblées et adaptées aux spécificités et aux besoins locaux et régionaux.

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 28 représentations.

En 2014, les activités en question se concentreront sur les priorités qui seront fixées dans le programme de travail de la Commission pour 2014.

Dans ce cadre, les représentations (le cas échéant, en coopération avec le siège) concevront une large palette d'actions et d'outils de communication adaptés aux publics locaux, allant de débats et de conférences visant les faiseurs et multiplicateurs d'opinion à des dialogues avec les citoyens et des animations «ludo-éducatives» (concours, etc.) s'adressant au grand public ou à certains groupes cibles et géreront les centres d'information destinés au grand public hébergés en leur sein. L'on veillera tout particulièrement à obtenir des parties prenantes un retour d'information régulier sur les actions de communication mises sur pied par les représentations.

Il est souhaitable que, chaque fois 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, de commissaires ainsi que de professionnels des médias ou de faiseurs d'opinion est également la bienvenue.

Ces actions auront pour objectif principal la diffusion de messages sur les priorités politiques et thèmes de communication institutionnelle, y compris les élections européennes de 2014.

Ces crédits couvrent également des dépenses relatives à du matériel 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 travaux de la Commission.

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: 10 730 000 EUR

Ventilation	Budget (en euros)	Mode d'exécution (*)	Calendrier indicatif (**)
1. Communication des représentations de la Commission et actions de partenariat	10 430 000	<p>Appel d'offres ≤ 60 000 EUR (x 285)</p> <p>Appel d'offres > 60 000 EUR (x 25)</p> <p>Appels à propositions: - débats et événements européens (10 appels à propositions) - actions de communication liées aux priorités politiques (3 appels à propositions)</p> <p>Prix (x 6)</p> <p>Marchés en cours</p> <p>Appel d'offres pour le contrat-cadre «Services de conseil dans le domaine des médias» (représentation à Madrid): - Lot I - Assistance technique pour les événements et les campagnes (> 60 000 EUR) (x 1) - Lot II - Services de conseil dans le domaine de l'audiovisuel (> 60 000 EUR) (x 1)</p>	<p>T1 (x 50), T2 (x 110), T3 (x 90), T4 (x 35)</p> <p>T1 (x 10), T2 (x 10), T3(x 5)</p> <p>T2 (x 10)</p> <p>T2 (x 3)</p> <p>T2 (x 6)</p> <p>T1</p>
2. Actions de communication liées aux priorités politiques – Siège	300 000	<p>Appel d'offres ≤ 60 000 EUR (x 5)</p> <p>Marchés en cours</p>	<p>T1 (x 1), T2 (x 2), T3 (x 1), T4 (x 1)</p>

(*) 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 identifiées par les représentations de la Commission européenne. La durée estimée des actions sera de douze mois au maximum. Il est prévu de lancer 10 appels à propositions, dont un doté d'une enveloppe totale de 300 000 EUR, deux dotés d'une enveloppe totale de 200 000 EUR chacun, quatre dotés d'une enveloppe totale de 130 000 EUR chacun et trois dotés d'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, en particulier dans le cadre de ses priorités politiques.

Critères d'éligibilité

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 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 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.

Calendrier indicatif

Dates de publication prévues: premier trimestre 2014 (10 appels à propositions).

Attribution des subventions: deuxième ou troisième trimestre 2014 (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 identifiées 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 doté d'une enveloppe totale de 300 000 EUR, un autre doté d'une enveloppe totale de 250 000 EUR et le dernier doté d'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'éligibilité

- a) Organisations à but non lucratif disposant de la personnalité juridique, enregistrées dans 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, 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 probable, 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 au regard des objectifs fixés et du 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'UE.

Calendrier indicatif

Dates de publication prévues: premier semestre 2014 (3 appels à propositions).

Attribution des subventions: troisième trimestre 2014 (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, tels qu'ils sont définis à l'article 106, paragraphe 1, et aux articles 107, 108 et 109 du règlement financier, seront appliqués. Il convient de veiller 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 du projet (notamment au regard des objectifs fixés et du public visé);
- dimension et plus-value européennes du projet;
- effet multiplicateur escompté (répercussions dépassant le public visé);
- sensibilisation accrue à l'intégration européenne et aux politiques de l'UE.

Montant de la contribution de l'Union

Prix d'une valeur maximale de 10 000 EUR chacun⁸, à l'exception du prix Salvador de Madariaga, pour lequel la représentation de Madrid prévoit d'organiser 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 de l'Union européenne.

Calendrier indicatif

⁸

Les éventuels prix en nature auront une valeur symbolique.

Lancement des concours: deuxième trimestre 2014 (6 prix).

Attribution des prix: quatrième trimestre 2014 (6 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. 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 selon les modalités décrites dans le tableau ci-après.

Crédits d'engagement: 1 246 000 EUR

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

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

6.1. Interventions financées à partir de cette ligne budgétaire

Ce crédit est destiné à couvrir les frais d'organisation des visites de la Commission, y compris les dépenses administratives liées aux 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 types de visites seront financés 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 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 COMM, 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 des autres institutions européennes ainsi qu'avec les 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: 3 600 000 EUR

Ventilation	Budget (en euros)	Mode d'exécution (*)	Calendrier indicatif (**)
1. Visites de la Commission	3 050 000	Contrats en cours (6)	en continu
2. Service d'accueil	400 000	Contrat-cadre (1)	en continu T2 2014 (nouveau CC à partir du 15 juin 2014)
3. Évaluation du Centre des visiteurs	150 000	Contrat-cadre en cours (1 contrat spécifique)	T4 2014

(*) 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 garantir 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.

Elles concernent notamment:

- la poursuite du service d'assistance aux équipes de télévision qui doivent réaliser des tournages ponctuels 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.

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: 5 324 000 EUR

Ventilation	Budget (en euros)	Mode d'exécution (*)	Calendrier indicatif (**)
1. Exploitation des studios de radiodiffusion et de télévision et équipements audiovisuels	3 588 821	Marchés en cours Appel d'offres «Production audiovisuelle intégrée, diffusion et services d'archivage» – Lot I: couverture audiovisuelle, montage et transmission d'actualités relatives à l'UE, y compris la production de supports d'information non liés à l'actualité à l'intention du grand public (> 60 000 EUR) (x 1)	T1 (février 2014)
2. Fourniture d'une infrastructure technique pour les studios de radiodiffusion et de télévision	1 000 000	Marché en cours Appel d'offres «Production audiovisuelle intégrée, diffusion et services d'archivage» – Lot II: fourniture d'une infrastructure de production audiovisuelle et services connexes (> 60 000 EUR) (x 1)	T1 (février 2014)
3. Fourniture d'une infrastructure technique pour la transmission de services de télévision par satellite	584 189	Marché en cours Appel d'offres pour des transmissions en haute définition (> 60 000 EUR) (x 1)	T1
4. Contrat de services pour la fourniture d'une liaison vidéo bidirectionnelle permanente entre Bruxelles et Luxembourg	79 258	Marché en cours	
5. Achat d'équipements audio-photo-vidéo	71 732	Marché en cours	

(*) 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

Ce crédit est destiné 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.

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 COMM. Un appel d'offres pour l'exploitation du centre de contact devrait être lancé en 2014.
- La gestion (structure, conception, fonctionnalités et tâches rédactionnelles) des parties du site web Europa consacrées à la Commission et à l'Union européenne, dont la DG COMM est responsable, y compris la gestion des pages web du président de la Commission et du commissaire chargé de la communication et d'autres sites prioritaires ou d'actualité, ainsi que l'appui aux sites web des représentations. La mise en œuvre du programme de transformation numérique de la Commission (rationalisation du web) visait à réorganiser et à renforcer la présence en ligne de la Commission. Lancée en 2013, cette tâche continuera à occuper une place centrale en 2014. L'objectif est de restructurer le site Europa afin de le rendre plus cohérent, plus efficace sur le plan des coûts et davantage axé sur les besoins des utilisateurs, d'optimiser le contenu en ligne pour les dispositifs mobiles et de professionnaliser l'utilisation d'autres canaux en ligne, comme les plateformes de médias sociaux, eu égard à leur rôle sans cesse croissant dans le paysage numérique. Il s'agira notamment d'accompagner les DG de toute la Commission dans leur stratégie de transformation numérique et d'organiser des actions de formation/d'encadrement pour différentes catégories de parties prenantes;
- le développement et la gestion des sites web des représentations ainsi que de leurs publications électroniques;
- les communiqués de presse, discours, mémos, etc., en ligne (RAPID).

Ce crédit est également destiné à:

- soutenir l'échange des meilleures pratiques, le transfert des connaissances et la professionnalisation 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 sont répartis entre les différentes actions mentionnées dans le tableau ci-après.

Crédits d'engagement: 18 180 000 EUR

Ventilation	Budget (en euros)	Mode d'exécution (*)	Calendrier indicatif (**)
1. Centre de contact Europe Direct	5 887 000	Marchés en cours Appel d'offres (exploitation du centre de contact – période déc. 2015 à déc. 2019) > 60 000 EUR	T4

2. Site web Europa	7 265 000	Appel d'offres > 60 000 EUR (***) (1) Appel d'offres ≤ 60 000 EUR (1) (****) Marchés en cours	T2 (x 1) T2 (x 1)
3. Sites web et publications et bulletins d'information électroniques et papier des représentations	4 518 000	Appel d'offres ≤ 60 000 EUR (x 62) (*****) Appel d'offres > 60 000 EUR (x 10) (y compris le contrat-cadre pour les «services de conseil dans le domaine des médias» (représentation à Madrid): - Lot II - Services de conseil dans le domaine de l'audiovisuel (> 60 000 EUR) (x 1) - Lot III - Services de conseil dans le domaine de la communication en ligne (> 60 000 EUR) (x1) 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. Rapid	510 000	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.

(***) Services de soutien à la communication.

(****) Enregistrement et gestion des noms de domaine.

(*****) 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

Ce crédit est destiné 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. Il couvre aussi les publications prévues par les traités ainsi que d'autres publications institutionnelles ou de référence, telles que le rapport général. Ces publications s'adressent entre autres aux jeunes, au corps enseignant, aux faiseurs d'opinion et au grand public.

9.2. Mobilisation des crédits disponibles et modalités d'exécution

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

Crédits d'engagement: 2 200 000 EUR

Ventilation	Budget (en euros)	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 sondages ponctuels sont également effectués au niveau local à l'initiative des représentations.

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: 6 300 000 EUR

Ventilation	Budget (en euros)	Mode d'exécution (*)	Calendrier indicatif (**)
1. Eurobaromètre	5 000 000	Marchés en cours uniquement	
2. Analyse qualitative de suivi des médias	1 300 000	Appel d'offres ≤ 60 000 EUR (x 1) Marchés en cours	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.

11. LIGNE BUDGETAIRE 16 03 77 05 – ACTION PREPARATOIRE «PARTAGEONS L'EUROPE EN LIGNE»

11.1. Interventions financées à partir de cette ligne budgétaire

Répondant à la nécessité d'adapter les stratégies de communication des institutions de l'UE aux réalités de l'internet et des médias sociaux, le Parlement européen et la Commission mettent conjointement en œuvre l'action préparatoire intitulée «Partageons l'Europe en ligne».

Ce projet, qui s'articule autour de la présence en ligne des bureaux locaux de l'UE dans les États membres, vise à améliorer la manière dont ces deux institutions nouent

le dialogue avec les citoyens sur les médias sociaux, en établissant une communication plus interactive, davantage ciblée et adaptée aux besoins locaux et aux spécificités du contexte national des médias sociaux. Il est également destiné à combler le manque actuel de communication institutionnelle en langues locales sur les médias sociaux. Grâce à ce projet, les deux institutions veulent améliorer de manière durable leur stratégie de communication sur les médias sociaux, sur les plans de la qualité et de la rentabilité.

Le projet «Partageons l'Europe en ligne» est mené avec succès, à titre pilote, depuis le début de 2013, date à laquelle des gestionnaires de réseaux sociaux spécialisés ont été affectés dans les bureaux d'information du Parlement européen et les représentations de la Commission pour aider, conseiller et former le personnel local dans dix-sept États membres. Compte tenu des premiers résultats positifs obtenus, ce projet a été étendu à l'ensemble de l'UE en novembre 2013.

L'action préparatoire permettra aux gestionnaires de réseaux de rester en poste dans les vingt-huit États membres après expiration du projet pilote en juin 2014. L'on pourra ainsi continuer à renforcer les bonnes pratiques établies tout au long du projet et préparer les bureaux locaux au départ progressif des gestionnaires. La priorité sera donnée aux onze derniers pays à avoir pris part au projet pour que tous les États membres soient sur un pied d'égalité.

11.2. Mobilisation des crédits disponibles et modalités d'exécution

Les crédits disponibles seront utilisés pour continuer à apporter aux bureaux d'information et aux représentations des connaissances, une stratégie et un appui technique en rapport avec les médias sociaux, dans le cadre d'un marché public.

Crédits d'engagement: 1 000 000 EUR

Ventilation	Budget (en euros)	Mode d'exécution (*)	Calendrier indicatif (**)
Action préparatoire - «Partageons l'Europe en ligne»	1 000 000	Appel d'offres > 60 000 (x 1) ou contrat-cadre en cours	T2

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

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