

La Présidence française et les élections européennes : de la communication institutionnelle à l'information politique ?

Yves Bertoncini et Thierry Chopin

- Projet du 17 septembre 2007 -



Yves Bertoncini est chargé de mission « Europe et Stratégie de Lisbonne » au département Affaires économiques et financières du Centre d'analyse stratégique et administrateur de la Commission européenne (en disponibilité). Il enseigne les questions européennes à l'IEP Paris, au Corps des Mines et à l'ENA. Il a publié un essai sur la démocratisation de l'Union européenne (*Europe : le temps des fils fondateurs*, Paris, Michalon, 2005), trois notes de la Fondation Robert Schuman consacrées à l'influence française au Parlement européen (2004), à la Constitution européenne (2005) et à la Stratégie de Lisbonne (2007) ainsi que de nombreux articles sur l'Europe.



Thierry Chopin est directeur des études de la Fondation Robert Schuman. Docteur en science politique de l'École des hautes études en sciences sociales (EHESS), il est professeur au Collège d'Europe (Bruges), et enseigne également au Corps des Mines et à l'Institut d'études politiques de Paris (Sciences Po). Il est membre du Conseil scientifique de la revue *Horizons stratégiques*. Il est l'auteur de plusieurs ouvrages, récemment *L'Amérique et l'Europe : la dérive des continents ?* (Grasset, 2006) ; il a dirigé (avec Michel Foucher) le *Rapport Schuman 2007 sur l'état de l'Union européenne* (Lignes de repères, 2007).

Résumé

Les Français s'estimant peu informés sur l'Europe mais étant également peu disponibles pour une quête d'information approfondie sur le sujet, il convient de mettre à profit les deux prochaines occasions de stimuler leur intérêt que constituent la Présidence française de l'Union au deuxième semestre 2008 et les élections européennes de juin 2009 pour accroître l'efficacité des politiques d'information sur l'Europe en France. Pour ce faire, les pouvoirs publics nationaux doivent résister à la tentation de s'en tenir à une communication institutionnelle n'évoquant traditionnellement que des enjeux très autocentrés et très fugaces (les « priorités de la Présidence » et la nécessité de réduire l'abstention aux élections européennes) et privilégier la production et de la diffusion d'une information politique structurante répondant aux interrogations de fond des citoyens à l'égard de l'UE (Comment ça fonctionne ? Qui m'y représente ? Etc.). Ils doivent par ailleurs profiter de ces deux échéances pour rénover la manière d'informer sur l'Europe : il s'agit de délaissier une communication à la fois persuasive et technicienne, notamment afin d'encourager les débats contradictoires et autres événements attirant davantage l'attention civique, tout en fournissant une information couvrant les registres du réel, de l'imaginaire et du symbolique.

Mots-clés

Information - Pouvoirs - Acteurs - Démocratisation

La présidence française de l'Union européenne au deuxième semestre 2008 et les élections européennes de juin 2009 constitueront deux échéances cruciales pour l'information et la communication sur l'Europe en France. Parce qu'elles permettront aux autorités gouvernementales et aux citoyens d'exercer une parcelle du pouvoir communautaire, elles sont en effet susceptibles de stimuler à la fois les efforts d'information des pouvoirs publics et le désir d'information des Français, au même titre que le débat référendaire de 2005 relatif au projet de Constitution européenne.

En suscitant une demande d'information et de discussion sur l'Europe d'une intensité inédite¹, ce débat référendaire aura permis de confirmer un double constat.

D'une manière générale et bien que s'estimant trop peu éclairés s'agissant des « Affaires européennes »², les citoyens ont tendance à se désintéresser des informations disponibles sur le sujet : ce paradoxe structurel découle à la fois du temps très limité qu'ils ont à y consacrer, de l'utilité réduite de ces informations dans leur vie civique et militante tout autant que du caractère trop institutionnel de ces informations³.

Dès lors que ces mêmes citoyens ont le sentiment non pas seulement que les décisions de l'Union européenne ont un impact dans leur vie, mais aussi et surtout qu'ils ont un pouvoir d'influence sur ces décisions et le fonctionnement de « l'Europe de Bruxelles », ils se montrent en revanche beaucoup plus soucieux de s'informer afin de se forger une opinion, voire d'éclairer leurs choix lorsqu'ils ont la possibilité de voter : l'engouement éditorial⁴ suscité par la campagne référendaire du printemps 2005 a particulièrement illustré ce constat.

Le « Traité modificatif » qui succédera au projet de Constitution européenne étant appelé à être ratifié par voie parlementaire au début de l'année 2008, il est probable que les Français n'auront pas l'occasion d'être conviés à un nouveau référendum sur des enjeux européens avant plusieurs années⁵. Dans ce contexte, il semble d'autant plus important de mieux les informer sur l'Europe et, plus largement, de davantage les associer au fonctionnement de l'UE, que cette ratification parlementaire ne manquera pas de susciter un sentiment de dépossession, attisé par des observateurs qui se plairont à relever l'absence de différences substantielles entre les conséquences de l'adoption de ce « Traité modificatif » et l'adoption éventuelle de l'ancien projet de « Constitution européenne ».

Si la Présidence française du deuxième semestre 2008 et les élections au Parlement européen de juin 2009 ne constitueront certes pas deux nouvelles expériences de démocratie directe, elles n'en seront pas moins deux moments clés : elles permettront en effet aux représentants étatiques et parlementaires des Français au niveau communautaire d'être au centre de l'actualité, et par suite de stimuler le désir d'information et d'implication sur l'Europe de ces derniers, tout en accroissant la mobilisation des pouvoirs publics nationaux au service de cette information.

Dans cette perspective, l'objet du présent article est d'insister sur la nécessité de mettre à profit ces deux échéances en allant au-delà de l'information institutionnelle classiquement délivrée en pareille occasion, et qui conduit avant tout les institutions concernées (Présidence et Parlement européen) à

¹ Si l'on excepte celle ayant précédé le référendum sur la ratification du Traité de Maastricht en 1992.

² La dernière enquête Eurobaromètre (juin 2007) sur « La communication de l'UE et les citoyens » a confirmé ce constat : 85% des Français déclarent qu'il est important d'être informé sur la politique et les affaires européennes, mais 79% d'entre eux considèrent que leur gouvernement ne fournit pas suffisamment d'information sur ce registre - voir http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_189a_fr.pdf

³ Sur ce point, voir par exemple Baisnée O., Frinault T., « Who cares about the EU? Les logiques de l'intéressement et du désintéressement à l'Europe », communication au 1er colloque de la section d'études européennes de l'Association française de science politique, 28 avril 2006.

⁴ Les ouvrages sur le projet de « Constitution européenne » rédigés par Philippe Moreau Defarges et Olivier Duhamel se sont vendus à plus de 100 000 exemplaires et le texte brut de ce projet à près de 80 000.

⁵ Le nouvel article 88.7 de la Constitution française prévoit une consultation référendaire obligatoire pour l'admission des pays dont les négociations d'adhésion à l'Union européenne « font suite à une conférence intergouvernementale dont la convocation a été décidée par le Conseil européen (après) le 1^{er} juillet 2004 ». La Croatie n'étant pas concernée, ce référendum pourrait concerner la Macédoine ou la Turquie et n'interviendrait sans doute pas avant 2012.

parler d'elles, de leurs projets et de leurs réalisations, sans permettre aux citoyens d'accéder à l'information politique qui est susceptible de les intéresser. Comme nous le verrons ci-après, cette nécessité de passer d'une « communication institutionnelle » à une « information politique » concerne aussi bien la Présidence française de l'UE (1^{ère} partie) que les élections au Parlement européen (2^{ème} partie) et suppose dans les deux cas de rénover les modalités de diffusion de l'information sur l'Europe (3^{ème} partie).

I – La Présidence française de l'UE au deuxième semestre 2008 : parler de l'Europe plus que de la France

Le fait d'assumer la « Présidence » de l'Union européenne contribue traditionnellement à nourrir l'actualité européenne d'un pays et accroît donc *ipso facto* l'information de ses citoyens à l'égard de « l'Europe ». Au second semestre 2008, les plus hautes autorités françaises, et notamment le Président de la République et le Premier Ministre, seront ainsi appelés à s'investir de manière active dans la gestion des grands dossiers communautaires, et des réunions à haut niveau se tiendront sur le territoire national. Cela suscitera une mobilisation politique, administrative, syndicale et associative qui contribuera à elle seule à l'accroissement de l'information sur l'Europe tout en stimulant le désir d'information des Français. Cette occasion doit d'autant plus être saisie que, dans l'actuelle Union à 27, la France est appelée à assumer à nouveau la Présidence en... 2022⁶, sur la base de responsabilités d'ailleurs moins importantes en cas d'entrée en vigueur du « Traité modificatif », puisque celui-ci créera un poste de Président de l'UE assumé par une personnalité dédiée à plein temps à cette fonction.

Les Français seront cependant d'autant plus enclins à s'intéresser à l'Europe et à améliorer leur degré de connaissance vis-à-vis de l'UE qu'ils bénéficieront d'une information adaptée à leurs besoins et à leurs attentes. Outre la nécessité de rénover les méthodes utilisées pour les informer (voir partie 3), il importe dès lors que le contenu de l'information diffusée à l'occasion de la Présidence française du deuxième semestre 2008 soit pertinent sur le fond, aussi bien s'agissant de sa dimension institutionnelle que de sa dimension politique – ce qui suppose notamment que ce court semestre soit mis à profit pour délivrer une information structurante, et qui ne se réduise pas à l'actualité.

A – La « Présidence de l'UE » : un horizon semestriel à dépasser

On peut naturellement s'attendre à ce que, comme ses devancières, la Présidence française mette tout d'abord l'accent sur les priorités⁷ pour lesquelles elle entend progresser entre juillet et décembre 2008, en utilisant tous les moyens disponibles (internet, brochures, etc.). Ce faisant, elle contribuera à donner un contenu politique à son effort d'information, puisque chacune de ces priorités⁸ conduira à évoquer des initiatives communautaires (directives, interventions financières, etc.) et des discussions qui constituent le cœur même du fonctionnement quotidien de l'UE.

Il apparaît cependant souhaitable de canaliser au mieux cette mobilisation institutionnelle afin d'amplifier ses effets, à partir d'un double constat :

- la « Présidence française » ne durant que six mois (dont le mois d'août, traditionnellement peu actif), il convient de ne pas se focaliser trop fortement sur elle, sauf à concentrer l'attention des citoyens sur une étoile filante ;
- « l'Union européenne » présidée par la France étant très peu connue des Français, c'est d'abord sur elle qu'il convient d'informer en priorité afin de dissiper quelque peu le mystère émanant des douze étoiles du drapeau européen ;

⁶ La précédente « présidence française » était intervenue au second semestre de l'an 2000 – soit un total de trois présidences en 22 ans.

⁷ Pour des plus amples informations sur ce point voir http://www.premier-ministre.gouv.fr/information/actualites_20/preparation_presidence_francaise_ue_57085.html.

⁸ Quatre thèmes prioritaires ont été évoqués par les autorités françaises, notamment lors des « discours aux ambassadeurs » du 27 août 2007 : « construire une Europe de la croissance et de l'emploi », « améliorer la protection des citoyens européens », « jeter les bases d'une Europe du développement durable et de l'innovation » et « rendre l'Europe plus efficace sur la scène internationale ».

Prendre conscience de la fugacité du semestre de Présidence française doit tout d'abord inciter à ne pas nécessairement créer pour l'occasion des outils d'information devenus obsolètes dès le 1^{er} janvier 2009, mais vers lesquels les Français auraient cependant été fortement appelés à diriger leur attention. Le support « internet » retenu par la Présidence fera à cet égard figure de test : si, option préférable, l'actualité offerte aux internautes est accessible sur les sites « internet » gouvernementaux existants (et notamment www.europe.gouv.fr), ceux-ci y gagneront une visibilité accrue et un public élargi, qui pourra continuer à se tenir informé par la suite ; si un site « internet » est spécialement créé pour l'occasion, comme c'est la tradition, il faudra au moins veiller à ce qu'y apparaissent très clairement les coordonnées des sites d'information sur l'Europe permanents. Le même impératif structurant vaut pour l'ensemble des actions de communication organisées par la Présidence française, et qui devront avoir pour effet de mieux faire connaître les outils d'information pérennes (par exemple en organisant des réunions publiques dans les lieux d'information et d'accueil dédiés à l'Europe).

Un semestre représentant un horizon particulièrement court pour aboutir à des décisions marquantes, les autorités françaises pourraient également choisir de mettre en lumière les efforts entrepris par les présidences précédente (Slovénie) et suivante (République tchèque), au moins s'agissant des priorités retenues par la France : cela permettrait aux Français de se familiariser davantage avec le rythme des procédures décisionnelles communautaires et les inciterait peut être à suivre le cheminement des initiatives de la France après que sa présidence eut pris fin.

Les Français étant peu familiers du fonctionnement de l'UE, il apparaît par ailleurs nécessaire de mettre à profit la Présidence française de 2008 pour les informer de manière approfondie quant aux rôles respectifs des grandes institutions européennes (Conseil, mais aussi Commission, Parlement européen et Banque Centrale Européenne) : il pourrait en effet être contreproductif de leur parler uniquement de la « Présidence de l'UE » dès lors qu'un nombre non négligeable d'entre eux ne connaît pas le contexte politique et institutionnel global de cette Présidence. Diffuser une information approfondie sur les rôles et titulaires des autres « présidences » de l'UE, et notamment celle de la Commission européenne et du Parlement européen, paraît à cet égard un impératif minimal. Il va de soi que les autorités françaises pourront aussi profiter de leur semestre de Présidence pour prolonger les efforts pédagogiques entrepris pour signaler les changements institutionnels apportés par le « Traité modificatif », qui devrait entrer en vigueur avant juin 2009, notamment s'agissant de la création d'un nouveau poste de Président permanent de l'UE.

B – Faire connaître les acteurs de la vie politique communautaire

Au-delà même de l'information institutionnelle diffusée à l'occasion de la Présidence française, il apparaît nécessaire que les Français puissent mieux accéder à l'ensemble des acteurs de la vie politique communautaire, et notamment à leurs représentants et aux autres Etats de l'UE.

Sur le premier registre, il conviendrait d'indiquer clairement aux Français qui sont leurs contacts et mandataires au sein des pouvoirs publics français, mais aussi des deux institutions européennes représentatives, c'est-à-dire le Parlement européen et le Conseil.

Les autorités françaises pourraient ainsi saisir l'occasion de leur Présidence pour identifier précisément les acteurs qu'elle mobilise, au niveau des ministères comme des assemblées : outre que cette information permettra aux Français de mieux connaître la manière dont les positions nationales sont élaborées, contrôlées puis défendues au niveau communautaire, elle permettra également de mieux « incarner » l'Europe à leurs yeux, et ce au-delà même des acteurs ponctuellement impliqués dans la conduite de la Présidence, fut-ce à très haut niveau.

Il serait également souhaitable que soient largement diffusées les coordonnées de l'ensemble des parlementaires européens français, mais aussi que ces derniers soient invités à participer aux divers événements (conférences, réunions, etc.) organisés par la Présidence, afin d'être davantage visibles et mieux identifiés.

Il appartient enfin à la Présidence française d'ouvrir au public l'ensemble des réunions législatives du Conseil des ministres, en anticipant si besoin l'entrée en vigueur des dispositions du prochain « Traité modificatif » sur ce point⁹. La France pourra ainsi se démarquer des présidences précédentes, qui ont souvent choisi de n'ouvrir que quelques réunions assez secondaires au public. Au lieu de se contenter de la « communication institutionnelle » délivrée à l'issue des réunions du Conseil des

⁹ L'ouverture des réunions du Conseil au public relève au demeurant de son règlement intérieur et pourrait donc tout à fait intervenir indépendamment des textes des Traités.

ministres par leurs participants, les citoyens pourraient désormais s'en remettre à l'information politique diffusée par les médias et relais d'opinion ayant assisté à l'ensemble des discussions ayant eu lieu au cours de ces réunions : ils auraient ainsi la possibilité symbolique d'accéder à l'un des lieux névralgiques du système décisionnel communautaire, qui constitue pour l'heure une « boîte noire » défiant les lois de la transparence et de la démocratie.

La nécessité de diffuser une information plus politique sur l'Europe devrait par ailleurs conduire la Présidence française à insister fortement sur ce qui fait le cœur même de la vie politique communautaire, à savoir la négociation permanente entre 27 Etats membres ayant des histoires, des traditions et des intérêts hétérogènes et parfois divergents. Utiliser la Présidence française de l'UE pour ne parler que de la France, de ses priorités et de ses dirigeants apparaîtrait à cet égard comme une tentation à la fois naturelle et coupable : pour informer sur l'Europe, c'est davantage des 26 autres pays de l'UE qu'il faudrait en réalité parler, fut-ce à titre subsidiaire ou parallèle.

Dans cette perspective, il serait tout d'abord souhaitable que la Présidence française de l'UE permette d'éclairer le public sur les motivations et intérêts expliquant pourquoi tel ou tel pays défend telle ou telle position au cours des négociations communautaires les plus importantes et visibles (par exemple les négociations commerciales ou budgétaires). Pour ce faire, il serait par exemple utile de permettre aux utilisateurs des sites animés par les pouvoirs publics (et notamment du site www.touteurope.fr) d'accéder aux sites de l'ensemble des gouvernements de l'UE et de leur représentation permanente à Bruxelles. Pour des analyses plus élaborées (et en langue française), les services d'information sur l'Europe en France et les ambassades françaises dans les 26 autres pays pourraient être sollicités.

Sur un registre plus large, la France pourrait aussi mettre à profit sa Présidence pour mieux faire connaître l'histoire et les traditions politiques des 26 autres pays de l'UE, afin d'encourager une ouverture à l'altérité et au compromis qui fait souvent défaut dans notre pays. La France étant l'un des premiers pays à présider l'Union à 27, elle pourrait par exemple mettre à l'honneur chacun des autres pays de l'UE au cours des 26 semaines de sa présidence, au moyen d'événements politique, historique ou culturel dédiés à ces pays, et qui permettraient aux Français de mieux se familiariser avec eux.

II – Les élections au Parlement européen de juin 2009 : évoquer les pouvoirs des électeurs autant que ceux du Parlement

Les élections au Parlement européen de juin 2009 et la campagne électorale qui les précéderont offrent une autre occasion de susciter une ample mobilisation nationale sur les enjeux européens, et donc d'accroître l'information sur l'Europe des Français. Au même titre que les épisodes référendaires de 1973, 1992 et 2005, ces « élections européennes » permettent en effet de solliciter directement les citoyens en leur donnant le pouvoir de désigner celles et ceux qui les représenteront à Strasbourg et Bruxelles pendant 5 ans.

Un relatif désintérêt civique accompagne certes les élections européennes depuis 1979 : il s'est notamment traduit par un taux de participation en déclin constant¹⁰, et qui s'est établi à 45,17% en 2004. Dans ce contexte, il est tentant de considérer que la stratégie d'information et de communication à déployer à l'approche des élections de juin 2009 devra avoir pour but principal de stimuler la participation des Français, et que son efficacité sera mesurée à l'aune de l'abstention enregistrée à cette occasion. Il est de fait probable qu'une implication accrue des Français lors de ce scrutin les conduirait à s'informer davantage pour éclairer leurs choix en toute connaissance de cause. A trop se focaliser sur la nécessité de faire davantage voter les Français, les pouvoirs publics prendraient cependant le risque de privilégier une information doublement contreproductive :

- d'une part parce qu'elle aurait pour effet de culpabiliser les Français (dont la majorité s'est de fait abstenue en 1999 comme en 2004), ce qui n'est pas la meilleure manière de les rendre très réceptifs ;
- d'autre part parce qu'en se limitant à une défense et illustration des pouvoirs croissants du Parlement européen, cette information pourrait ne pas suffisamment évoquer les institutions européennes dont les prérogatives sont au moins aussi substantielles, voire supérieures (Commission européenne, Conseil et même Banque centrale européenne).

¹⁰ Les taux de participation aux « élections européennes » en France se sont respectivement élevés à 63% en 1979, 61% en 1984, 58,5% en 1989, 56,8% en 1994 et 49,8% en 1999.

Au-delà même de l'objectif d'une participation accrue, il faut donc aussi considérer que les élections européennes demeurent quoi qu'il en soit une opportunité rare de mobiliser plusieurs millions de Français¹¹ et de répondre à leur désir d'information globale sur l'Europe. Dans cette perspective, il conviendrait d'axer la stratégie d'information et de communication mise en œuvre à l'occasion des élections européennes de juin 2009 sur un double registre : l'un relatif aux enjeux institutionnels de l'élection et à l'importance croissante des pouvoirs du Parlement européen au sein du « triangle » communautaire; l'autre concernant les enjeux politiques de l'élection, afin de permettre aux Français d'encore mieux saisir la portée de leur choix et de les inciter à s'investir de manière plus durable dans la « vie politique » communautaire, telle qu'elle se déroule entre deux élections.

A – Mettre l'accent sur les pouvoirs du Parlement européen au sein du « triangle institutionnel »

Il s'agit tout d'abord de souligner que la consultation électorale au niveau européen est d'autant plus importante que les pouvoirs et l'influence du Parlement européen sur la production des décisions européennes sont désormais très substantiels. Il conviendra ainsi de rappeler que les traités de Maastricht (1992), d'Amsterdam (1997) et de Nice (2000) ont renforcé de manière continue ses pouvoirs de décision en matière législative et budgétaire et ses pouvoirs de contrôle vis-à-vis de la Commission européenne. Cette montée en puissance constante s'étant accompagnée d'une progression non moins constante de l'abstention au cours des dernières élections européennes, il semble cependant nécessaire de la mettre plus habilement en relief si l'on souhaite qu'elle stimule davantage l'intérêt des Français.

Pour ce faire, il pourra tout d'abord s'agir de profiter de l'adoption du futur « Traité modificatif », qui devrait entrer en vigueur avant les élections de juin 2009, en soulignant qu'il marque une rupture « qualitative » nette par rapport à la période actuelle et consacre définitivement les pouvoirs du Parlement européen, sur les plans législatif, budgétaire et de contrôle. Les actions d'information mises en œuvre à l'occasion de la ratification de ce Traité en France devront ainsi être reproduites et prolongées au cours du premier semestre 2009 pour appeler l'attention des Français sur la nécessité de se mobiliser pour désigner les membres du Parlement européen et suivre ses activités de manière plus continue.

Illustrer la montée en puissance du Parlement européen doit par ailleurs conduire à capitaliser sur quelques exemples susceptibles d'avoir débordés le cercle des initiés, et parmi lesquels :

- sur le plan législatif, la « réécriture » par le Parlement européen de la directive sur les services ou l'influence qu'il a exercé dans l'élaboration des directives protégeant l'environnement ou la santé des consommateurs (par exemple les paquets Erika ou la directive « Reach ») ;
- sur le plan budgétaire, la mobilisation du Parlement européen en faveur du financement du programme Erasmus ou le refus d'octroyer la décharge à la Commission Santer en 1999, qui a entraîné sa démission;
- en matière de contrôle, la mise en place d'une commission d'enquête au moment de la crise de la vache folle (qui a débouché sur la création d'une Agence vétérinaire européenne basée à Dublin) ou le refus d'investir la Commission présentée par le Président Barroso en 2004, qui a notamment conduit au renvoi du candidat italien Rocco Buttiglione.

Pour être pleinement efficaces, les actions d'information mises en œuvre au moment des élections au Parlement européen de juin 2009 ne devront cependant pas se contenter d'évoquer seulement l'Assemblée de Strasbourg, mais tout autant les institutions européennes dans leur ensemble. Concentrer l'ensemble des efforts d'information des pouvoirs publics sur l'importance du Parlement européen pourrait en effet s'avérer contreproductif, comme lors des précédentes « élections européennes », dont il s'agit de tirer les leçons.

Si les Français se sont de moins en moins mobilisés pour ces élections, n'est-ce pas au fond parce qu'ils ne saisissent pas vraiment quel est leur impact concret sur la marche quotidienne de l'Union européenne ? Cette mobilisation décroissante n'est-elle pas en partie rationnelle, dès lors que les Français sont confusément conscients du fait que les principaux pouvoirs communautaires ne sont pas exercés par le Parlement européen, mais bien plutôt par la Commission européenne, le Conseil (des ministres et des chefs d'Etats et de gouvernements), voire la Banque centrale européenne ? En d'autres termes, les Français ne seraient-ils pas d'autant moins réceptifs aux actions d'information et

¹¹ Plus de 17 millions de Français ont voté lors des « élections européennes » de juin 2004.

de sensibilisation relatifs aux seules élections au Parlement européen parce qu'ils considèreraient qu'elles ne reflètent pas très fidèlement l'équilibre des pouvoirs bruxellois ?

Si tel était le cas, cela militerait là encore, comme dans le cas de la Présidence française, en faveur d'une stratégie d'information et de communication globale, et qui porte sur l'ensemble du système institutionnel communautaire. Evoquer les pouvoirs de co-décision du Parlement européen permettra certes d'évoquer en creux le Conseil des ministres, de même qu'évoquer ses pouvoirs de contrôle permettra de parler de la Commission européenne, à l'égard de laquelle il s'exerce. Il convient cependant d'aller plus loin et de resituer le Parlement européen au sein du « triangle institutionnel », en accordant une place substantielle à l'ensemble de ses composantes, sans « survendre » l'influence du Parlement européen. Cette réorientation est d'autant plus nécessaire qu'il est culturellement difficile de faire admettre que des parlementaires disposent d'importants pouvoirs dans un pays comme la France dont les citoyens sont habitués à vivre avec un Parlement très affaibli depuis l'avènement de la Cinquième République. Le Parlement européen et ses services en France se chargeront comme c'est bien normal de promouvoir le rôle et l'importance de cette institution : que les pouvoirs publics français s'y consacrent en partie mais qu'ils insistent beaucoup sur les autres institutions et acteurs communautaires paraît dès lors particulièrement stratégique. Une telle orientation supposerait qu'ils se mobilisent bien en amont des élections de juin 2009, c'est-à-dire tout au long du premier semestre, et qu'ils ne se contentent pas d'intervenir au pendant les derniers jours de scrutin¹².

B – Mettre en exergue les enjeux politiques des élections de juin 2009 : une affaire d'influence nationale et de clivages idéologiques

La stratégie d'information à déployer au moment des prochaines élections au Parlement européen doit également conduire à mettre en évidence les enjeux politiques de ces élections, afin de stimuler l'intérêt des Français pour les « Affaires européennes » tout en leur délivrant une information plus familière. Cela suppose de bien faire ressortir la portée du vote auquel ils sont appelés, aussi bien en termes d'influence nationale au niveau communautaire qu'en termes idéologiques et partisans. S'il appartient naturellement aux partis politiques de se livrer à un tel travail de pédagogie et de mise en perspective, les pouvoirs publics doivent eux aussi y contribuer.

A l'approche des élections européennes de 2004, plusieurs études¹³ avaient souligné les faiblesses françaises au Parlement européen et attiré l'attention des responsables politiques et des Français sur le déficit d'influence nationale au sein d'une institution de plus en plus puissante. Une certaine prise de conscience semble avoir eu lieu mais, pour conforter les progrès réalisés, l'effort doit être généralisé¹⁴ sur la base d'actions d'information et de communication spécifiques.

Ces actions devraient en particulier insister sur le fait qu'une faible participation aux « élections européennes » produit des effets négatifs du point de vue de l'influence française à Strasbourg et à Bruxelles : elle favorise en effet les partis protestataires, dont l'électorat a tendance à se mobiliser davantage que celui des autres partis, et qui ont un nombre « d'eurodéputés » supérieur à ce que leur poids politique réel leur permettrait d'envisager, pour une influence très réduite dans un contexte européen¹⁵. Les abstentionnistes qui auraient choisi de voter pour des représentants appelés à siéger au sein des groupes politiques qui pèsent au Parlement européen doivent savoir que leur non-vote contribue en partie à l'affaiblissement de la capacité de la France à peser au sein du Parlement européen.

Si la mise en évidence des enjeux des élections européens en termes d'influence nationale pourra favoriser l'implication des Français lors du scrutin de juin 2009, c'est d'une meilleure prise de conscience des enjeux idéologiques et partisans de ces élections que pourra peut-être naître une

¹² En 2004, l'essentiel de la « campagne d'information » grand public du Gouvernement français pour les élections au Parlement européen avait eu lieu entre le 1^{er} et le 13 juin – soit pendant la campagne électorale officielle, qui a débuté le 31 mai.

¹³ Voir notamment le rapport de l'Assemblée nationale, « Présence et influence de la France dans les institutions européennes », de M. Jacques Floch, mai 2004 ; et aussi Bertoncini Y. et Chopin T., « Le Parlement européen : un défi pour l'influence française », *Note de la Fondation Robert Schuman*, n°21, avril 2004.

¹⁴ Voir aussi sur ce point, Clément Beaune et Thierry Chopin, « L'influence française au sein du Parlement européen à mi-mandat. Quelle stratégie à l'horizon 2009 ? », in *Horizons stratégiques*, n°4, La documentation française, avril 2007.

¹⁵ La surreprésentation de ces partis est d'autant plus forte que c'est le scrutin proportionnel qui est en vigueur pour les élections européennes.

implication plus continue de ces mêmes Français dans le suivi de ce Parlement, et donc une quête d'information plus régulière de leur part.

Les électeurs doivent tout d'abord savoir que la nature de leur vote déterminera directement l'orientation politique de la Commission investie par le Parlement européen ainsi que le contenu des propositions formulées par le collège bruxellois au cours des cinq années suivantes. Même si les Etats membres exerceront un poids toujours important sur la composition de la Commission, il est plus difficile de confier le portefeuille de la Concurrence ou du Marché intérieur à un Commissaire trop libéral si la majorité au Parlement issue des élections européennes est de gauche ; inversement, il est plus délicat de confier l'Emploi et les Affaires sociales à un Commissaire trop marqué à gauche si la majorité parlementaire est à droite. Ce sont là des éléments qui, s'ils sont suffisamment mis en avant, peuvent susciter un intérêt accru des électeurs français.

C'est aussi parce qu'ils auront connaissance des programmes politiques élaborés par les principaux partis politiques européens en vue de la législature 2009-2014 qu'ils pourront s'aviser que des clivages politiques sont d'ores et déjà à l'œuvre à Bruxelles et à Strasbourg. A cet égard, l'envoi des « professions de foi » des différents candidats et formations politiques apparaît comme une obligation minimale pour les pouvoirs publics. Encore faut-il cependant que ces professions de foi soient adressées aux Français très en amont du scrutin de juin 2009, et non quelques jours avant comme en 2004 : elles pourront ainsi constituer un utile outil d'information et une incitation à en savoir davantage. Les dates de la « campagne officielle » pour les élections au Parlement européen¹⁶ pourront d'ailleurs être modifiées en conséquence et allongées par rapport à celles appliquées aux élections parlementaires nationales, afin de tenir compte du manque d'acculturation des citoyens, et donc de leur accorder un délai supplémentaire pour s'informer et s'impliquer.

C'est enfin et surtout parce qu'ils seront davantage informés des votes exprimés par leurs représentants directs et les formations politiques auxquels ils appartiennent au cours de la précédente législature que les citoyens français pourraient mieux décrypter l'enjeu des élections de juin 2009 et être incités à davantage suivre la vie parlementaire européenne. Ce devoir de pédagogie et de clarté doit notamment porter sur les exemples et décisions ayant le plus marqué les Français au cours des cinq dernières années¹⁷, et pour lesquels ils doivent savoir qui a voté quoi en fonction de son appartenance à tel ou tel groupe politique. Il incombe naturellement aux partis politiques nationaux de se livrer à un tel rappel, qui a cependant été fort peu efficace et audible lors des précédentes élections européennes. Dans ce contexte, les pouvoirs publics pourront également soutenir les initiatives en ce sens des acteurs de la société civile (monde académique, réseau associatif etc.) désireux de mieux illustrer l'importance des clivages idéologiques aux yeux des citoyens, et par suite de souligner la possibilité qu'ont ces derniers d'influencer le cours des décisions de l'UE.

III – Présidence française et « élections européennes » : deux occasions de rénover la manière d'informer sur l'Europe

Adopté par la Commission européenne en février 2006 et ayant depuis lors donné lieu à nombre de consultations et de réflexions, le « Livre Blanc sur la politique de communication européenne »¹⁸ a formalisé une utile prise de conscience des limites des politiques d'information et de communication sur l'Europe conduites depuis une vingtaine d'années, en soulignant notamment le caractère peu efficace, voire contreproductif, de la communication institutionnelle classique¹⁹. Le Rapport remis au Premier Ministre par le député Michel Herbillion²⁰ en 2005 présente lui aussi un bilan à la fois utile et négatif des actions d'information sur l'Europe mises en œuvre en France, tout en dressant des perspectives d'évolution comparables.

¹⁶ Au lieu des deux semaines prévues lors des élections européennes de juin 2004, il serait par exemple bienvenu d'envisager la mise en place d'une campagne officielle durant quatre semaines.

¹⁷ On peut à nouveau citer la directive sur les services, mais aussi les directives de libéralisation dans le secteur de l'énergie et le secteur postal etc.

¹⁸ Livre Blanc sur une politique de communication européenne COM(2006) 35 final.

¹⁹ Pour une présentation synthétique du contenu de ce Livre blanc et un historique des politiques de communication de l'UE voir Milliat M.C., La politique de communication de l'Union européenne : mission impossible ? Centre d'analyse stratégique - La note de veille n°68, Juillet 2007.

²⁰ Herbillion M. (2005), *La fracture européenne : 40 propositions concrètes pour mieux informer les Français sur l'Europe*, Rapport au Premier ministre, Paris, La documentation française.

Ces deux documents confirment la nécessité de passer d'une succession de communications institutionnelles à une stratégie d'information politique adaptée aux progrès de la construction européenne et au caractère très intrusif des activités de l'Union européenne dans la vie de ses citoyens. Dans cette perspective, et indépendamment même du contenu des messages à délivrer à l'occasion de la Présidence française de l'UE de 2008 (voir 1^{ère} partie) et des élections au Parlement européen de 2009 (voir 2^{ème} partie), il importe notamment d'adopter des méthodes de diffusion adaptées au caractère politique de l'information qui devra être produite lors de ces deux échéances.

A – Des « relais et réseaux » à l'information active

La stratégie d'information et de communication sur l'Europe s'étant en grande partie appuyée sur la mise en place et le renforcement de relais et réseaux d'information à la fois territoriaux, téléphoniques et électroniques, il est sans doute possible d'améliorer encore les efforts déployés sur ce registre en France, comme y invitait par exemple le « Rapport Herbillon ». Cela suppose par exemple que soit pérennisé et modernisé le portail internet « www.touteleurope.fr », mais aussi que soit enfin ouvert à Paris et dans les grands villes de province des lieux d'information grand public situés dans des sites aisément accessibles et passants. Mais cela suppose également que l'existence même de ces « relais et réseaux » soit mieux connue du plus grand nombre, grâce à la diffusion systématique de leurs coordonnées sur l'ensemble des documents officiels produits pour la Présidence française et les élections au Parlement européen.

La fréquentation des « relais et réseaux » traditionnels supposant une démarche volontaire de la part des Français, il importe aussi et surtout d'aller au-devant d'eux afin de susciter leur intérêt et de délivrer efficacement l'information sur l'Europe.

Il s'agit ainsi d'utiliser davantage les « relais et réseaux » les plus fréquentés par le grand public, à savoir les relais et réseaux audiovisuels. Compte tenu de la traditionnelle frilosité des grands médias vis-à-vis de l'Europe²¹, le volontarisme des pouvoirs publics sur ce registre pourra notamment s'exprimer :

- d'une part sous forme de diffusion de messages d'information et autres « spots » dans les grands médias nationaux, qui suppose la mobilisation de financements adaptés et à la hauteur des échéances de 2008 et 2009, et sans commune mesure avec ceux normalement mobilisés à cet effet²² ;
- d'autre part en profitant d'une de ces deux échéances pour autoriser l'octroi d'une fréquence « TNT » à la chaîne européenne d'information « Euronews », qui n'est actuellement accessible qu'aux seuls usagers des chaînes du câble et du satellite (si toutefois cette chaîne figure dans le bouquet qu'ils ont retenu).

C'est par ailleurs en créant des événements que l'offre d'information sur l'Europe a le plus de chances de créer sa propre demande, et non en étant à la fois disponible et inerte. De par leur dimension ponctuelle, la Présidence française de l'UE et les élections au Parlement européen se prêtent particulièrement bien à une telle dynamique événementielle : il appartient donc aux pouvoirs publics nationaux et communautaires de susciter et de soutenir massivement les projets d'expositions itinérantes, de bus et de trains d'information, de distribution de tracts et de dépliants dans la rue ou encore de conférences et de débats sur l'Europe. Puisque l'objectif est d'aller au-delà du public classique des initiés (qui peuvent entreprendre d'eux même une démarche active), il est par ailleurs essentiel d'organiser ces événements à des moments et dans des lieux suffisamment accessibles – c'est-à-dire le soir ou le week-end, et dans des endroits connus des villes ou de leurs périphéries (par exemple le réseau des « zéniths »).

C'est enfin en mettant en valeur les visages susceptibles d'incarner durablement « l'Europe » aux yeux des citoyens que les pouvoirs publics pourront améliorer l'information des Français sur l'Europe.

²¹ Voir Baisnée O. et Frimault T. « Who cares about EU ? » op.cit.

²² Le Rapport Herbillon suggère de changer d'ordre de grandeur en consacrant à l'information sur l'Europe non plus quelques millions d'euros par an mais quelques dizaines de millions d'euros : à titre d'exemple, la campagne d'information sur l'euro a coûté 80 millions d'euros sur 5 ans aux pouvoirs publics français (somme à laquelle se sont ajoutés celles engagées par les entreprises, et notamment les banques).

Ce n'est pas principalement en se documentant que les citoyens suivent l'actualité politique et institutionnelle de leur pays, mais en écoutant, regardant ou rencontrant des interlocuteurs qui la commentent et l'analysent. C'est aussi parce que de tels interlocuteurs seront audibles et visibles s'agissant des « Affaires européennes » que l'information sur l'Europe pourra être mieux diffusée au deuxième semestre 2008 comme au printemps 2009, et même au-delà : cela suppose notamment que les parlementaires européens, les parlementaires nationaux membres des délégations pour l'Union européenne et les élus locaux les plus actifs sur les enjeux européens soient systématiquement associés aux événements européens suscités et soutenus par les pouvoirs publics français, au même titre que les responsables des syndicats et des associations à vocation européenne.

Comme le rappelle le « Rapport Herbillon », l'implication des responsables politiques paraît d'autant plus stratégique qu'elle a un effet multiplicateur auprès des médias : « Lorsque les élus se saisissent d'un sujet et l'inscrivent à l'agenda politique, les médias les relaient et les placent sur le devant de la scène. C'est donc avant tout en faisant entrer l'Europe dans l'arène politique que l'on contribuera à lutter contre l'euro-indifférence d'une large majorité des citoyens français²³ ». Cette implication n'est certes pas toujours aisée à obtenir : il est par exemple plus facile de mobiliser des parlementaires européens en mal de notoriété et dont c'est le cœur de métier que des responsables politiques nationaux dont le parti est profondément divisé vis-à-vis des enjeux communautaires. Il semble néanmoins préférable d'essayer de l'accroître afin de stimuler la couverture médiatique de l'Europe plutôt que de s'en prendre de manière stérile à l'abstention et à l'indifférence des grandes chaînes de télévision à l'égard des « Affaires européennes ».

B – De la « communication persuasive » à l'information contradictoire

Les limites d'une communication institutionnelle délivrant un message vertical et professoral sur l'Europe sont apparues clairement au cours de la campagne référendaire de 2005 : le Livre blanc publié par la Commission européenne en février 2006 a eu le grand mérite de les souligner explicitement, en appelant du même coup à en finir avec la « communication persuasive » pour privilégier des modes de diffusion de l'information pluralistes. Si l'information sur l'Europe est assimilée à une propagande bien pensante, elle n'a que très peu de chances d'atteindre efficacement les cibles qu'elle prétend s'assigner, notamment au sein du grand public non spécialiste des Affaires européennes. Comme le souligne le Rapport Herbillon, cette dimension contre-productive est d'autant plus marquée que l'information sur l'Europe prend le plus souvent la forme d'une « communication de crise » plutôt que d'une information à vocation pédagogique.

« Informer sur l'Europe » ne doit plus se résumer à vouloir convaincre le destinataire de cette information lorsqu'une crise ou une polémique survient, ni se fonder sur l'idée que plus un citoyen sera informé, plus il sera favorable aux orientations de la construction européenne ou aux décisions prises par l'UE. Si les enquêtes d'opinion traduisent une corrélation assez nette entre niveau d'adhésion à la construction européenne et niveau d'études, cette corrélation n'a pas été mise en évidence s'agissant des positions à l'égard de telle ou telle décision législative ou budgétaire de l'UE. Si un tel raisonnement était appliqué aux décisions des pouvoirs publics nationaux, il supposerait d'ailleurs la négation des divergences d'appréciation et d'intérêt constitutives d'une société pluraliste et du système démocratique : il n'est pourtant pas certain qu'il ne soit pas professé aujourd'hui encore par nombre de praticiens et de partisans de la construction européenne.

Dans ce contexte, mieux informer sur l'Europe doit impérativement conduire à encourager la diffusion de données et d'éléments d'appréciation contradictoires, sur la base desquels les citoyens pourront se forger une opinion, comme ils le font d'ailleurs pour tout ce qui relève des affaires publiques nationales et locales²⁴.

On peut supposer qu'une telle information contradictoire sera produite au moment de la campagne pour les élections au Parlement européen de juin 2009, si les partis politiques concernés se livrent au nécessaire travail de mise en perspective des enjeux et des programmes. A défaut, et comme nous l'avons suggéré, il reviendra aux pouvoirs publics de faire en sorte que les clivages idéologiques ayant présidé aux décisions du Parlement européen lors de la législature précédente et ceux

²³ Voir Herbillon M. (2005) La fracture européenne op.cit. p. 23.

²⁴ C'est sur la base d'une telle intuition qu'avait été lancé le « dialogue national pour l'Europe » en 1996-1997, en dehors de toute échéance électorale immédiate, et dans l'objectif de susciter des débats et une information aussi pluralistes que possible.

émanant des différents programmes de législature en présence soit clairement perceptibles : cela passera soit par une information directe diffusée par les autorités gouvernementales soit, de préférence, par une information réputée plus neutre délivrée par des acteurs académiques ou associatifs soutenus dans leur démarche par ces mêmes autorités gouvernementales.

Il n'est pas certain qu'une telle information contradictoire soit produite à l'occasion de la Présidence française du deuxième semestre 2008, qui donnera sans doute lieu à une communication positive et persuasive de la part des autorités nationales. Cela supposerait à tout le moins que les autorités gouvernementales acceptent de discuter en public et avec les forces d'opposition des orientations qu'elles privilégient et des résultats qu'elles auront obtenus, par exemple lors de débats réguliers au Parlement national et européen, mais aussi à l'occasion de forums décentralisés ouverts au plus grand nombre. Cela supposerait plus largement que les pouvoirs publics français soutiennent les organisations et associations soucieuses de faire vivre le débat public sur l'Europe, quelle que soit l'appréciation qu'elles portent à l'égard de la construction européenne ou de tel ou tel de ces aspects : c'est précisément parce qu'elles sont indépendantes des pouvoirs publics et qu'elles incarnent des sensibilités différentes que ces organisations pourront organiser les débats contradictoires dont l'information sur l'Europe a désormais besoin pour être diffusée efficacement.

C – De l'information technique à « l'information à visage humain »

Bien que l'idée selon laquelle l'Union européenne doit montrer qu'elle agit « de manière concrète dans la vie quotidienne des citoyens » semble communément admise depuis au moins 15 ans, il n'est pas certain que cette nécessité ait durablement imprégné les stratégies d'information et de communication sur l'Europe. En soulignant la nécessité de promouvoir une « information à visage humain », le Livre blanc sur une politique de communication européenne souligne en creux l'ampleur des progrès formels qui restent à accomplir pour sortir du jargon technicien encore souvent usité pour informer les citoyens s'agissant de l'UE.

Comme nous l'avons signalé en évoquant les élections au Parlement européen de 2009, promouvoir cette information plus familière suppose d'abord de partir du cadre de perception de ces citoyens. Ainsi de la nécessité de ne pas parler en priorité de telle ou telle institution communautaire mais de l'Union européenne en général. Ainsi également de la nécessité d'insister sur les pouvoirs dont disposent les citoyens vis-à-vis de « l'Europe de Bruxelles » et sur la manière d'accéder à leurs représentants, plutôt que d'exposer pour la énième fois les différents pouvoirs d'institutions souvent perçues comme impersonnelles. Ainsi enfin, pour sacrifier à l'air du temps, de la nécessité d'individualiser certaines informations en fonction des publics, en allant au-delà des catégories classiques comme les agriculteurs, les étudiants ou les voyageurs pour cibler aussi les retraités, les usagers de l'électricité et du gaz etc.

Autre impératif tout aussi important pour délivrer une information sur l'Europe « à visage humain » : celui de ne pas réduire cette information à ses seules dimensions techniques, fut-ce sous couvert d'être « concret » ou de vouloir apparaître « proche du terrain ». Les grands médias n'évoquant « l'Europe » qu'à l'occasion d'un conflit ou d'une crise, et donc sur un mode émotionnel, il est par exemple impératif de se situer sur le même plan pour informer de manière efficace – sauf à s'en tenir à une communication rationnelle et aseptisée sans effet marquant. Plus fondamentalement, il convient de s'aviser que, pour un citoyen, le champ politique ne se limite pas au réel, et qu'il se déploie aussi sur les registres du symbolique et de l'imaginaire : c'est donc sur ces trois registres, qui ne sont pas exclusifs les uns des autres mais complémentaires, à chaque fois présents lors des décisions européennes et des événements communautaires qu'il convient de situer l'information produite et diffusée si l'on souhaite qu'elle atteigne efficacement le grand public.

Lorsque les autorités nationales et communautaires choisissent de libéraliser le secteur du gaz et de l'électricité, elles ne doivent par exemple pas se contenter de communiquer sur les avantages concrets qui sont supposés en découler pour le consommateur²⁵. Elles doivent aussi s'aviser que, ce faisant, elles portent apparemment atteinte à deux entreprises nationales (GDF et EDF) dont le nom rappelle l'appartenance symbolique au patrimoine français : en conséquence, il leur appartient aussi de communiquer massivement sur ce registre en évoquant les conséquences potentielles et réelles de cette libéralisation pour ces deux entreprises. Sur le registre de l'imaginaire, les autorités nationales et communautaires doivent d'autre part admettre que les directives de libéralisation sont

²⁵ Sur ce point voir Yves Bertoncini et Thierry Chopin, « Union européenne : le bug de l'an 2006 » in D. Reynié (dir.), *L'opinion européenne en 2007*, Paris, La Table ronde / Fondation Robert Schuman, 2007.

synonymes d'accès au sol national d'entreprises étrangères souvent perçues comme des intruses voire des « envahisseuses », accès de surcroît autorisé par des instances mal identifiées et souvent perçues comme irresponsables : il leur revient aussi de communiquer fortement sur ce registre, d'une part en rappelant qui adopte les directives de libéralisation européenne, d'autre part en indiquant que les entreprises étrangères sont aussi soucieuses que les entreprises nationales de bien servir leurs clients, qu'elles ne s'implanteront en France que si elles sont plus performantes que les producteurs nationaux et qu'elles seront par ailleurs soumises aux mêmes obligations de service public.

Les autorités nationales et communautaires ont massivement investi le registre du réel en soulignant sans relâche (et parfois de manière excessive) les « avantages concrets de l'Europe dans la vie quotidienne du citoyen ». Si elles n'investissent pas avec la même vigueur les registres du symbolique et de l'imaginaire, elles en laisseront le monopole à des acteurs pas toujours bien intentionnés vis-à-vis de l'Union européenne et de ses décisions, mais qui ont l'habileté de s'adresser aux Français en ne les réduisant pas à de simples consommateurs d'avantages concrets. Nul doute que la Présidence française du deuxième semestre 2008 et les élections au Parlement européen de juin 2009 offriront là encore deux bonnes occasions de promouvoir une information sur l'Europe plus globale, et donc plus aisément susceptible d'atteindre le grand public.

Parce qu'elles sont susceptibles de stimuler la demande latente d'information sur l'Europe des citoyens, la Présidence française du deuxième semestre 2008 et les élections au Parlement européen de juin 2009 constitueront à n'en pas douter deux moments cruciaux pour une mobilisation efficace des pouvoirs publics nationaux. Si ces derniers ne s'en tiennent pas seulement à la communication institutionnelle classique et s'efforcent de diffuser une information plus politique en renouvelant les méthodes utilisées pour ce faire, ils pourront très utilement contribuer à mieux familiariser les Français avec une « Europe de Bruxelles » à la fois omniprésente et mystérieuse, et ce même s'il convient de ne pas sous-évaluer les difficultés d'une telle ambition.

Ces deux échéances pourront être efficacement mises à profit si leurs deux principaux protagonistes, Présidence française et Parlement européen, ne parlent pas trop d'eux-mêmes : pour résumer d'une formule, on dirait que c'est parce qu'ils pourront faire preuve d'un engagement désintéressé au service de l'Europe qu'ils seront susceptibles de vaincre plus facilement le désintéressement des Français à son égard. Pour qu'il ne s'agisse pas seulement de se livrer à deux exercices de communication institutionnelle mais bien de délivrer une information politique portant sur « l'Europe » toute entière, deux erreurs stratégiques devront en particulier être évitées : celle consistant à concentrer toute l'information diffusée lors du « deuxième semestre 2008 » sur une « Présidence » si fugace qu'elle aura disparu au moment même où elle est susceptible d'avoir été identifiée par les Français ; celle consistant à considérer que le but principal des actions d'information préalables aux élections au Parlement européen de juin 2009 doit être de réduire l'abstention lors de ce scrutin, alors même qu'une participation inférieure à 50% traduira quoiqu'il en soit un intérêt civique assez rare à l'égard de l'Europe, et qu'il conviendra donc de satisfaire.

La mise en place d'un authentique « espace public communautaire »²⁶ demeurant problématique, notamment en raison de l'absence de partis politiques et de médias à vocation européenne (qu'ils soient communautaires ou nationaux), les politiques d'information et de communication conduites par les pouvoirs publics doivent, plus que jamais, jouer un rôle compensateur. Si ces politiques d'information et de communication peuvent être beaucoup plus efficaces qu'elles ne le sont aujourd'hui, elles ne peuvent cependant pas tout : à cet égard, il va sans dire qu'une mobilisation adéquate des partis politiques et des médias nationaux sur les enjeux européens, que les échéances de 2008 et 2009 pourront stimuler, contribuera tout autant à combler le déficit d'information sur l'Europe des Français.

Au-delà de ces deux échéances, la réduction de ce déficit d'information sera par ailleurs grandement facilitée par l'ensemble des réformes permettant de démocratiser le fonctionnement de l'Union européenne²⁷ : en donnant aux citoyens davantage d'influence sur des décisions communautaires qui ont un impact sans cesse croissant dans leur vie, elles les inciteront en effet à s'intéresser à « l'Europe » et à s'informer davantage qu'aujourd'hui. L'entrée en vigueur du futur « Traité modificatif » conduira à cet égard à de nouveaux progrès (avec notamment la transparence des

²⁶ Sur ce sujet, voir notamment Fossum P.E., Schlesinger P. (2007) « The European Union and the public sphere », Routledge, Oslo, Mai.

²⁷ Sur ces enjeux, voir Yves Bertoncini, *Europe : le temps des fils fondateurs*, Paris, Michalon 2005.

décisions législatives du Conseil ou la mise en place d'un « droit d'initiative populaire »), qu'il appartiendra aux responsables politiques européens d'amplifier dans les années à venir. Peut-être les réflexions en cours quant à une prochaine révision de la Constitution française pourront-elles également contribuer à cette indispensable démocratisation des Affaires européennes, par exemple en permettant un accroissement substantiel des pouvoirs d'initiative et de contrôle des députés et des sénateurs, y compris en matière de politique européenne²⁸.

²⁸ On pourra se reporter sur ce point à Thierry Chopin et François-Xavier Priolla, « Moderniser la Ve République : le parlementarisme rationalisé est-il euro-compatible ? », in *Question d'Europe*, Fondation Robert Schuman, à paraître.

Bibliographie

Baisnée O., Frinault T. (2006), "Who cares about the EU? Les logiques de l'intéressement et du désintéressement à l'Europe », Communication au 1er colloque de la section d'études européennes de l'Association Française de Sciences Politiques, 28 avril.

Bertoncini Y., Chopin T. (2007) « Union européenne : le bug de l'an 2006 » in *L'opinion européenne en 2007*, sous la direction de Dominique Reynié, La Table ronde / Fondation Robert Schuman.

Bertoncini Y. (2005), *Europe : le temps des fils fondateurs*, Paris, Michalon.

Bertoncini Y., Chopin T. (2004), « Le Parlement européen : un défi pour l'influence française », *Note de la Fondation Robert-Schuman*, n°21.

Commission européenne (2006), Livre blanc sur une politique de communication européenne, COM (2006) 35 final, 1^{er} février 2006.

Commission européenne, Représentation en France (2006), A l'écoute des Français, Rapport de synthèse du Cercle de réflexion sur la communication européenne.

Commission européenne (2007) Flash Eurobaromètre 189, « La communication de l'Union Européenne et les citoyens » Sondage auprès du grand public, Juin

Fossum P.E., Schlesinger P. (2007) « The European Union and the public sphere » - Routledge. Oslo, Mai.

Herbillon M. (2005), *La fracture européenne : 40 propositions concrètes pour mieux informer les Français sur l'Europe*, Rapport au Premier ministre, Paris, La documentation française, Collection des rapports officiels.

Milliat M.C. (2007), « La politique de communication de l'Union européenne : mission impossible ? » - Centre d'analyse stratégique - *La note de veille* n°68, Juillet.

Parlement européen – Bureau d'information pour la France (2004) – Bilan des actions de communication mises en œuvre à l'occasion des élections de juin 2004, Juillet.