

2564

Réflexion
sur la politique d'information
et de communication
de la Communauté européenne

Annexes

Mars 1993

**REFLEXION SUR LA POLITIQUE D'INFORMATION
ET DE COMMUNICATION**

Groupe d'experts présidé par M. WILLY DE CLERCQ
Member of the European Parliament

Annexe I

LE MANDAT, LA METHODOLOGIE, LES PRINCIPAUX CONTACTS
ET CONTRIBUTIONS

I. LE MANDAT

Les débats occasionnés par la ratification du Traité de Maastricht dans nos Etats membres ainsi que le résultat des diverses consultations populaires ou parlementaires auxquelles ils donnent lieu révèlent un manque préoccupant de connaissance de la construction européenne et une perception parfois très déformée de sa réalité. Le déficit est d'autant plus accusé que sont grandes les espérances et les inquiétudes du grand public sur ce sujet.

Ce constat rend nécessaire une réflexion approfondie sur la politique d'information et de communication de la Communauté dans son ensemble. C'est pourquoi la Commission, afin de prendre le recul que requiert ce genre d'exercice, a décidé de confier la rédaction d'un rapport sur ce thème à un groupe d'experts, extérieurs pour la plupart aux institutions communautaires.

Le travail de ce groupe devra:

- établir un état descriptif des politiques d'information et de communication actuellement en place tant au niveau communautaire qu'à celui des Etats membres: démarche, méthodes, publics-cibles, instruments, etc...;
- livrer un diagnostic sur la qualité des dispositifs, actions, attitudes et moyens actuellement à l'oeuvre et sur les raisons du "déficit de communication";
- formuler des recommandations sur la politique à suivre à l'adresse non seulement de la Commission et de tous ceux qui relaient son action, mais aussi plus généralement de tous ceux qui considèrent de leur intérêt d'aider à une meilleure adhésion des opinions à la construction communautaire.

Pour ce faire, l'analyse devra caractériser la nature et évaluer l'ampleur des problèmes auxquels cette politique de communication est confrontée. En particulier, elle devra éclairer la complexité des paramètres à prendre en compte:

- la diversité des "récepteurs", résultant de l'exercice de douze opinions publiques nationales aux spectres de préoccupations et aux références culturelles et aux symboliques très variées. Est-il vain de d'évoquer la perspective d'une opinion publique européenne ?
- la multiplicité des "émetteurs" - institutions communautaires, gouvernements des Etats membres, partis politiques, organisations professionnelles et syndicales - Plus particulièrement, le manque de complémentarités entre les politiques nationales et communautaires et l'"effet filtre" du niveau national. Est-il naïf de rechercher des synergies dans ce domaine ?
- la difficulté de lisibilité des structures institutionnelles et des procédures de décisions;
- le déphasage entre des messages orientés naturellement sur le moyen terme et les préoccupations plus immédiates, réactives le plus souvent, des opinions.

II. LA METHODOLOGIE

Pour mener à bien leur travail, les experts ont adopté une méthode d'approche simple et systématique. Conformément au mandat, ils ont agi en trois temps : réaliser un état des lieux de l'information et de la communication européenne, établir un diagnostic en déterminant clairement les questions de communication auxquelles l'Europe est confrontée et enfin, prescrire une stratégie de communication dynamique et cohérente.

L'état des lieux a permis de comprendre comment était organisé et diffusé le message européen à travers les institutions et les Etats membres, les organismes professionnels, les associations socio-culturelles et les media.

Pour rendre son travail plus efficace, le groupe a réparti sa tâche en quatre ateliers : le premier consacré aux citoyens, le deuxième aux messages et aux techniques de communication, le troisième aux media et le quatrième aux institutions.

Les institutions ont été systématiquement consultées via des questionnaires et des interviews avec différents responsables de l'information. La contribution du "Club de Venise", qui réunit les services d'information des gouvernements des Douze, a été précieuse. Un document de synthèse a été remis au groupe d'experts.

Les organismes socio-professionnels et les associations ont été ainsi largement consultés. Une attention toute particulière a également été consacrée aux media, et particulièrement à la télévision. Une rencontre entre des éditeurs responsables de programmes télévisés, des rédacteurs en chef de journaux et les experts a été organisée à cet effet à Strasbourg dans le courant du mois de février.

Par ailleurs, l'état des lieux a permis de déterminer la perception qu'a le citoyen européen vis-à-vis des actions communautaires et de la construction européenne. Deux études ont été réalisées à cet effet : la première a établi une synthèse des enquêtes réalisées par la Commission dans le cadre de l'Eurobaromètre. Cette étude a permis de cerner les grandes tendances des opinions publiques au sein des Etats membres. La seconde étude, basée sur des interviews individuels avec des citoyens des douze pays, a permis d'affiner les aspects qualitatifs.

Dans le cadre du **diagnostic**, les experts ont déterminé les principales causes de l'actuel disfonctionnement de la communication au niveau européen. Cette partie du mandat propose une étude analytique du déficit de la communication, basée sur l'ensemble des données recueillies.

Le troisième volet, consacré à la **stratégie de communication**, vise à mobiliser l'ensemble des Européens afin qu'ils participent plus activement à la construction européenne.

Elle s'adresse donc aussi bien aux responsables et aux fonctionnaires des Institutions, qu'aux citoyens, aux journalistes et aux leaders d'opinion. Des objectifs de communication ont été définis ainsi que les groupes de citoyens à qui s'adresser prioritairement, de même que le contenu des messages et leur forme, les actions et les media à privilégier, ou encore, l'organisation à mettre en place pour faciliter le succès de la nouvelle orientation stratégique de la communication européenne.

III. LES PRINCIPAUX CONTACTS ET LES CONTRIBUTIONS

<u>Les Media</u>

J.-M. BELIN, France Région 3, France

Ph. BETTE, FR3 Alsace, France

M. BOHETS, De Standaard, Belgique

G. BOODTS, De Standaard, Belgique

J. BRIQUEMONT, Union européenne de Radio Télévision, Belgique

S. DALGAARD, TV2, Danemark

G. de GROOT, Badische Zeitung, Allemagne

P. DELROCK, RTBF, Belgique

M. DE PRAETER, Het Laaste Nieuws

R. W. DILL, ARD, Allemagne

G. DOUATZIS, ERT, Grèce

M. FICHERA, EURONEWS, UER (Union Européenne de Radio Diffusion)

H. FLUHRER, Burda, Allemagne

F. GABRIEL, Diario de Noticias, Portugal

C. GUERZONI, RAI, Italie

J. LAMERS, Financiële en Economische Tijd - CAEJ (Association Européenne des Editeurs de Journaux), Belgique

G. LANGENSTEIN, ZDF, Allemagne

E. LAWLOR, RTE, Irlande

I. MARTINEZ GARCIA, Canal Sur, API (Association de Presse Internationale), Espagne

J. MILLER, Sunday Times, Royaume-Uni

J. PALMER, "The Guardian", Royaume Uni

A. PARONE, agence de presse ANSA, Italie

A. PISERCHIA, RAI, Italie

A. RICHE, "Le Soir", Belgique

M. RISKY, Radio-Télévision, Finlande

I. TUBELLA, TV3 Catalogne, Espagne
M. VANDER STRAETEN, CAEJ, Belgique
C. VERROS, Antenna TV, API, Grèce
S. WADE, Fininvest Communication, Italie

ainsi que les media nationaux, régionaux et locaux contactés par :

- les Bureaux de la Commission
- les Bureaux du Parlement Européen
- les Euro Info Centres

<p><u>Les Leaders d'opinions</u></p>

R. COLLIN, chercheur et industriel, Neurope Lab, Annecy
J.-M. COTTERET, professeur, Infométrie, Paris
M. CRAEGH, directeur du service presse et information du Forum des jeunes, Bruxelles
E. GAZZO, éditeur responsable de "Agence Europe", Bruxelles
B. HELLFERISH, Secrétaire Général du Lobby européen des femmes, Bruxelles
M. HUISMAN, cinéaste, Bruxelles
B.-H. LEVY, écrivain, Paris
J. LUKASZEWSKI, Ambassadeur de Pologne à Paris, Ancien Recteur du Collège d'Europe
A. MINC, économiste, Paris
L. PIERRACCIONI, Président de l' "Istituto Guglielmo", Rome
G.K. RICHARDSON, Secrétaire Général de la Table Ronde des Industriels, Bruxelles
F. SCHEER, Ambassadeur, Représentant Permanent de la France auprès des Communautés Européennes
A. TOURAINE, sociologue, Paris
T. VENABLES, Secrétaire général de l'ECAS (European Citizen Action Service), Bruxelles

Les Professionnels de la communication

Advanced Communications and Entertainment, Londres; J. Johnson
Antony Antonini Associates, Londres; Joyce Turner
Association des Journalistes Européens, Bruxelles; F. Carton de Wiart
Atelier du Midi, Lyon; N. Carodot et J. Livrozet
Belmont European Policy Center, Bruxelles; S. Crossick
Brumar S.A., Rhode St Genèse; G. Brun D'Aubignosc
Burson Marsteller, Bruxelles; T. G. Brosnahan
Carraig Public relations, Dublin; L. O Lonargain
Clarendon Consultants, Wembley; M.-J. Bramson
Coopers and Lybrand Europe, Bruxelles; M. Diss; M. Morettini; A. Gamez
DMB&B Europe, Bruxelles; R. Vander Eecken et Ph. Eberlé
ECO, Bruxelles; J. Wyles
Euronews, Paris; P. Brunel-Lantenac
European Information Association, Cardiff; I. Thomson
Eurowin Communications S.A., Hevillers; M. Callemien
Frajlick, Bruxelles; C. Frajlick
Hill and Knowlton, Bruxelles; M. Ogrizek et S. Walker
Institut Européen de la communication, Manchester; P. Heinze
Interel Corporate Communication and Public Affairs Consultants, Bruxelles; D. Overath
Institut Européen de la Communication, Düsseldorf; B-P Lange, G. Wedell
John Kendall Associates, Londres; A. Kendall
L'Entreprise de Demain, Bruxelles; C. Le Clercq
L'Événement Européen, Paris; E. Pisani
Match Racing, Nantes; J. Maurel
Media-Consultant, Grünwald (München); E. F. Freiheit
Media-Consultant, Hamburg; B. Kammerer-Jöbges
Northumberland College of Arts and Technology, Northumberland; N. Hibbs
Ogilvy Adams & Rinehart, Bruxelles; L. Rivet et M. Ernst

OMC Europe, Bruges; K. Van Bergen

Performers Group, Bruxelles; Eric Mulders

Quadrus, Bruxelles; S. Lindmark

Report International, Bruxelles; M. Broeders

Saatchi & Saatchi, Londres; M. Aminian

Trans European Information Systems, Bruxelles; L. J. Blaffart

The Belgian Economic Journal, Bruxelles; M. Masson

The Worldcome Group, Londres; Roger Haywood

Twelve Stars, Londres; N. De Santis

W. Wilms, rédacteur d'une lettre d'information sur l'intégration européenne, Bruxelles

**Les Fonctionnaires
européens**

Les Directeurs Généraux de la Commission, les Directeurs des Bureaux de la Commission et du Parlement Européen, le Secrétaire Général de la Commission, le Secrétaire Général du Parlement Européen, les Délégués de la Commission des Communautés Européennes à Washington et à Tokyo qui ont aimablement répondu aux questionnaires du groupe;

le Secrétaire Général du Comité Economique et Social, M. S.-P. Nothomb;

le Secrétaire Général de la Cour des Comptes, P. Evrard;

M. Schwaiger du Bureau de presse du Conseil, et R. Jimenez;

ainsi que MMes et MM. H. Andriessen, M. Ayrat, G. Ciavarini Azzi, J.-M. Baer, R. Bombassei, N. Cauchie, C. Gariazzo, Dempsey, B. Dethomas, L. Emringer, L. Facco, P. Guilford, R. Grandville, M. Jankowski, B. Julien, N. Keery, T. Kroyer, J.P. Malivoir, D. McCann, A. Melich, L. Missir, G. Gauggel-Robinson, E. Olivi, X. Prats, B. Roden, M-H. Weber de la Commission;

et MM. G. Naets et J.-C. Pierron, du Parlement Européen.

**Les Fonctionnaires
nationaux**

A. Léonard, Chancelier de la Représentation Permanente de Belgique; H. Mahieu, Ministère des Affaires Etrangères de Belgique.

G. Birgelen, Pressereferent, Allemagne.

M.S. Matthiessen, Conseiller à la Représentation Permanente du Danemark.

M. Asselin de Willincourt, Porte-Parole de la Représentation Permanente de France; L. Lemarchand, Représentation Permanente de France.

A. Economides, Premier Conseiller à la Représentation Permanente d' Italie.

L. Veer, Représentation Permanente des Pays-Bas.

M. Meneses, Conseiller de Presse à la Représentation Permanente du Portugal.

S. Rolando, Directeur Général du département de l'information et de la presse à la Présidence du Conseil, Rome

Documents en consultation auprès des archives du rapporteur

Peuvent être consultés auprès des archives du rapporteur, les documents suivants :

- * les réponses aux questionnaires envoyés aux Directeurs Généraux de la Commission, aux Directeurs des Bureaux du Parlement Européen et de la Commission, des Services d'information des gouvernements des Douze, des autres institutions;
- * les contributions de professionnels de la communication, de mouvements associatifs et de leaders d'opinion et de media;
- * les compte-rendus des principales réunions du groupe d'experts et diverses notes.

Le rapporteur était entouré notamment de Jimmy Jamar, Claire Sion, Nathalie Leduc, Brigitte Roden, Marie-Hélène Weber et Harriët Andriessen qu'il remercie ainsi que tant d'autres pour leur précieuse collaboration.

REFLEXION SUR LA POLITIQUE D'INFORMATION ET DE COMMUNICATION

Annexe II

LES ETUDES DE BASE

- 1) Les opinions publiques européennes de Performers Group sous la direction d'Eric Mulders
- 2) Etude qualitative sur l'image de la Communauté européenne de OPTEM sous la direction de Daniel Debomy
- 3) La dimension institutionnelle de Performers Group sous la direction d'Eric Mulders

Les analyses et opinions exprimées dans le cadre de ces études n'engagent que leurs auteurs

**GROUPE D'EXPERTS SUR LA POLITIQUE D'INFORMATION
ET DE COMMUNICATION**

Président: M. Willy DE CLERCQ
Member of the European Parliament

Membres: M. Ronald BEATSON
M. Julian BRAVO
M. Jean DONDELINGER
Mme Colette FLESCHE
M. Sergio GUCCIONE
M. Manfred HARNISCHFEGGER
M. Jacques PILHAN

Rapporteur: M. Jean-Pierre HABER

Au cours de la première étape de son mandat, le groupe d'experts a réalisé un état des lieux de l'information et de la communication européenne.

Il s'agissait d'une part de déterminer la perception qu'avait le citoyen européen vis à vis des actions communautaires et de la construction européenne. Deux études qui font l'objet de la présente annexe ont été réalisées à cet effet: la première a établi une synthèse des enquêtes réalisées par la Commission dans le cadre de l'Eurobaromètre. Cette étude a permis de cerner les grandes tendances des opinions publiques au sein des Etats membres. La seconde étude, basée sur des interviews individuels avec des citoyens des douze pays, a permis d'affiner les aspects qualitatifs.

D'autre part, le groupe s'est attaché dans le même temps à comprendre comment était organisé et diffusé le message européen à travers les institutions européennes et les Etats membres, les associations, les média.

Les institutions européennes et nationales ont été consultées via des questionnaires et des interviews avec différents responsables de l'information. Un document de synthèse a été élaboré pour le groupe d'experts. Il est publié dans la présente annexe.

LES OPINIONS PUBLIQUES EUROPEENNES

PERFORMERS GROUP
sous la direction d'Eric MULDER - Bruxelles

Les opinions publiques européennes

État des lieux.

I. Introduction

1. Problématique générale

L'apparente perte de crédibilité et de persuasion de l'idée européenne est sans doute liée à l'imminence d'une étape décisive du processus européen.

Dès lors que le marché unique devient réalité, il convient de redéfinir une stratégie d'information et de communication moins legaliste et universelle qui privilégie plus les personnes dans leurs différences et leurs spécificités.

En effet :

- la notion de grand marché menace le retrait individualiste;
- les nouveaux pouvoirs de la structure européenne sont reçus comme une concurrence et donc constituent un bouc émissaire commode pour justifier les dérives nationales.
- les messages positifs manquent donc de crédibilité et ont du mal à convaincre.

Il importe donc à présent de démystifier l'image surinvestie de l'Europe comme concept magique, pour lui donner une crédibilité accessible et pour tenter de réduire le hiatus de plus en plus marquant entre une Europe populaire et une Europe des élites.

La Communauté, en tant que service public, doit affirmer une vocation de rassemblement tout en reconnaissant l'autonomie du citoyen. De la même manière, le citoyen doit pouvoir s'identifier à une image cohérente, crédible et séduisante.

Il convient donc de travailler une stratégie de communication favorisant cette double implication dans la transparence, tout en respectant les domaines réservés des États membres.

C'est dans cette perspective que l'objectif premier est d'établir un constat de l'état des opinions publiques dans les douze Etats Membres.

On est parti du constat général que si l'opinion moyenne peut avoir du sens pour certaines questions, elle est le plus souvent une abstraction car les opinions varient généralement fort d'un pays à l'autre.

En d'autres termes, il n'y a pas une opinion publique européenne, mais un ensemble d'opinions variées, spécifiques non seulement aux différents États, mais aussi à des classes d'âge, aux sexes, aux catégories sociales et plus généralement à toute une série d'indicateurs, tant au plan national que communautaire.

On a donc ciblé prioritairement les nations dans leurs spécificités, du point de vue des situations et des mentalités, en ayant comme objectif de saisir la manière dont le message européen est assimilé par les différentes opinions nationales.

2. Méthodologie.

Le temps et les moyens qui nous étaient impartis, excluait de recourir à des analyses secondaires approfondies des bases de données de l'Eurobaromètre.

De telles analyses indispensables pour comprendre scientifiquement les articulations et les causes profondes des attitudes, auraient par ailleurs été relativement superflues dans la mesure où **notre mission était d'établir un constat des opinions publiques européennes, afin de fournir une base de réflexion utilisable pour définir une stratégie de communication.**

Notre tâche était dès lors moins d'élaborer un travail scientifique fouillé que de fournir une synthèse structurée d'un état des lieux que la multiplication des enquêtes et sondages n'avait pas toujours contribué à clarifier.

Nous sommes donc partis du matériel existant mis à notre disposition par le Service "Sondages, Recherches, Analyses", et constitué des publications annuelles (Eurobaromètres Trends 1974-1991) et bisannuels (les rapports Eurobaromètres n° 36 37 et 38).

Nous avons également consulté certaines enquêtes particulières menées dans le cadre de l'Eurobaromètre à la demande des Directions Générales (la pauvreté, l'environnement, l'égalité des sexes, les étrangers) ainsi que les derniers "Telephone Flash".

Pour la dernière enquête d'automne 1992 (n° 38), nous avons également consulté les rapports établis pour chaque pays (les croisements avec les variables sociologiques).

Au départ de ces sources d'information particulièrement riches, nous avons établi une **fiche-profil** des opinions et des attitudes dominantes pour chaque Etat membre. (cette fiche-profil se trouve en annexe du rapport)

Chaque fiche constitue un outil de lecture des opinions et des attitudes nationales, cet outil pourrait être complété au fil du temps et par des informations nouvelles ou plus approfondies.

On a travaillé pour chaque opinion et attitude, principalement à partir de l'écart qui pouvait exister entre les opinions particulières et la moyenne européenne. On a ainsi profilé les sensibilités nationales et déterminé certaines spécificités de manière à identifier les destinataires de messages plus ciblés.

Pour constituer cette fiche nous sommes partis d'une grille assez simple de concepts généraux, permettant de déboucher par la suite sur certaines configurations d'attitudes significatives.

I. Les attitudes générales.

- 1.1. Attitudes à l'égard des grands problèmes de société (différents sondages demandés par les directions générales)
- 1.2. Satisfactions à l'égard de la société. (Trends 1974-1991)
- 1.3. Intérêt pour la politique. (Trends 1974-1991)
- 1.4. Perception de la situation économique (Trends 1974-1991)
- 1.5. Perception de l'avenir. (Trends 1974-1991)
- 1.6. Sentiment d'appartenance (n° 37)
- 1.7. Attitudes d'ouverture à l'égard des autres ressortissants de la CE.(n° 37)
- 1.8. Attitudes d'ouverture à l'égard des étrangers non CE.(n° 37)

2. Le niveau d'information.

- 2.1. La notoriété des Institutions Européennes dans les médias. (Trends 1974-1991)
- 2.2. Les sources d'information sur la CE.(n° 36)
- 2.3. Le degré de satisfaction quant à la façon dont les médias s'occupent de l'Europe.(n° 37)
- 2.4. Le sentiment d'être bien informé.(n° 37)
- 2.5. La connaissance des sièges des Institutions.(n° 37)

3. Les représentations globales à l'égard de la CE.

- 3.1. Le Parlement. (Trends 1974-1991)
- 3.2. Les Institutions perçues comme ayant le plus de pouvoir en matière de législation.(n° 37)
- 3.3. Perception de la "vitesse" de la CE (eurodynamomètre).(n° 37)
- 3.4. Perception de la politique européenne pour les régions les moins favorisées.(n° 36)

4. Les évaluations (jugements) à l'égard de l'Europe.

- 4.1. Attitudes personnelles. (Trends 1974-1991)
- 4.2. Intérêt pour la politique européenne. (Trends 1974-1991)
- 4.3. Évaluation des conséquences de l'Europe en ce qui concerne son pays. (Trends 1974-1991)
- 4.4. Satisfaction quant à la façon dont les hommes et les Institutions s'occupent de l'Europe.(n°37)
- 4.5. Les attitudes à l'égard des réformes proposées pour la politique agricole commune (n°37)

5. Les aspirations.

- 5.1. Le rôle du Parlement européen. (Trends 1974-1991)
- 5.2. La "vitesse" de l'évolution. (n° 37)
- 5.3. Attitudes à l'égard de l'Union Économique et Monétaire.(n° 37)
- 5.4. Attitudes à l'égard des propositions de l'Europe politique.(n° 37)
- 5.5. Attitudes à l'égard de la fiscalité.(n° 36)
- 5.6. Attitudes à l'égard des régions.(n° 36)
- 5.7. Attitudes à l'égard des décisions.(n° 37)

6. Attitudes à l'égard du Grand Marché. (Trends 1974-1991)

7. Attitude à l'égard de Maastricht.(n° 37 et Flash)

La procédure d'analyse décrite ci-dessus a été appliquée en faisant ressortir les divergences et les convergences, par problème, dans chaque pays, par rapport à la moyenne communautaire, elle-même obtenue à partir des évaluations nationales.

On voit ainsi se constituer des constellations de comportements et d'opinions spécifiques par État membre et un positionnement des États par rapport à l'ensemble des questions abordées.

On a tenté également, autant que faire se peut, de mettre en exergue l'évolution des attitudes et des opinions à travers le temps, pays par pays.

Dans chaque pays nous avons ensuite examiné plus en détails certaines opinions exprimées lors du dernier sondage Eurobaromètre d'automne 1992.(n° 38)

Nous avons choisi cinq dimensions-clés dans les opinions émises à ce moment :

- le niveau de satisfaction à l'égard de sa propre vie
- l'opinion selon laquelle le pays a bénéficié ou non de son appartenance à l'Europe
- l'indifférence manifestée au cas où l'Europe serait abandonnée
- le sentiment que le Grand Marché sera une bonne ou une mauvaise chose pour son pays
- les craintes suscitées par le Grand Marché

Dans chaque pays nous avons examiné les opinions émises selon les caractéristiques sociologiques des personnes interrogées.

Toujours dans la perspective de comparer chaque pays à la moyenne européenne, nous avons mis en évidence, certains croisements entre variables qui permettaient d'attirer l'attention sur certaines cibles particulières à atteindre dans chaque pays.

II. L'opinion publique "moyenne" en Europe

On a dit que l'opinion européenne est souvent une abstraction tant elle recouvre de disparités nationales. Cependant il n'est pas inutile de tracer un très bref profil de cette moyenne européenne au départ de l'outil de lecture que nous nous sommes donnés et qui nous servira à identifier les profils nationaux.

1. Attitudes générales.

1. 1. Attitudes à l'égard des grands problèmes de société

Les grandes causes valant la peine de prendre des risques et d'accepter des sacrifices.

Au niveau de la Communauté, par ordre d'importance, on trouve les causes suivantes: la paix dans le monde (75%), les droits de l'homme (60%), la lutte contre la misère (57%), la protection de la nature (57%), la liberté de l'individu (39%), la lutte contre le racisme (36%), la défense du pays (30%), l'égalité des sexes (25%), la foi religieuse (19%), l'unification de l'Europe (18%), la révolution (5%).

Par ailleurs, huit européens sur dix (78%) affirment un attachement inconditionnel à la démocratie.

Les Droits de l'homme.

Les droits qui paraissent les plus essentiels aux européens sont le droit à l'éducation et à la formation, le droit au respect de la vie privée, le droit au travail, l'égalité devant la loi; sont moins prioritaires, la liberté d'expression, la liberté d'association et le droit d'asile.

48% considèrent que la politique européenne n'est pas assez active en matière de Droits de l'homme., 27% qu'elle est assez active, 25% ne se prononcent pas.

La pauvreté

La majorité des Européens (65%), ne considère pas la société comme injuste, 18% la considère injuste, 19% ne se prononce pas.

Concernant l'évolution de la pauvreté durant les dix dernières années, 32 % des Européens estiment que la pauvreté a diminué, 26 % qu'elle est restée pareille, 11 % qu'elle a augmenté. Les chances de sortir de la pauvreté sont considérées comme possibles par 54 % des Européens (68 % en ce qui concerne les enfants), 32 % considèrent qu'il est impossible de sortir de la pauvreté (19 % en ce qui concerne les enfants).

Par rapport aux actions des Pouvoirs Publics de leur pays à l'égard de la pauvreté, 66 % des Européens trouvent que cette politique est insuffisante. Quant au programme de lutte contre la pauvreté de la CEE, 63% n'en ont pas entendu parler, 25 % considèrent que c'est une bonne chose.

L'environnement et les autres problèmes

En ce qui concerne l'environnement, le consensus au niveau européen est très grand : 85 % des européens considèrent que l'environnement pose des problèmes urgents et immédiats. Six sur dix souhaiteraient que les décisions en cette matière soient prises en commun au sein de la Communauté européenne, plutôt qu'au niveau des gouvernements nationaux.

Sont également considérés comme des problèmes importants à résoudre : le chômage tout d'abord qui vient largement en tête de nombreuses préoccupations (49 %), ensuite les inconvénients de la vie moderne (22 %), le sentiment d'insécurité (13 %), le laisser aller de la jeunesse (7 %), l'immigration (5 %), la disparition des valeurs religieuses (5%).

L'égalité des sexes

25 % des européens accordent au problème de la condition féminine une grande importance. Mais cette importance paraît diminuer aux yeux des européens : en 1975 au sein de l'Europe des neuf, ce problème était jugé très important par 32 % des personnes interrogées.

Dans le même temps l'évolution dans le sens d'une plus grande égalité a fait progressivement son chemin dans les mentalités, mais il demeure des réticences non négligeables.

Le modèle du ménage où l'homme exerce une profession et la femme assume l'entretien du ménage est choisi par 25 % des européens. L'idée de deux conjoints au travail mais où les tâches ménagères sont prioritairement assumées par la femme est choisie par 30 %. L'idée de deux conjoints au travail et partageant l'ensemble des tâches domestiques remporte l'adhésion de 40 % d'européens.

A la question posée aux hommes mariés de savoir s'ils préfèrent que leur femme ait une activité professionnelle, 47 % répondent par l'affirmative, 43 % préfèrent qu'elle n'en ait pas, 9 % s'abstiennent de répondre.

Les programmes communautaires en matière d'égalité entre hommes et femmes sont très mal connus (59 % ne savent pas répondre ou pensent que la CEE ne s'en occupe pas), parmi ceux qui en connaissent l'existence, la majorité pense que la Communauté ne s'en occupe pas efficacement.

1. 2. Satisfactions à l'égard de la société.

36 % des Européens disent qu'ils doivent s'imposer des restrictions, 58 % qu'ils ne doivent pas se restreindre.

La majorité des européens sont plutôt satisfaits de la vie qu'ils mènent.

Un Européen sur cinq en moyenne n'est pas satisfait. Cette tendance moyenne est restée assez constante de 1973 à 1979 (avec une légère augmentation du nombre des satisfaits).

Sur le plan du fonctionnement de la démocratie, les avis sont nettement partagés : 46 % de satisfaits, 52 % de non satisfaits (il y a plus de très insatisfaits que de très satisfaits!). Cette tendance n'a guère évolué de 1973 à 1979, mais le dernier sondage indique une détérioration du climat de l'opinion à cet égard.

1. 3. L'intérêt pour la politique.

La majorité des Européens (55 %) ne s'intéressent pas beaucoup ou pas du tout à la politique. Depuis 1983, l'intérêt pour la politique a cependant légèrement augmenté.

1. 4. La perception de la situation économique ces dernières années.

Cette perception est assez négative : 47 % estiment qu'elle s'est détériorée en un an, 30 % qu'elle est restée identique, 19 % qu'elle s'est améliorée. On constate cependant une certaine amélioration par rapport à la perception qui prévalait en 1982 (62 % estimaient alors qu'elle s'était détériorée en un an).

La perception relative à la situation financière du ménage est moins négative: 48 % estiment qu'elle est restée identique. Par rapport à la situation de 1982, l'amélioration est également constatée.

Par rapport au mode de vie cinq ans plus tôt, 38 % sont plus satisfaits, 39 % moins satisfaits, 21 % disent que c'est pareil.

1. 5. La perception de l'avenir.

La tendance est plutôt à l'optimisme : 38 % estiment que l'année prochaine sera meilleure, 29 % qu'elle restera inchangée, 22 % qu'elle sera moins bonne.

L'optimisme a nettement augmenté depuis 1980 (à l'époque, 43 % prévoient l'année suivante moins bonne).

Cet optimisme se marque en ce qui concerne la situation économique du pays (33 % la perçoivent s'améliorant, 33 % la voient inchangée, 27 % la voient se détériorer) et pour la situation financière du ménage (30 % la voient s'améliorer, 76 % inchangée et 18 % se détériorer).

A l'égard des cinq prochaines années, les mêmes tendances optimistes prévalent : 53% prévoient une amélioration, 19 % une détérioration, 19 % ne peuvent se prononcer.

Mais ce relatif optimisme n'empêche pas des avis pessimistes en ce qui concerne l'augmentation des grèves et des conflits sociaux (42 % estiment qu'ils vont augmenter, 38 % qu'ils vont rester aussi importants), ainsi que l'augmentation des querelles internationales (50 % estiment que l'année prochaine sera agitée, 28 % qu'elle restera sur ce plan inchangée). Cependant, il faut noter que les avis pessimistes sur ces sujets étaient plus importants encore en 1980.

1. 6. Le sentiment d'appartenance.

Se penser soi-même comme un citoyen européen n'est pas encore entré dans les mentalités (14 % seulement se pensent fréquemment comme "européen").

Sur le plan affectif, l'attachement à l'égard de l'Europe est rare (12 %), si on le compare à celui éprouvé pour sa région (55 %), sa ville ou son village (54 %), son pays (53 %). Mais sur un plan plus rationnel sans doute, le fait de devenir un citoyen national plus un européen emporte l'adhésion d'une majorité (55 % contre 38 % qui se voient "national" uniquement).

1. 7. Les attitudes à l'égard des autres ressortissants de la CE.

Le vote des autres ressortissants européens lors des élections européennes est vu favorablement par une majorité (68 %). Le droit pour un ressortissant de la CE de se présenter aux élections est vu également assez favorablement (58 %). Les avis sont plus réservés en ce qui concerne les

élections municipales (47 % sont favorables au droit de vote pour les ressortissants européens, 38 % sont favorables à leur éligibilité).

1. 8. Les attitudes à l'égard des étrangers hors CEE.

Il existe des degrés dans l'ouverture et la tolérance à l'égard des étrangers hors CEE :

- 50 % estiment que les étrangers hors CEE sont trop nombreux.
- 59 % pensent qu'il faut des restrictions à l'accueil des étrangers venant d'Europe de l'Est, 23 % estiment qu'il faut les refuser.
- 56 % pensent qu'il faut des restrictions à l'accueil des étrangers venant du Sud de la Méditerranée, 25 % pensent qu'il faut les refuser.
- 50 % pensent qu'il faut des restrictions à l'accueil des réfugiés politiques, 21% qu'il faut les refuser.

Quant aux droits actuels des étrangers, les avis sont assez divisés : 39% souhaitent qu'ils restent inchangés, 34% qu'ils soient réduits, 17% qu'ils soient étendus.

Ces réserves à l'égard de la présence d'étrangers ne vont pas jusqu'à une intolérance généralisée à l'égard de races, de religions, de nationalités différentes. Cependant 15% estiment en moyenne leur présence gênante.

2. Le niveau d'information à l'égard de la CE.

2.1. La notoriété dans les médias.

La notoriété dans les médias n'est pas excellente. La proportion des Européens ayant entendu ou lu quelque chose récemment dans les médias :

- pour la CE en général : 66 %
- à propos du Parlement : 49 %
- à propos de la Commission : 49 %
- à propos du Marché unique : 73 %.

Le sens de l'évolution des réponses n'est pas encourageant : depuis 1977, la notoriété de la CE n'a pas vraiment progressé.

2.2. Les sources d'information sont dans l'ordre : la télévision (90 %), les quotidiens (63 %), la radio (42 %), les magazines (20 %), le bouche à oreille (16 %) et, enfin, les brochures spécialisées (5 %).

2.3. Les médias sont jugés assez favorablement quant à la manière dont ils informent sur l'Europe. Les avis négatifs représentent cependant une proportion non négligeable : 30 % en ce qui concerne la télévision, 28 % en ce qui concerne la presse.

2.4. Le sentiment de sous information qu'éprouvent les européens est très important : 65 % s'estiment mal informés.

2.5. Indice de cette carence dans l'information : la méconnaissance des sièges des institutions : sur les 4 sièges, 1,5 en moyenne est cité.

3. Les représentations globales à l'égard de la CE

3.1. Le Parlement.

La majorité perçoit le Parlement comme jouant un grand rôle dans la CE. Cette proportion est en augmentation depuis 1977.

Les domaines où le rôle du Parlement européen est perçu comme important, dans l'ordre de leur fréquence de citation : l'environnement, la politique sociale, les échanges d'étudiants, la protection des consommateurs, la reconnaissance des diplômes et, enfin, les politiques à l'égard de la famille, des femmes et des personnes âgées (32 % estiment que son rôle n'est pas important sur ces derniers points).

3.2. Le pouvoir des institutions.

De nombreux Européens (30 %) n'ont pas réellement d'avis sur les pouvoirs législatifs des institutions, les autres sont très divisés : 29 % citent le Parlement, 24 % le Conseil des Ministres, 17 % la Commission.

3.3 Les avis sur la vitesse avec laquelle avance l'unification européenne sont partagés également : 39 % perçoivent l'Europe comme avançant lentement, 27 % avançant moyennement, 25 % avançant rapidement.

3.4. La politique européenne à l'égard des régions défavorisées est mal perçue : 60 % ignorent si elle existe ou non ou croient qu'elle n'existe pas.

4. Les évaluations.

4.1. Attitudes personnelles.

Une majorité d'Européens est favorable à l'unification de l'Europe. Depuis 1973, on a vu décroître le nombre d'indifférents à l'égard de l'idée européenne. Cependant les attitudes ambivalentes ne sont pas négligeables: un Européen sur trois ressent l'Europe de manière ambivalente.

Cette ambivalence va de pair avec une certaine indifférence : 49% éprouveraient du regret en cas d'échec européen, mais un Européen sur trois dit que cet échec le laisserait indifférent.

4.2. L'intérêt manifesté à la politique européenne.

Cet intérêt n'est pas très grand : 51 % ne s'y intéressent pas beaucoup ou pas du tout, 47 % s'y intéressent beaucoup ou assez. Cependant l'intérêt est en augmentation par rapport à 1988.

4.3. Evaluation en ce qui concerne son pays.

Ces évaluations sont généralement positives : 68 % estiment que c'est une bonne chose pour leur pays d'appartenir à la CE ; 85 % que les affaires de la CE sont très importantes pour l'avenir de leur pays.

Les avis sont plus réticents en ce qui concerne le bénéfice que leur pays en a retiré (un peu plus de la moitié estime que son pays a retiré un bénéfice, les autres n'ont pas d'avis ou estiment que leur pays n'en a tiré aucun bénéfice).

4.4. Les avis concernant la façon dont les hommes et les institutions s'occupent de l'Europe sont assez critiques . Les avis défavorables sont plus importants (dans l'ordre) en ce qui concerne : les hommes politiques, les gouvernements, les pouvoirs locaux, les syndicats, les régions. Les avis sont plus partagés en ce qui concerne les entreprises et l'enseignement.

4.5. La réforme de la politique agricole (prévoyant des aides directes aux revenus des petites et moyennes exploitations) est vue favorablement par 53%. Les avis défavorables sont peu importants (15%), mais il y a beaucoup d'avis partagés et de sans opinion (32%).

5. Les aspirations.

5.1. Le Parlement.

Une majorité (58 %) estime qu'il faut donner un rôle plus important au Parlement. Cette tendance s'est affirmée depuis 1983, mais il y a toujours un nombre important de " sans avis " (près d'un Européen sur cinq).

Rendre un gouvernement européen responsable devant le Parlement recueille également une majorité d'avis favorables (56 %), majorité qui a grandi depuis 1987.

5.2. La vitesse de l'évolution.

60 % des Européens souhaitent que l'Europe avance plus vite, 17 % qu'elle avance plus lentement.

5.3. Les attitudes à l'égard de l'Union Economique et Monétaire sont en majorité favorables : 55 % sont favorables à une Banque centrale européenne, 54 % à une monnaie unique.

5.4. Les attitudes à l'égard des propositions de l'Europe politique.

70 % sont favorables à une politique commune en matière de sécurité et de défense; 59% en ce qui concerne la politique étrangère.

5.5. Les attitudes à l'égard de la fiscalité.

En ce qui concerne l'idée d'un impôt direct européen, les avis favorables l'emportent, mais ils sont très divisés : 49 % de pour, 36 % de contre, 14 % de sans avis. C'est la formule d'un impôt spécial pour l'environnement qui recueille le plus de préférences (34%).

5.6. Les attitudes à l'égard des régions.

Trois Européens sur quatre sont favorables à ce que les régions aient leur mot à dire au niveau européen.

5.7. Les attitudes à l'égard des décisions.

Les attitudes pro-européennes en matière de décision varient selon les domaines. Il y a plus d'opinions en faveur de décisions en commun au niveau de l'Europe en ce qui concerne (dans l'ordre) :

- la coopération au développement
- la recherche scientifique et technologique
- l'environnement
- la politique étrangère
- la politique à l'égard des immigrés
- la politique industrielle
- la politique en matière d'asile politique
- la monnaie
- la sécurité et la défense
- la T.V.A.
- la politique culturelle.

Au contraire, les attitudes "nationalistes" prévalent en ce qui concerne :

- la santé
- l'enseignement
- la participation des travailleurs dans les entreprises.

Les attitudes sont divisées en ce qui concerne :

- les dispositions en matière de radio/T.V./presse

- la sécurité et la protection du travail
- les mesures en matière de chômage.

6. Attitudes à l'égard du Grand Marché.

Dans l'ensemble, le Grand Marché suscite plus d'espoirs (60 %) que de craintes (26 %), mais les craintes se sont amplifiées depuis 1988 et il y a moins d'Européens qui trouvent que c'est une bonne chose (48 % pour 57 % en 1987).

La dimension sociale du Grand Marché est également vue favorablement (65 %), mais les avis sont moins favorables qu'en 1989.

En fait, les attitudes sont surtout très ambivalentes (53 %) pour 38 % d'attitudes positives et 8 % d'attitudes négatives.

Au niveau de la CE et de leur pays, les effets du Grand Marché sont vus positivement (89 % et 87 %). Au niveau de son secteur d'activité, de sa vie personnelle et de sa région, les avis sont un peu plus réticents (60 % d'avis favorables, 35 % qui pensent que les effets seront nuls ou négatifs).

Les espoirs que suscitent le Grand Marché sont, dans l'ordre de leur fréquence de citation :

- pouvoir travailler dans tous les pays
- les facilités pour le commerce
- moins de chômage
- résoudre ensemble les grands problèmes
- mieux concurrencer les USA et le Japon
- la baisse des prix
- la relance de l'économie
- de meilleures opportunités pour les entreprises
- les mêmes prix et les mêmes taxes partout
- moins d'inégalités sociales
- un plus grand choix de produits

Les craintes exprimées sont dans l'ordre de leur fréquence de citation :

- l'augmentation du chômage
- l'augmentation des immigrés
- la perte de l'identité nationale
- les incertitudes du futur
- l'augmentation de la criminalité
- la hausse des prix
- une concurrence accrue
- le pays n'est pas prêt
- devoir payer pour d'autres

- la perte de pouvoir
- de trop grands changements

Si on compare les espoirs et les craintes exprimés, on doit constater qu'ils se rapportent à des domaines de sensibilisation assez différents :

- les espoirs les plus saillants se rapportent essentiellement au domaine de l'économie
- les craintes exprimées pointent d'abord le chômage mais associées à des dimensions culturelles (l'augmentation des immigrés, la perte de l'identité nationale) et à des considérations de qualité de vie (la criminalité)

7. Les attitudes à l'égard du Traité de Maastricht.

Les avis favorables l'emportent, mais les attitudes sont ambiguës : les effets positifs sont perçus en ce qui concerne la CE et le pays, mais en ce qui concerne leur vie personnelle, la majorité ne voit pas d'effet (63 %). Les "profils européens" donnant un "pronostic de vote" pour une ratification du Traité de Maastricht, donnent 46 % de "pro-Européens", 8 % de "vers le oui", 17 % de "vers le non", 9 % d'anti-Européens, 21 % d'indifférents.

Avant d'examiner les tendances par pays, rappelons que pour le dernier Eurobaromètre d'automne 1992, nous avons examiné les tableaux de croisements de manière à faire ressortir des "cibles" à privilégier dans une politique d'information.

Certaines tendances générales, communes à tous les pays, doivent être soulignées.

A mesure qu'on considère des niveaux sociaux plus élevés (qu'il s'agisse des catégories de revenus, de niveaux d'études, de professions, de classe socio-économique, d'identification subjective à une classe sociale), on constate :

- des niveaux de satisfaction plus élevés à l'égard de la vie
- davantage d'exposition aux médias, davantage de personnes "leaders d'opinion"
- des jugements plus positifs à l'égard des bénéfices que le pays a tiré de son appartenance à l'Europe

- moins d'indifférence au cas où l'Europe serait abandonnée
- des attitudes plus favorables au Grand Marché

Ce sont donc les personnes d'un niveau social supérieur, celles qui sont souvent les plus satisfaites de leur sort, qui manifestent le plus des opinions pro-européennes

Les indifférents, les indécis, les plus craintifs souvent, sont les femmes, les niveaux sociaux inférieurs (en termes de revenus, de niveaux d'études, de professions de classe socio-économique ou d'identification subjective à une classe), ceux qui sont le moins exposés aux médias, ceux qui ne sont pas des leaders d'opinion.

Ces tendances sont communes à toutes les enquêtes d'opinion en général lorsqu'elles traitent de sujets politiques ou touchant à l'implication dans la vie sociale.

A propos de chaque pays, nous ne répéterons donc pas le constat de ces tendances qui sont une des manifestations de la stratification sociale de nos sociétés.

Nous soulignerons seulement des tendances particulières, spécifiques à chaque pays.

A propos de ces spécificités, nous attirons l'attention sur le fait qu'elles concernent essentiellement :

- **les classes d'âge** : les classes d'âge ne réagissent pas de la même manière dans tous les pays. Ce point est important à considérer dans toute politique de communication. Ces différences traduisent sans doute des différences de situations entre les diverses générations.

- **la position sur l'échelle gauche-droite** : il est intéressant de constater que la gauche, le centre et la droite ne se positionnent pas vis à vis de l'Europe exactement de la même façon dans tous les pays.

- **les valeurs centrales** auxquelles on adhère : les mentalités de type matérialiste ou post-matérialiste ne réagissent pas toujours de la même façon aux questions européennes (1)

(1) On trouvera en annexe une note relative au contenu qu'il faut donner à ces types de mentalités.

- **le niveau de satisfaction à l'égard de la vie** : ce ne sont pas toujours les plus satisfaits qui sont le plus européens

Les raisons d'inquiétude à l'égard du Grand Marché ne sont pas les mêmes dans tous les pays. En réalité elles diffèrent très nettement, comme diffèrent les catégories qui expriment ces inquiétudes.

Toutes ces craintes n'ont pas non plus la même signification, le même poids : certaines craintes détermineraient des votes négatifs à l'égard du traité de Maastricht, d'autres sont davantage exprimées par des personnes qui voteraient quand même en faveur du Traité. Pour chaque pays, nous avons également indiqué la signification qu'il fallait donner à certaines craintes exprimées.

III. Les profils nationaux

1. Belgique

La toile de fonds

Malgré une position de centralité particulière, à la fois symbolique et bien réelle, la Belgique ne se distingue pas d'évidence, par un européanisme affirmé.

Les retombées institutionnelles et économiques, liées au statut de capitale européenne ne sont pas toutes positives et certaines d'entre elles constituent des désagréments auxquels l'opinion publique est sensible, par exemple des difficultés exacerbées de circulation ou la spéculation immobilière.

En outre, la spécificité institutionnelle du pays explique des sensibilités régionales différentes : l'opinion publique belge est segmentée à la fois selon les catégories sociales et par rapport à une partition régionale plus radicale que dans d'autres pays.

Par ailleurs, les Belges, longtemps privilégiés du fait d'une économie dynamique aujourd'hui assez disloquée, se montrent particulièrement inquiets quant à l'avenir.

S'ils sont plus satisfaits que la moyenne des Européens de la vie en général et de la démocratie, ce taux de satisfaction diminue alors qu'il augmente dans la moyenne européenne. En outre, les Belges perçoivent plus que la moyenne des Européens une altération de la situation économique ainsi qu'une érosion de la situation financière de leur ménage.

Le sentiment domine que la pauvreté s'est accrue au cours des dernières années. Les Belges sont parmi ceux qui croient le moins aux chances pour les plus démunis ou pour leurs enfants de s'en sortir. La lutte contre la pauvreté est une cause qui les sensibilise davantage.

Le chômage est de loin la préoccupation la plus importante tandis que les inconvénients de la vie moderne paraissent moins retenir l'attention, tandis que la protection de l'environnement les sensibilise nettement.

De manière générale, sur certains problèmes, l'opinion publique se montre relativement conservatrice : par exemple, elle manifeste moins d'ouverture à l'égard des étrangers - tant européens que non européens - que la moyenne des européens.

La question de l'égalité des rôles dans la famille et de la participation des femmes à la vie politique ne les convainc guère, les Belges sont nettement en deçà des moyennes européennes à cet égard.

La question des droits de l'homme les sensibilise moins que d'autres Européens mais ils sont néanmoins très attachés aux libertés individuelles.

Enfin, soulignons le faible intérêt que manifestent les belges à l'égard de la politique, ainsi que leur attachement relativement plus faible à des entités géographiques : ils manifestent apparemment plus volontiers des appartenances multiples bien que spécifiques selon les sensibilités régionales.

Attitudes pro-européennes et "déficit européen " : un bilan

Sous certains aspects, les Belges sont pro-européens, plus que la moyenne des pays européens:

- ils sont plus satisfaits de la façon dont les médias s'occupent de l'Europe
- ils se sentent mieux informés
- ils connaissent mieux la localisation des sièges
- la notoriété du Marché Unique est plus grande
- ils connaissent mieux le rôle de l'Europe pour les régions les moins favorisées
- leurs attitudes à l'égard de l'Europe sont plus positives (typologie des attitudes)
- leurs évaluations des conséquences de l'Europe pour leur pays sont plus positives
- ils sont plus satisfaits de la manière dont les hommes et les institutions s'occupent de l'Europe

- ils sont favorables à une extension du rôle du Parlement
- ils sont plus favorables à l'Union Economique et Monétaire
- ils sont plus favorables à des décisions au plan européen en matière de monnaie et de TVA
- ils sont plus favorables aux propositions de l'Europe politique
- ils sont plus favorables à un impôt européen direct
- les effets du Traité de Maastricht sont perçus comme plus positifs; leur "profil européen" à cet égard est plus élevé.

Tout n'est pas positif dans leurs attitudes. Les Belges marquent, par rapport à la moyenne européenne, un "déficit" européen dans certains domaines :

- la notoriété dans les médias est moins bonne (pour la CE en général, le Parlement, la Commission)
- leurs sources d'informations sont déficitaires en matière de TV et de quotidiens et, notamment, en ce qui concerne le Fonds de Développement Régional
- ils perçoivent moins les activités du Parlement (sauf en ce qui concerne la protection du consommateur)
- ils souhaitent que l'Europe avance plus lentement
- ils manifestent moins d'intérêt à l'égard de la politique européenne
- ils sont moins favorables à ce que les régions aient leur mot à dire
- ils sont moins favorables à l'unification européenne (alors que leurs attitudes sont plus positives à l'égard de l'Europe)
- ils éprouveraient moins de regret si l'Europe était abandonnée
- ils ont moins le sentiment que les affaires européennes sont importantes pour l'avenir de leur pays
- ils sont moins favorables aux réformes proposées en matière de politique agricole

- ils manifestent moins de préférence pour les décisions à caractère européen (pour toutes les matières à l'exception de la monnaie et de la TVA)
- le Grand Marché suscite des réactions plus ambivalentes, les effets négatifs sont perçus davantage
- à propos du Traité de Maastricht, si les attitudes sont plus positives, on compte aussi plus d'indifférents que dans la moyenne des pays.

La notoriété des Institutions européennes est inférieure à la moyenne européenne, tant en ce qui concerne la Communauté elle-même que le Parlement, la Commission et le Fonds de Développement régional. Par contre, le Grand Marché est mieux connu, ainsi que la localisation des sièges des Institutions.

Le rôle du Parlement européen est mal perçu ce qui n'empêche pas les Belges de se déclarer plus favorables que la moyenne des européens à une extension du rôle du Parlement.

De manière générale, les Belges se sentent relativement bien informés, ou même mieux informés que d'autres, mais on constate néanmoins, en matière de source d'information, un déficit en ce qui concerne la télévision et les quotidiens. Il n'empêche qu'une majorité de Belges se déclare satisfaits de la manière dont les médias s'occupent de l'Europe.

Ce qui, en définitive, retient l'attention, en ce qui concerne l'opinion publique belge, est de l'ordre du paradoxe : toute attitude positive s'accompagne d'une opinion ou d'une attitude inverse, mitigée ou même franchement hostile.

Les attitudes à l'égard de l'Europe sont généralement positives et ils sont plus satisfaits que la moyenne, de la manière dont les hommes et les Institutions s'occupent de l'Europe, mais ils sont moins favorables que la moyenne à l'unification européenne et généralement, ils ne considèrent pas que les affaires européennes soient importantes pour l'avenir du pays, alors que par ailleurs, ils ont clairement conscience d'être au centre de ces mêmes affaires.

Dès lors, il est relativement logique qu'une majorité de Belges déclarent qu'elle ne regretterait pas un abandon de l'unification européenne et à tout le moins la Belgique semble souhaiter massivement que l'Europe avance moins vite.

En fait, l'analyse des attitudes par rapport à l'Europe, révèle une volonté de garder sinon une autonomie, au moins une distance critique.

De manière générale, mises à part les questions de monnaie et de TVA, la Belgique est moins favorable que la moyenne à des décisions européennes communes. Elle est, de même, peu favorable aux réformes en matière de politique agricole.

Les effets du Traité de Maastricht sont perçus de manière positive mais le nombre d'indifférents à cette question est nettement plus élevé que la moyenne.

Si la Belgique est relativement ouverte et favorable aux implications de l'Europe politique et à une Union Economique et monétaire (elle est globalement favorable à un impôt européen direct), le Grand Marché est perçu de manière nettement mitigée.

Sondage automne 1992

Le niveau de satisfaction à l'égard de sa vie est plus élevé parmi :

- les plus âgés
- ceux qui ont des valeurs post-matérialistes
- ceux qui se situent à droite

Le pays est perçu comme ayant bénéficié de son appartenance à l'Europe, et les attitudes sont plus favorables au Grand Marché surtout parmi :

- les moins de 25 ans
- ceux qui ont des valeurs post-matérialistes
- ceux qui se situent au centre ou à droite
- les leaders d'opinion
- les plus exposés aux médias
- les plus satisfaits de leur vie

Les craintes à l'égard du Grand Marché émanent surtout :

- de personnes de 40 à 55 ans
- d'employés et d'indépendants
- de ceux qui ont des valeurs matérialistes
- de ceux qui se situent à gauche
- des moins satisfaits de leur vie

Les indifférents, les indécis sont surtout :

- les femmes
- les moins de 40 ans

- les niveaux sociaux inférieurs
- ceux qui ont des valeurs matérialistes
- ceux qui se situent au centre
- les moins exposés aux médias
- ceux qui sont satisfaits de leur vie

Les craintes exprimées à l'égard du Grand Marché sont dans l'ordre de leur fréquence de citation :

Ces craintes sont surtout exprimées par :

- | | |
|--------------------------------|---|
| 1. L'augmentation des immigrés | les moins de 25 ans, les niveaux sociaux inférieurs et moyens inférieurs, les indépendants, ceux qui se situent à droite, ceux qui vivent dans des villes moyennes, les moins satisfaits de leur vie |
| 2. l'augmentation du chômage | les hommes, ceux de 40 à 55 ans, les employés et les managers, ceux qui ont des valeurs matérialistes, ceux qui se situent au centre, les plus exposés aux médias, les moins satisfaits de leur vie |
| 3. la hausse des prix | les femmes, les niveaux sociaux élevés, ceux qui ont des valeurs matérialistes, ceux qui se situent au centre, ceux qui habitent dans une grande ville, les leaders d'opinion, les moins satisfaits de leur vie |
| 4. les incertitudes du futur | les femmes, les moins de 25 ans, ceux qui ont des valeurs matérialistes, les plus satisfaits de leur vie |
| 5. la concurrence accrue | les personnes de 25 à 40 ans, les niveaux sociaux élevés, les indépendants, ceux qui ont des valeurs post-matérialistes, ceux qui se situent à droite |
| 6. la délinquance | les plus de 55 ans, ceux qui ont des valeurs matérialistes, ceux qui se situent à droite, les plus satisfaits de leur vie |

7. la perte de l'identité nationale	les plus de 55 ans, ceux qui se situent à gauche, les moins exposés aux médias
8. le pays n'est pas prêt	les moins de 25 ans, ceux qui ont des valeurs post-matérialistes, ceux qui habitent une grande ville, les leaders d'opinion
9. la perte de pouvoir	les personnes de 40 à 55 ans, ceux qui ont des valeurs matérialistes, ceux qui se situent à gauche,
10. devoir payer pour les autres	les niveaux sociaux élevés, ceux qui se situent au centre, les plus satisfaits de leur vie
11. de trop grands changements	les moins de 25 ans, ceux qui se situent au centre, ceux qui vivent dans une grande ville

Sont en corrélation avec des votes qui seraient négatifs à l'égard du Traité de Maastricht , les craintes relatives à:

- la hausse des prix
- le perte d'identité nationale
- la perte de pouvoir
- devoir payer pour d'autres

Belgique

Les Belges sont certainement pro-européens, mais ce qui frappe c'est leur sous-information (alors qu'ils sont au coeur de l'Europe ...), leurs réticences à l'égard du Grand Marché et à l'égard des décisions politiques prises au plan européen et surtout leur manque d'intérêt et leur indifférence.

Leur manque d'intérêt pour la politique belge aurait pu se traduire par un réinvestissement en intérêt dans le domaine européen. Il n'en est rien, semble-t-il, et les Belges paraissent considérer globalement l'Europe de la même façon dont ils considèrent leur pays, sauf certains groupes particuliers de population moins repliés dans l'indifférence.

Sur le plan des cibles d'une politique de communication :

- les cibles favorables au projet européen qu'il faut donc conforter sont les jeunes, les catégories sociales aisées, ceux qui se situent au centre ou à droite, ceux qui ont des mentalités post-matérialistes, qui sont satisfaits de leur vie.

Leur principale crainte : la concurrence accrue, le fait que le pays ne soit pas prêt.

- les cibles indifférentes, importantes numériquement, qu'il faut arriver à sensibiliser sont les femmes, les catégories sociales inférieures, ceux qui se situent au centre, ceux qui ont des mentalités matérialistes; on remarquera que leur indifférence est associée à une relativement grande satisfaction.

Leurs principales craintes : le chômage, la hausse des prix, les incertitudes du futur.

- les cibles à convaincre car elles se caractérisent par des avis négatifs à l'égard du projet européen sont assez peu représentées, elles se situent à gauche, elles ont des mentalités matérialistes, elles sont peu satisfaites de leur vie.

Leurs principales craintes paraissent se situer au plan politique : la perte de pouvoir.

2. Danemark

La toile de fonds

Les Danois sont très satisfaits de leur vie et de la démocratie dans leur pays. Relativement privilégiés, les Danois considèrent que la société n'est pas injuste. Ils perçoivent le nombre de pauvres comme étant resté stationnaire. De toute façon, la pauvreté n'est pas un état définitif et les Danois pensent qu'il y a moyen d'en sortir maintenant ou, en tout cas, la génération des enfants.

Par rapport à la moyenne européenne, les Danois sont les plus nombreux à considérer que les Pouvoirs Publics font trop pour les pauvres. Ils paraissent donc refuser les perspectives d'institutionnalisation d'une société duale et sont confiants dans les possibilités individuelles de progrès dans une société démocratique. L'attachement à la démocratie est d'ailleurs très grand au Danemark.

Très satisfaits, les Danois n'en sont pas moins inquiets : ils sont moins satisfaits aujourd'hui qu'il y a 5 ans et pensent moins que l'année qui vient sera meilleure.

Ce pays présente une sensibilité plus aiguë à certains problèmes : environnement, chômage, inconvénients de la vie moderne, problème de l'immigration, laisser-aller de la jeunesse.

Plus ouverts à l'asile politique, les Danois sont plus réticents à l'égard de l'accueil fait aux étrangers, qu'ils soient ressortissants de la CE ou non. La lutte contre le racisme ne paraît pas les sensibiliser.

Sur le plan de l'égalité des hommes et des femmes sur tous les aspects, les Danois manifestent les attitudes les plus progressistes.

Attitudes pro-européennes et "déficit" européen : un bilan

Plutôt déficitaires sur le plan des attitudes pro-européennes, les Danois manifestent cependant certaines tendances plus européennes que la moyenne européenne :

- la notoriété de la Commission, du Marché Unique et du Traité de Maastricht est supérieure à la moyenne
- ils disposent d'informations via les médias (à l'exception de la TV et des magazines), notamment à propos du Fonds de Développement régional
- ils connaissent mieux la politique européenne pour les régions défavorisées
- ils sont plus satisfaits de la façon dont les médias parlent de l'Europe
- la localisation des institutions européennes est mieux connue
- l'évaluation des conséquences de l'Europe pour leur pays est plus positive
- l'importance de l'Europe pour l'avenir de leur pays est mieux reconnue
- ils s'intéressent davantage à la politique européenne
- ils sont plus satisfaits de la manière dont les hommes et les institutions s'occupent de l'Europe

Le "déficit" des attitudes pro-européennes se marque sur la plupart des évaluations :

- ils se veulent peu européens, leur attachement à leurs villes, leurs régions, leur pays est grand
- ils ne se sentent pas suffisamment informés
- leur perception du rôle du Parlement est faible
- ils perçoivent davantage que l'Europe avance vite, alors qu'ils souhaiteraient qu'elle avance lentement
- ils sont moins favorables à l'Europe des régions
- leurs attitudes sont moins favorables à l'unification européenne
- ils auraient moins de regrets en cas d'abandon de l'Europe
- ils sont moins favorables à la politique agricole
- ils sont moins favorables à une extension du rôle du Parlement

- ils sont moins favorables à l'Union Economique et Monétaire
- ils sont moins favorables aux propositions de l'Europe politique
- ils sont moins favorables à des décisions plus européennes en général
- ils sont moins favorables à un impôt direct européen
- le Grand Marché suscite moins d'espairs, leurs attitudes sont plus ambivalentes ou plus négatives; la dimension sociale du Grand Marché les intéresse moins
- ils sont moins favorables au Traité de Maastricht; les effets perçus sont plus négatifs.

Bien que le Danemarck considère que l'Europe avance trop vite, on a le sentiment que sur certains points il souhaiterait une position commune plus ferme et plus cohérente.

Très ancrés sur les acquis d'une société qui campe sur une idée avancée de la démocratie, les Danois se sentent parfois en décalage par rapport à la réalité européenne, décalage qu'intensifie le sentiment d'être insuffisamment informés, malgré le fait que les médias sont généralement plutôt bien perçus.

A l'exception du Parlement, faiblement ou mal perçu, les Institutions européennes et leurs sièges respectifs sont relativement bien connus. De même le Marché Unique et le Traité de Maastricht bénéficient d'une notoriété supérieure à la moyenne européenne.

Finalement les danois connaissent mieux que la moyenne des Européens, les différentes orientations de la politique communautaire. Le sentiment de sous-information est donc surprenant pour une opinion publique qui se déclare satisfaite de la manière dont les médias s'occupent de l'Europe. Ceci s'explique peut-être par un intérêt affirmé pour la politique en général et la politique européenne en particulier et par un désir de pouvoir décider en connaissance de cause, ce qui rejoint leur attitude nettement progressiste en matière de démocratie.

Malgré le réflexe particulariste que l'on sait, l'importance de l'Europe est clairement affirmée, de la même manière que l'opinion publique juge le bilan de l'action européenne nettement positif pour le pays.

A travers la sanction à l'égard de Maastricht, ce n'est pas la légitimité communautaire qui est dénoncée mais le fonctionnement institutionnel ou certaines options fondamentales. En outre le sentiment d'être européen reste

plus secondaire que dans d'autres pays : l'attachement à la nation, à la région, à la ville, reste nettement prioritaire.

Que les Danois soient généralement satisfaits de la manière dont les hommes et les institutions s'occupent de l'Europe est une chose, l'évolution de la politique européenne en est une autre, généralement perçue négativement.

L'Union Economique et Monétaire, le Grand Marché, l'Europe Politique, la politique agricole ou l'impôt direct européen sont globalement mal perçus. En outre le Danemark ne souhaite pas une extension du rôle du Parlement, de la même manière qu'il est peu favorable à la multiplication des prises de décisions européennes communes.

En d'autres termes, l'Unification européenne ne suscite que des espoirs mitigés, à tout le moins inférieurs à ceux de la moyenne des opinions publiques. L'Europe des Régions suscite peu d'intérêt et en définitive l'abandon de l'Europe ne serait pas perçu, par la majorité, comme une catastrophe.

Globalement le projet européen est une préoccupation parmi d'autres, prise en compte avec sérieux et intérêt sans doute, mais dans l'état actuel des choses, les avancées européennes restent insatisfaisantes pour la majorité des Danois qui sont avant tout sensibles à l'évolution de la situation de leur pays.

Sondage automne 1992

Le niveau de satisfaction à l'égard de sa vie est plus élevé parmi :

- les niveaux sociaux élevés
- ceux qui ont des valeurs post-matérialistes
- ceux qui se situent à droite
- les plus exposés aux médias
- les leaders d'opinion

Le pays est perçu comme ayant bénéficié de son appartenance à l'Europe, surtout parmi :

- les hommes
- les moins de 25 ans
- les niveaux sociaux élevés, les indépendants
- ceux qui ont des valeurs matérialistes
- ceux qui se situent à droite
- les leaders d'opinion
- les plus satisfaits de leur vie

Ceux qui estiment que leur pays n'a pas bénéficié de son appartenance à l'Europe sont plus nombreux parmi :

- les femmes
- les niveaux sociaux inférieurs
- ceux qui ont des valeurs post-matérialistes
- ceux qui se situent à gauche
- les moins exposés aux médias
- les moins satisfaits de leur vie

Les indifférents, les indécis sont surtout :

- les femmes
- les moins de 25 ans
- les niveaux sociaux inférieurs
- ceux qui ont des valeurs matérialistes
- ceux qui se situent au centre ou à gauche
- les plus satisfaits de leur vie

Les craintes exprimées à l'égard du Grand Marché sont, dans l'ordre de leur fréquence de citation :

Ces craintes sont surtout exprimées par :

- | | |
|----------------------------------|---|
| 1. la perte d'identité nationale | les femmes, ceux de 40 à 55 ans, les niveaux sociaux inférieurs, ceux qui se situent au centre |
| 2. la perte de pouvoir | les femmes, les moins de 25 ans, ceux qui ont des valeurs matérialistes, ceux qui se situent à gauche ou au centre |
| 3. la délinquance | les plus de 55 ans, les employés, ceux qui se situent au centre, les leaders d'opinion, les plus exposés aux médias |
| 4. l'augmentation des immigrés | les plus de 55 ans, les niveaux sociaux inférieurs, ceux qui ont des valeurs matérialistes |

5. l'augmentation du chômage	les femmes, ceux de 25 à 40 ans, les niveaux sociaux élevés, ceux qui se situent à gauche, les plus exposés aux médias
6. les incertitudes du futur	les hommes, ceux de 25 à 40 ans, ceux qui se situent à gauche et au centre
7. le pays n'est pas prêt	ceux de 25 à 40 ans, les niveaux sociaux élevés, ceux qui ont des valeurs post-matérialistes, ceux qui se situent à gauche
8. la concurrence accrue	les managers, ceux qui ont des valeurs post-matérialistes
9. devoir payer pour d'autres	ceux qui se situent à droite
10. trop de changements	les indépendants
11 la hausse des prix	ceux qui se situent à droite

Sont en corrélation avec des votes négatifs à l'égard du Traité de Maastricht :

- la perte d'identité nationale
- la perte de pouvoir

Danemark

Les Danois sont très contents de leur sort, mais sont pessimistes pour l'avenir et perplexes quant à la direction à prendre.

Ils sont attentifs à l'Europe, se sentent concernés mais en somme estiment qu'ils pourraient bien y perdre non seulement leur spécificité, mais aussi leur "supériorité" en matière de démocratie et d'égalité.

A cet égard, leur crainte de voir se "dualiser" la société peut jouer un rôle important dans leurs réticences à l'égard de l'Europe.

Sur le plan des cibles d'une politique de communication :

- les cibles favorables au projet européen, à conforter sont les jeunes, les catégories sociales aisées, ceux qui se situent à droite, qui ont une mentalité matérialiste, qui sont satisfaits de leur vie.

Ils ne paraissent pas ressentir de craintes très particulières.

- les cibles indifférentes, indécises, qu'il faut arriver à sensibiliser sont les femmes, des catégories sociales inférieures, ceux qui se situent au centre ou à gauche, qui ont une mentalité matérialiste; leur indifférence est teintée d'une assez grande satisfaction.

Leurs craintes : la perte d'identité nationale, les immigrés.

- les cibles à convaincre, opposées au projet européen, sont également plutôt des femmes, des catégories sociales inférieures, ceux qui se situent à gauche, qui ont une mentalité post-matérialistes (c'est ce qui semble les distinguer des "indifférents").

Leurs craintes : le pays n'est pas prêt, le chômage, les incertitudes du futur (sans doute liées à leur crainte de voir réduire la démocratie)

3. Allemagne

La toile de fonds

Le sentiment de satisfaction à l'égard de sa vie s'identifie à la moyenne européenne. En revanche, les Allemands sont plus satisfaits que la moyenne de la démocratie dans leur pays.

Ils ne considèrent pas que la société est injuste avec eux et pensent qu'il est possible de quitter la pauvreté. Ils sont d'ailleurs très favorables aux mesures de lutte contre la pauvreté, qu'elles émanent de leur pays ou de la CEE.

Mais se superposent à cette satisfaction beaucoup d'inquiétude pour l'avenir: les Allemands redoutent une baisse du niveau de vie pour leurs enfants.

La situation économique de l'année qui s'achève est perçue comme s'étant nettement dégradée. Un sentiment d'expectative paraît s'installer : on ne sait pas très bien comment vont tourner les choses.

Les Allemands sont très sensibilisés aux problèmes de la paix dans le monde et de défense des droits de l'homme.

Très attaché à la démocratie, très préoccupé des libertés individuelles, l'Allemand montre un vif intérêt pour la politique.

Avant d'être européen, l'Allemand est surtout attaché à sa ville et à sa région et cet enracinement régional empêche parfois d'avoir une vision large du monde et des problèmes.

Mais cet enracinement régional ne va pas jusqu'au souhait que les régions prennent part aux discussions communautaires.

Sans être insulaire comme d'autres, l'Allemand a une tendance au repli sinon au retrait. Il est d'ailleurs extrêmement conservateur lorsqu'il est question d'égalité entre hommes et femmes, par exemple.

Ceci expliquant cela, l'Allemagne est nettement peu ouverte à la venue d'étrangers, quelles que soient leurs origines.

Mais lorsque cette attitude de rejet se teinte de xénophobie, les Allemands se mobilisent contre les dérives racistes, cette lutte constituant pour eux une priorité absolue.

Les attitudes pro-européennes et le "déficit" européen : un bilan

Les Allemands manifestent des attitudes pro-européennes sur de nombreux points :

- ils ont une bonne connaissance de la Commission, du Marché Unique; les informations leur parviennent davantage par la presse;
- ils ont le sentiment d'être mieux informés;
- ils sont plus satisfaits de la manière dont les médias s'occupent de l'Europe;
- ils sont favorables à l'Europe politique;
- ils prônent davantage des décisions "européennes" en matière de défense, d'environnement, de réglementation TV, de culture, de politique à l'égard de l'immigration et de l'asile politique.

Enfin, soulignons que l'évolution des opinions en Allemagne épouse généralement le sens général de l'évolution de la moyenne européenne.

Certaines attitudes manifestent cependant un "déficit" européen plus ou moins important :

- leur sentiment européen est assez peu vivace (leur attachement à leur ville et à leur région est très grand);
 - la notoriété du Traité de Maastricht n'est pas excellente, de plus les impressions d'après ce qu'ils en ont lu ou entendu sont moins favorables;
- le rôle du Parlement est mal perçu : spécialement en ce qui concerne la politique sociale : l'équivalence des diplômes, la protection du consommateur et la défense de l'environnement; ils souhaitent moins voir le rôle du Parlement s'amplifier;
- les Allemands trouvent plus fréquemment que la moyenne européenne, que l'évolution européenne est lente, mais ils la souhaiteraient plus lente encore;
 - ils sont moins favorables à l'Union européenne;
 - les conséquences de l'Europe pour leur pays sont perçues moins positivement;

- ils sont moins favorables aux propositions concernant la politique agricole;
- ils sont moins favorables à l'Union économique et monétaire;
- ils sont plus réticents à l'égard de l'Europe des régions;
- dans de nombreux domaines, ils souhaitent davantage des décisions nationales: la monnaie, la coopération du développement, la recherche scientifique, les taux de TVA, la politique industrielle, la sécurité au travail, les mesures contre le chômage;
- le Grand Marché suscite moins d'espoirs; les effets escomptés sont moins positifs; la dimension sociale du Grand Marché est moins bien jugée;
- concernant le Traité de Maastricht les attitudes sont en retrait par rapport à la moyenne européenne.

La notoriété des institutions européennes dans les médias n'est pas bonne; par ailleurs l'impression donnée par le Parlement et la Commission est relativement défavorable.

Dès lors que l'information est critiquée, on ne s'étonnera pas que les sources d'information soient globalement jugées insatisfaisantes, mis à part les quotidiens.

Malgré tout, et même s'il connaît peu le siège des Institutions, le Fonds de Développement régional, l'Allemand se déclare bien informé et satisfait de la manière dont les médias s'occupent de l'Europe.

Il y a là un paradoxe qui s'explique sans doute par une certaine amertume à l'égard de la Communauté européenne. Le Parlement, par exemple, est mal perçu, son rôle est minimisé et ses activités ne sont valorisées qu'en matière de politique de la famille et de mobilité des étudiants.

Une telle perception de l'efficacité explique en partie le fait que l'Allemagne considère que la Communauté européenne progresse lentement, ce qui n'est pas pour lui déplaire puisqu'elle souhaiterait pour sa part que cette progression soit plus lente encore.

En matière de jugement, l'Allemand est nettement mitigé : néanmoins s'il est finalement un supporter assez tiède de la cause de l'unification, il regretterait l'abandon de celle-ci, ce qui se confirme par le réel intérêt qu'il porte à la politique européenne.

S'il a pleinement satisfaction dans la manière dont les hommes et les institutions s'occupent de l'Europe, l'appartenance à la Communauté européenne lui paraît assez déficitaire pour son pays.

Dans le droit fil de ces évaluations négatives, l'Allemagne ne souhaite aucunement voir élargir le rôle et les prérogatives du Parlement européen et elle est nettement défavorable à l'Union Économique et monétaire.

Par contre, elle serait plus favorable à une Europe politique, tant en matière de politique étrangère que de défense commune.

En ce qui concerne les matières qui devraient faire l'objet de décisions communes, les Allemands optent pour un éclectisme évident .

Cet éclectisme disparaît lorsqu'il s'agit de se prononcer sur le Grand Marché qui est globalement mal perçu et désinvesti : à en croire l'opinion publique allemande, le Marché unique n'aura que peu d'effet, tant au plan national qu'au plan européen.

Dans le droit fil de cette opinion, le sommet de Maastricht est perçu négativement, même si les Allemands s'accordent à considérer qu'il est important pour la Communauté européenne.

Sondage automne 1992

Le pays est perçu comme ayant bénéficié de son appartenance à l'Europe et les attitudes sont favorables au Grand Marché, surtout parmi :

- les hommes
- ceux de 40 à 55 ans
- les niveaux sociaux élevés
- ceux qui se situent à gauche
- ceux qui ont des valeurs post-matérialistes
- les plus satisfaits de leur vie

Ceux qui estiment que leur pays n'a pas bénéficié de son appartenance à l'Europe sont plus nombreux parmi :

- les niveaux sociaux inférieurs
- ceux qui ont des valeurs matérialistes
- ceux qui se situent à droite
- les moins exposés aux médias
- les moins satisfaits de leur vie

Les indifférents, les indécis sont surtout :

- les femmes
- ceux de 25 à 40 ans

Les craintes exprimées sont, dans l'ordre de leur fréquence de citation :

Ces craintes sont surtout exprimées par :

- | | |
|----------------------------------|--|
| 1. l'augmentation des immigrés | les femmes, les plus de 55 ans, les niveaux sociaux inférieurs, les indépendants, ceux qui ont des valeurs post-matérialistes, ceux qui se situent à droite et au centre, les plus exposés aux médias, ceux qui vivent dans des grandes villes, les moins satisfaits de leur vie |
| 2. devoir payer pour d'autres | les niveaux sociaux élevés, ceux qui se situent à droite, les leaders d'opinion, |
| 3. la délinquance | les hommes, les moins de 25 ans, les niveaux sociaux élevés, les indépendants, ceux qui ont des valeurs post-matérialistes, ceux qui se situent au centre, ceux qui sont les plus exposés aux médias |
| 4. la perte d'identité nationale | ceux de 40 à 55 ans, plutôt les niveaux sociaux moyens inférieurs, ceux qui ont des valeurs matérialistes, ceux qui se situent à droite, ceux qui sont les plus exposés aux médias, les moins satisfaits de leur vie |
| 5. l'augmentation du chômage | les femmes, ceux de 25 à 40 ans, ceux qui ont des valeurs post-matérialistes, les managers et les travailleurs manuels, les plus exposés aux médias |
| 6. les incertitudes du futur | les femmes, les plus de 40 ans, les niveaux sociaux inférieurs, ceux qui ont des valeurs matérialistes, les moins satisfaits de leur vie |

- | | |
|--------------------------------|--|
| 7. la hausse des prix | les femmes, les plus de 55 ans, les indépendants, ceux qui ont de faibles revenus, ceux qui se situent au centre |
| 8. la concurrence accrue | les moins de 25 ans, les niveaux sociaux élevés, les plus satisfaits |
| 9. la perte de pouvoir | ceux qui se situent à gauche |
| 10. le pays n'est pas prêt | |
| 11. de trop grands changements | ceux qui se situent à droite |

Sont en corrélation avec des votes négatifs à l'égard du Traité de Maastricht :

- l'augmentation des immigrés
- devoir payer pour d'autres
- la perte d'identité nationale
- les incertitudes du futur

Allemagne

En fait, ce qui émerge d'une position finalement assez floue est l'image d'un certain désenchantement à l'égard de l'idée européenne. Cette attitude pose question par rapport à l'image européenne de premier plan que vise à produire l'Allemagne.

Les Allemands semblent dans l'expectative quant à la manière dont vont tourner les choses, ce qui induit une prudence marquée pour la réalité institutionnelle et un désengagement quant à la portée de l'idée européenne.

Sur le plan des cibles d'une politique de communication :

- les cibles favorables au projet européen, à conforter sont: les personnes de 40 à 55 ans, les catégories sociales aisées, ceux qui se situent à gauche, qui ont une mentalité post-matérialiste, qui sont satisfaits de leur vie.

Leurs craintes : le chômage.

- les cibles indifférentes, qu'il faut arriver à sensibiliser sont surtout les femmes, ceux de 25 à 40 ans.

- Les cibles opposées au projet européen, qu'il faut convaincre, sont les catégories sociales inférieures, ceux qui se situent à droite, qui ont une mentalité matérialiste, qui ne sont pas satisfaits de leur vie.

Leurs craintes : la perte de l'identité nationale, devoir payer pour d'autres, de trop grands changements.

On ne peut également négliger certaines craintes exprimées par des personnes se situant plutôt à droite, ayant une mentalité post-matérialiste et ne se profilant pas de manière nette vis à vis du projet européen, sans doute parce qu'elles ont des attitudes ambivalentes. Ces craintes sont parmi les plus fréquemment exprimées : les immigrés, la délinquance.

4. Grèce

La toile de fonds

Les Grecs sont peu satisfaits de leur vie, peu satisfaits également du fonctionnement de la démocratie dans leur pays. Leur taux de satisfaction diminue alors qu'il augmente chez la moyenne des Européens.

Par rapport à la moyenne européenne, les Grecs considèrent que la société est injuste. Pourtant ils sont ceux qui considèrent le plus nettement que le nombre de pauvres a diminué. Ils sont plus convaincus qu'il y a moyen de se libérer de la pauvreté et plus encore pour leurs enfants.

La situation économique comme la situation financière de leur famille sont perçues comme s'étant détériorées, ils manifestent du pessimisme à l'égard de l'avenir proche. Ce pessimisme s'accroît, ce qui contraste avec le relatif optimisme qu'on constate pendant la même période en Europe.

S'il est inquiet pour l'avenir proche, le Grec est cependant l'Européen qui s'attend le plus à une forte amélioration du niveau de vie de ses enfants.

Les Grecs paraissent les plus sensibilisés aux problèmes d'environnement, mais à cet égard on notera que la plupart des enquêtes semblent avoir été réalisées dans les villes. En outre on connaît le caractère aigu des problèmes de pollution particulièrement préoccupants pour le pays.

Les Grecs sont plus favorables à une extension des droits des immigrants en général dans leur pays. Pourtant ils sont plus défavorables que la moyenne à l'entrée d'étrangers venant du Sud de la Méditerranée ou des pays de l'Est.

Les Grecs sont plus favorables à l'égalité des rôles dans la famille ainsi qu'au travail des femmes. Ils paraissent plus réservés en revanche en ce qui concerne l'accès des femmes aux responsabilités politiques.

Les attitudes pro-européennes et le "déficit" européen : un bilan

Les grecs expriment des opinions pro-européennes plus prononcées que la moyenne européenne sur la plupart des sujets :

- ils ont plus fréquemment un sentiment d'appartenance européen (ce qui n'exclut pas un grand attachement à leurs villes, leurs régions, leur pays)

- la notoriété du Marché Unique et du Traité de Maastricht est meilleure
- les sources d'informations sont meilleures (à l'exception de la presse), notamment en ce qui concerne le Fonds de Développement Régional
- ils considèrent que le rôle du Parlement est important et le perçoivent surtout au niveau de la politique sociale et de la famille (+ femmes et personnes âgées)
- ils pensent plus fréquemment que l'Europe avance vite, mais la voudraient plus rapide encore
- ils ont une meilleure perception de la politique européenne pour les régions défavorisées
- ils sont plus favorables à l'unification européenne; leurs attitudes sont plus positives à l'égard de l'Europe
- ils s'intéressent davantage à la politique européenne (leur niveau d'intérêt pour la politique est plus élevé en général)
- l'évaluation qu'ils font des conséquences de l'appartenance à l'Europe pour leur pays est plus positive
- ils sont plus satisfaits de la manière dont les hommes politiques, leur gouvernement et le système éducatif s'occupent de l'Europe
- ils sont plus favorables aux réformes proposées pour la politique agricole commune
- ils souhaitent voir jouer au Parlement Européen un rôle plus important
- ils sont plus favorables à l'Union Economique et Monétaire
- ils sont plus favorables à l'Europe des régions
- en ce qui concerne les décisions, ils souhaitent plus de décisions européennes en ce qui concerne la monnaie, la santé, l'éducation, la politique industrielle, la protection du travail, les mesures contre le chômage
- ils sont plus favorables à l'égard du Grand Marché (tout en éprouvant beaucoup de craintes cependant); les effets sont perçus plus positivement; la dimension sociale du Grand Marché emporte plus d'adhésion
- le Traité de Maastricht paraît mieux perçu dans ses conséquences

Un certain déficit par rapport à la moyenne européenne apparaît cependant pour certains points :

- la mauvaise notoriété de la Commission
- un déficit d'informations venant de la presse
- une insatisfaction plus marquée à l'égard des médias
- le sentiment de ne pas être informé
- une mauvaise perception du rôle du Parlement en matière d'équivalence de diplômes, de mobilité des étudiants, de protection de l'environnement et du consommateur
- une plus grande insatisfaction relative à la façon dont les entreprises s'occupent de l'Europe
- des attitudes moins favorables à l'égard d'une politique de défense commune
- des attitudes moins favorables à l'égard d'un impôt direct européen
- globalement des attitudes moins enclines à favoriser les décisions européennes. Les réticences étant plus marquées en ce qui concerne la défense, l'environnement, la coopération, la recherche, la TVA, la politique étrangère, la culture, les immigrés, l'asile politique
- à l'égard du Traité de Maastricht, un "profil européen" assez ambigu : davantage d'indifférents et des attitudes plus tranchées vers le non que vers le oui.

En matière d'information et de connaissance des mécanismes européens, les sentiments des grecs sont relativement contradictoires.

Les sources d'information sont meilleures que la moyenne, notamment en ce qui concerne le Fonds de Développement régional, mais il y a un net déficit d'informations en provenance de la presse écrite qui induit une insatisfaction marquée à l'égard des médias.

Ce sentiment d'être mal informé trouve une confirmation dans la mauvaise notoriété de la Commission et une mauvaise perception du rôle du Parlement. Néanmoins le rôle du Parlement est considéré comme important. Par ailleurs la notoriété du Grand Marché et du Traité de Maastricht est meilleure auprès de l'opinion publique grecque que dans la moyenne des opinions européennes.

En définitive, malgré un déficit d'information et malgré un grand attachement à leur ville, leurs régions et leur pays, les Grecs affichent fréquemment un sentiment d'appartenance à l'Europe et un grand intérêt pour la politique européenne, qui va d'ailleurs de pair avec un intérêt pour la politique en général.

Les Grecs ont le sentiment que l'Europe avance vite, mais leur impatience à aller de l'avant les pousse à souhaiter que le mouvement s'accélère encore. Cette impatience induit évidemment toute une série de perceptions et d'opinions positives.

L'opinion publique est en effet plus favorable que la moyenne à l'Europe et à l'Unification, à l'Union Economique et Monétaire, à l'Europe des régions et à l'Europe politique.

Le Traité de Maastricht est lui aussi mieux perçu que dans certains autres pays, tout comme le Grand Marché, même si les perspectives que celui-ci implique, suscitent quelques craintes. Plus particulièrement, la dimension sociale du Grand Marché est bien accueillie.

De nombreux Grecs souhaitent voir s'intensifier le rôle du Parlement et les réformes proposées en matière de politique agricole commune sont généralement bien accueillies.

Seules réserves, des attitudes moins favorables en matière de défense commune et d'un impôt direct européen.

Mais le bilan global reste positif et implique, bien entendu, que de nombreux Grecs se disent assez satisfaits de la manière dont les hommes et les Institutions s'occupent de l'Europe.

Enfin, en matière de décisions communes, les Grecs souhaitent que les problèmes de monnaie, de santé, d'éducation, de politique industrielle, de protection du travail, de lutte contre le chômage se légifèrent au niveau européen. Quelques domaines spécifiques devraient néanmoins rester de la compétence du gouvernement national : la défense, l'environnement, la coopération, la recherche, la TVA, la politique étrangère et l'immigration, la culture. En ce qui concerne l'ensemble de ces attitudes, prises globalement, les Grecs sont relativement proches, d'un côté comme de l'autre, de l'opinion européenne moyenne.

Sondage automne 1992

Le niveau de satisfaction à l'égard de sa vie est le moins élevé parmi :

- les plus de 55 ans
- les niveaux sociaux inférieurs
- ceux qui se situent à gauche
- les moins exposés aux médias

Les moins satisfaits du fonctionnement de la démocratie sont surtout :

- les plus de 40 ans
- ceux qui ont des valeurs post-matérialistes
- les leaders d'opinion

Le pays est perçu comme ayant bénéficié de son appartenance à l'Europe, surtout parmi :

- ceux qui se situent à droite
- ceux qui ont des valeurs matérialistes
- les niveaux sociaux élevés
- les plus satisfaits de leur vie

Ceux qui estiment que leur pays n'a pas bénéficié de son appartenance à l'Europe sont plus nombreux parmi :

- les niveaux sociaux inférieurs
- ceux qui se situent à gauche
- les moins exposés aux médias

Les indifférents, les indécis sont surtout :

- les moins exposés aux médias, ceux qui se sentent les plus mal informés
- ceux qui ont des valeurs matérialistes

Les craintes exprimées à l'égard du Grand Marché sont dans l'ordre de leur fréquence de citation :

Ces craintes sont surtout exprimées par :

- | | |
|----------------------------------|--|
| 1. l'augmentation du chômage | les moins de 25 ans, les niveaux sociaux inférieurs, ceux qui ont des valeurs post-matérialistes |
| 2. la concurrence accrue | les moins de 25 ans, les niveaux sociaux élevés, ceux qui ont des valeurs post-matérialistes, les plus exposés aux médias, les leaders d'opinion |
| 3. la hausse des prix | ceux de 40 à 55 ans, les niveaux sociaux inférieurs, ceux qui ont des valeurs matérialistes |
| 4. le pays n'est pas prêt | les hommes, les moins de 25 ans, les niveaux sociaux élevés, ceux qui ont des valeurs post-matérialistes |
| 5. les incertitudes du futur | ceux de 25 à 40 ans, ceux qui ont des valeurs post-matérialistes |
| 6. la perte d'identité nationale | les femmes, ceux qui ont des valeurs post-matérialistes, les leaders d'opinion |
| 7. la perte de pouvoir | les niveaux sociaux élevés, ceux qui ont des valeurs post-matérialistes |
| 8. l'augmentation des immigrés | ceux de 40 à 55 ans, les niveaux sociaux élevés, ceux qui ont des valeurs matérialistes |
| 9. devoir payer pour d'autres | les plus de 55 ans, les niveaux sociaux inférieurs |
| 10. trop de changements | les niveaux sociaux inférieurs |
| 11. la délinquance | les femmes, ceux qui ont des valeurs matérialistes |

Certaines craintes sont en corrélation avec des votes négatifs à l'égard du Traité de Maastricht :

- l'augmentation du chômage
- la hausse des prix
- la perte d'identité nationale
- la perte de pouvoir
- devoir payer pour d'autres

GRECE

Dans un premier examen, les Grecs sont parmi les plus européens. Cependant leur attachement à l'Europe a des points gris : un déficit sur le plan de l'information et des attitudes peu enclines à favoriser les décisions européennes.

Cette ambivalence paraît trouver ses racines dans une insatisfaction profonde qui s'accompagne d'un niveau d'espoir aussi grand que l'inquiétude et la perplexité que suscitent les perspectives d'avenir.

On remarquera également le sens de l'évolution des attitudes qui contraste souvent avec l'évolution générale de la moyenne européenne, notamment en ce qui concerne la perception de la situation économique.

Sur le plan des cibles d'une politique de communication :

- les cibles favorables au projet européen, qu'il faut conforter sont les catégories sociales aisées, ceux qui se situent à droite, qui ont une mentalité matérialiste, qui sont satisfaits de leur vie.

Leurs craintes : les immigrés, la délinquance, les incertitudes du futur, la concurrence accrue.

- les cibles indifférentes, qu'il faut sensibiliser, ont une mentalité matérialiste également.

Leurs craintes : le chômage, la hausse des prix.

- les cibles opposées au projet européen, qu'il faut convaincre, sont les catégories sociales inférieures, ceux qui se situent à gauche, ceux qui sont les moins satisfaits. Parmi ceux-ci, ceux qui sont les moins satisfaits du fonctionnement de la démocratie et qui ont une mentalité post-matérialiste.

Leurs craintes : le chômage, la hausse des prix (comme les indifférents), mais également les immigrés.

5. Espagne

La toile de fonds

Si le sentiment de satisfaction à l'égard de sa vie n'est pas très élevé, il est compensé par une satisfaction relative qui aligne l'Espagne sur la moyenne communautaire, ceci dans une continuité marquée cependant par une hausse relative de satisfaction générale.

Que le sentiment de satisfaction à l'égard du fonctionnement de la démocratie soit supérieur à celui de la moyenne européenne est extrêmement significatif par rapport à l'évolution politique récente du pays et renforce une perception de l'avenir globalement positive, puisqu'en ce domaine, l'Espagne se situe de manière plus ou moins spectaculaire, au dessus de la moyenne communautaire (mais on notera également une forte proportion de non réponses qui tempère toute velléité de triomphalisme en la matière).

Enfin, il convient de remarquer que l'intérêt pour la politique reste assez mitigé. Par contre, les problèmes d'emploi et d'insécurité sont des préoccupations majeures, alors que la vie moderne, avec toutes ses implications, est perçue positivement.

L'Espagne, traversée par les contradictions régionalistes que l'on sait et qui font intimement partie de sa culture, a un besoin de recentrage identitaire évident, qui passe à la fois par un fort sentiment d'attachement national et régional, mais aussi par une conscience européenne qui est d'autant plus remarquable qu'elle est relativement récente. A tout le moins, l'Europe est à la fois un concept et une réalité qui séduit l'Espagnol en recherche de modernité.

Mais le passé étant ce qu'il est, le sentiment d'injustice sociale est encore vivace et l'Espagnol aurait tendance à reporter ses aspirations sur ses enfants.

Dès lors, il va de l'avant et affirme un esprit d'ouverture très net à "l'autre", européen ou non continental, quel qu'il soit. Religieux, sans doute, le prosélytisme n'est pas de mise, mais les manifestations d'un certain sectarisme inquiètent.

Les attitudes pro-européennes et le "déficit" européen : un bilan

Les attitudes pro-européennes des Espagnols sont accentuées par rapport à la moyenne des pays européens :

- leur sentiment d'appartenance à l'Europe est relativement élevé;
- leur perception du rôle du Parlement Européen est positive, ils souhaitent que ce rôle soit plus important encore;
- la politique européenne en faveur des régions déshéritées est bien connue; donner plus de pouvoirs aux régions est bien accueilli;
- ils sont favorables à l'Unification européenne et auraient plus de regrets en cas d'abandon de l'idée européenne;
- ils évaluent très positivement les conséquences de l'Europe pour leur pays;
- ils sont plus satisfaits de la manière dont les hommes politiques et les syndicats s'occupent de l'Europe;
- ils sont plus favorables à l'Union économique et monétaire;
- pour certaines matières, ils souhaitent davantage des décisions européennes : l'éducation, la santé, la participation dans les entreprises;
- le Grand Marché suscite de très grands espoirs, les effets sont considérés comme devant être positifs;
- le Traité de Maastricht est vu plus positivement (mais il y a aussi beaucoup d'avis indifférents à ce sujet).

Cependant il existe des lacunes dans certains domaines :

- les Espagnols sont assez mal informés à propos de la Commission et du Grand Marché; ils connaissent mal la localisation des institutions européennes;
- ils ont aussi le sentiment d'être mal informés;
- ils manifestent moins d'intérêt à l'égard de la politique européenne;
- ils sont moins satisfaits de la manière dont les entreprises et l'enseignement se sont occupés de l'Europe;

- ils sont moins favorables aux propositions concernant la politique agricole;
- ils sont moins favorables aux propositions de l'Europe politique;
- un impôt direct européen remporte moins d'adhésion;
- à propos de nombreuses décisions, ils souhaitent davantage qu'elles soient nationales : la défense, l'environnement, la coopération, la législation en matière de TV, les taux de TVA, la recherche scientifique, la politique étrangère, la politique industrielle, la culture, les mesures contre le chômage.

En matière d'information, ce qui pouvait apparaître jusqu'ici comme un consensus, se fragilise. Le degré de notoriété des questions européennes est caractérisé par une bonne impression générale, influencée par l'écrit et le discours, mais les instances européennes, au contraire du sommet de Maastricht, ne sont pas particulièrement bien perçues. Et de manière générale, les sources d'information sur la CE, mises à part la radio et la télévision, déçoivent, sauf peut-être à propos du Fonds de Développement Régional.

De manière générale, le bilan est négatif en ce qui concerne la manière dont les médias s'occupent de l'Europe et le sentiment domine d'être mal informé.

Ce bilan relativement déficitaire, d'une certaine manière, semble briser un enthousiasme intuitif dans lequel semblerait vouloir communier une bonne part des Espagnols, dont on connaît par ailleurs le sens de la convivialité.

Cette mauvaise information n'empêche pas une bonne représentation globale des instances communautaires, même si la capacité législative de celles-ci laisse plutôt dans l'expectative.

Globalement, l'Espagne est favorable à l'unification européenne et regretterait nettement son abandon en considérant que la dynamique générale est trop lente alors que pourtant l'opinion publique est finalement peu intéressée par la politique européenne, stricto sensu. L'appartenance à l'Europe est une bonne chose, bénéfique pour le pays, même si d'autres enjeux semblent prioritaires.

Hommes politiques et syndicats donnent satisfaction quant à la manière dont ils s'occupent de l'Europe, ce qui ne semble pas le cas en ce qui concerne les entreprises et les institutions éducatives. Le sentiment est plus proche de la moyenne en ce qui concerne le national et le régional. A cet égard, la question régionale reste très sensible et les Espagnols estiment que les régions doivent avoir leur mot à dire dans la Communauté.

Ceci étant, en matière d'aspirations, l'Espagne souhaite qu'un rôle accru soit dévolu au Parlement, y compris dans ses pouvoirs, et souhaite un gouvernement européen responsable devant ce même Parlement, pour autant, et ceci est paradoxal par rapport à une autre opinion exprimée, que les choses n'aillent pas trop vite.

Par ailleurs, autant le pays semble favorable à une Union Economique et monétaire, autant le concept d'Europe politique et fiscale est encore fragile.

En définitive, la surprise reste l'attitude à l'égard des grandes décisions communes qui ne devraient, finalement, porter que sur la santé, l'éducation et la participation des travailleurs à l'entreprise. Par rapport aux autres problèmes (défense, monnaie, environnement, coopération, TVA, politique étrangère et industrielle, culture, immigrés, sécurité du travail, chômage), les décisions devraient être prioritairement nationales. Ce qui signifie, en définitive, qu'en ces matières, l'europanisme n'est pas de mise.

Il n'empêche que l'espoir dans le grand Marché existe, même s'il est mitigé, et qu'il pourrait avoir un impact positif ponctuel, sans être général. Il y a dès lors, une certaine cohérence à ce que les Espagnols jugent très favorablement les implications du Traité de Maastricht.

Sondage d'automne 1992

Le pays est perçu comme ayant bénéficié de son appartenance à l'Europe, surtout parmi :

- les plus jeunes et les plus âgés
- les niveaux sociaux élevés
- ceux qui ont des valeurs matérialistes
- ceux qui se situent au centre
- ceux qui habitent dans les grands villes
- les plus satisfaits de leur vie
- les moins exposés aux médias

Ceux qui estiment que leur pays n'a pas bénéficié de son appartenance à l'Europe sont plus nombreux parmi :

- ceux qui ont des valeurs post-matérialistes

Les attitudes à l'égard du Grand Marché sont plus favorables parmi :

- les hommes
- les personnes de 25 à 40 ans
- les niveaux sociaux élevés
- ceux qui ont des valeurs post-matérialistes
- les plus exposés aux médias
- ceux qui se situent à gauche
- les plus satisfaits de leur vie

Les réticents et les indécis sont surtout :

- ceux qui ont des valeurs matérialistes
- ceux qui se situent à droite
- les moins exposés aux médias

Les craintes à l'égard du Grand Marché sont, dans l'ordre de leur fréquence de citation :

Ces craintes sont surtout exprimées par :

- | | |
|------------------------------|---|
| 1. l'augmentation du chômage | les hommes, les personnes de 40 à 55 ans, les niveaux sociaux inférieurs, ceux qui ont des valeurs matérialistes, les plus satisfaits de leur vie, les moins exposés aux médias, ceux qui vivent dans des zones rurales |
| 2. la hausse des prix | les personnes de 25 à 40 ans, les employés, ceux qui ont des valeurs matérialistes, les moins satisfaits de leur vie |
| 3. les incertitudes du futur | ceux qui ont de 25 à 40 ans, les niveaux sociaux élevés, ceux qui se situent au centre, les plus satisfaits de leur vie, les leaders d'opinion |
| 4. la concurrence accrue | les hommes, les personnes de 25 à 40 ans, les niveaux sociaux élevés |

5. le pays n'est pas prêt	les personnes de 40 à 55 ans, les niveaux sociaux supérieurs, ceux qui ont des valeurs post-matérialistes
6. l'augmentation des immigrés	les moins de 25 ans, les niveaux sociaux inférieurs, ceux qui ont des valeurs post-matérialistes, ceux qui se situent au centre, les moins satisfaits de leur vie
7. la perte de l'identité nationale	les plus de 55 ans, les niveaux sociaux inférieurs
8. devoir payer pour d'autres	
9. trop de changements	les plus de 55 ans
10. la délinquance accrue	les femmes, les plus de 55 ans, ceux qui ont des attitudes matérialistes
11. la perte de pouvoir	

Sont en corrélation avec des votes négatifs à l'égard du Traité de Maastricht :

- le pays n'est pas prêt
- l'augmentation des immigrés
- la perte de l'identité nationale
- devoir payer pour d'autres
- la perte de pouvoir

Espagne

Plutôt nouvelle venue sur la scène européenne, l'Espagne se caractérise par une grande voracité quant à l'avenir européen et un optimisme volontariste, ceci malgré une certaine frilosité qui s'explique par certaines étapes historiques, dont les blessures sont encore sensibles, et une sorte d'avancée conjuratoire, comme s'il s'agissait d'anticiper positivement sur l'avenir (ce qui est perceptible dans le syndrome bien connu de la "movida").

La Communauté européenne, en définitive, est importante dans la quotidienneté, même si, paradoxalement, au niveau de l'euro-péanité, on relève une certaine indifférence.

Dès lors, le maître concept, en ce qui concerne l'implication européenne de l'Espagne, est le paradoxe ou encore l'ambivalence. A une attitude résolument positive et ouverte répond un positionnement timoré.

Une telle réalité renvoie à une contradiction fondamentale entre modernité et traditionalisme. Les Espagnols attendent manifestement plus de l'Europe, mais ne sont pas en position, pour leur part, d'investir plus, compte tenu de l'hypothèque du passé.

Autrement dit, l'Espagne est au coeur du conflit entre désir et plaisir : désir de plus d'Europe, envers et contre tout, pour aller de l'avant et plaisir d'être ce qu'elle est, enracinée dans une histoire violente et tourmentée.

Sur le plan des cibles d'une politique de communication :

- les cibles favorables au projet européen, qu'il faut conforter, sont : les catégories sociales aisées, ceux qui se situent au centre ou à gauche, qui ont une mentalité matérialiste, qui sont satisfaits de leur vie.

Leurs craintes : les incertitudes du futur, la concurrence.

- les cibles indifférentes, qu'il faut arriver à sensibiliser, ont également une mentalité matérialiste, ils se situent plutôt à droite.

Leurs craintes : le chômage, la hausse des prix.

- les cibles à convaincre, qui estiment que leur pays n'a pas bénéficié de son appartenance à l'Europe, ont plutôt une mentalité post-matérialiste. Mais il semble que leurs attitudes soient souvent ambivalentes (ils sont souvent, par exemple, favorables quand même au Grand Marché)

Leurs craintes : le pays n'est pas prêt, les immigrés.

6. France

La toile de fonds

Pays d'ouverture, d'accueil et de tolérance, finalement, à l'égard de l'Europe, la France affiche un certain ethnocentrisme qu'elle dispute à sa rivale historique, la Grande-Bretagne.

Et de toute façon, la France profonde est mécontente : à l'égard de sa vie autant qu'à l'égard du fonctionnement de la démocratie qui la gouverne.

La France, comme d'autres pays européens avancés on le sait, perd de l'intérêt pour la politique, ce qui ne serait que conforme à une tendance générale si en même temps elle ne développait une vision pessimiste de l'avenir dans tous les domaines, autant sur le plan personnel qu'en ce qui concerne la situation économique et sociale du pays.

Les années à venir s'annoncent donc peu engageantes alors que les perspectives d'amélioration de la situation économique en général et du ménage en particulier sont plus ou moins inférieures aux moyennes européennes. Ceci explique, entre autres choses, que le chômage soit une préoccupation particulièrement affirmée et que le combat contre la pauvreté, pour plus de justice sociale, figure en bon ordre des préoccupations majeures.

Le Français est un citoyen européen, aujourd'hui, mais fragile : le futur est incertain et de toute façon le sentiment d'attachement tant au local qu'au transnational, est très relatif, même si le sentiment d'appartenir à la Communauté Européenne s'aligne sur la moyenne.

Pays d'ouverture sans doute, la France néanmoins manifeste une attitude marquée de refus à l'égard des étrangers, européens ou non, ce qui est relativement surprenant pour un des pays les plus visités du monde. Il est vrai, par ailleurs, que dans sa perception de l'autre, le Français vit difficilement la cohabitation avec sa main-d'oeuvre d'origine nord-africaine.

Sur le plan des rapports entre les hommes et les femmes, le Français est clairement égalitariste, mais il est vrai que la France est la patrie des droits de l'homme.

Les attitudes pro-européennes et le "déficit" européen : un bilan

Sur le plan des attitudes pro-européennes, quelques aspects doivent être retenus, car ils manifestent un "plus" par rapport à la moyenne des pays européens :

- ils souhaitent davantage voir élargir le rôle du Parlement Européen;
- ils sont favorables à l'Union économique et monétaire;
- ils sont favorables à une politique de défense commune;
- un impôt direct européen recueille plus d'avis favorables;
- donner plus de pouvoirs aux régions est relativement bien accueilli;
- ils envisagent généralement plus favorablement des décisions prises au niveau européen.

Mais le "déficit" européen, par rapport à la moyenne des pays européens, est important sur de nombreux points :

- les Français sont mal informés (sur les activités du Parlement, la Commission, le Grand Marché, sur la politique européenne à l'égard des régions défavorisées);
- ils perçoivent davantage l'évolution européenne comme assez lente;
- ils envisagent moins favorablement l'unification européenne;
- ils auraient moins de regrets si l'Europe était abandonnée;
- les conséquences de l'Europe pour leur pays sont jugées moins positivement;
- ils sont moins satisfaits de la manière dont les hommes et les institutions s'occupent de l'Europe (sauf à propos des entreprises);
- les propositions concernant la politique agricole sont moins approuvées;
- les attitudes sont plus négatives à l'égard du Grand Marché et du Traité de Maastricht; la dimension sociale du Grand Marché est vue moins favorablement.

En ce qui concerne les Institutions Européennes, leur notoriété dans les médias est généralement peu satisfaisante, surtout en ce qui concerne le Parlement et le sommet de Maastricht. La Commission est mieux présentée dans les médias mais l'impression qu'elle produit dans l'opinion est peu favorable.

En matière d'information sur la CE, les meilleures sources sont la radio et les quotidiens, et d'une certaine manière, la rumeur, alors que la télévision, la presse périodique et le matériel d'information émanant des instances communautaires, sont jugés moins favorablement.

De manière générale, le Français se sent à peine bien informé et marque une insatisfaction certaine à l'égard des médias : par exemple, il est mal informé en ce qui concerne le Fonds de Développement Régional mais par contre il a une bonne connaissance du siège des Institutions.

La perception du Parlement Européen est franchement mauvaise et ses activités ne sont, en aucun cas, perçues comme importantes. Par exemple, en matière de pouvoir de légiférer, la Commission et le Conseil des Ministres sont investis de plus d'importance que le Parlement. La politique en faveur des régions les moins favorisées est perçue négativement.

En définitive, l'opinion française est peu favorable à l'unification européenne et ne regretterait pas l'abandon de la CE, ce qui est en contradiction flagrante avec le rôle de premier plan que joue la France dans l'unification.

A l'égard de l'Europe, les attitudes sont globalement négatives ou ambivalentes, malgré un intérêt relatif pour la politique européenne. Et le sentiment prévaut que l'adhésion n'a pas été bénéfique au pays et n'est pas importante pour l'avenir.

Mis à part les régions et les entreprises, un même sentiment négatif domine en ce qui concerne la manière dont les hommes et les institutions s'occupent de l'Europe.

Le paradoxe que constituent ces opinions apparaît lorsqu'on constate que les Français souhaitent que le Parlement Européen ait un rôle et des pouvoirs plus importants et un gouvernement européen responsable devant le parlement.

Si la politique agricole est battue en brèche, l'Union économique et monétaire est bien acceptée : une Banque centrale commune et une monnaie unique sont des idées qui séduisent et un impôt direct européen pourrait être accepté pour autant qu'il se situe au niveau de la TVA ou d'une retenue spéciale environnement.

L'Europe politique est mieux acceptée en matière de défense que de politique étrangère.

Les régions, quant à elles, doivent avoir leur mot à dire.

Le paradoxe se renforce lorsqu'on constate que la France souhaite que plus de décisions soient prises en commun, sauf en matière de défense, d'environnement, de monnaie (?), de santé et de sécurité du travail. Toutes les autres grandes questions devraient faire l'objet de décisions communautaires.

Par contre, le Grand Marché, dans ses implications économiques et sociales est perçu négativement et n'est que peu investi d'espoirs, sauf peut-être dans les effets positifs qu'il pourrait avoir pour le pays ou les régions : son impact sur la vie personnelle et les différents secteurs d'activité est, par contre, perçu négativement.

De même, les effets du traité de Maastricht sont perçus relativement négativement.

En outre une certaine lenteur dans la diffusion de l'idée européenne constitue une réalité que les Français ne souhaitent pas voir se modifier.

Sondage automne 1992

Le niveau de satisfaction à l'égard de sa vie est plus élevé parmi :

- les plus de 55 ans
- ceux qui ont des valeurs post-matérialistes
- ceux qui se situent au centre
- ceux qui sont les plus exposés aux médias
- ceux qui vivent dans des zones rurales

L'insatisfaction est surtout le fait :

- des personnes de 25 à 40 ans
- des niveaux sociaux inférieurs
- de ceux qui ont des valeurs matérialistes

Le pays est perçu comme ayant bénéficié de son appartenance à l'Europe et les attitudes sont plus favorables au Grand Marché surtout parmi :

- les hommes
- les moins de 40 ans
- les niveaux sociaux élevés
- ceux qui ont des valeurs post-matérialistes

- ceux qui se situent à gauche
- ceux qui sont satisfaits de leur vie

Ceux qui estiment que leur pays n'a pas bénéficié de son appartenance à l'Europe sont plus nombreux parmi :

- les femmes
- les plus de 40 ans
- ceux qui ont des revenus élevés
- les indépendants
- ceux qui ont des valeurs matérialistes
- ceux qui se situent à droite
- ceux qui ne sont pas satisfaits de leur vie

Les indifférents, les indécis sont surtout :

- les femmes
- les niveaux sociaux inférieurs
- ceux qui sont peu exposés aux médias
- ceux qui ont des valeurs matérialistes
- ceux qui se situent au centre
- ceux qui ne sont pas satisfaits de leur vie

Les craintes exprimées à l'égard du Grand Marché sont dans l'ordre de leur fréquence de citation :

Ces craintes sont surtout exprimées par :

1. l'augmentation du chômage

les hommes, les moins de 25 ans, ceux qui ont fait peu d'études, ceux qui ont des revenus assez élevés, ceux qui ont des valeurs matérialistes, ceux qui se situent au centre, ceux qui sont les plus exposés aux médias

2. la perte d'identité nationale

les femmes, les moins de 25 ans, ceux qui ont fait des études de niveau moyen, ceux qui se situent à droite

- | | |
|--------------------------------|---|
| 3. l'augmentation des immigrés | les hommes, les moins de 40 ans, ceux qui ont soit des revenus très élevés, soit de faibles revenus, ceux qui ont des valeurs matérialistes, ceux qui se situent à droite, ceux qui vivent dans des villes moyennes, ceux qui sont moins exposés aux médias |
| 4. les incertitudes du futur | les hommes, les personnes de 25 à 55 ans, ceux qui ont des valeurs matérialistes, les indépendants, ceux qui se situent au centre, ceux qui vivent dans de grands villes, |
| 5. la concurrence accrue | les hommes, les moins de 25 ans et les personnes de 40 à 55 ans, les leaders d'opinion, ceux qui ont des valeurs post-matérialistes, ceux qui se situent à gauche, ceux qui sont les plus exposés aux médias, ceux qui vivent dans des villes moyennes |
| 6. la délinquance accrue | les femmes, les plus de 55 ans, les niveaux sociaux inférieurs, ceux qui ont des valeurs post-matérialistes, ceux qui se situent à droite |
| 7. la hausse des prix | les femmes, les moins de 25 ans, les niveaux sociaux inférieurs, ceux qui ont des valeurs matérialistes, ceux qui se situent à gauche et au centre |
| 8. devoir payer pour d'autres | les personnes de 40 à 55 ans, les niveaux sociaux supérieurs, ceux qui ont des valeurs post-matérialistes, ceux qui se situent à droite |
| 9. le pays n'est pas prêt | les hommes, les personnes de 40 à 55 ans, les niveaux sociaux élevés, ceux qui ont des valeurs post-matérialistes, ceux qui se situent à droite |

- | | |
|--------------------------------|---|
| 10. la perte de pouvoir | les plus de 55 ans, les niveaux sociaux inférieurs, ceux qui ont des valeurs matérialistes, ceux qui se situent à gauche, ceux qui ne sont pas satisfaits de leur vie |
| 11. de trop grands changements | les femmes, les plus de 55 ans, ceux qui se situent au centre |

Sont en corrélation avec les votes négatifs à l'égard du Traité de Maastricht :

- l'augmentation du chômage
- la perte d'identité nationale
- l'augmentation des immigrés
- la hausse des prix
- la perte de pouvoir

France

On constate donc en dernière analyse une rupture très nette entre la réalité objective, que sont les manifestations concrètes de la réalité européenne et une aspiration subjective nettement plus hexagonale.

Finalement, l'opinion à une vision négative du bilan européen et retournerait volontiers à ses affaires sans devoir en référer à ses partenaires.

Il y a là l'expression d'un sentiment profond d'inquiétude quant à l'avenir et une réelle insatisfaction quant à la situation actuelle, détériorée et pénible, et dont certains pourraient être tentés d'en imputer la cause à "l'Europe".

En d'autres termes, il y a une rupture entre l'opinion publique et les élites politiques qui se trouvent aujourd'hui entre le marteau et l'enclume et qui doivent parfois être tentés d'abandonner un européenisme, même tiède, pour retrouver une audience populaire en perte de vitesse.

Sur le plan des cibles d'une politique de communication :

- les cibles favorables au projet européen, qu'il faut conforter, sont les moins de 40 ans, les catégories sociales aisées, ceux qui se situent à gauche, qui ont une mentalité post-matérialiste, qui sont satisfaits de leur vie;

Leurs craintes : la concurrence accrue.

- les cibles indifférentes au projet européen, qu'il faut arriver à sensibiliser, sont les catégories sociales inférieures, ceux qui se situent au centre, qui ont une mentalité matérialiste, qui ne sont pas satisfaits de leur vie.

Leurs craintes : le chômage, les incertitudes du futur, la hausse des prix.

- les cibles opposées au projet européen, qu'il faut convaincre sont les catégories sociales aisées, ceux qui se situent à droite, qui ont une mentalité matérialiste, qui ne sont pas satisfaits de leur vie.

Leurs craintes : les immigrés.

On retiendra également les craintes exprimées par des personnes se situant plutôt à droite, ayant une mentalité post-matérialiste, et paraissant avoir des attitudes ambivalentes à l'égard de l'Europe : la criminalité accrue, devoir payer pour d'autres, le fait que le pays ne soit pas prêt.

7. Irlande

La toile de fonds

Si l'indice de grande satisfaction quant à la vie menée, relativement élevé, peut surprendre, il ne distingue cependant pas l'Irlande de l'ensemble européen, mais il rompt néanmoins avec les idées reçues. A l'égard de sa vie, l'Irlandais est manifestement satisfait, ce qui ne l'empêche pas d'attendre une nette amélioration de ses conditions de vie et de trouver que la société est injuste à son égard, même si le fonctionnement de la démocratie lui paraît globalement positif.

Cet optimisme relatif se traduit également par une attente positive quant au niveau de vie des générations à venir, même si la misère paraît une situation difficile à conjurer.

La foi religieuse constitue un des piliers sur lequel les Irlandais construisent leur perception de leur bien-être, tout en étant très sensibles à la défense des droits de l'homme et à la lutte contre le racisme.

L'avenir paraît devoir apporter des améliorations sur tous les plans, tant la vie personnelle du ménage que la situation socio-économique du pays.

L'Irlandais est plus directement attaché à sa ville, sa région, son pays et l'attachement à l'Europe est finalement fort mitigé. Il n'a pas réellement le sentiment d'être un Européen et rien ne prêche à penser que ce sentiment évoluera dans l'avenir.

L'idée de démocratie est moins ancrée en Irlande que partout ailleurs en Europe et il est vrai, par exemple que l'égalité entre hommes et femmes n'est pas une préoccupation essentielle. Mais par contre, l'Irlande est globalement ouverte à la présence d'étrangers. Par contre, elle se distingue en étant une des seules nations opposées au droit d'asile politique.

Les attitudes pro-européennes et le "déficit" européen : un bilan

Les attitudes des Irlandais sont pro-européennes sous de nombreux aspects:

- leurs représentations en général à l'égard des institutions européennes sont plus positives que la moyenne européenne;

- les conséquences de l'Europe pour leur pays sont perçues plus positivement;
- ils sont plus satisfaits de la manière dont les hommes et les institutions s'occupent de l'Europe;
- l'aide aux régions déshéritées est mieux perçue;
- ils souhaitent davantage de décisions européennes en matière de monnaie, de taux de TVA, de participation dans les entreprises, de sécurité dans le travail, de mesures contre le chômage;
- les attitudes à l'égard du Traité de Maastricht sont plus favorables;
- ils ont des attentes très fortes en ce qui concerne les actions de la CEE en matière de lutte contre la pauvreté.

Le bât blesse cependant sur certains points :

- le sentiment d'appartenance à l'Europe est faible;
- ils sont plus réticents à l'égard d'une extension du rôle du Parlement européen;
- l'Europe politique les séduit moins;
- dans certains domaines, les Irlandais préfèrent davantage de décisions nationales : la défense, l'environnement, la coopération au développement, la santé, l'éducation, la politique étrangère, la culture, la politique en matière d'immigration et d'asile politique;
- ils manifestent des attitudes assez ambivalentes à l'égard du Grand Marché.

Globalement, le sentiment d'être bien informé domine en Irlande et le degré de satisfaction quant à la façon dont les médias s'occupent de l'Europe est nettement positif. Il n'empêche que si l'information à propos du Fonds de Développement Régional passe bien, la connaissance des sièges des Institutions est médiocre.

La notoriété dans les médias de la Communauté et du Parlement est faible, celle du Marché Unique est moyenne, celle de la Commission et du Sommet de Maastricht est bonne. Mais le degré de satisfaction à l'égard des sources d'information est médiocre, sauf en ce qui concerne la radio.

Si la notoriété du Parlement européen est faible, cela n'empêche pas que l'idée que les Irlandais s'en font soit largement positive, en toutes les matières qui sont de sa compétence.

Les pouvoirs législatifs de la Commission et du Conseil des Ministres sont bien évalués et la politique européenne pour les régions les moins favorisées est clairement perçue.

Manifestement, l'Europe est bien connue et bien perçue, dans sa réalité et dans son évolution considérée comme lente.

Dès lors, l'Irlande est globalement favorable à l'unification européenne et regretterait l'abandon du processus d'unification.

Compte tenu de cette attitude globale, il est surprenant de constater que les Irlandais sont néanmoins peu intéressés par la politique européenne, même s'ils considèrent que l'appartenance à la Communauté est une bonne chose et que cette appartenance est à la fois positive pour le pays et pour la Communauté elle-même.

Qui plus est, la manière dont les hommes et les Institutions s'occupent de l'Europe est perçue tout à fait favorablement, y compris en matière agricole, ce qui, on le sait, n'est pas évident partout.

En matière d'aspirations, cependant, l'europhéanisme irlandais se fracture nettement. Par exemple, en ce qui concerne le Parlement, on constate qu'il n'est l'objet d'aucune préoccupation particulière, ni en ce qui concerne un accroissement de son rôle, ni en ce qui concerne l'élargissement de son pouvoir. Par contre, l'Union Économique et Monétaire est favorablement accueillie, contrairement à l'Europe politique qui elle est nettement rejetée, tout comme d'ailleurs la fiscalité.

Les régions devraient être associées aux délibérations communautaires, mais de manière générale, l'opinion irlandaise est peu favorable à un processus de décision commun. Seules matières à décisions communes, la monnaie, la TVA, la participation, la sécurité du travail, le chômage. La législation TV, la recherche, la politique industrielle ne sont pas réellement des enjeux, mais dans tous les autres domaines, l'Irlande souhaite garder sa liberté d'action : défense, environnement, coopération au développement, santé, éducation, politique étrangère, culture, immigration.

En la matière, le bilan plaide pour une autonomie nationale.

Il n'empêche que l'idée du Grand Marché est investie de grands espoirs dont les Irlandais attendent des effets, moins sur les régions que sur leur vie personnelle, sur les différents secteurs d'activité, sur le pays et la Communauté elle-même.

De même, la dimension sociale du Grand Marché est perçue favorablement.

Enfin, le sommet de Maastricht est important tant pour la Communauté dans son ensemble que pour ses effets sur le pays et la vie des citoyens.

Sondage automne 1992

Le niveau de satisfaction à l'égard de la vie est le plus élevé parmi :

- les plus jeunes et les plus âgés
- ceux qui ont des valeurs post-matérialistes
- ceux qui se situent à droite ou au centre

Les attitudes favorables au Grand Marché sont surtout le fait de :

- catégories sociales élevées
- ceux qui ont des valeurs post-matérialistes
- ceux qui sont le plus satisfaits de leur vie

Le sentiment que leur pays n'a pas bénéficié de son appartenance à l'Europe est plus répandu parmi :

- les plus de 55 ans
- les personnes se situant à gauche

L'indifférence en cas d'abandon du projet européen est surtout répandue parmi :

- les moins de 25 ans
- ceux qui ont des valeurs matérialistes
- ceux qui se situent à gauche
- ceux qui sont le moins satisfaits de leur vie

Les craintes exprimées à l'égard du Grand Marché sont, dans l'ordre de leur fréquence de citation :

Ces craintes sont surtout exprimées par :

- | | |
|-------------------------------------|--|
| 1. les incertitudes du futur | les plus âgés, les leaders d'opinion, ceux qui ont une mentalité post-matérialiste, les indépendants |
| 2. l'augmentation du chômage | ceux de 40 à 55 ans, les employés, ceux qui ont des valeurs post-matérialistes, ceux qui se situent à gauche |
| 3. la perte de l'identité nationale | les plus jeunes et les plus âgés, les leaders d'opinion, ceux qui ont une mentalité post-matérialiste |

4. la hausse des prix	les femmes, les personnes âgées, les niveaux sociaux inférieurs, ceux qui ont une mentalité matérialiste
5. la perte de pouvoir	les personnes de 25 à 40 ans
6. la concurrence accrue	les moins de 25 ans, ceux qui ont des revenus plus importants
7. la délinquance accrue	les plus âgés, les niveaux sociaux inférieurs, ceux qui se situent à droite
8. l'augmentation des immigrés	les moins de 25 ans
9. de trop grands changements	
10. le pays n'est pas prêt	les moins de 25 ans
11. devoir payer pour d'autres	

Sont en corrélation avec des votes négatifs à l'égard du Traité de Maastricht , les craintes suivantes :

- la perte de l'identité nationale
- la hausse des prix
- la perte de pouvoir

Sont en corrélation avec de l'indécision quant au vote :

- les incertitudes du futur
- la crainte du chômage
- de trop grands changements

Irlande

Les Irlandais sont pragmatiquement européens mais globalement, leurs attitudes, opinions et aspirations marquent une rupture entre l'économique et le politique.

Leur excellente perception de l'Europe les positionnent comme des partenaires efficaces, mais réservés quant à la réelle pertinence de l'unification dont ils estiment qu'elle doit être plus lente et plus réfléchie.

La réserve quant aux Institutions politiques relève d'une méfiance dont il serait intéressant de savoir si elle n'est pas conditionnée par la proximité difficile avec le Royaume-Uni.

C'est évidemment la dimension économique qui attire le plus les Irlandais, soucieux de s'investir dans un espace plus large qui lui permette de se distancier de l'emprise d'un voisin avec lequel les relations sont parfois conflictuelles.

Sur le plan des cibles d'une politique de communication :

- les cibles favorables au projet européen, à conforter, sont les catégories sociales aisées, ceux qui se situent à droite ou au centre, ceux qui ont une mentalité post-matérialiste, ceux qui sont satisfaits de leur vie;

Leurs craintes : la perte d'identité nationale.

- les cibles indifférentes, qu'il faut arriver à convaincre, sont les moins de 25 ans, ceux qui se situent à gauche, ceux qui ont une mentalité matérialiste, qui ne sont pas satisfaits de leur vie.

Leurs craintes : la hausse des prix, le chômage.

- les cibles opposées au projet européen, qu'il faut convaincre, sont les personnes de plus de 55 ans, les catégories sociales inférieures, ceux qui se situent à gauche.

Leurs craintes: le chômage, la concurrence accrue.

8. Italie

La toile de fonds

Premier pays du sud à avoir rejoint la Communauté, l'Italie incarne relativement bien cet européanisme quelque peu conjuratoire des nations les plus méridionales, particulièrement confrontées à des problèmes économiques qu'une intensification de l'unification européenne ne pourra qu'atténuer.

Il est intéressant de noter que le profil de l'opinion publique italienne est à peu de chose près l'inverse du profil danois.

En effet, les Italiens sont moins satisfaits que la moyenne des Européens du fonctionnement démocratique de leur société ainsi que de leur vie en général. Conscients de la détérioration de la situation économique, ils n'en espèrent pas moins une amélioration pour l'année prochaine.

Ils éprouvent un certain sentiment d'injustice, ce qui ne les empêche pas de croire à une amélioration du niveau de vie de la prochaine génération, et à une diminution de la pauvreté.

Pourtant ces aspirations et ces croyances dans le progrès vont de pair avec certaines craintes relatives aux inconvénients de la vie moderne.

Attachés aux droits de l'homme, à la lutte contre le racisme au niveau des grands problèmes à résoudre, ils manifestent plus d'ouverture à l'égard des étrangers que la moyenne européenne.

Les Italiens sont également plus favorables à l'égalité entre les hommes et les femmes et au travail féminin.

Les attitudes pro-européennes et le "déficit" européen : un bilan

Les Italiens ont des attitudes plus pro-européennes que la moyenne des pays sous de très nombreux aspects :

- sentiment d'appartenance à l'Europe
- intérêt pour la politique européenne
- perception des domaines dans lesquels le Parlement européen joue un rôle

- perception que l'évolution européenne est rapide, attitudes favorables à ce que l'évolution soit plus rapide
- attitudes favorables à l'égard de l'unification européenne
- évaluation positive des conséquences de l'Europe sur leur pays
- jugement favorable sur les réformes pour la politique agricole
- attitudes favorables à l'égard d'une extension du rôle du Parlement européen
- attitudes favorables à l'Union Economique et Monétaire
- attitudes favorables à l'Europe Politique
- attitudes favorables à la fiscalité européenne
- attitudes favorables aux pouvoirs des régions
- attitudes favorables à des décisions européennes sur toutes les matières.
- le Grand Marché suscite plus d'espoirs, ses conséquences sont vues plus positivement (même si les enquêtes récentes montrent un net fléchissement de ces attitudes); la dimension sociale les satisfait davantage
- en ce qui concerne le Traité de Maastricht, leur "profil" est plus européen, les effets sont vus plus positivement.

Pour tous les aspects relatifs aux évaluations et aux aspirations, les Italiens sont donc plus pro-européens que la moyenne, mais il faut remarquer que cet attachement à l'Europe s'accompagne :

- de faibles niveaux de notoriété en général (CEE, Commission, Marché Unique, Traité de Maastricht)
- de sources d'information déficientes en matière de radio, de quotidiens et de brochures
- d'un sentiment d'être mal informés
- d'une faible connaissance des sièges des Institutions

- d'une perception faible de la politique européenne pour les régions les moins favorisées
- d'une insatisfaction quant à la façon dont les hommes et les Institutions s'occupent de l'Europe

En ce qui concerne la notoriété des Institutions Européennes et le niveau de l'information, le bilan est totalement déficitaire. Mis à part le Parlement Européen, dont le rôle est non seulement relativement bien perçu mais évalué de manière positive (les Italiens sont en outre favorables à une extension du rôle du Parlement), la Communauté, la Commission, le Marché Unique, le Traité de Maastricht sont mal connus tant en ce qui concerne leur mode de fonctionnement que leur rôle et leur impact. De la même manière, la politique européenne en ce qui concerne les régions les moins favorisées est mal perçue.

Ce faible niveau de notoriété est à mettre en relation avec un déficit important en ce qui concerne les sources d'information, principalement la radio, les quotidiens et les brochures : seule la télévision échappe à cette évaluation négative, mais de manière générale, les Italiens sont peu satisfaits de la manière dont ils sont informés et dont les médias rendent compte de l'Europe.

A ce sentiment d'être mal informé s'ajoute une insatisfaction quant à la manière dont les hommes et les Institutions s'occupent de l'Europe.

Le lourd déficit informatif n'empêche pas les Italiens de se sentir européen et de manifester un vif intérêt pour la politique européenne; c'est d'ailleurs en partie, sans doute, la nature de cet intérêt qui explique l'insatisfaction des Italiens à l'égard des médias.

Ce sentiment pro-européen induit bien sûr des attitudes globalement favorables à l'unification européenne dont les Italiens estiment qu'elle devrait avoir des conséquences positives pour leur pays.

Globalement, les Italiens sont plus favorables que la moyenne des Européens aux grandes questions et aux problèmes de pointe : l'Union Economique et Monétaire, la fiscalité, le pouvoir des Régions, l'Europe Politique.

Le Grand Marché suscite plus d'espoirs et ses conséquences sont vues plus positivement (même si les enquêtes récentes montrent un net fléchissement de ces attitudes); la dimension sociale les satisfait davantage. En ce qui concerne le Traité de Maastricht, leur "profil" est plus européen, les effets sont vus plus positivement.

Sondage d'automne 1992

Les niveaux de satisfaction sont les plus élevés parmi :

- les moins de 25 ans
- ceux qui ont des valeurs post-matérialistes
- ceux qui se situent à droite

Le pays est perçu comme ayant bénéficié de son appartenance à l'Europe surtout parmi

- les personnes de 25 à 40 ans
- les niveaux sociaux élevés et moyens
- ceux qui ont des valeurs post-matérialistes
- ceux qui se situent au centre
- les plus satisfaits de leur vie
- les habitants des grandes villes

Les indécis, les indifférents à l'égard de l'Europe sont plus nombreux parmi :

- les femmes
- les plus jeunes et les plus âgés
- ceux qui ont des valeurs matérialistes
- ceux qui se situent à droite
- ceux qui ne sont pas satisfaits de leur vie
- les moins exposés aux médias

Le pays est perçu comme n'ayant pas bénéficié de son appartenance à l'Europe spécialement parmi :

- les plus de 55 ans
- les niveaux sociaux inférieurs
- ceux qui se situent à droite
- les moins satisfaits de leur vie
- ceux qui vivent en milieu rural

On retiendra aussi que les attitudes à l'égard du Grand Marché ne paraissent pas liées à la position sur l'échelle gauche-droite ni aux valeurs centrales.

Les craintes exprimées à l'égard du Grand Marché sont dans l'ordre de leur fréquence de citation :

Ces craintes sont surtout exprimées par :

1. le pays n'est pas prêt
les hommes, les moins de 40 ans, ceux qui ont des revenus assez élevés, les classes B et C, les leaders d'opinion, ceux qui ont des valeurs post-matérialistes
2. la concurrence accrue
les hommes, les personnes de 40 à 55 ans ceux qui ont fait de plus longues études, qui ont des revenus importants ou moyens, les managers, les indépendants, ceux qui se situent au centre, ceux qui ont des valeurs post-matérialistes
3. les incertitudes du futur
les femmes, les personnes de 25 à 40 ans, les niveaux sociaux élevés, ceux qui sont très exposés aux médias, ceux qui sont les plus satisfaits de leur vie
4. la hausse des prix
les femmes, les plus jeunes et les plus âgés, les niveaux sociaux inférieurs, ceux qui habitent une grande ville, ceux qui sont très exposés aux médias, ceux qui ne sont pas satisfaits de leur vie, ceux qui se situent à gauche
5. le chômage
les personnes de 40 à 55 ans, ceux qui ont fait des études plus longues, qui ont des revenus assez importants, ceux qui se situent à gauche
6. la perte de pouvoir
les hommes, les plus jeunes et les plus âgés, ceux qui se situent à droite
7. l'augmentation des immigrés
les femmes, les plus jeunes et les plus âgés, les niveaux sociaux inférieurs, les indépendants, les moins exposés aux médias, les moins leaders d'opinion, ceux qui ont des valeurs matérialistes

8. de trop grands changements	ceux qui ont des revenus élevés, ceux qui vivent dans un milieu rural, ceux qui ont des attitudes post-matérialistes, ceux qui se situent à droite, ceux qui sont les plus satisfaits de leur vie
9. la délinquance accrue	les femmes, les personnes âgées, ceux qui ont des attitudes matérialistes, ceux qui se situent au centre
10. devoir payer pour les autres	les hommes, les personnes de plus de 55 ans, ceux qui ont fait peu d'études, ceux qui ont des valeurs matérialistes, ceux qui se situent à gauche, ceux qui ont des attitudes ambivalentes à l'égard de l'Europe, ceux qui vivent en région rurale
11. la perte de l'identité nationale de	ceux qui ont des valeurs post-matérialistes, ceux qui se situent à droite, ceux qui ont des attitudes négatives ou ambivalentes à l'égard de l'Europe, ceux qui ne sont pas satisfaits de leur vie

Sont en corrélation avec des votes négatifs à l'égard du Traité de Maastricht :

- la hausse des prix
- la perte de pouvoir
- l'augmentation des immigrés
- de trop grands changements
- devoir payer pour d'autres
- la perte de l'identité nationale

Italie

Que les Italiens soient pro-européens, c'est l'évidence, mais il apparait que cette adhésion comporte une part d'idéalisation.

Leurs sentiments européens trouvent leurs racines dans l'espoir qu'ils ont de voir leur situation s'améliorer grâce à l'Europe.

Mais cet attachement est peu fondé par de fortes représentations de ce qu'est réellement l'Europe. Il est donc plus affectif que rationnel.

Il trouve sans doute aussi ses racines dans une désaffection et un désintérêt profonds des Italiens à l'égard du fonctionnement de leur pays.

Sur le plan des cibles à atteindre dans une politique de communication :

- les cibles favorables au projet européen, à conforter, sont les personnes de 25 à 40 ans, ceux qui se situent au centre, qui ont une mentalité post-matérialiste.

Leurs craintes : la concurrence, le pays n'est pas prêt, de trop grands changements.

- les cibles indifférentes, qu'il faut sensibiliser : les femmes, ceux qui se situent à droite, qui ont une mentalité matérialiste, qui ne sont pas satisfaits de leur vie.

Leurs craintes : les immigrés, la délinquance.

- les cibles opposées au projet européen, qu'il faut convaincre s'identifient aussi à la droite mais sont plutôt des catégories sociales inférieures, ont plus de 55 ans, ont une mentalité matérialiste, ne sont pas satisfaits de leur vie.

Leurs craintes : la perte de pouvoir, la perte d'identité nationale, de trop grands changements.

On remarquera que ceux qui se situent à gauche ne sont pas nettement identifiables quant à leurs positions à l'égard de l'Europe, ce qui indique sans doute la grande ambivalence de leurs attitudes.

Leurs craintes : la hausse des prix, le chômage, devoir payer pour d'autres.

9.LUXEMBOURG

La toile de fonds

C'est sans doute le Luxembourg qui incarne le mieux la tendance à une érosion sinon une désaffection des opinions publiques à l'égard de l'unification européenne : en quelques années, les Luxembourgeois sont passés d'une adhésion massive et inconditionnelle à une expectative sceptique.

Cette rupture d'enthousiasme correspond incontestablement à un effritement du bien-être dans un pays nettement privilégié sur le plan économique et social.

Les Luxembourgeois continuent à manifester à l'égard du fonctionnement de la démocratie dans leur société une satisfaction marquée. Cette satisfaction plus élevée que la moyenne concerne aussi leur vie personnelle et la situation économique.

Cependant leur situation économique les satisfait moins qu'il y a cinq ans et moins que les autres Européens mais ils pensent néanmoins que l'année prochaine sera meilleure que celle qui s'achève.

Bien dans leur vie, les Luxembourgeois n'ont pas le sentiment que la société soit injuste à leur égard mais ils craignent une dégradation de la situation pour leurs enfants, tout en considérant que la proportion de pauvres a décliné durant dix ans. Mais sans être tout à fait sceptique, le Luxembourgeois n'est pas particulièrement convaincu que les enfants des pauvres aient beaucoup de chances de sortir de leur état.

Les Luxembourgeois sont parmi les plus ouverts aux étrangers tant européens qu'extra-européens. Cette ouverture à la multiculturalité va cependant de pair avec une mentalité assez traditionnelle en ce qui concerne l'égalité des rôles dans la famille et l'activité professionnelle de la femme.

Attitudes pro-européennes et "déficit" européen : un bilan

Les Luxembourgeois manifestent des sentiments pro-européens plus prononcés que la moyenne européenne sur de nombreux points :

- sentiment d'appartenance européenne
- ouverture à l'égard des autres ressortissants de la CE
- notoriété de la CE, du Parlement, de la Commission, du Marché Unique, du Traité de Maastricht.
- diversité des sources d'information sur l'Europe
- satisfaction quant à la façon dont les médias s'occupent de l'Europe
- sentiment d'être bien informé
- connaissance de la localisation des institutions
- représentations positives concernant les activités du Parlement
- évaluation positive des conséquences de l'Europe pour leur pays
- satisfaction quant à la façon dont les hommes et les institutions de leur pays s'occupent de l'Europe
- attitudes favorables à l'égard de l'Union Economique et Monétaire
- attitudes favorables à l'égard de l'Union Politique
- attitudes favorables à des décisions plus européennes en matière de défense, de monnaie, de réglementations, presse/TV/radio et de recherche scientifique
- "profil" plus européen en ce qui concerne la ratification du traité de Maastricht.

D'une manière générale, pour tous les points à propos desquels des questions ont été posées de manière répétitive (les trends), on n'observe pas de divergences par rapport à l'évolution des moyennes européennes.

Cependant ces super-Européens manifestent de nombreuses réticences à l'égard de l'Europe, réticences d'autant plus remarquables qu'elles tranchent par rapport à ce fonds d'attachement européen et qu'elles vont à contre-courant de la moyenne européenne.

Par rapport à la moyenne européenne :

- ils ont une moins bonne impression de ce qu'ils ont lu ou entendu récemment à propos du Parlement et de la Commission
- ils sont moins favorables à une extension du rôle du Parlement
- ils trouvent plus fréquemment que la moyenne que l'évolution de l'Europe doit aller plus lentement
- ils sont moins favorables à un impôt direct européen
- ils préfèrent plus souvent que les autres Européens des décisions nationales en ce qui concerne l'environnement, la coopération au développement, la TVA, la participation dans les entreprises, la culture, les immigrés, l'asile politique, la protection du travail, le chômage
- ils sont plus réticents à l'égard des projets de réforme de la politique agricole
- leur perception du Marché Unique est plus réservée en ce qui concerne ses conséquences, leurs attitudes à cet égard sont plus ambivalentes; la dimension sociale du Marché Unique les satisfait moins
- le Traité de Maastricht, pour lequel leur profil est très européen cependant, suscite plus d'hésitations et de réticences en ce qui concerne ses conséquences.

Bien informés et conscients de l'être, les Luxembourgeois ont une connaissance particulièrement fine des Institutions européennes et de leur fonctionnement dont la notoriété, tant en ce qui concerne la Communauté que la Commission, le Marché Unique, le Traité de Maastricht est supérieure à la moyenne européenne.

Largement satisfaits de la manière dont les médias s'occupent de l'Europe, les Luxembourgeois ont des représentations positives du fonctionnement des grandes Institutions, bien qu'ils soient nombreux à considérer négativement ce qu'ils ont lu ou entendu récemment à propos du Parlement et de la Commission. Ils sont d'ailleurs, pour la majorité d'entre eux, peu favorables à une extension du rôle du Parlement, malgré le fait que les activités de celui-ci soient considérées positivement.

Ce satisfecit d'ensemble explique que les Luxembourgeois, qui manifestent un fort sentiment d'appartenance à l'Europe, considèrent que les conséquences de l'unification Européenne sont bénéfiques pour leur pays.

Satisfaits de la manière dont les hommes et les Institutions s'occupent de l'Europe, les Luxembourgeois n'en considèrent pas moins que l'évolution européenne gagnerait à être plus lente et sur certains points, ils se montrent soucieux d'affirmer une autonomie nationale de décision, par exemple en matière d'environnement, de TVA, de culture, d'immigration et d'asile politique, de protection du travail, du chômage, de la participation des entreprises.

Par contre, en ce qui concerne la défense, la monnaie, la recherche scientifique, les réglementations de la presse, de la télévision et de la radio, les Luxembourgeois se montrent favorables à des décisions européennes communes.

Favorable à l'Union Economique et Monétaire et à l'Union politique, l'opinion luxembourgeoise est plus mitigée quant au Marché Unique : la dimension sociale du Marché Unique les satisfait moins que la moyenne des Européens et ils se montrent relativement réservés à l'égard de ses conséquences.

Les effets probables du Traité de Maastricht suscitent également plus d'hésitations et de réticences malgré le fait que sa ratification est perçue de manière positive.

Par contre l'opinion est plus nettement défavorable à un impôt direct européen et aux projets de réforme de la politique agricole commune.

On constate donc que les attitudes globalement très européennes sont cependant quelque peu tempérées par de nettes réserves dans des matières fondamentales pour l'avenir de la Communauté.

Sondage automne 1992

Le niveau de satisfaction à l'égard de sa vie est plus élevé parmi :

- les plus jeunes et les plus âgés
- ceux qui ont des valeurs matérialistes
- ceux qui s'identifient aux classes moyennes, les employés
- ceux qui ne s'identifient pas sur l'échelle gauche-droite

Le pays est perçu comme ayant bénéficié de son appartenance à l'Europe, surtout parmi :

- les personnes de 25 à 55 ans
- ceux qui ont des valeurs post-matérialistes
- ceux qui se situent à droite

Ceux qui estiment que leur pays n'a pas bénéficié de son appartenance à l'Europe sont plus nombreux parmi :

- les plus jeunes et les plus âgés
- ceux qui ont des valeurs matérialistes
- ceux qui se situent à gauche et au centre

Les indifférents, les indécis sont surtout :

- les femmes
- les moins de 25 ans
- les niveaux sociaux inférieurs
- les moins exposés aux médias, ceux qui ne sont pas des leaders d'opinion
- ceux qui ont des valeurs matérialistes
- ceux qui se situent à gauche
- ceux qui ne sont pas satisfaits de leur vie

Le Grand Marché est considéré plus favorablement parmi :

- les niveaux sociaux supérieurs
- ceux qui ont des valeurs post-matérialistes
- ceux qui sont le plus satisfaits de leur vie
- ceux qui sont les plus exposés aux médias

Le grand Marché est considéré comme n'apportant ni de bonnes ni de mauvaises choses surtout parmi :

- les femmes
- les personnes âgées
- les niveaux sociaux inférieurs
- ceux qui ont des valeurs matérialistes
- ceux qui sont les moins satisfaits de leur vie

Les craintes exprimées à l'égard du Grand Marché sont, dans l'ordre de leur fréquence de citation :

Ces craintes sont surtout exprimées par :

1. la hausse des prix

les personnes âgées, les revenus moyens, ceux qui ont fait peu d'études, ceux qui ont des valeurs matérialistes, ceux qui se situent au centre, ceux qui ne sont pas satisfaits de leur vie

2. l'augmentation du chômage

les personnes de 40 à 55 ans, ceux qui ont des revenus peu élevés, qui ont fait des études de niveau moyen, ceux qui ont des valeurs matérialistes, ceux qui se situent à gauche, les travailleurs manuels, les indépendants, ceux qui sont des leaders d'opinion, ceux qui sont satisfaits de leur vie

3. la délinquance accrue

les plus de 55 ans, les niveaux sociaux inférieurs, ceux qui ont des valeurs matérialistes

4. l'incertitude du futur

les moins de 25 ans, les niveaux sociaux élevés, ceux qui ont des valeurs post-matérialistes, ceux qui se situent à droite, ceux qui sont les plus exposés aux médias, ceux qui ne sont pas satisfaits de leur vie

5. l'augmentation des immigrés

les hommes, les plus de 55 ans, les niveaux sociaux élevés, les leaders d'opinion, ceux qui ont des valeurs matérialistes, ceux qui se situent soit à gauche, soit à droite, ceux qui ne sont pas satisfaits de leur vie

6. la concurrence accrue

les personnes de 40 à 55 ans, les niveaux sociaux élevés, ceux qui ont des valeurs matérialistes, ceux qui se situent à droite, ceux qui ne sont pas satisfaits de leur vie

- | | |
|-------------------------------------|--|
| 7. la perte de l'identité nationale | les femmes, les moins de 25 ans, ceux qui ont fait peu d'études, qui n'ont pas de revenus élevés, ceux qui ont des valeurs post-matérialistes, ceux qui se situent au centre ou à droite, ceux qui sont satisfaits de leur vie |
| 8. la perte de pouvoir | les hommes, les plus de 55 ans, les indépendants, ceux qui ont des valeurs post-matérialistes, ceux qui se situent à droite, ceux qui sont satisfaits de leur vie |
| 9. devoir payer pour d'autres | ceux qui se situent à gauche |
| 10. de trop grands changements | |
| 11. le pays n'est pas prêt | ceux qui sont satisfaits de leur vie |

Sont en corrélation avec des votes négatifs à l'égard du Traité de Maastricht :

- l'augmentation des immigrés
- la concurrence accrue
- la perte de l'identité nationale
- devoir payer pour d'autres
- de trop grands changements

Luxembourg

En fait il semble que les Luxembourgeois, convaincus du train européen, aient pris peur pour l'avenir. Cette peur s'ancre fortement dans le présent: contents de leur situation, mais moins nettement qu'il y a 5 ans, ils craignent de la perdre et ont le sentiment que les choses vont trop vite.

On remarquera que cette distorsion paraît récente puisqu'en 1989, il semble que les attitudes pro-européennes des Luxembourgeois ne souffraient aucune défaillance. L'unification européenne y obtenait même son score le plus élevé au niveau des grands problèmes qui suscitaient le plus d'intérêt.

Sur le plan des cibles d'une politique de communication :

- les cibles favorables au projet européen, à conforter, sont les personnes de 25 à 55 ans, les catégories sociales aisées, ceux se situent à droite, qui ont une mentalité post-matérialiste, qui sont satisfaits de leur vie.

Leurs craintes : les incertitudes du futur, la perte d'identité nationale, la perte de pouvoir.

- les cibles indifférentes, qui sont à sensibiliser, sont les femmes, les catégories sociales inférieures, ceux qui se situent à gauche, ceux qui ont une mentalité matérialiste, qui ne sont pas satisfaits de leur vie.

Leurs craintes : la hausse des prix, le chômage.

- les cibles opposées au projet européen, qu'il faut convaincre, sont les plus jeunes et les plus âgés, ceux qui se situent à gauche ou au centre, qui ont une mentalité matérialiste;
Leurs craintes : la hausse des prix et le chômage (comme les indifférents)

10. PAYS-BAS

La toile de fonds

Les Pays-Bas ont un taux global de satisfaction important, le taux de grande satisfaction est plus élevé que partout ailleurs.

Bien dans leur vie, les Néerlandais n'ont pas le sentiment d'une quelconque injustice à leur égard. Néanmoins, nettement privilégiés, ils craignent que leurs enfants connaissent un sort moins bon. Ils pensent d'ailleurs que le nombre de pauvres est en train de croître et ne sont pas convaincus que les pauvres aient beaucoup de chances de sortir de leur état.

On notera aussi qu'ils ont le sentiment d'une détérioration de leur condition de vie depuis cinq ans. Leur perception de l'année qui vient de s'écouler comme leurs perspectives d'avenir sont plus pessimistes que les moyennes européennes.

On remarque aussi que le sentiment d'insécurité est grand et qu'ils manifestent une attention particulière à des problèmes jugés plus secondaires au niveau de la moyenne des pays européens : laisser-aller de la jeunesse, population immigrée, perte de valeurs religieuses.

Très ouverts à l'égard des autres ressortissants de la CE, les Néerlandais ne sont guère favorables à ce que leur pays accueille des personnes non ressortissantes de la CE (Sud de la Méditerranée ou Pays de l'Est). Par contre, ils sont plus accueillants en ce qui concerne les réfugiés politiques et dans la vie quotidienne, ils paraissent plus tolérants que la moyenne européenne à l'égard de la présence d'étrangers.

Relativement favorables à une égalité des rôles dans la famille, les Néerlandais sont nettement sous la moyenne européenne en ce qui concerne le travail féminin.

Attitudes pro-européennes et "déficit" européen : un bilan

Par rapport à la moyenne européenne, les sentiments des Néerlandais sont pro-européens sur une série d'aspects :

- la notoriété de la CE par les médias est meilleure
- ils sont plus satisfaits de la manière dont ils sont informés par les médias
- ils ont le sentiment d'être mieux informés
- ils ont une meilleure connaissance de la localisation des institutions européennes
- leur perception du rôle du Parlement dans la matière de la politique sociale et de la famille est meilleure
- les attitudes à l'égard de l'Europe sont dans leur ensemble plus positives (typologie)
- leur évaluation est plus positive en ce qui concerne les conséquences de l'Europe pour leur pays
- ils sont plus satisfaits de la manière dont les hommes et les institutions s'occupent de l'Europe
- ils sont plus favorables au projet de réforme de la politique agricole
- ils sont plus favorables à une extension du rôle du Parlement Européen
- ils sont plus favorables à l'Union Economique et Monétaire
- ils sont plus favorables aux propositions de l'Europe politique
- ils sont plus favorables à un impôt européen direct
- ils privilégient davantage des décisions européennes dans certaines matières : la défense, l'environnement, la santé, la recherche, la TVA, la politique étrangère, la protection du travail, le chômage
- ils sont plus favorables à la dimension sociale du Grand Marché
- leur profil européen en ce qui concerne la ratification du Traité de Maastricht est meilleur, les effets qu'ils en escomptent sont plus positifs.

Mais sur d'autres points, leurs réticences sont plus élevées que la moyenne européenne :

- ils n'ont guère de sentiment d'appartenance à l'Europe, l'attachement à leur région et à leur pays est très net
- leurs impressions concernant le Parlement et la Commission, d'après ce qu'ils ont lu ou entendu récemment, sont moins bonnes
- leurs sources d'informations paraissent moins nombreuses (sauf en ce qui concerne la presse)
- ils manifestent moins d'intérêt à l'égard de la politique européenne (alors que leur niveau d'intérêt général pour la politique est plus élevé)
- ils n'ont pas une bonne perception des activités du Parlement
- ils souhaiteraient que l'Europe avance plus lentement
- ils connaissent moins bien la politique européenne pour les régions les moins favorisées
- ils souhaitent moins que les régions aient leur mot à dire au niveau européen
- l'Unification européenne recueille moins d'avis favorables (alors même que les attitudes sont plus européennes)
- ils prônent davantage de décisions au plan national dans les matières: coopération au développement, législation TV/radio, participation dans les entreprises, politique industrielle, culture, politique à l'égard des immigrés et de l'asile politique
- leur perception du Grand Marché est moins bonne, les effets sont considérés plus négativement.

De manière générale, les Hollandais ont une bonne approche des Institutions européennes, grâce à une information par les médias qu'ils jugent globalement satisfaisante bien qu'insuffisante, sauf en ce qui concerne la presse écrite. Ce sentiment que les médias s'occupent relativement bien des questions européennes trouve une illustration dans la notoriété de la plupart des Institutions dont les Hollandais connaissent bien la localisation et le rôle.

Néanmoins la perception du Parlement Européen est plus ambiguë : son action en matière de politique sociale et familiale est positive sans pour

autant que le rôle et la fonction du Parlement soit exactement perçus. Une majorité de Néerlandais se déclare favorable à une extension de son rôle.

Ceci mis à part, cette bonne connaissance des mécanismes européens induit des attitudes à l'égard de l'Europe généralement positives et les Hollandais sont plus que d'autres, persuadés que l'unification européenne procure des avantages à leur pays. En outre, ils sont satisfaits de la manière dont les hommes et les Institutions s'occupent de l'Europe.

Cela étant, ils n'en sont pas pour autant habités par un fort sentiment d'appartenance à l'Europe qui cède le pas, à cet égard, au pays et à la région.

Mais ce faible sentiment d'appartenance n'empêche pas une attitude favorable à la dimension sociale du Grand Marché, (encore que les effets de celui-ci sont considérés globalement de manière assez négative), une appréciation positive des effets du Traité de Maastricht, une ouverture à l'Europe politique et à l'Union Economique et Monétaire.

De même, les Hollandais sont favorables au projet de réforme de la politique agricole commune et à un impôt européen direct.

Généralement favorables à une multiplication des prises de décisions communes à l'échelle de la Communauté, ils privilégient plus particulièrement la défense, l'environnement, la politique étrangère, la santé, la recherche, la TVA, la protection du travail et le chômage.

Malgré l'ensemble copieux de ces traits positifs, les Hollandais ne manifestent pas un très grand intérêt à la politique européenne et ceci malgré un intérêt affirmé pour la politique en général.

Finalement plus nationaliste qu'autre chose, l'opinion publique hollandaise s'engage peu et ne souhaite pas que les régions s'impliquent au plan européen : plusieurs matières leur paraissent devoir relever prioritairement de la politique nationale : coopération au développement, culture, politique à l'égard des immigrés, asile politique. Relativement favorable à toute une série d'initiatives européennes, l'opinion publique néerlandaise se déclare moins favorable à l'unification que la moyenne et souhaite, tant qu'à faire, que celle-ci s'effectue lentement.

Sondage automne 1992

Le niveau de satisfaction à l'égard de sa vie est plus élevé parmi :

- les femmes
- les moins de 25 ans
- ceux qui ont des valeurs post-matérialistes
- ceux qui se situent à droite
- les plus exposés aux médias

Le pays est perçu comme ayant bénéficié de son appartenance à l'Europe surtout parmi:

- les moins de 25 ans
- les niveaux sociaux élevés
- ceux qui ont des valeurs post-matérialistes
- les leaders d'opinion

Ceux qui estiment que leur pays n'a pas bénéficié de son appartenance à l'Europe sont plus nombreux parmi :

- les plus de 55 ans
- les niveaux sociaux inférieurs
- ceux qui ont des valeurs matérialistes

On remarquera que ni la position sur l'échelle gauche-droite, ni l'exposition aux médias, ni le degré de satisfaction ne paraissent exercer une influence sur les réponses.

La perspective du grand Marché recueille le plus de réactions favorables parmi :

- ceux qui ont des valeurs post-matérialistes
- ceux qui se situent à droite
- les plus exposés aux médias

Les indifférents, les indécis sont surtout :

- les femmes
- les niveaux sociaux inférieurs, ceux qui s'identifient aux classes moyennes
- ceux qui ont des valeurs matérialistes
- ceux qui se situent au centre
- les moins exposés aux médias
- les moins satisfaits de leur vie

Les craintes exprimées à l'égard du Grand Marché sont, dans l'ordre :

Ces craintes sont surtout exprimées par :

- | | |
|-------------------------------------|---|
| 1. la perte de l'identité nationale | les plus jeunes et les plus âgés, ceux qui se situent au centre, les plus satisfaits de leur vie |
| 2. la délinquance accrue | les moins de 25 ans, les niveaux sociaux élevés, ceux qui ont des valeurs matérialistes, ceux qui habitent les grandes villes, les plus satisfaits de leur vie |
| 3. l'augmentation des immigrés | les femmes, les plus de 55 ans, les indépendants, ceux qui ont des valeurs matérialistes, ceux qui se situent à droite, ceux qui vivent dans des villes moyennes |
| 4. le pays n'est pas prêt | les hommes, les niveaux sociaux élevés, les leaders d'opinion, ceux qui ont des valeurs post-matérialistes, ceux qui se situent au centre, les plus exposés aux médias, |
| 5. les incertitudes du futur | les moins de 25 ans, ceux qui ont des valeurs post-matérialistes, ceux qui se situent à droite, |
| 6. devoir payer pour les autres | les plus de 55 ans, ceux qui ont des valeurs matérialistes, ceux qui se situent à droite, les moins satisfaits de leur vie |
| 7. la perte de pouvoir | les niveaux sociaux inférieurs, ceux qui ont des valeurs matérialistes, ceux qui se situent au centre, les moins exposés aux médias |
| 8. l'augmentation du chômage | les niveaux sociaux moyens, ceux qui ont des valeurs post-matérialistes, ceux qui se situent à gauche, les plus exposés aux médias, les plus satisfaits de leur vie |

- | | |
|--------------------------------|--|
| 9. la hausse des prix | les personnes de 25 à 40 ans, ceux qui ont des valeurs post-matérialistes, ceux qui se situent à gauche |
| 10 la concurrence accrue | les personnes de 40 à 55 ans, les indépendants, ceux qui ont des valeurs post-matérialistes, ceux qui se situent à droite, |
| 11. de trop grands changements | ceux qui se situent à gauche |

Sont en corrélation avec des votes qui seraient négatifs à l'égard du Grand Marché :

- la perte d'identité nationale
- la délinquance
- l'augmentation des immigrés
- les incertitudes du futur
- devoir payer pour d'autres
- la perte de pouvoir
- la hausse des prix

Pays-Bas

Dans l'ensemble, le paysage est bariolé : beaucoup d'attitudes sont plus positives à l'égard de l'Europe, mais certaines attitudes sont négatives. La cristallisation des attitudes négatives semble être le Grand Marché.

Cette "Europe à la carte" au plan des perceptions comme au plan des évaluations, relève sans doute d'une ambivalence au sein même des attitudes : on est à la fois pour et contre.

Cette ambivalence a, semble-t-il, un caractère plus pragmatique qu'idéologique. Elle trouve sans doute ses racines dans le taux élevé de satisfaction des Néerlandais qui va de pair avec une nette perception d'une détérioration récente de leurs conditions de vie et avec des craintes pour l'avenir.

Sur le plan des cibles d'une politique de communication :

- les cibles favorables au projet européen, qu'il faut conforter sont les moins de 25 ans, les catégories sociales aisées, ceux qui se situent plutôt à droite, ceux qui ont une mentalité post-matérialiste.

Leurs craintes : le pays n'est pas prêt, la concurrence.

- les cibles indifférentes, qu'il faut sensibiliser sont les femmes, les catégories sociales inférieures, ceux qui se situent au centre, qui ont une mentalité matérialiste, qui ne sont pas satisfaits de leur vie.

Leurs craintes : la délinquance, les immigrés.

- les cibles opposées au projet européen, qu'il faut convaincre, sont les plus de 55 ans, les catégories sociales inférieures, ceux qui ont une mentalité matérialiste.

Leurs craintes rejoignent celles des indifférents : la délinquance, les immigrés.

Ceux qui se positionnent à gauche ne paraissent pas se différencier nettement sur le plan de leurs attitudes européennes, sans doute à cause de l'ambivalence de leurs attitudes.

Leurs craintes : le chômage, la hausse des prix.

11. PORTUGAL.

La toile de fonds

Les Portugais sont mécontents de leur sort, tant en ce qui concerne le présent que le passé, même si les choses apparaissent s'être un peu redressées ces cinq dernières années et que le fonctionnement de la démocratie donne pleine satisfaction.

A cet égard, d'ailleurs, on remarque un net clivage, dont les raisons sont évidentes, et qui explique partiellement une volonté des uns pour que l'Europe se construise vite alors que les autres sont plutôt soucieux de ralentir un processus dont ils craignent les effets négatifs sur leur situation économique et sociale intérieure.

La pauvreté est en tête des préoccupations, un sentiment d'injustice prévaut toujours et les portugais pensent qu'il est difficile de sortir de la pauvreté. Mais les mesures prises pour lutter contre la pauvreté sont bien perçues, leurs aspirations appuient nettement de telles politiques. Plus qu'il y a cinq ans, ils espèrent en l'avenir, surtout pour leurs enfants.

A l'égard de l'avenir les attentes sont fortes et les espoirs considérables, sans doute à la mesure du désenchantement qui caractérise le passé et qui fonde un profond sentiment d'injustice de la société à l'égard de ses membres. Situation économique, situation financière du ménage, situation sociale du pays ou même situation internationale, tout doit aller mieux dans un proche avenir.

Soucieux des Droits de l'homme, les Portugais s'intéressent peu cependant à la politique générale.

Ils sont très attachés à la religion; plutôt "moyens" pour ce qui concerne leur attitude à l'égard de l'égalité entre hommes et femmes.

Par contre, en matière d'ouverture aux étrangers, ils figurent nettement en retrait de la moyenne européenne (ce qui contraste avec leur comportement traditionnel en matière d'implantation dans les pays d'Outremer).

En réalité, les Portugais sont globalement hostiles à la venue d'étrangers, quels qu'ils soient et à l'extension de leurs droits, sauf à donner aux ressortissants de la Communauté, un droit de vote aux élections municipales.

Les attitudes pro-européennes et le "déficit" européen : un bilan

Pro-européens, les Portugais le sont sur plusieurs aspects :

- plus que la moyenne européenne, ils se sentent européens;
- les informations par la TV et la radio paraissent meilleures;
- ils ont le sentiment d'être bien informés;
- ils connaissent mieux la localisation des institutions européennes;
- les activités du Parlement Européen sont mieux perçues (sauf en ce qui concerne l'équivalence des diplômes et la mobilité des étudiants);
- l'évolution européenne leur semble rapide, mais les Portugais la voudraient plus rapide encore;
- l'action de la CEE en faveur des régions défavorisées est mieux perçue; donner aux régions leur mot à dire emporte plus d'adhésions
- les Portugais sont plus favorables à l'unification européenne;
- les conséquences de l'Europe pour leur pays sont évaluées plus positivement;
- ils sont plus satisfaits de la manière dont les hommes et les institutions s'occupent de l'Europe;
- ils sont plus favorables aux propositions de l'Europe agricole;
- ils sont plus favorables à l'extension des compétences et du rôle du Parlement européen;
- l'Union économique et monétaire recueille plus d'adhésions;
- ils souhaitent davantage des décisions européennes en ce qui concerne la monnaie, la santé, l'éducation, la participation dans les entreprises;
- les conséquences du Grand Marché sont vues plus positivement; la dimension sociale est appréciée;
- le Traité de Maastricht suscite des réactions plus favorables;

- leur profil européen (en ce qui concerne le Traité de Maastricht) est positif (mais aussi plus souvent indifférent).

Il y a cependant quelques points négatifs dans les attitudes européennes des Portugais:

- ils manifestent peu d'intérêt pour la politique européenne;
- l'Europe politique les convainc moins que la moyenne des européens;
- ils sont moins favorables à un impôt direct européen;
- en matière de décisions, l'environnement, la défense, la coopération au développement, les dispositions en matière de TV, les taux de TVA sont davantage vus comme des domaines nationaux.

Le Portugais a le sentiment d'être bien informé; il connaît le siège des Institutions, le Fonds de Développement régional et la notoriété des Institutions dans les médias est bonne, à l'exception du Marché Unique et du sommet de Maastricht.

Si radio et télévisions, comme sources d'information sont appréciées, la presse écrite dans son ensemble est plus critiquée. Cette bonne information favorise les représentations globales à l'égard de la CE.

Le Parlement européen est jugé important et ses activités sont perçues de manière positives sauf en ce qui concerne les problèmes d'enseignement et de formation.

Le pouvoir de légiférer des instances européennes, par contre, est relativement mal évalué.

De manière générale, le Portugal considère que la Communauté européenne évolue vite.

Le bilan global est donc positif, le Portugal se disant favorable à l'unification européenne et regretterait son abandon, même s'il fait montre d'un désintérêt pour la politique européenne.

L'appartenance du Portugal à la Communauté est jugé bénéfique et important pour l'avenir du pays. Globalement, l'opinion portugaise se déclare satisfaite de la manière dont les hommes et les institutions s'occupent de l'Europe, de même qu'elle accueille favorablement les réformes en matière de politique agricole commune.

En matière d'aspirations le Portugais affirme sa confiance dans l'Europe. Il souhaite pour le Parlement un rôle plus important, un élargissement de ses pouvoirs et souhaite un gouvernement européen responsable devant le Parlement. Il est également favorable à l'Union économique et monétaire, mais par contre, il se montre très réservé, sinon hostile à l'Europe politique et à un impôt direct européen. Il se prononce également pour que les régions aient une place dans l'Europe.

En matière de prise de décision, le Portugal se montre relativement européen, en ce sens qu'il souhaite des décisions communes dans de nombreuses matières importantes, sauf en ce qui concerne la défense et l'environnement, la coopération au développement, la télévision, la TVA, la recherche et la politique étrangère.

L'attente est importante à l'égard du Grand Marché qui devrait avoir des répercussions positives, tant sur la vie personnelle que sur les différents secteurs de l'activité, sur la région, le pays et la Communauté elle-même. La dimension sociale du Grand Marché est également bien perçue, tout comme l'importance des effets prévisibles du sommet de Maastricht.

Sondage automne 1992

Le niveau de satisfaction à l'égard de sa vie est le plus faible parmi :

- les femmes
- les plus de 55 ans
- les niveaux sociaux inférieurs
- ceux qui ont des valeurs matérialistes

Le pays est perçu comme ayant bénéficié de son appartenance à l'Europe et les attitudes sont plus favorables au grand Marché, parmi :

- les hommes
- les plus jeunes
- les niveaux sociaux élevés
- ceux qui ont des valeurs post-matérialistes
- ceux qui sont satisfaits de leur vie

Les indifférents, les indécis sont surtout :

- les femmes
- les plus de 55 ans
- les niveaux sociaux inférieurs, les indépendants
- ceux qui ont des valeurs matérialistes
- ceux qui se situent à droite

- les moins exposés aux médias
- les moins satisfaits de leur vie

Les craintes exprimées à l'égard du Grand Marché sont dans l'ordre de leur fréquence de citation :

Ces craintes sont exprimées surtout par :

1. les incertitudes du futur
les femmes, les plus de 55 ans, les indépendants, ceux qui ont des valeurs matérialistes, ceux qui se situent au centre, les moins satisfaits de leur vie
2. la concurrence accrue
les hommes, les personnes d'âge moyen, ceux qui ont des valeurs post-matérialistes, ceux qui se situent au centre ou à droite, les plus exposés aux médias
3. le pays n'est pas prêt
les hommes, les personnes de 40 à 55 ans, les niveaux sociaux élevés, ceux qui ont des valeurs post-matérialistes, ceux qui se situent au centre ou à gauche, les leaders d'opinion
4. l'augmentation du chômage
ceux qui ont des valeurs post-matérialistes, ceux qui se situent à gauche, les leaders d'opinion, les moins satisfaits de leur vie
5. la délinquance accrue
les moins de 25 ans, ceux qui ont fait des études de niveau supérieur, des leaders d'opinion, les moins satisfaits de leur vie
6. la hausse des prix
les moins de 25 ans, ceux qui se situent à gauche, des leaders d'opinion
7. la perte d'identité nationale
les femmes, les moins de 25 ans, les niveaux sociaux élevés, ceux qui ont des valeurs post-matérialistes
8. de trop grands changements
les plus de 55 ans, les revenus les plus faibles

9. devoir payer pour d'autres

10. l'augmentation des immigrants

11. la perte de pouvoir

Sont en corrélation avec des votes négatifs à l'égard du Traité de Maastricht :

- la concurrence accrue
- la perte de l'identité nationale
- l'augmentation des immigrants
- la perte de pouvoir

Portugal

Le Portugal considère que l'Europe avance vite et souhaite qu'elle avance plus vite encore dans l'avenir : confronté à une situation économique difficile, le Portugal considère qu'il a tout à gagner à une unification rapide, dont jusqu'ici les Portugais ont été essentiellement bénéficiaires.

Ce sentiment d'avoir progressé depuis l'adhésion suscite des espoirs et des aspirations fortes à l'égard d'une Europe que les Portugais s'emploient à bien connaître.

Si tout est bien, les Portugais sont néanmoins attentifs à l'avenir, par crainte du désenchantement. L'adhésion présente ne souffre d'aucune contradiction mais d'éventuelles difficultés futures pourraient gravement hypothéquer les bénéfices actuels.

Il conviendrait néanmoins de nuancer ce bilan globalement positif par une approche plus serrée du monde rural dont on a le sentiment que l'opinion est peut-être peu prise en compte.

Sur le plan des cibles d'une politique de communication :

- les cibles favorables au projet européen, à conforter, sont les moins de 25 ans, les catégories sociales aisées, ceux qui ont une mentalité post-matérialiste, ceux qui sont satisfaits de leur vie.

Leurs craintes : la concurrence, le pays n'est pas prêt.

- les cibles indifférentes qu'il conviendrait de sensibiliser sont les femmes, les catégories sociales inférieures, ceux qui s'identifient à la droite, ceux qui ont une mentalité matérialiste, ceux qui ne sont pas satisfaits de leur vie.

Ceux qui se situent à gauche ne se caractérisent pas par des positions européennes nettes, sans doute à cause de l'ambivalence de certaines de leurs attitudes.

Leurs craintes : le chômage, la hausse des prix.

12. ROYAUME-UNI.

La toile de fonds

Malgré des difficultés évidentes, les Anglais sont satisfaits et même très satisfaits de leur vie à telle enseigne que ce sont eux qui considèrent, le plus massivement, que leur situation s'est améliorée ces cinq dernières années. Et ils sont, sans aucun doute, moins inquiets que d'autres Européens, quant à l'avenir.

Finalement, ils n'ont pas le sentiment de vivre dans une société injuste et prévoient même une amélioration des conditions de vie pour leurs enfants. Néanmoins, cette proclamation d'auto-satisfaction doit être tempérée par le fait que la face cachée de ce bien-être apparent est l'existence d'une pauvreté de plus en plus importante dont les Anglais considèrent d'ailleurs qu'il est de plus en plus difficile, sinon impossible, de sortir.

Dès lors, cette affirmation de satisfaction à l'égard d'une société qui n'est finalement pas si prospère qu'on semble le vouloir ou l'affirmer, pourrait être le signe d'une tendance, pour le Royaume-Uni, à s'installer dans cet effet de la modernité : le bipolarisme socio-économique. On est, par exemple, surpris de constater que la lutte contre le chômage n'est pas une préoccupation prioritaire.

L'attachement à la démocratie se marque dans la défense d'un certain égalitarisme entre les hommes et les femmes, malgré quelques réserves quant au travail des femmes, à qui on reconnaît par ailleurs des qualités politiques évidentes.

D'ailleurs, de manière générale, plus que dans beaucoup d'autres pays, l'intérêt pour la chose politique est manifeste.

Démocrate, le britannique n'en est pas moins un insulaire et heureux de l'être. Il appartient à son pays et à sa région, très peu à l'Europe et il n'envisage pas que les choses puissent changer dans le futur. Cette insularité se marque également dans une certaine réticence à accueillir des étrangers, qu'ils soient européens ou non ne change rien au problème.

Démocrate encore, il est favorable à une amélioration des droits des étrangers, mais à l'échelon des instances européennes et non nationales.

Démocrate enfin, il est ouvert aux réfugiés politiques et aux personnes d'autres races, religions, nationalités. En d'autres termes, il est tolérant à

l'égard des étrangers qui sont chez lui, mais ne souhaite pas en accepter d'autres.

Retenons également que les anglais paraissent très sensibilisés aux problèmes de l'insécurité.

Attitudes pro-européennes et "déficit" européen : un bilan

Certaines attitudes des anglais sont pro-européennes et les situent au-dessus de la moyenne européenne :

- ils connaissent bien le Parlement, la Commission, le Traité de Maastricht, le Fonds de Développement Régional;
- ils sont très conscients de l'importance des affaires européennes pour l'avenir de leur pays;
- ils sont satisfaits de la manière dont les hommes et les institutions de leur pays s'occupent de l'Europe;
- ils sont favorables aux mesures proposées en ce qui concerne la politique agricole;
- les effets du Grand Marché sur leur vie personnelle sont perçus plus favorablement.

Par contre, le bilan des attitudes est nettement négatif sur de nombreux points :

- les Anglais ne se sentent guère européens (ils sont très attachés à leur région et à leur pays);
- le Grand Marché est assez mal connu;
- l'impression qu'ils tirent de ce qu'ils ont lu ou entendu au sujet du Parlement et de la Commission est plus défavorable;
- les sources d'information sont moins citées en général;
- ils ont plus le sentiment d'être mal informés;
- ils connaissent mal la localisation des sièges de la CEE;
- ils souhaitent plus fréquemment que l'évolution de l'Europe soit plus lente;

- ils sont moins favorables à l'unification européenne;
- l'évaluation qu'ils font des conséquences de l'Europe pour leur pays est moins bonne;
- ils auraient moins de regrets en cas d'abandon du projet européen;
- ils sont moins favorables à l'Union économique et monétaire comme à l'Europe politique;
- un impôt direct européen ne les séduit guère;
- ils souhaitent moins de décisions européennes (dans tous les domaines);
- le Grand Marché suscite moins d'espoirs, les effets escomptés sont moins positifs, les attitudes sont plus ambivalentes; il en va de même à l'égard du Traité de Maastricht.

La notoriété des instances européennes dans les médias est inégale : la Communauté, le sommet de Maastricht et le Marché Unique sont mal perçus, au contraire du Parlement et de la Commission, qui cependant produisent une mauvaise impression.

Toutes sources confondues, l'information sur la Communauté est déficitaire, en tous les domaines, y compris le Fonds de Développement Régional et le siège des Institutions.

Le Britannique est mal informé mais finalement ne se plaint pas réellement de cette mauvaise information sachant que la politique européenne n'intéresse pas fondamentalement l'opinion publique.

Le rôle et l'importance du Parlement européen sont jugés très négativement et l'unification européenne, à laquelle les Anglais sont finalement plus opposés que la moyenne des Européens, se fait dans la hâte alors qu'elle devrait être plus lente.

En tout état de cause, l'abandon du projet européen n'entraînerait aucun regret de la part d'une majorité de britanniques.

Dès lors, le bilan de l'appartenance européenne est négatif, bien que celle-ci pourrait néanmoins avoir des effets importants pour l'avenir du pays, notamment en matière agricole commune qui est jugée favorablement.

Les choses étant ce qu'elles sont, les Anglais sont relativement satisfaits de la manière dont les hommes et les Institutions s'occupent de l'Europe, avec une réserve pour ce qui est du gouvernement et des régions.

Jusque là, finalement, l'Angleterre ne se distance pas trop de l'idée européenne qu'elle bat nettement plus en brèche lorsqu'il s'agit de ses aspirations en matière communautaire et l'on observe, à cet égard, un véritable renversement du modèle français.

Les choses, à cet égard sont fort simples : en termes d'aspirations, les Anglais rejettent globalement la réalité européenne, tant le Parlement que l'Union économique et monétaire, l'Europe politique, la fiscalité commune.

De la même manière, sauf éventuellement en ce qui concerne la coopération au développement, les Britanniques ne sont nullement partisans d'un système de prise de décision commune.

Le Grand Marché n'est, en tout état de cause, pas une bonne chose, même s'il aura des effets sur la vie personnelle, et sa dimension sociale est perçue de manière négative.

Le sommet de Maastricht n'est évidemment pas mieux perçu que les autres réalités communautaires.

Sondage automne 1992

Le niveau de satisfaction à l'égard de sa vie est plus élevé parmi :

- les plus de 55 ans
- les niveaux sociaux élevés
- ceux qui ont des valeurs matérialistes
- ceux qui se situent à droite
- les plus exposés aux médias

Le pays est perçu comme ayant bénéficié de son appartenance à l'Europe, et les attitudes à l'égard du Grand Marché sont plus favorables surtout parmi :

- les hommes
- les moins de 25 ans
- les niveaux sociaux élevés
- ceux qui ont des valeurs post-matérialistes
- ceux qui se situent à gauche
- les plus exposés aux médias
- les leaders d'opinion

Ceux qui estiment que leur pays n'a pas bénéficié de son appartenance à l'Europe sont plus nombreux parmi :

- ceux qui ont des valeurs matérialistes
- ceux qui se situent à droite
- les moins satisfaits de leur vie

Les indifférents, les indécis sont surtout :

- les femmes
- les moins de 25 ans
- les niveaux sociaux inférieurs
- ceux qui ont des valeurs matérialistes
- ceux qui se situent au centre
- les moins exposés aux médias
- les plus satisfaits de leur vie

Les craintes exprimées à l'égard du Grand Marché sont, dans l'ordre de leur fréquence de citation :

Ces craintes sont exprimées surtout par :

- | | |
|-------------------------------------|---|
| 1. la perte de l'identité nationale | les plus de 55 ans, les niveaux sociaux inférieurs, ceux qui se situent au centre ou à droite, qui ont une mentalité matérialiste |
| 2. la perte de pouvoir | les plus de 55 ans, les niveaux sociaux élevés, ceux qui se situent à droite ou au centre |
| 3. l'augmentation des immigrés | les plus de 55 ans, ceux qui se situent à droite, qui ont une mentalité post-matérialiste |
| 4. la délinquance accrue | les niveaux sociaux inférieurs, ceux qui se situent à droite |
| 5. la hausse des prix | les personnes de 40 à 55 ans, les niveaux sociaux moyens, ceux qui se situent à gauche, qui ont une mentalité matérialiste |

6. l'augmentation du chômage	les moins de 40 ans, les niveaux sociaux élevés, ceux qui se situent à gauche
7. les incertitudes du futur	les moins de 25 ans, ceux qui ont fait des études de niveau supérieur, ceux qui ont une mentalité post-matérialiste
8. trop de changements	les moins de 25 ans
9. le pays n'est pas prêt	les personnes de 25 à 40 ans, les niveaux sociaux élevés, ceux qui se situent à gauche
10. devoir payer pour d'autres	les plus de 55 ans
11. la concurrence accrue	les moins de 25 ans

Sont en corrélation avec des votes négatifs à l'égard du Traité de Maastricht :

- la perte de l'identité nationale
- la perte de pouvoir
- l'augmentation des immigrés
- la délinquance accrue

Royaume-Uni

Se prétendant au moins aussi satisfait de son sort que le Français peut se dire amer et désappointé, le Britannique n'a finalement aucune attente à l'égard de l'Europe, ce qui confirme une fois encore son sentiment d'insularité.

Peu concerné par la nature du projet commun, il ne souhaite pas en savoir plus : il serait d'ailleurs intéressant, à cet égard, de se poser quelques questions pour tenter de mieux comprendre cette attitude en matière d'information.

Tout laisse penser que le Royaume-Uni, soucieux de ses problèmes sans doute, mais convaincu que ceux-ci sont moins aigus que ceux de ses partenaires, préfère vivre sur ses acquis plutôt que de s'engager dans une perspective volontariste dans laquelle il ne perçoit que des dangers.

Dès lors, il se résigne à s'installer dans la société duale qui se profile très précisément et à laquelle il ne voit pas d'issue. Mais à cet égard, il importerait de s'assurer que les jeunes Anglais font montre d'une résignation identique à l'égard de la dualisation qui est à l'oeuvre dans leur pays.

Sur le plan des cibles d'une politique de communication:

- les cibles favorables au projet européen, à conforter, sont les moins de 25 ans, les catégories sociales aisées, ceux qui se situent à gauche, qui ont des valeurs post-matérialistes.
Leurs craintes : le chômage, les incertitudes du futur, le pays n'est pas prêt.

- les cibles indifférentes, qu'il conviendrait de sensibiliser, sont les femmes, les moins de 25 ans, les catégories sociales inférieures, ceux qui s'identifient au centre, qui ont des mentalités matérialistes, qui sont satisfaits de leur vie.
Leurs craintes : la hausse des prix.

- les cibles opposées au projet européen, qu'il faut convaincre, sont ceux qui se situent à droite, qui ont des mentalités matérialistes, qui ne sont pas satisfaits de leur vie.
Leurs craintes : la perte d'identité nationale, la perte de pouvoir, la criminalité, les immigrés.

En conclusion

Les profils nationaux.

1. BELGIQUE

Les Belges, sans aucun doute européens, se démarquent par leur flagrante sous-information, alors qu'ils sont au coeur de l'Europe, qui va de paire avec un manque d'intérêt et une indifférence affirmée, par leurs réticences à l'égard du Grand Marché et des décisions politiques prises au plan européen.

On aurait pu croire que l'indifférence, souvent agacée, des Belges pour la politique nationale se serait traduite par un réinvestissement d'intérêt dans les questions européennes : il n'en est rien cependant, et les Belges paraissent considérer, globalement, l'Europe de la même façon dont ils considèrent leur pays, sauf peut-être certains groupes particuliers de population moins repliés dans l'indifférence.

2. DANEMARK

Très contents de leur sort, mais pessimistes pour l'avenir et perplexes quant à la direction à prendre, les Danois n'en sont pas moins attentifs à l'Europe, se sentent concernés mais méfiants.

Cette réserve traduit le sentiment que leur appartenance communautaire pourrait les contraindre à renoncer à leur spécificité, mais plus encore à leurs "avancées" en matière de démocratie et d'égalité.

On retiendra certains indices d'une crainte de voir se "dualiser" la société civile qui peut jouer un rôle important dans les réticences danoises à l'égard de l'Europe. De même la fragilité du socle social européen induit sans doute une certaine crainte des Danois qui pourraient se sentir en régression par rapport aux avancées sociales qui sont les leurs.

3. ALLEMAGNE.

Sur une toile de fond assez floue se dessine l'image d'un certain désenchantement à l'égard de l'idée européenne, imputable, en partie à l'expectative des Allemands quant à la manière dont vont évoluer l'Europe et la situation socio-économique. Une prudence marquée pour la réalité institutionnelle et un désengagement à l'égard du projet européen s'inscrivent dans le droit fil de cet état d'esprit.

La réunification et une attente fantasmatique et finalement convulsive des Allemands de l'Est ne sont sans doute pas étrangères à ce qui paraît être un recul significatif et à tout le moins, cette attitude pose question par rapport à l'image européenne de premier plan que vise à produire l'Allemagne.

Au delà de la question de la réunification, dont il est trop tôt pour analyser l'impact, on posera l'hypothèse qu'il existe un écart significatif entre les positions de l'État national et celles des différents Länder.

4. GRECE.

Si à première vue, les Grecs sont parmi les plus Européens, leur attachement à l'Europe souffre cependant de certains déficits à la fois sur le plan de l'information et sur celui de certaines attitudes peu enclines à favoriser les décisions européennes.

La sous-information des Grecs tranche par rapport au niveau de leur intérêt pour la politique européenne : cette apparente contradiction paraît trouver ses racines dans une insatisfaction profonde qui s'accompagne d'un niveau d'espoir aussi grand que l'inquiétude et la perplexité que suscitent les perspectives d'avenir.

On retiendra également que le sens de l'évolution des attitudes et des opinions des Espagnols contraste souvent avec l'évolution générale de la moyenne européenne, plus particulièrement en ce qui concerne les perceptions de la situation économique.

5. ESPAGNE.

L'opinion publique espagnole oscille entre un attachement à la Communauté Européenne et une certaine indifférence en matière d'euroanéité.

Dès lors, les maîtres mots, en ce qui concerne l'implication européenne de l'Espagne, sont paradoxe et ambivalence : une attitude résolument positive et ouverte répond un positionnement timoré. Un tel tiraillement est sans doute fondé, partiellement, par un sentiment régionaliste fortement inscrit dans l'inconscient collectif et par l'écart encore profond entre vie urbaine et vie rurale.

Cette particularité, dont l'Espagne n'a pas l'apanage, renvoie à une contradiction fondamentale entre modernité et traditionalisme.

Par rapport à l'avenir, les Espagnols spéculent manifestement sur un bénéfice communautaire, mais néanmoins, quant à eux, ils ne sont pas en position d'investir plus, compte tenu de l'hypothèque du passé et de certaines fractures régionales.

Autrement dit, l'Espagne est au coeur d'un conflit entre désir et plaisir, désir à tout prix de plus d'Europe pour aller de l'avant et plaisir d'être ce qu'elle est, enracinée dans une histoire violente et tourmentée.

6. FRANCE.

L'image la plus singulière qui s'impose est celle d'une rupture très nette entre la réalité objective que sont les manifestations concrètes de la réalité européenne et une aspiration subjective nettement plus franco-française qui fonde ce qu'on appellera le paradoxe hexagonal.

Il est de plus en plus net que l'opinion publique française a une vision négative du bilan européen et une majorité de Français ne verrait sans doute pas d'un mauvais oeil un certain désengagement communautaire qui permettrait de ne pas devoir en référer aussi systématiquement à ses partenaires.

On retiendra l'expression d'une profonde inquiétude quant à l'avenir et une réelle insatisfaction quant à la situation économique et sociale actuelle que d'aucuns imputent ouvertement à l'unification européenne.

Enfin, tout aussi significatif est la rupture entre opinion publique et élites politiques : ces dernières paraissent de plus en plus tentés de renoncer à tout européenisme pour tenter de renouer avec une opinion publique de plus en plus critique.

7. IRLANDE.

Pragmatiquement européens, les Irlandais manifestent néanmoins des attitudes, des opinions et des aspirations qui expriment une rupture entre l'économique et le politique. Partenaires européens convaincus et efficaces, les Irlandais ont une bonne perception de l'Europe : ils n'en sont pas moins réservés quant aux perspectives d'une unification dont à tout le moins ils estiment qu'elle doit être plus lente et plus réfléchie.

Une certaine réserve quant aux Institutions Européennes souligne une méfiance dont on peut penser qu'elle renvoie à la proximité problématique avec le Royaume-Uni.

C'est évidemment en tant qu'espace économique que l'Europe attire le plus les Irlandais, soucieux de s'investir dans un ensemble plus large leur permettant de se dégager des relations souvent conflictuelles qu'ils entretiennent avec leurs voisins.

8. ITALIE.

L'euphorie des Italiens, pour incontestable qu'elle soit, paraît surtout procéder d'une attente idéalisée. Leurs sentiments européens s'enracinent dans l'espoir de voir s'améliorer tant leur situation personnelle que la situation politique nationale, grâce à une unification rapide. Néanmoins, cet attachement ne trouve que peu d'échos dans les représentations de ce qu'est réellement l'Europe : il est donc plus affectif que rationnel.

On retiendra également une désaffection et un désintérêt profonds des Italiens à l'égard du fonctionnement de leur pays, ou encore un sentiment d'impasse irréductible qui les poussent d'autant vers le projet européen comme issue à une crise identitaire.

La question centrale qui se pose est la suivante : les difficultés économiques peuvent détériorer ces sentiments pro-européens et déboucher sur une profonde désillusion.

9. LUXEMBOURG

On retiendra un relatif désinvestissement européen des Luxembourgeois, grosso-modo depuis 1989, alors que jusque là leurs attitudes pro-européennes ne souffraient aucune concession : l'unification européenne obtenait au Luxembourg son score le plus élevé.

Si les Luxembourgeois restent convaincus du bien fondé du projet communautaire, les conséquences des difficultés sociales et économiques européennes ont induit une certaine angoisse à l'égard de l'avenir. Qui plus est, cette peur s'ancre fortement dans le présent : contents de leur situation, mais moins nettement qu'il y a 5 ans, ils craignent une détérioration de leur bien-être et ont le sentiment que les choses vont trop vite.

10. PAYS-BAS.

Dans l'ensemble, l'opinion publique hollandaise est bariolée et beaucoup d'attitudes positives à l'égard de l'Europe sont en résonance avec d'autres résolutions négatives, plus précisément celles qui concernent le projet du Grand Marché.

Les Pays-Bas opteraient sans doute volontiers pour une "Europe à la carte" qui semble s'imposer au plan des perceptions comme au plan des évaluations et qui relève une ambivalence fondamentale au sein même des attitudes : on est à la fois pour et contre.

Cette ambivalence, néanmoins, paraît plus pragmatique qu'idéologique et trouve sans doute ses racines dans le taux élevé de satisfaction des

Néerlandais à l'égard de leur vie personnelle et de la situation du pays allant de pair avec une nette perception d'une détérioration récente de leurs conditions de vie et avec des craintes pour l'avenir. Satisfaction et angoisse déstabilisent une opinion publique qui s'était installée dans une satisfaction généralisée.

11. PORTUGAL.

Les Portugais considèrent que l'Europe avance vite et souhaite qu'elle avance plus vite encore dans l'avenir.

Il est vrai, le Portugal est confronté à une situation économique difficile et sans doute la situation générale a-t-elle tout à gagner à une unification rapide, dont jusqu'ici les Portugais reconnaissent implicitement qu'ils ont été essentiellement bénéficiaires.

Ce sentiment d'avoir progressé depuis l'adhésion suscite des espoirs et des aspirations fortes à l'égard d'une Europe que les Portugais s'emploient à bien connaître.

Ceci n'exclut pas pour autant une vigilance prudente quant à l'avenir, ne fût-ce que pour conjurer tout risque de désenchantement. En effet, si l'adhésion communautaire ne souffre aucune contradiction apparente, d'éventuelles difficultés futures pourraient gravement hypothéquer les acquis et les attentes.

12. ROYAUME-UNI.

Satisfaits de leur sort, les Britanniques manifestent finalement très peu d'attentes à l'égard de l'Europe, ce qui renforce l'idée d'une spécificité insulaire du Royaume-Uni.

Peu concerné par la nature du projet commun le Britannique, à vrai dire, ne souhaite pas réellement être informé de problèmes qui pour lui semblent secondaires.

Si l'opinion publique, au Royaume-Uni, est soucieuse, comme partout ailleurs, des problèmes sociaux et économiques que connaît le pays, elle donne l'impression de considérer que ceux-ci sont moins aigus que ceux de ses partenaires, et des lors, les Anglais semblent préférer vivre sur leurs acquis plutôt que de s'engager dans une perspective volontariste chargée de dangers.

Ceci expliquerait que la société civile, d'une certaine manière, se résigne à s'installer dans la société duale qui se profile très précisément et à laquelle elle ne voit pas d'alternative possible.

Conclusions.

Un clivage évident nord-sud met face à face des pays dont l'adhésion européenne est plus récente, la situation économique et sociale plus problématique et les attentes plus fortes et des pays plus anciennement européens, économiquement plus "assis" et légèrement désinvestis.

Néanmoins, les craintes pour l'avenir, l'angoisse liée à une sorte de passage à l'acte que symbolise l'ouverture du Marché Unique et une conjoncture générale de crise fondent une exacerbation, à la fois, des craintes et des espoirs quant à l'avenir.

Ceci explique certains comportements de retraits de la part de pays qu'on pouvait penser définitivement acquis à la cause européenne : le Danemark, le Luxembourg, l'Allemagne.

Si chacun de ces pays a des raisons particulières d'être réservé, c'est le processus de désimplication qui doit retenir l'attention. Lassitude ou sentiment de concéder plus qu'on reçoit appellent un processus de remobilisation qui sera en même temps une réponse aux attentes et aux aspirations exacerbées de nations pressées de voir les choses évoluer.

Les opinions publiques les plus sceptiques, en France, en Belgique par exemple trouveraient sans doute un regain d'intérêt dans une dynamique de sensibilisation bien ciblée, percutante et résolument axée sur l'avenir, alors même que le présent ne tient aucune de ses promesses sur le plan de la situation économique et sociale.

Si l'opinion moyenne peut avoir du sens pour certaines questions, elle est le plus souvent une abstraction car les opinions varient généralement fort d'un pays à l'autre, de même que varient les structurations des opinions au sein des divers publics nationaux.

Sur le plan d'une politique de communication on retiendra cependant certaines tendances relativement communes aux pays européens :

- les opinions favorables au projet européen sont le fait des milieux sociaux aisés en général et de personnes satisfaites de leur vie.
- l'indifférence à l'égard de l'Europe est la plus généralisée parmi les femmes, parmi les catégories défavorisées ou moyennes inférieures, et parmi des personnes ayant une mentalité matérialiste.

- les opinions réticentes à l'égard du projet européen sont plus difficiles à cerner mais elles présentent un point commun, elles émanent surtout de personnes insatisfaites de leur vie.

Il est intéressant de faire le point des différences et ressemblances entre les pays :

1. Les opinions favorables à l'Europe émanent le plus souvent de personnes ayant une mentalité post-matérialiste; seules exceptions : le Danemark, la Grèce, l'Espagne : ce sont les personnes manifestant une mentalité matérialiste qui y sont le plus favorables à l'Europe.

Les opinions favorables émanent également plutôt de ceux se situant à gauche sur l'échiquier politique en Allemagne, en Espagne, en France, au Royaume Uni ; plutôt de ceux se situant à droite en Belgique, au Danemark, en Grèce, en Irlande, au Luxembourg, aux Pays-Bas ; parmi ceux qui se situent au centre en Italie.

2. L'indifférence est plutôt le fait de la gauche au Danemark, en Irlande et au Luxembourg ; plutôt le fait de la droite en Espagne, en Italie, au Portugal; plutôt le fait du centre en Belgique, en France, aux Pays-Bas, au Royaume-Uni.

En Belgique, au Danemark, au Royaume-Uni, l'indifférence est davantage le fait de personnes satisfaites de leur vie. Dans tous les autres pays c'est davantage le fait de personnes non satisfaites de leur vie.

3. Les opinions réticentes à l'égard de l'Europe sont exprimées surtout par ceux qui ont une mentalité matérialiste en Belgique, en France, en Italie, au Luxembourg, aux Pays-Bas, au Royaume-Uni tandis qu'au Danemark, en Grèce, en Espagne, elles sont exprimées surtout par ceux ayant une mentalité post-matérialiste.

C'est à gauche que le plus de réticences sont émises en Belgique, au Danemark, en Grèce, en Irlande, au Luxembourg ; tandis que c'est à droite en Allemagne, en France, en Irlande, en Italie, au Royaume-Uni.

>Ce	<Ce	=	Remarques Evolution	Zoom
<p>FICHE PAYS:</p>				
<p>I. Les attitudes générales.</p>				
<p>1.1. Attitudes à l'égard de la société.</p>				
<ul style="list-style-type: none"> - sentiment global de satisfaction à l'égard de sa vie..... - sentiment de satisfaction quant au fonctionnement de la démocratie..... 				
<p>1.2. Intérêt personnel pour la politique.</p>				
<p>1.3. Perception de la situation économique depuis un an :</p>				
<ul style="list-style-type: none"> - sentiment d'amélioration de la situation des 12 derniers mois..... - sentiment d'amélioration de la situation financière de son ménage durant les 12 derniers mois..... 				
<p>1.4. Perception de l'avenir.</p>				
<ul style="list-style-type: none"> - l'année prochaine : meilleure que celle qui s'achève..... - l'année prochaine : grèves ou conflits sociaux qui ne s'aggravent pas..... - l'année prochaine : pas plus agitée (querelles internationales)..... - confiance dans l'amélioration de la situation économique du pays..... - confiance dans l'amélioration de la situation financière du ménage..... 				
<p>1.5. Sentiment d'appartenance.</p>				
<ul style="list-style-type: none"> - sentiment d'être un citoyen de l'Europe..... - perception de soi comme européen dans le futur..... - sentiment d'attachement à : <ul style="list-style-type: none"> - sa ville..... - sa région..... - son pays..... - la CE..... - l'Europe. 				

FICHE PAYS:

1.6. Attitudes à l'égard des autres ressortissants de la CE.

Favorable à l'ouverture à tous les ressortissants CE :

- du droit de vote aux élections municipales.....
- du droit d'être candidat aux élections.....
- du droit de vote aux élections européennes.....
- du droit d'être candidat aux élections.....

1.7. Attitudes à l'égard des étrangers non CE.

- à l'égard des personnes non ressortissantes des pays CE en général.....
- à l'égard des personnes venant du sud de la Méditerranée.....
- à l'égard des personnes venant des pays de l'Est.....
- à l'égard des personnes demandant l'asile politique.....
- présence considérée comme non gênante des personnes :
 - d'une autre nationalité.....
 - d'une autre race.....
 - d'une autre religion.....
 - d'une autre culture.....
 - d'une autre classe sociale.....
- attitudes à l'égard de la cohabitation.....
- attitudes à l'égard des mouvements racistes et antiracistes.
- notoriété des textes relatifs aux droits de l'homme.....
- évaluation des effets de la présence des immigrés.....
- pour une extension des droits des immigrés.....
- évaluation des préférences pour des législations séparées.....
- évaluation de l'action de la Communauté pour les droits de l'homme.....

>Ce <Ce = Remarques Evolution Zoom

FICHE PAYS:	>Ce <Ce =	Remarques Evolution	Zoom
<p>1.8. Attitudes à l'égard de l'environnement.</p> <ul style="list-style-type: none"> - importance de la protection de l'environnement..... - indices d'insatisfaction de l'environnement immédiat..... - la qualité de l'eau..... - le bruit..... - la pollution de l'air..... - les déchets..... - l'accès aux espaces verts..... - la disparition des terres de culture..... - l'enlaidissement du paysage..... - importance des sujets d'inquiétude. - évaluation des actions individuelles de protection de l'environnement..... - évaluation des actions des pouvoirs publics de protection de l'environnement..... - notoriété de l'année européenne de l'environnement..... 			
<p>1.9. Attitudes à l'égard de la famille.</p>			
<p>1.10. Attitudes à l'égard de l'égalité des sexes.</p> <ul style="list-style-type: none"> - importance du problème..... - répartition des rôles dans la famille..... - confiance dans l'un ou l'autre sexe pour exercer un emploi ou une fonction..... - activité professionnelle des femmes vue par les hommes..... - perception des actions nationales en faveur de l'égalité dans le travail..... - évaluation des actions communautaires..... - préjugés concernant les femmes et la politique..... - participation socio-politique. 			

FICHE PAYS:

1.11. Attitudes à l'égard des jeunes.

- satisfaction à l'égard de la vie menée.....
- satisfaction à l'égard des ressources financières.....
- centres d'intérêt :
 - environnement.....
 - sports.....
 - société.....
 - arts et spectacles.....
 - tiers-monde.....
 - science et technologie.....
 - vie dans d'autres pays.....
 - mouvement pacifique.....
 - régionalisme.....
 - politique internationale.....
 - politique nationale.....
- problèmes principaux :
 - chômage.....
 - drogue.....
 - sida.....
 - études et formation.....
 - logement.....
 - racisme et discrimination.....
 - institutions.....
 - vie participative et associative.....
 - appartenance à un syndicat.....
 - fréquentation d'une organisation de jeunesse.....
 - voyages à l'étranger.....
 - enseignement sur la Communauté européenne.....
 - connaissance globale de la Communauté européenne.....
 - notoriété de la Commission européenne.....

>Ce <Ce =

Remarques Evolution

Zoom

FICHE PAYS:

- évaluation de la Communauté européenne.....
- connaissances en informatique.....
- formation professionnelle.....
- satisfaction au travail.....

1.12. Attitudes à l'égard de la santé.

1.13. Attitudes à l'égard de la pauvreté.

- le poids des restrictions.....
- l'apport des ressources non-matérielles.....
- l'évaluation du niveau de vie.....
- degré de satisfaction quant à la vie menée.....
- degré de satisfaction par rapport au niveau de vie il y a cinq ans.....
- perspectives d'amélioration de la vie.....
- perspectives d'amélioration de la vie pour les enfants.....
- perception de l'injustice sociale.....
- perception de l'évolution de la pauvreté.....
- évaluation des chances de sortir de la pauvreté.....
- évaluation des actions des pouvoirs publics.....
- perception du programme de lutte contre la pauvreté de la CE.
- évaluation de la portée du programme CE.

1.14. Attitudes à l'égard des consommateurs.

- connaissance des organisations de consommateurs.
- appartenance à une organisation de consommateurs.....
- évaluation de l'efficacité des organisations.....
- l'information par la télévision.....

>Ce <Ce =

Remarques Evolution

Zoom

FICHE PAYS:

1.15. Attitudes à l'égard des énergies.

- importance des problèmes d'énergie.
- préférence pour une action au niveau communautaire.....
- opinions sur la sécurité d'approvisionnement
 - combustibles solides.....
 - pétrole.....
 - gaz naturel.....
 - nucléaire.....
 - énergies renouvelables.....
- opinions sur le moindre risque de pollution.
 - combustibles solides.....
 - pétrole.....
 - gaz naturel.....
 - nucléaire.....
 - énergies renouvelables.....
- perception des avantages du nucléaire.....
- connaissance des problèmes d'environnement.....
- importance des problèmes d'environnement.....
- perception des effets du marché unique sur :
 - alignement européen du prix de l'essence.....
 - alignement des normes techniques de l'électroménager.....
 - diminution du coût de l'énergie pour les entreprises.....
 - amélioration de la distribution d'électricité.
 - règles communes pour la protection de l'environnement.

Zoom

Remarques Evolution

=

<Ce

>Ce

FICHE PAYS:

1.16. Attitudes à l'égard de l'aide au développement.

- perception de l'importance des problèmes suivants :
 - réduire les écarts entre les régions de son pays.....
 - assurer l'approvisionnement en énergie.....
 - réduire le nombre de gens très riches et très pauvres.....
 - lutter contre le terrorisme.....
 - aider les pays pauvres du tiers-monde.....
 - lutter contre le chômage.....
 - défendre les intérêts du pays contre les superpuissances.....
 - protéger la nature contre la pollution.....
 - renforcer notre capacité de défense militaire.....
- perspectives pour l'avenir :
 - tensions internationales moins fortes.....
 - diminution de l'écart du niveau de vie entre pays riches et pays pauvres.....
 - recul de la faim dans le monde.....
 - amélioration de la situation des pays pauvres grâce à la science.....
 - meilleur entendement entre pays développés et sous-développés.....
 - meilleure utilisation des ressources de la planète.....
- pertinence de l'image du tiers-monde par les médias.....
- souhaits d'information sur les problèmes suivants du tiers-monde :
 - situation économique.....
 - causes du sous-développement.....
 - ce que nous faisons pour eux.....
 - culture.....
 - situation politique.....
 - conditions de vie.....
 - possibilité d'aide personnelle.....
 - ce qu'ils font pour leur propre développement.....
 - ce qu'ils pensent de nous.....

Zoom

Remarques Evolution

=

<Ce

>Ce

FICHE PAYS:

- évaluation de l'amélioration de la situation depuis 15 ans.....
- adhésion à l'idée d'aide au tiers-monde.
- évaluation de l'aide à :
 - soulager la misère.....
 - apprendre à se suffire à eux-mêmes.....
 - préparer au partenariat économique.....
- perception des enjeux de l'aide:
 - lutter contre la pauvreté.....
 - assurer notre propre développement.
 - oublier le tiers-monde et lutter contre la pauvreté chez nous.....
- sentiment d'impact des problèmes à venir du tiers-monde sur notre vie.....
- connaissance des actions d'aide au tiers-monde venant :
 - du gouvernement national.....
 - de la Communauté européenne.....
 - des organismes internationaux.....
 - d'entreprises et d'industries.....
 - d'associations privées.....

Zoom

Remarques Evolution

=

<Ce

>Ce

	>Ce <Ce =	Remarques Evolution	Zoom
<p>FICHE PAYS:</p>			
<p>2. Le niveau d'information.</p>			
<p>2.1. La notoriété dans les médias.</p> <ul style="list-style-type: none"> - de la Communauté Européenne..... - du Parlement..... * bonne impression d'après ce qu'on a lu ou entendu. - de la Commission..... * bonne impression d'après ce qu'on a lu ou entendu. - du Marché Unique..... - du Traité de Maastricht..... 			
<p>2.2. Les sources d'information sur la CE.</p> <ul style="list-style-type: none"> - en général : - télévision..... - radio..... - quotidiens..... - magazines..... - brochures..... - oui dire..... - à propos du Fonds de Développement Régional..... - presse - T.V.. - radio..... - panneaux..... 			
<p>2.3. Le degré de satisfaction quant à la façon dont les médias s'occupent de la CE.</p> <ul style="list-style-type: none"> - T.V.. - radio..... - Presse..... 			

FICHE PAYS:

2.4. Le sentiment d'être bien informé.....
2.5. La connaissance des sièges des Institutions.....

>Ce	<Ce	=	Remarques Evolution	Zoom

	>Ce <Ce =	Remarques Evolution	Zoom
<p>FICHE PAYS:</p>			
<p>3. Les représentations globales à l'égard de la CE.</p>			
<p>3.1. Le Parlement.</p>			
<ul style="list-style-type: none"> - Perception du rôle important du Parlement dans la vie de la CE..... - Les activités du Parlement sont perçues comme importantes dans : <ul style="list-style-type: none"> - la politique sociale..... - l'équivalence des diplômés..... - la mobilité des étudiants..... - famille - femmes - vieux..... - consommateurs..... - environnement..... 			
<p>3.2. Les Institutions perçues comme ayant le plus de pouvoir de légiférer.</p>			
<ul style="list-style-type: none"> - le Parlement..... - la Commission..... - le Conseil des ministres..... 			
<p>3.3. Perception de la "vitesse" de la CE (eurodynamomètre).</p> <ul style="list-style-type: none"> - lent..... - vite..... 			
<p>3.4. Perception de la politique européenne pour les régions moins favorisées.</p>			

FICHE PAYS:	>Ce	<Ce	=	Remarques Evolution	Zoom
<p>4. Les évaluations (jugements) à l'égard de l'Europe.</p> <p>4.1. Attitudes personnelles.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Favorables à l'unification européenne..... - Typologie d'attitudes européennes : <ul style="list-style-type: none"> - positives..... - ambivalentes..... - négatives..... - Regretteraient en cas d'abandon de la CE..... <p>4.2. Intérêt personnel pour la politique européenne.</p> <p>4.3. Évaluation en ce qui concerne son pays.</p> <ul style="list-style-type: none"> - appartenance à CE est une bonne chose..... - sentiment que son pays a bénéficié de son appartenance..... - les affaires de la CE sont jugées importantes pour l'avenir de son pays..... <p>4.4. Satisfaction quant à la façon dont on s'occupe de l'Europe.</p> <ul style="list-style-type: none"> - hommes politiques..... - entreprises..... - éducation et enseignement..... - gouvernement..... - syndicat..... - région..... <p>4.5. Evolution en ce qui concerne la politique agricole.</p> <ul style="list-style-type: none"> - sont favorables aux réformes proposées. 					

	>Ce <Ce =	Remarques Evolution	Zoom
FICHE PAYS:			
5. Les aspirations.			
5.1. Le rôle du Parlement européen.			
- souhaite un rôle plus important.....			
- souhaite un élargissement des pouvoirs.....			
- souhaite un gouvernement européen responsable devant le Parlement.....			
5.2. La "vitesse" de l'évolution.			
- souhaite que l'Europe avance :			
- plus lentement.			
- plus vite.....			
5.3. Attitudes à l'égard de l'Union Économique et Monétaire.			
- favorables à une Banque Centrale commune européenne.....			
- favorables à une seule monnaie.....			
5.4. Attitudes à l'égard des propositions de l'Europe politique.			
- favorables à une politique étrangère commune.....			
- favorables à une politique de défense commune.....			

FICHE PAYS:

5.5. Attitudes à l'égard de la fiscalité.

- favorables à un impôt direct européen
- en cas d'impôt direct, préfèrent :
 - sur le revenu.....
 - TVA.....
 - impôt spécial environnement.....

5.6. Attitudes à l'égard des régions.

- favorables à donner aux régions leur mot à dire dans la CE.....

5.7. Attitudes à l'égard des décisions.

Souhaiteraient des décisions prises en commun, au sein de la Communauté, en matière :

- de défense.....
- d'environnement.....
- de monnaie.....
- de coopération au développement.....
- de santé.....
- d'éducation.....
- de législation T.V.....
- de recherche.....
- de TVA.....
- de politique étrangère.....
- de participation des travailleurs dans l'entreprise.....
- de culture.....
- de politique à l'égard des immigrés.....
- de politique à l'égard des réfugiés politiques.....
- de sécurité du travail.....
- de mesures contre le chômage.....

Score global : souhaitent des décisions plus européennes.....

Zoom

Remarques Evolution

=

<Ce

>Ce

	>Ce	<Ce	=	Zoom
<p>FICHE PAYS:</p>				
<p>6. Attitudes à l'égard du Grand Marché.</p>				
<ul style="list-style-type: none"> - ont plus d'espoir dans le Grand Marché..... 				
<ul style="list-style-type: none"> - le Grand Marché est une bonne chose..... 				
<ul style="list-style-type: none"> - typologie d'attitudes : 				
<ul style="list-style-type: none"> - positives..... 				
<ul style="list-style-type: none"> - ambivalentes..... 				
<ul style="list-style-type: none"> - négatives..... 				
<ul style="list-style-type: none"> - effets positifs du Grand Marché sur : 				
<ul style="list-style-type: none"> - la vie personnelle..... 				
<ul style="list-style-type: none"> - le secteur d'activité..... 				
<ul style="list-style-type: none"> - la région..... 				
<ul style="list-style-type: none"> - le pays..... 				
<ul style="list-style-type: none"> - la CE..... 				
<ul style="list-style-type: none"> - la dimension sociale est vue favorablement..... 				

FICHE PAYS:

Z. Attitude à l'égard du Traité de Maastricht.

- importance du sommet pour la CE.....
- typologie d'attitudes à l'égard du sommet (profil européen):
 - oui.....
 - vers le oui.....
 - vers le non.....
 - non.....
 - indifférent.....
- effets positifs du Traité de Maastricht au niveau:
 - de la CE.....
 - du pays.....
 - de sa vie.....

>Ce <Ce = Remarques Evolution Zoom

>Ce	<Ce	=	Remarques Evolution	Zoom

	>Ce	<Ce	=	Zoom
FICHE PAYS:				
8. La CE dans la vie quotidienne.				
- l'influence de la CE sur sa propre vie est vue positivement.....				
- l'influence du Grand Marché sur sa vie personnelle.....				

Annexe 2 : les types de valeurs centrales

Cette typologie , validée sur de nombreuses enquêtes, est basée sur les questions suivantes :

Pour les dix ou quinze années prochaines, il y a des priorités différentes. qu'est-ce que vous considérez comme prioritaire parmi ces différents objectifs ? (deux choix sont demandés)

1. maintenir l'ordre dans le pays
2. que le peuple ait davantage son mot à dire dans les décisions importantes du gouvernement
3. combattre la hausse des prix
4. protéger la liberté de parole

Les réponses combinant les items 1. et 3. sont considérées comme révélant une mentalité "matérialiste"; les réponses combinant les items 2. et 4. sont considérées comme révélant une mentalité "post-matérialiste", les autres réponses sont de type "mixtes".

Source : Ronald Inglehart : "The silent revolution. Changing values and political styles among western publics." Princeton University Press, 1977.

ETUDE QUALITATIVE SUR L'IMAGE
DE LA COMMUNAUTE EUROPEENNE

OPTEM
sous la direction de Daniel DEBOMY - Paris

Ce rapport présente les résultats d'une étude qualitative réalisée en janvier 1993 auprès du grand public dans les douze pays de la Communauté, à la demande de la Commission Européenne.

Cette étude s'inscrit dans le cadre des réflexions en cours sur la définition d'une stratégie de communication pour la Communauté.

Elle avait notamment pour objet d'identifier et d'analyser les attitudes à l'égard de la construction européenne ; les attentes et les craintes qu'elle suscite, et leurs fondements ; les perceptions des buts poursuivis, des projets et des acquis communautaires, celles des institutions et de leurs rôles ; les moyens par lesquels les citoyens sont informés, ou envisageraient d'être informés sur ces sujets ; enfin, leur degré d'implication dans la construction de l'Europe.

Elle a été réalisée par interviews individuelles en profondeur auprès d'un échantillon total de 158 personnes, hommes et femmes, âgés de 18 à 65 ans, de milieux sociaux variés, excluant toutefois les extrêmes (patrons de grandes entreprises et cadres supérieurs, ouvriers sans qualification), ainsi que des cas particuliers (agriculteurs, qui posent des problèmes de communication tout à fait spécifiques en raison de la Politique Agricole Commune et de sa réforme).

On trouvera en annexe la structure précise de l'échantillon, ainsi que le guide d'entretien utilisé pour les interviews, et l'identité des partenaires d'OPTTEM ayant réalisé l'enquête sur le terrain dans chaque pays.

SOMMAIRE

I	Les perceptions de la situation actuelle, et des perspectives des années à venir, pour le pays et pour soi-même
II	Les représentations de l'Europe, l'identification des objectifs poursuivis et la perception de l'avancement de la construction communautaire
III	Les craintes et les attentes à l'égard de l'Europe
IV	Connaissance des institutions européennes et des processus de décision communautaires
V	Les réactions à des hypothèses de positionnement de la communauté en termes de communication
VI	Attitudes et attentes en matière d'information
VII	Caractéristiques de segments de population-cibles pour des actions de communication spécifiques éventuelles
VIII	Conclusions Implications pour la communication
IX	Annexes : Caractéristiques de l'échantillon Guide d'entretien Identité des instituts européens ayant participé à l'étude

I - LES PERCEPTIONS DE LA SITUATION ACTUELLE, ET DES PERSPECTIVES DES ANNEES A VENIR, POUR LE PAYS ET POUR SOI-MEME

Invitées à s'exprimer d'abord, sans référence préalable à l'Europe, sur la façon dont elles voient la situation de leur pays, ses perspectives, ainsi que leur propre situation personnelle ou professionnelle, les personnes interviewées manifestent des attitudes qui vont, selon les pays, de visions très pessimistes à un optimisme mesuré.

- Parmi les pays les plus moroses, on compte :

-> La France

- Le sentiment de dégradation de la situation économique, l'opinion que de nouvelles difficultés sont à venir, sont largement répandus et imprègnent le climat général.

La bonne tenue des indicateurs socio-économiques généraux (valeur du franc, inflation, solde du commerce extérieur, déficits budgétaires contenus) n'est pratiquement jamais évoquée spontanément. Sans doute ces faits ne sont-ils pas ignorés, mais ils restent une réalité abstraite, non palpable, sans lien direct perçu avec la situation des gens.

- Le chômage est le problème central. Il suscite de véritables angoisses dans les milieux les moins favorisés économiquement et culturellement, chez ceux qui le subissent ou s'en sentent menacés (ainsi pour une ouvrière qui craint "de ne plus pouvoir nourrir son fils" ou pour un ouvrier de l'aéronautique -secteur pourtant performant-, chômeur en stage de reconversion, qui dit "ne plus avoir d'espoir", ou encore pour une femme artisan couturière dont l'activité périclite en dépit d'un activisme "commercial" intensif et quasi-désespéré). Sans atteindre cette acuité, la crainte plus ou moins diffuse du chômage est présente chez un bon nombre : et même chez ceux qui ne s'en sentent nullement menacés, la vision d'un fléau inexorable, contre lequel aucune mesure ne semble avoir de prise, est fréquente.

- En même temps règne une très grande désaffection à l'égard de la politique et des politiques, taxés d'une incapacité à analyser les causes des phénomènes, à définir un projet, à amorcer des réalisations -bref à proposer une politique- tout en apparaissant comme constituant une société qui vit en vase clos, déconnectée de la réalité quotidienne des gens et s'en préoccupant au fond assez peu (d'autres études menées récemment par OPTEM confirment tout à fait ce constat).

- En positif sont certes évoqués dans les discours des éléments divers (on vit en paix, dans un pays où la vie est au fond agréable, où les droits de l'Homme et la protection sociale existent, etc...), mais il s'agit plus d'acquis que d'espoirs de conquête ou de progression. Seul thème nouveau, la préoccupation, récente en France, pour l'environnement, saluée comme nécessaire, mais qui ne saurait tenir lieu à elle seule de projet pour le pays.

- Tous ne sont naturellement pas atteints personnellement par cette vision très noire des choses, notamment dans les couches supérieures (chefs d'entreprise, professions libérales, cadres), mais le climat général est bien celui d'une inquiétude et d'incertitudes sur le devenir du pays.
On voit à certains égards réapparaître un syndrome gaulois désabusé, en même temps que les plus menacés et les plus inquiets développent une tendance marquée au repli sur soi, très crispé ou simplement frileux, et à l'appel à des valeurs de protection.
- Il n'y a cependant pas toujours de corrélation directe entre l'absence d'optimisme pour la France et des craintes pour soi-même : ainsi pour une employée communiste (du secteur privé) qui tient un discours tout à fait catastrophiste, mais reconnaît avoir un travail qui l'intéresse et dans lequel elle a de réelles perspectives de progression.

-> La Belgique

- Le même sentiment de dégradation imprègne les propos de beaucoup des Belges interrogés, qui vont jusqu'à évoquer un pays "en voie de décomposition", alors qu'il apparaissait naguère comme l'un des plus privilégiés.
- La situation économique est caractérisée à leurs yeux par une grande confusion, avec une montée inquiétante du chômage, la multiplication des faillites, la montée des prix, et une improductivité de plus en plus pesante, dont la pénalisation fiscale des entreprises performantes serait une des causes. On constate d'ailleurs que ces perceptions sont présentes aussi bien en Flandre que dans la partie francophone du pays -phénomène sans doute récent.
- Les acquis de niveau de vie, de libertés démocratiques, de protection sociale, sont reconnus. Mais se fait jour l'idée que ceux-ci pourraient se voir remis en cause, notamment sur le dernier plan où la multiplication des assistés sociaux pourrait faire "capoter" le système.
- Comme en France, mais avec une virulence beaucoup plus grande, la classe politique est mise en cause. Cela n'est pas nouveau en Belgique, mais la force du rejet paraît s'être accentuée, et, au delà de la classe politique, elle implique l'Etat (gangrène de l'Etat, rupture de consensus politique, incompétence du personnel politique, bureaucratie pléthorique, inflation des taxes, généralisation de la fraude fiscale,...).
- Les problèmes linguistiques hypothèquent encore un pays de plus en plus difficile à gérer.
- La tentation du repli sur soi, sur des valeurs traditionnelles (familiales, religieuses,...) affecte une partie des Belges, parmi les couches les moins favorisées et les moins éduquées, les commerçants soucieux de la concurrence faite aux PME par les grandes entreprises et les holdings internationaux, etc... Même chez ceux qui ne se sentent pas menacés personnellement, qui disposent d'un diplôme "monnayable", l'inquiétude est grande pour l'avenir des enfants. La formation est un thème majeur.

- Un pays semble découvrir que la prospérité ne va pas de soi

-> **Le Luxembourg**

Le nombre restreint d'interviews réalisées au Luxembourg incite à la prudence dans l'interprétation des résultats. Nous pensons toutefois pouvoir avancer les éléments suivants :

- Une partie des interviewés (qui se trouvent être dans l'ensemble ceux qui sont favorables à une Europe évoquée spontanément plus qu'ailleurs) ont une vision positive de la situation du pays : pas de gros problèmes d'emploi, système de sécurité sociale bien organisé, administration efficace, secteur bancaire qui continue d'être particulièrement performant, vie quotidienne agréable et pas trop stressante dans un petit pays à taille humaine. Ils sont relativement sereins pour l'avenir, même si quelques symptômes inquiétants apparaissent çà et là (crispation du marché immobilier, ralentissement du commerce, hausse des taux de TVA, débat sur la levée du secret bancaire, phénomènes nouveaux de licenciements, signes de xénophobie,...).
- A côté d'eux, on trouve des personnes qui voient un présent beaucoup plus sombre, et qui perçoivent les prémices d'une profonde désagrégation de l'économie. Sensibles en partie aux mêmes signes que les premiers, elles leur donnent une signification et leur prêtent des implications beaucoup plus profondes (baisse brutale du chiffre d'affaires dans les secteurs de la banque et du commerce, étranglement du marché de l'emploi, manque de dialogue entre les partenaires sociaux, apparition de nouveaux préjugés sociaux, à l'égard notamment des sans-emploi, cherté de la vie quotidienne, crainte de montée de la délinquance dans un pays jusqu'alors calme,...)
- On voit donc apparaître à la fois des inquiétudes pour l'avenir qui n'existaient guère jusqu'à une période récente, et le risque d'un clivage social également largement inconnu encore récemment.

- Un pays semble s'accommoder tant bien que mal de la morosité

-> **La Grande Bretagne**

- La plupart des citoyens britanniques interrogés sont conscients d'une économie en mauvaise santé.
- Le chômage est une préoccupation majeure. Beaucoup s'en sentent plus ou moins menacés, ont devant eux des exemples de personnes licenciées d'entreprises, naguère considérées comme d'une grande sécurité sur le plan de l'emploi.

Ces craintes sont particulièrement prégnantes chez ceux qui ont perdu leur emploi, et qui s'interrogent sur la possibilité d'en retrouver, mais aussi chez les jeunes interviewés encore en formation, qui expriment une grande incertitude quant à leur avenir.

- Contrairement ce que l'on observe dans d'autres pays analysés dans cette étude, le niveau social n'est pas un facteur très clivant des attitudes et des incertitudes pour l'avenir. Tant des chefs d'entreprise, ou des cadres, que des personnes de condition plus modeste s'inquiètent de ce qu'ils perçoivent comme étant un déclin de l'industrie britannique et des bases mêmes de l'économie. Ce déclin est symbolisé par exemple par des fermetures d'établissements ou des compressions de personnel aussi bien dans une entreprise en pointe comme British Aerospace que dans un secteur traditionnel comme celui des mines.
 - Le gouvernement se voit imputer une part de responsabilité dans cette situation (sans qu'il y ait mise en cause du système politique lui-même), mais on constate plus globalement le sentiment d'une absence de perspectives à long terme pour le pays. Celle-ci s'exprime, chez les plus informés, par l'idée d'une absence ou d'une faiblesse des investissements.
On espère la fin de la récession, la reprise du marché de l'emploi, davantage qu'on ne croit à leur réalité prochaine.
 - En résumé, sans qu'on ait vraiment peur de voir la Grande-Bretagne devenir économiquement un "second-class country", on n'imagine guère la sortie d'un marasme dont la société britannique semble d'une certaine manière s'accomoder -peut-être parce qu'elle l'a connu avant d'autres.
Comme ailleurs, on observe des tendances au repli sur sa propre sphère privée -mais sans l'aigreur ou la douloureuse révolte constatée chez certains interviewés des pays précédents.
 - A ces considérations, certains ajoutent une préoccupation particulière quant à l'instabilité mondiale (conflits irakien, yougoslave, etc...)
- Un pays marqué par la prise de conscience de la nécessité d'un "grand balayage" avec les incertitudes qui l'accompagnent

-> L'Italie

- Les Italiens voient leur pays comme étant dans une phase de transition et de changement radical nécessaire, trop longtemps retardé : système politique décrié, une classe politique objet de défiance et d'accusations généralisées de corruption, de compromission, d'irresponsabilité, d'inefficacité, et clairement perçue comme coupable pour la crise et les sacrifices que les citoyens devront accepter. Les élites économiques, les dirigeants d'entreprises, perçus comme co-responsables de la situation, sont également mis en cause.

- Il est clair pour eux qu'il n'y a pas d'autre choix que d'orienter le pays vers un plus grand sérieux et une plus grande rigueur dans la conduite des affaires publiques et privées et le traitement des problèmes. Dans les couches les plus élevées de la population, est répandue l'idée que l'Italie "a vécu au dessus de ses moyens" et doit se réajuster à une réalité où on devra accepter un niveau de vie plus serré et une fiscalité plus contraignante.
 - Cette période est inévitablement une période de pessimisme dominant, accompagné de doutes sur la possibilité de voir réellement réformer le pays sous la conduite des mêmes leaders qui l'ont au fond mené à cette situation. Les craintes sont liées à cette incertitude, aux implications des changements nécessaires. La crainte du chômage, de la perte de la sécurité de l'emploi, de crises sociales graves, se manifeste chez les moins armés pour affronter cette situation.
 - Le catastrophisme est cependant rare. Beaucoup gardent au fond confiance dans la capacité des Italiens à "se débrouiller", et dans leur propre capacité à s'en sortir. On observe à cet égard une valorisation de la valeur-refuge du travail, de la capacité professionnelle personnelle, au détriment de l'implication dans l'avenir de la collectivité ou des idéaux politiques.
- Un pays qui connaît un réveil brutal du rêve trop vite adopté d'évolution vers la modernité et de rattrapage rapide des pays plus avancés

-> L'Espagne

- Les attitudes actuelles des Espagnols sont dominées par l'irruption assez brutale dans leur conscience d'une crise économique à laquelle ils ne s'attendaient pas il y a un an encore. Comme les Italiens, les Espagnols se rendent compte qu'ils vivaient dans un climat quelque peu artificiel de prospérité. Le réveil est assez brutal (depuis moins d'un an, sans doute), et un peu amer le constat qu'on avait rêvé trop vite de rejoindre rapidement "le club des pays riches" et hautement développés.
- A l'inverse de l'Italie, on n'évoque pas cependant l'idée de grand nettoyage nécessaire. Le système politique n'est pas sérieusement mis en cause, même si la popularité du gouvernement a certainement décliné. Ce dont on a pris conscience, c'est plutôt de l'ampleur des efforts qu'il faut encore fournir pour être "au niveau" de l'Europe et sortir vraiment du statut de "pays du Sud" : reconversions économiques, nécessité d'augmenter encore les compétences professionnelles, la productivité du travail, etc...
- Pas plus qu'en Italie on ne voit désigner de bouc émissaire extérieur : les problèmes de l'Espagne sont d'abord des problèmes espagnols. Comme en Italie, même si c'est dans un contexte différent et pour des raisons non-identiques, il y a une tentation de repli sur la sphère privée, de refuge dans un relatif optimisme personnel exempt de grands desseins ou de grands objectifs (on devrait pouvoir "tenir le coup", mener une vie raisonnablement tranquille et agréable).
- Dernier élément qui marque le retour de la conscience d'être encore un pays du Sud : la grande sensibilité au conflit de la Yougoslavie, pays dans lequel on peut se projeter (plus facilement qu'un Belge ou un Britannique). Les conflits du monde, et celui-là en particulier, réveillent peut-être chez les Espagnols une peur inconsciente de la violence qu'ils ont pu occulter. Dans un esprit voisin, la crainte de la montée de la violence et de la xénophobie (exemple de l'Allemagne) est présente.

- Deux pays sans crainte économique majeure, mais où s'expriment des inquiétudes quant au maintien des acquis sociaux ou d'un certain modèle d'harmonie sociale perçu comme original

-> **Les Pays-Bas**

- Les Néerlandais interrogés ont, dans l'ensemble, une évaluation plutôt positive de la situation économique de leur pays : monnaie solide, bas niveau d'inflation, perspectives économiques globales modérément optimistes.
- Des signes existent certes de santé plus fragile que naguère de l'économie néerlandaise, tels que la "vente" à des sociétés multinationales d'entreprises comme Daf, Volvo, Fokker. Le chômage est objet de craintes réelles. Des personnes n'ayant pas d'emploi, et ayant atteint la quarantaine, doutent d'en retrouver ; d'autres se sentent potentiellement menacées par l'éventualité de le perdre, de ne pas pouvoir s'adapter à l'évolution rapide des technologies, d'être victimes de plans de pré-retraite pour faire place à des jeunes mieux formés et moins coûteux pour les employeurs.
- On n'observe cependant pas de développement de fortes angoisses, du fait de la confiance dans le système de protection sociale, garantie contre le risque d'apparition de la misère.
- Les préoccupations portent surtout sur la montée de la criminalité, les conséquences du développement du chômage sur la délinquance de jeunes immigrés, le risque de montée de la xénophobie, de l'intolérance, à l'instar de la situation allemande (assez souvent évoquée spontanément).

-> **Le Danemark**

- Les attitudes des Danois rejoignent en partie celles des Néerlandais, de par la coexistence d'un optimisme mesuré pour le pays et de l'apparition de doutes et d'incertitudes pour soi - qui ne vont pas jusqu'à l'angoisse.
- La situation et les perspectives économiques sont jugées assez bonnes. Des indicateurs socio-économiques, tels que la réduction du déficit de la balance commerciale, sont évoqués par plusieurs.
- Les craintes de montée du chômage existent cependant, et sont vécues par certains sur un plan personnel. Il est clair que l'attente prioritaire pour les années à venir dans ce domaine porte sur la création d'emplois.
- Les préoccupations dominantes aujourd'hui se situent sur le plan de l'harmonie sociale. Convaincus d'avoir construit un modèle de société et de relations harmonieuses entre les individus, les Danois s'inquiètent de tous les signes qui indiquent une désagrégation de ce modèle : montée de la violence quotidienne, non-résolution du problème des réfugiés, croissance du nombre des immigrants -et, notamment dans le cas d'une perspective de baisse de l'emploi, conséquences sur le système social et sur le coût du financement de celui-ci.

- Un pays sans inquiétudes majeures sur sa solidité économique de fond, mais qui découvre la stagnation en même temps qu'il retrouve la hantise de la violence

-> **L'Allemagne**

- L'appréciation de la situation actuelle de l'Allemagne est teintée d'un certain pessimisme. Certains pensent à une pause dans la croissance, sans doute passagère ; d'autres, plus nombreux, avancent l'idée d'une évolution plus structurelle où on serait arrivé à l'apogée de la croissance.
- L'impression dominante est qu'on va connaître davantage de chômeurs, une fiscalité plus lourde, des prix plus élevés et, partant, une baisse relative du niveau de vie.
- Le catastrophisme économique est cependant largement absent des discours. Cette évolution est attribuée, essentiellement, à la difficulté et au coût de la réunification, à propos de laquelle le mécontentement est grand à l'égard d'un gouvernement taxé d'irréalisme et de poursuite d'objectifs électoralistes lorsqu'il l'a décrétée. La solidité économique générale de l'Allemagne n'est pas en question.
- Sur le plan personnel, seuls les chômeurs interrogés brossent un tableau-catastrophe de la situation, dénonçant l'envahissement du marché par des travailleurs venus de l'Est, ou d'autres pays de la Communauté, qui grèvent en outre les budgets d'aide sociale.
Les autres n'ont pas de vision apocalyptique pour eux-mêmes, même s'ils pensent parfois qu'il faudra un peu " se serrer la ceinture".
- Dans l'ensemble, on a le sentiment d'un certain repli sur les acquis et sur la valeur refuge de la famille et de la vie personnelle.
- Non-angoissés, sauf exception, sur le plan économique, les Allemands vivent en revanche avec incompréhension et effroi la montée de l'extrême-droite et l'expression de la violence en RFA.
Quelques uns (chômeurs ou personnes qui se sentent menacées dans leur emploi) critiquent la trop grande générosité à l'égard des demandeurs d'asile, mais le sentiment qui domine est celui de gêne et de honte devant la xénophobie et les violences à l'égard des étrangers -et d'inquiétude pour les répercussions de ces phénomènes sur l'image de l'Allemagne et des Allemands à l'étranger.
Les réactions dans des pays amis et voisins -ou ce qu'on croit être ces réactions- réveillent sans doute la hantise de se voir réimputer le spectre de la culpabilité nazie, qu'on pouvait croire disparu.

- Dans trois pa

- > L'Irlande

- Les craintes économiques ne sont pas absentes chez les Irlandais interviewés, notamment en ce qui concerne le chômage, la crise monétaire qui pourrait conduire à une hausse des taux d'intérêt immobilier.
- Le climat est toutefois à l'optimisme à l'issue des élections qui ont porté au pouvoir un nouveau gouvernement où on espère que l'influence travailliste jouera dans le sens de la création d'emplois, de la formation, d'efforts pour le logement, de services sociaux.
Les flux d'aide communautaire à l'Irlande, parfois cités avec précision (7 à 8 milliards de livres obtenus au Sommet d'Edimbourg) contribuent à l'espoir d'amélioration des infrastructures du pays -même si certaines inquiétudes s'expriment par ailleurs sur la capacité de l'Irlande à tirer des bénéfices d'une économie ouverte plutôt qu'à en subir les inconvénients.
- Sur le plan personnel, les craintes sont limitées, des perspectives d'avenir existent.

- > Le Portugal

- La plupart des interviewés ont conscience de signes d'amélioration et de développement économique.
- Les insatisfactions existent (sur le système de santé, l'éducation, parfois la protection de l'environnement), mais on parle plus en termes de situation actuelle à améliorer que de dégradation.
- Pour la plupart, sur un plan personnel, les Portugais de notre échantillon sont confiants dans l'avenir. Quelques uns évoquent la crainte de faillites d'entreprises, et de développement du chômage possibles dans les années à venir, mais ils sont peu nombreux. Il n'y a pas perception générale d'une montée actuelle du chômage.
- L'Europe est spontanément mentionnée dans les discours dès le stade initial des interviews.
Quelques uns s'inquiètent des fermetures d'entreprises qui pourraient résulter des contraintes de rigueur imposées au Portugal par la politique communautaire. Mais, si l'on pressent que le Portugal et les Portugais vont devoir faire dans les années qui viennent, des efforts importants pour rattraper le niveau des pays plus avancés, il y a consensus sur le fait que ces efforts en valent la peine.
L'impact des aides communautaires, notamment en matière d'infrastructures, paraît connu.

- > La Grèce

- Les Grecs se déclarent très insatisfaits de l'état de leur pays sur le plan économique, sur le plan politique (politique politicienne, corruption de la vie publique, bureaucratie inefficace,...), sur celui des relations extérieures et de l'image de la Grèce à l'étranger. D'autres insatisfactions concernent des "problèmes de société" divers et nombreux.

Les éléments positifs sont moins souvent évoqués, mais non absents. Certains d'entre eux sont directement ou indirectement liés à l'appartenance de la Grèce à la Communauté (investissements dans les infrastructures, adaptation du système fiscal et du régime des assurances à la réalité d'aujourd'hui, rupture de l'isolement...)

- Ils sont pourtant plus optimistes pour l'avenir -cet optimisme étant dans presque tous les cas lié à l'appartenance à la Communauté et à l'influence bénéfique de celle-ci pour le pays.
Leur avenir personnel n'est pas envisagé avec angoisse. Même si certains s'attendent à rencontrer des problèmes, ils ont assez confiance dans leur capacité à les résoudre et à s'en sortir (principaux problèmes évoqués : le risque de chômage, le système éducatif, le système de santé, etc...)
- Les conflits mondiaux et singulièrement celui qui se déroule à leur porte (la Macédoine étant au coeur du débat) provoquent des inquiétudes rarement synonymes de craintes personnelles.

En résumé, les principaux points saillants qui ressortent de l'analyse de ces éléments de contexte sont les suivants :

- une gradation allant de pessimismes affichés à des expressions d'optimisme mesuré pour l'avenir.
- une non-attente de reprise économique forte : on vit avec une croissance lente ou une stagnation.
- la présence très générale du thème du chômage dans les préoccupations majeures pour l'avenir, même si c'est à des degrés et avec des implications très variables selon les pays et les caractéristiques personnelles des interviewés
- une crainte de la montée de l'intolérance et de la violence particulièrement manifeste dans plusieurs pays
- une tendance, constatée presque partout, à un repli sur soi plus ou moins crispé, plus ou moins frileux, ou plus ou moins détaché, pas partout inquiétant, mais qui donne un climat peu propice à l'adhésion à de grandes causes collectives
- la quasi-absence de l'Europe dans les discours spontanés, sauf dans les trois petits pays "du Sud" où on en pèse assez directement et explicitement les bienfaits et, sur un mode plus implicite, en Espagne et en Italie, où les pays européens plus avancés ou mieux organisés constituent un modèle et un point de référence pour l'évolution du pays.
- Dans les autres pays, l'Europe est rarement évoquée. Dans un pays comme la France, où nous avons eu l'occasion de réaliser plusieurs études de même nature, il est frappant de constater le contraste entre cette situation et celle qui prévalait entre 1986 et 1989 où elle intervenait presque immédiatement chez la plupart comme l'élément majeur pour l'avenir du pays. Dans les autres pays, nous ne disposons pas des mêmes éléments de comparaison systématique ; ceux que nous avons laissés toutefois entendre une évolution de même nature.

II - LES REPRESENTATIONS DE L'EUROPE, L'IDENTIFICATION DES OBJECTIFS POURSUIVIS ET LA PERCEPTION DE L'AVANCEMENT DE LA CONSTRUCTION COMMUNAUTAIRE

1/ Des représentations de l'Europe synonyme de Communauté européenne, ou tout au moins dont la Communauté est le cœur

Dans plusieurs pays, même si on n'ignore pas, bien sûr, qu'il existe des Etats européens non membres de la Communauté, "Europe" est spontanément appréhendé comme synonyme ou quasi-synonyme de "Communauté européenne". Conceptuellement, les deux termes sont quasi-équivalents en France, en Belgique, au Luxembourg, en Allemagne et en Italie (cinq des pays fondateurs).

Dans d'autres, on évoque plus souvent l'existence de pays européens non-membres (certains pays de l'AELE ou les pays de l'Europe de l'Est), ce qui peut signifier une relative prise de distance avec la Communauté ou au moins le souci de marquer qu'on ne réduit pas son univers à elle, comme au Danemark (appartenance aussi à la Scandinavie), en Grande-Bretagne (où la connaissance des contours de l'Europe des Douze paraît particulièrement floue), ou aussi aux Pays-Bas. Ou bien encore cette réserve émane de pays membres depuis une date plus récente, où on se souvient sans doute qu'on n'a pas toujours appartenu à la Communauté (Espagne, Portugal, Grèce).

Par ailleurs, le sentiment de pleine et entière appartenance à l'Europe et à ce qu'elle incarne est moins net dans des pays insulaires (la Grande-Bretagne, mais aussi l'Irlande, où des interviewés soulignent que, depuis le tunnel sous la Manche, ce pays reste le seul véritablement coupé du continent) ou périphériques géographiquement et économiquement (Portugal, Irlande, peut-être un peu Espagne et Grèce, où l'hellénisme s'est longtemps perçu comme à l'écart des pays d'Occident).

En tout état de cause, la Communauté Européenne apparaît bien partout comme étant le noyau, le cœur, le moteur de l'évolution du continent. Ce sentiment est renforcé chez certains interviewés lorsqu'ils évoquent la Suisse, l'Autriche, les pays Scandinaves, candidats naturels à l'adhésion (au contraire des pays de l'Est, dont très peu imaginent, et sans doute souhaitent, qu'ils soient candidats à l'adhésion dans un proche avenir).

On voit évoquer, à propos de la Communauté, des idées telles que force d'intégration (Espagne), donner un contenu à une réalité géographique (Allemagne), unification, union (y compris en Grande-Bretagne, même si ce terme n'a sans doute pas la connotation fédéraliste qu'on pourrait lui prêter), etc...

Notons cependant que l'utilisation de ces termes ne signifie pas nécessairement appréhension plus précise de l'objectif poursuivi, adhésion au projet, ou jugement favorable sur la manière dont il est conduit.

2/ Une perception très inégale des objectifs poursuivis, et de l'avancement de la construction communautaire

Les objectifs poursuivis "par ceux qui s'occupent de la construction européenne", l'état d'avancement de celle-ci, sa vitesse, sont perçus de façon très inégale selon les pays et les individus.

- **En France**

- Deux thèmes principaux se dégagent, pour ce qui est de la compréhension des objectifs généraux

- + un thème de l'ordre de l'idéal, où on évoque soit une aspiration fusionnelle soit l'idée d'échanges et d'enrichissement mutuel. Sans exclure l'économie, la connotation dominante est ici d'ordre humaniste ou culturelle ("créer un seul pays, avec des régions pour la paix, pour amener du travail, pour le bien être humain" ; "mise en commun des qualités des différents pays" ; "l'idée qu'il faut une unité, qui rejoint celle de l'humanité").

- + le thème du renforcement mutuel, qui conduit à celui d'une puissance non limitée à la sphère économique, mais permettant de faire poids dans tous les domaines sur la scène mondiale face aux Etats-Unis et au Japon (plus rarement à d'autres "menaces" ou concurrences extérieures)

Plus ou moins confusément, et d'ailleurs souvent présents simultanément chez les mêmes personnes, ces thèmes sont perçus par la majorité des interviewés -comme ils l'étaient d'ailleurs déjà en 1986, en 1988, en 1989 dans nos études.

Chez les autres (en dehors d'une éléctrice du Parti Communiste qui reproduit fidèlement le discours de ce parti sur "l'Europe du capital" qui se construit délibérément au détriment des travailleurs), la perception des objectifs est beaucoup plus floue. C'est le cas notamment dans les milieux les moins favorisés, où on pressent bien un intérêt économique pour les banques, le monde économique, les grandes entreprises, mais où on ne voit guère en quoi on est concerné.

- Les origines du projet sont floues, l'identification d'étapes dans la construction communautaire est rare, de même que la perception de l'accélération qui a eu lieu sous l'impulsion de la Commission ces dernières années.

Très peu évoquent le but recherché à l'origine ou la personne des premiers bâtisseurs (de Gaulle, s'il en est un).

Pratiquement aucun n'identifie clairement l'existence d'un projet de relance de l'Europe (l'objectif 1992), rares sont ceux qui ont conscience de la masse des mesures qui ont été définies, et prises, dans le cadre de ce projet.

Pour la plupart, ou bien l'Europe en est à ses balbutiements ("Ca n'a pas encore vraiment démarré"), ou bien il s'agit d'une évolution lente ("Ca traîne en longueur"), alors même d'ailleurs que certains des mêmes interviewés pressentent confusément "des chambardements" qui, mal compris, peuvent entraîner un sentiment de menace.

- La confusion est très grande entre le Traité de Maastricht, le Marché Unique, le Marché Commun

Sans entrer ici dans les détails, il est patent que les débats qui ont précédé le référendum n'ont en aucune manière permis de faire comprendre en quoi le Traité de Maastricht se distinguait des objectifs généraux poursuivis dans la construction communautaire, ou du projet du Grand Marché -à l'exception peut-être de la monnaie unique, encore que celle-ci soit également évoquée quand on invite les interviewés à s'exprimer sur le Marché Unique.

Au contraire, si on se réfère aux travaux que nous avons menés dans les années précédentes, on peut avancer l'idée que Maastricht est venu brouiller une compréhension qui était assez claire vers 1988-1989.

- En Allemagne

- Au plan général, l'Europe reste une idée très séduisante et une forme d'idéal. Le mot de communauté semble avoir un sens assez fort : communauté qui existe entre les pays européens, en dépit des différences de langue et de culture.

L'Europe est souvent décrite comme donnant une chance de rapprochement entre les cultures, de développement de la coopération, donc une possibilité d'enrichissement individuel et collectif.

Bien que quelques uns seulement évoquent les personnalités charismatiques de ceux qu'ils perçoivent comme ayant été les pionniers (De Gaulle, Adenauer, Brandt,...), on a le sentiment que les Allemands restent imprégnés du mythe d'origine. En 1986, nous observions que le fait d'appartenir à la Communauté signifiait, plus ou moins consciemment, pour les Allemands encore empreints de la culpabilité de la période nazie, se voir reconnaître comme une nation honorable, ayant conquis ses galons de démocratie et de bonne conduite. Les références à la guerre sont maintenant rares, mais l'esprit de la construction de l'Europe voulue à la sortie de celle-ci est encore bien présent

- Le thème de la puissance, économique (pour résister à la concurrence américaine ou japonaise) ou politique (pour intervenir dans les conflits mondiaux) est parfois évoqué, mais beaucoup moins souvent spontanément qu'en France.

- La perception d'une étape importante aujourd'hui dans la construction de l'Europe, est beaucoup plus claire qu'en France.

Nombreuses sont les références au 1er janvier 1993, à propos de la liberté de circulation (censée) entrée en vigueur à cette date, de la liberté d'établissement, du Marché Unique, de l'idée générale "qu'il n'y a plus de frontières".

- Mais, souvent, cette perception, cette découverte, donnent le sentiment que, tout à coup, "tout va trop vite", l'impression que tout est précipité et mal préparé, et que les choses se passent en dehors des citoyens et par dessus leur tête.
- On connaît l'existence du Traité de Maastricht, mais, qu'on y soit favorable ou non, on ne sait pas ce qu'il stipule. Ceux "qui savent" évoquent surtout l'union monétaire ou la monnaie unique, mais aussi l'ouverture des frontières et la liberté de circulation et d'établissement.

Ses objectifs sont partiellement confondus avec ceux du Marché Unique, plus clairs dans les esprits même si on relève, bien sûr, des erreurs de compréhension flagrantes (par exemple, la suppression des droits de douane). On voit citer par exemple, pour le Marché Unique, la suppression des contrôles aux frontières, le fait de ne plus montrer son passeport, de pouvoir librement rapporter des achats faits dans d'autres pays, mais aussi le fait que "les lois et les normes nationales ne sont plus en vigueur", des problèmes d'harmonisation difficiles (agriculture).

La notion de politiques communes n'est pas directement présente.

Par rapport au Marché Commun, le Marché Unique apparaît, essentiellement sur le plan économique, comme ayant un champ plus vaste et un objet plus poussé, généralement, sans grandes précisions ou avec des interprétations erronées.

- Phénomène préoccupant, les intentions que l'on prête à "ceux qui s'occupent de la construction européenne" aujourd'hui relèvent plus de l'intérêt que de la vision politique : les hommes politiques poursuivent une volonté de puissance ou l'espoir de laisser leur nom dans l'histoire (Kohl, Mitterrand) ; la grande industrie veut un marché élargi ; ce n'est pas illégitime mais ce n'est pas un idéal ; les Eurocrates ont une image souvent négative.
- En résumé, si les Allemands conservent assez clairement à l'esprit un but avant tout empreint d'idéal, ils ont le sentiment que la référence à cet idéal se perd, et qu'en tout cas la construction communautaire actuelle se fait dans la confusion et en dehors des citoyens.

- **En Grande-Bretagne**

- Les Britanniques interrogés reconnaissent le but d'une "union" de pays qui se regroupent pour en obtenir des bénéfices mutuels

L'idée qu'il est plus rationnel et plus efficace que les douze pays travaillent ensemble plutôt qu'isolément est l'objet d'un consensus, mais c'est une idée peu implicative pour les personnes qui la formulent. C'est en tous cas une vision très pragmatique de l'Europe, où la référence à un idéal n'apparaît guère, et d'où l'aspiration fusionnelle est absente.

Le doute qu'on parvienne à l'efficacité est d'ailleurs exprimé ; on évoque notamment des comportements des (autres) pays membres qui ne respectent pas toujours les règles du jeu (les Français qui brûlent les moutons anglais, la Banque Centrale allemande qui contraint la livre à sortir du système monétaire européen).

- La vision britannique de la Communauté est avant tout celle d'un "level playing field", d'un terrain où des règles sont définies pour permettre une concurrence saine à armes égales entre les pays : vision d'abord libre-échangiste dont on sait par ailleurs qu'elle est profondément ancrée dans le tempérament britannique.
- Les Britanniques comprennent donc bien l'idée d'un jeu à somme non nulle, sur le plan économique, ils en imaginent des bénéfices pour le consommateur, mais ils limitent assez étroitement le champ de ce jeu.
- Le thème de la puissance face aux Etats-Unis et au Japon n'est pas absent, par exemple, mais vise surtout ce dernier pays sur le plan commercial plus qu'il est sous-tendu par une perspective politique.
- Manquant de référence à l'idéal du projet communautaire d'origine, les Britanniques n'identifient pas non plus clairement les étapes récentes de la construction communautaire.

Si la perception du Marché Unique est relativement juste, bien qu'imprécise, comme un prolongement et un approfondissement du Marché Commun, le contenu du Traité de Maastricht est pratiquement inconnu. Au mieux, on s'aventure à faire des hypothèses sur ce dont il s'agit, sans y mettre non plus beaucoup de perspectives politiques (en dehors de quelques rares références à la défense).

- **En Italie**

- Deux points de référence fournissent un repère pour définir le sens de la construction européenne :
 - + l'idée d'abord, que l'Europe est une réalité ancienne, historique et culturelle, depuis 2000 ans, qu'elle est le berceau de la civilisation occidentale. On perçoit donc l'existence d'un ciment européen.
 - + celle que, dans l'histoire plus récente, l'Europe cherche à trouver sa place dans le concert international, par un processus d'unification.

- L'unification de l'Europe est vue unanimement comme un objectif souhaitable et incontournable :
 - + pour faire front politiquement et économiquement face aux Etats-Unis. A cet égard on peut avancer l'idée que, longtemps attirés par le modèle américain, les Italiens ont développé ces derniers temps une défiance plus grande pour ce pays (notamment dans les couches intellectuelles supérieures et chez les jeunes).
 - + de manière plus générale, pour agir ensemble dans les conflits avec le monde extérieur, en même temps que pour éviter les conflits (internes et externes)
 - + pour diminuer les inégalités entre les pays membres sur le plan économique et social
 - + pour favoriser les échanges tant économiques que culturels

- C'est donc une vision assez complète de l'objectif poursuivi. On la retrouve dans ce qu'ils imaginent être (car la plupart, quel que soit leur niveau social ou culturel, avouent tout en ignorer) le contenu du Traité de Maastricht : accord qui prévoit l'unification de l'Europe dans les années à venir avec un calendrier bien précis, la monnaie unique, des politiques communes, un champ social européen, etc... en dehors d'un certain nombre de domaines économiques identifiés malgré, comme ailleurs, des erreurs (par exemple pour ce qui est de la suppression des droits de douane, dont ni les Italiens ni les autres citoyens communautaires ne semblent se rendre compte qu'ils sont abolis depuis longtemps).

Même si, pour le Marché Unique comme pour Maastricht, les interviewés avouent leur grande ignorance, et si la confusion existe comme ailleurs entre les deux, il se dessine malgré tout une perception du premier avant tout économique et du second impliquant au premier chef un dessein politique (qui rejoint les origines de la Communauté). En revanche, la distinction entre Marché Unique et "le Marché Commun qui existe depuis 1958" est quasiment nulle.

- Néanmoins, les Italiens n'ont pas pris conscience de l'accélération récente du processus de construction de l'Europe. L'évolution leur paraît lente, retardée par l'égoïsme et le souci de sauvegarder leurs propres intérêts chez les pays membres, donnant lieu à des déclarations d'intention peu suivies d'effets concrets et palpables. Le fait que les auteurs de cette construction soient à leurs yeux les hommes politiques, envers qui le scepticisme est très grand, contribue à les faire douter d'une possibilité de changement rapide.

- Surtout peut-être, la distance entre les citoyens et les décisions prises dans le processus communautaire est très grande. Ce processus reste abstrait, aucun ne s'y sent vraiment impliqué, et aucun ne se sent vraiment informé.

- Rappelons, enfin, la notion de point de référence que constitue "l'Europe" -ou les pays européens "plus sérieux"- pour l'évolution nécessaire de l'Italie, qui permet de penser que l'ancrage majoritairement pro-européen des Italiens est solide en dépit de ce manque d'implication.

- **En Espagne**

- Dans le concept de construction européenne, les Espagnols distinguent trois thèmes qui coexistent ; l'union économique ; l'union politique ; l'"homogénéisation" culturelle.

Derrière la première notion, se profilent à la fois les idées de croissance économique, de modernisation, d'amélioration du niveau de vie (pour l'Espagne, et pour l'ensemble des pays) avec un objectif externe en arrière-fond, celui de la puissance économique face aux Etats-Unis et au Japon.

Derrière la seconde se trouvent, en dépit d'incertitudes sur ce que peut recouvrir l'union politique, l'idée de constituer une puissance comparable à celle des Etats-Unis par un processus d'intégration. L'union est également le symbole de l'appartenance au "club des pays riches", des pays qui comptent dans le monde (dont l'Espagne d'aujourd'hui ne fait pas partie davantage que d'autres pays "du Sud").

La troisième, à laquelle les Espagnols comme les Italiens apparaissent particulièrement sensibles, repose sur des espoirs de développement des échanges, de libre circulation, de meilleure connaissance des autres, etc..., par l'abolition des frontières.

- Les Espagnols ne voient donc nullement dans le but poursuivi par l'Europe quelque chose qui se limite à la sphère économique, bien au contraire. On observe d'ailleurs que beaucoup de ceux qui manifestent une opposition à "l'Europe" lui reprochent en fait de n'être, à leurs yeux, qu'économique et bureaucratique, de ne concerner que les "marchands", les puissances économiques.

L'idée de "force d'intégration" est bien présente.

- L'Europe, ou les pays européens les plus développés, constituent un point de référence évident pour les Espagnols. La Communauté Européenne incarne pour eux la modernité à laquelle l'Espagne aspire, le niveau auquel il faut parvenir. Cette perception était très présente, déjà, dans nos études de 1986, à l'orée de l'entrée du pays dans la Communauté (avec la reconnaissance, par cette adhésion, du caractère démocratique de l'Espagne après 40 ans de franquisme -référence qui n'est plus guère apparente aujourd'hui, comme si la démocratie allait maintenant de soi).

- Le concept européen est donc un concept "plein", et tout à fait positif pour la grande majorité des Espagnols. Il suscite évidemment des craintes, que nous analyserons par ailleurs, en même temps qu'il engendre des espoirs.
 - Il se développe pourtant des frustrations et des insatisfactions tout à fait marquées à l'égard de la construction européenne, pour deux raisons essentielles :
 - + le sentiment que, contrairement aux espoirs sans doute trop grands de rejoindre rapidement le club des pays avancés, l'Espagne n'est pas encore au niveau, que des efforts importants sont encore nécessaires ; surtout, peut-être, qu'elle compte peu, et qu'elle est considérée comme mineure par les autres pays.
 - + l'absence totale d'implication des citoyens dans un processus qui reste abstrait, impulsé seulement par la volonté des politiques, élaboré de manière obscure et bureaucratique, concret sans doute pour les grands intérêts économiques mais qui, en cela, ne concerne pas "les gens".
 - Que, dans ce contexte, la confusion règne comme ailleurs entre Maastricht, Marché Unique, Marché Commun, n'est sans doute pas essentiel.
- En Belgique
- Pour différents qu'ils soient lorsqu'on les classe en pro ou en anti-européens, les Belges perçoivent le projet communautaire comme un dessein d'unification qui concerne autant le plan culturel et social que le plan économique, dans une perspective politique généralement reconnue comme fédérale et supra-nationale.

Le souci d'origine -rapprocher les anciens ennemis- est souvent rappelé, et on reconnaît que cela n'était pas évident (nul ne doute qu'on y soit parvenu, même si beaucoup déplorent la subsistance d'égoïsmes nationaux, y compris de la part de leur propre pays). Les concepts de solidarité, de coopération, sont souvent évoqués.
 - Le thème de la puissance à atteindre pour faire face aux Etats-Unis, au Japon, à la menace des intégrismes, aux problèmes que représentent les pays de l'Est, est un thème porteur auprès d'une partie substantielle de la population. Pour les plus pro-européens, c'est dans tous les domaines que l'Europe doit se regrouper, et non seulement dans celui de l'économie ; à propos des Etats-Unis, on évoque par exemple le rejet de la civilisation "des Mac Donald's et du Coca Cola" aussi bien que la compétition économique.
 - Il est clair que la Belgique, petit pays, ne pourrait pas se permettre de rester à l'écart de la construction européenne, à laquelle elle est associée depuis le départ. Dans ce sens, il est évident que les Belges ont, et depuis longtemps, assimilé le concept européen et leur appartenance à l'Europe.

- Pourtant, l'insatisfaction à l'égard de la Communauté est répandue
 - + pour les uns, pro-européens, parce que les choses se font trop lentement, parce que les esprits de clocher subsistent, parce que les réalisations sont trop restrictives. Les plus frileux d'entre eux mettent en cause une bureaucratie coûteuse et à leurs yeux inefficace, qu'ils ont tendance à assimiler au monde de la politique en général, qu'ils rejettent.
 - + pour les autres, qui ont la vision la plus noire de la situation de leur pays, parce que la priorité serait à leurs yeux de "faire le ménage chez soi", de s'occuper d'abord des problèmes intérieurs. Dans ce contexte, l'Europe va trop vite, et aura des conséquences néfastes pour une Belgique malade (même si, intellectuellement, le principe de la construction européenne n'est sans doute pas rejeté) : l'incapacité présumée des Belges et des entreprises belges à résister à la concurrence risquera, aux yeux des plus ardents détracteurs, de faire de l'Europe une Europe de trusts et de multinationales, accentuant le capitalisme libéral sauvage, écrasant encore davantage les "petits" et les "faibles".
 - + pour beaucoup il y a décalage entre les objectifs nobles et élevés du projet et la vision matérialiste, jamais idéaliste qu'on prête aux acteurs européens (politiciens, lobbies économiques et industriels, eurocrates qui vivent du système).

- Quant à dire si les Belges perçoivent une accélération du processus ces dernières années, cette question ne connaît pas une réponse unique. Les plus ardents pro-Européens citent des avancées qui sont soit du ressort du Marché Unique, soit de Maastricht, les autres manifestent une grande confusion dans leurs perceptions ; leurs craintes que l'Europe "n'avance trop vite" dans les circonstances actuelles laissent entendre qu'ils ont bien conscience d'avancées, mais leur nature exacte reste très floue.

- **Au Luxembourg**

- L'analyse, résumée dans le chapitre précédent, des perceptions de la situation du pays et de ses perspectives, laissait apparaître un clivage entre des individus optimistes pour l'avenir, et d'autres craintifs et crispés.

Ce clivage recoupe presque parfaitement (dans le petit échantillon interrogé) celui qui existe entre les pro-Européens et les opposés au processus communautaire.

Pourtant, lorsqu'on fait réagir les uns et les autres à différents concepts par lesquels on peut définir l'identité européenne, on observe des prises de position très voisines. La compréhension par les Luxembourgeois des deux types de ce que vise la construction européenne n'est sans doute pas très différente, ce sont les attitudes à son égard qui divergent.

Chez les uns, il y a adhésion presque affective à l'Europe, à l'idéal dont elle s'inspire, à la promesse qu'elle incarne de rester maître de son destin face aux grandes puissances mondiales ; chez les autres, sans doute pas de rejet de ces objectifs élevés, mais un doute sérieux qu'on puisse ou même qu'on veuille y parvenir, et des attitudes quasi-bloquées par les craintes de concurrence, d'"invasion", de dissolution de l'identité du pays.

- Les symboles de l'accélération du processus sont nets pour la plupart des Luxembourgeois, qu'ils soient favorables ou opposés. Le Traité de Maastricht leur apparaît comme une étape importante (socle juridique, traité fondateur de l'Union Economique et Monétaire pour l'essentiel), le Marché Unique est connu par plusieurs aspects où dominent la liberté de circulation des personnes et des biens.

- Comme dans d'autres pays, l'absence d'information claire et complète est dénoncée.

- **Aux Pays-Bas**
 - Les Néerlandais interrogés voient dans l'ensemble, dans le processus européen, un processus d'unification et d'intégration qu'ils saluent dans son concept, mais dont le but ultime a peut-être perdu de sa clarté.

 - S'ils adhèrent quasi-unaniment à l'idée que ce processus doit conduire à un renforcement des pays européens, pour leur permettre de réagir "en bloc" face aux Américains et aux Japonais, dans les cas où cela est nécessaire, avec l'efficacité plus grande permise par l'effet de masse, ils ont tendance à limiter cet objectif à la sphère économique et commerciale, et à exprimer de grandes réserves sur la perspective de faire de l'Europe une superpuissance.

 - + d'abord, c'est uniquement en termes commerciaux que cette nation marchande voit l'affrontement éventuel avec les Etats-Unis (à l'égard desquels peu d'oppositions idéologiques, politiques ou culturelles se font jour), et avec le Japon (qui n'a pas d'autre rôle mondial que commercial).

 - + ensuite, l'objectif de domination impliqué par la recherche de puissance n'est pas un but auquel adhèrent les citoyens de ce pays de mentalité calviniste, où la culpabilité d'avoir été une puissance coloniale est encore parfois évoquée, où la frustration d'avoir perdu le rôle qu'on avait autrefois dans le Monde est tempérée par un solide réalisme, et où la tentation de volonté de puissance européenne suscite toujours une vive méfiance sur les intentions des grands voisins qui l'entourent.

 - + enfin, ils doutent fortement qu'on puisse y parvenir en raison des divergences entre pays et des différences culturelles profondes qui existent.

- Sans être opposés à des actions communes au delà du domaine économique, au contraire s'il s'agit d'objectifs comme le maintien de la paix en Yougoslavie ou ailleurs, les Néerlandais apparaissent cependant très défiants à l'égard de tout projet fédéraliste ou supra-national -en contraste apparent avec la politique apparemment constante des dirigeants dans ce sens depuis l'origine de la Communauté- et le rêve fusionnel est peu présent chez eux.

- Les Néerlandais, citoyens d'un petit pays très attaché à son identité, qui a su développer un modèle de société perçu comme original et avancé, tiennent avant tout à cette identité, qu'ils voient menacée par la tentation communautaire de tout régenter. Le refus d'une "unification forcée" est net, la méfiance envers la technocratie communautaire marquée.

- Alors que le Marché Unique, synonyme de meilleure circulation des produits, de "disparition des droits de douane", etc., marque une évolution par rapport au Marché Commun (disparition des frontières), qui est généralement reçue positivement, mais qui n'inclut que peu l'idée de politiques communes, Maastricht est un traité au contenu mal connu, confondu avec d'autres dispositions (le GATT, la politique agricole) et auquel les interviewés semblent avoir prêté peu d'attention. Certains en retiennent surtout l'idée d'accroissement des pouvoirs de Bruxelles, auquel ils ne sont pas favorables.

- L'évolution de l'Europe communautaire a permis d'enregistrer des progrès mais ces progrès sont peu perceptibles pour le citoyen moyen (en dehors d'éléments un peu anecdotiques comme la variété plus grande de produits dans les magasins, le fait de ne plus avoir à s'arrêter à la frontière quand on partira en vacances, etc...). De manière générale, l'idée qu'il s'agit d'un processus obscur (pour eux-mêmes, et peut-être aussi pour ceux qui le conduisent) est fréquente.

- **Au Danemark**
On observe des opinions et des attitudes à bien des égards proches de celles qui viennent d'être présentées pour les Pays-Bas.
 - Les Danois comprennent (et acceptent) le but de construction d'une Europe économique qui améliore la compétitivité des économies des Douze face à la concurrence américaine et japonaise, qui permette de résister ensemble en cas de chocs majeurs.

 - Leur vision de l'Europe souhaitée n'exclut pas des coopérations volontaires, en dehors du caractère libre-échangiste du Marché Unique ; et dans le cadre de ce dernier, la nécessité d'une direction centrale, pour définir les règles communes et les faire respecter, n'est pas rejetée.

Elle n'exclut pas non plus la solidarité, entre pays, ou au bénéfice de ceux qui en ont besoin dans les différents pays. La perspective de rapprochement des niveaux économiques et sociaux des différents pays-membres, est également un objectif européen légitime à leurs yeux. Une politique européenne en matière d'environnement est souhaitée de même.

- Ils ont bien conscience de la nécessité, pour un petit pays comme le leur, de ne pas s'isoler et, comme le dit un interviewé avec un lapsus significatif, "d'entrer dans la Communauté Européenne"

Presque unanimement, les 15 personnes interrogées au Danemark prévoient un "oui" au second référendum organisé dans ce pays à la suite de premier rejet du Traité de Maastricht. Sur ces 15 personnes, 9 avaient voté "oui", 6 avaient voté "non" et aucune de ces 6 n'est aujourd'hui totalement certaine de voter non.

- Les Danois rejettent toutefois très nettement un concept d'unification européenne politique, à tendance fédéraliste plus ou moins sur le modèle américain, qu'ils voient comme étant celui qui leur proposé par les constructeurs actuels du projet (identifiés comme étant Delors, Kohl, Mitterrand, Uffe-Ellemann, très souvent cités).

Ce projet leur paraît suggéré par deux grands pays, l'Allemagne et la France, soutenues par l'Espagne et l'Italie, ce qui ravive les soupçons à son égard, comme à l'idée de monnaie unique et d'armée européenne.

- Européens, mais Européens psychologiquement périphériques, les Danois sont peu sensibles à la notion de fonds culturel commun entre les pays d'Europe, ce qui rend à leurs yeux non souhaitable ou non crédible (y compris chez ceux qui ont voté "oui") une Europe à vocation fédérale.
- Comme les Néerlandais, ils tiennent essentiellement à la préservation de leur modèle de société, et répugnent à toute intervention extérieure dans ce domaine -intervention qui serait une atteinte à l'identité nationale elle-même, incarnée par ce modèle.
- Leurs propos lorsqu'on leur demande de s'exprimer sur le Traité de Maastricht, révèle une grande méconnaissance de son contenu. Ce n'est que sur relance que l'on voit avancer l'idée, vague, d'une volonté d'établissement d'une véritable union des pays européens, celle d'union politique et d'union monétaire, termes dont ils reconnaissent qu'ils sont difficiles à comprendre, y compris, à leurs yeux, pour les responsables politiques.

Le Marché Unique est également perçu avec un flou certain.

Ce qu'ils retiennent au fond de ces développements récents de la politique communautaire est un renforcement considérable des instances de la Communauté susceptibles d'imposer au Danemark des mesures qu'il se souhaite pas, et qui ne regardent que lui seul.

- **En Irlande**

- La perception par les Irlandais des buts de la construction européenne mêle des objectifs essentiellement économiques (d'ouverture des frontières, d'harmonisation, de rapprochement des niveaux de prix, des niveaux d'inflation, de monnaie commune), et des objectifs plus confus de type fédéraliste (constitution d'une forme d'Etats-Unis d'Europe).
- Le thème de l'affrontement (économique) avec les Etats-Unis et le Japon est très présent chez eux.
- L'appartenance à la Communauté est comme dans tous les petits pays européens, vue comme une nécessité -d'autant plus que les Irlandais ont conscience d'être l'un des pays européens les plus pauvres- et même si des craintes de tenir le choc de la compétition s'expriment naturellement (chez des responsables d'entreprise aussi bien que chez d'autres).
- Dans la perspective d'une Union Européenne dépassant le cadre purement économique, on n'observe pas en Irlande les résistances identifiées précédemment dans deux autres petits pays, les Pays-Bas et le Danemark.

Plusieurs facteurs contribuent sans doute à cet état de choses :

- + la conscience tout à fait claire que l'Irlande bénéficie en termes financiers de son appartenance à la Communauté (cf. plus haut la référence par des interviewés au budget d'aide financière décidé au Sommet d'Edinbourg en faveur de l'Irlande)
- + le caractère insulaire du pays, qui fait sans doute que la crainte de voir "Bruxelles imposer ses décisions", si elle existait, serait plus lointaine.
- + enfin, bien que cela ne s'exprime pas consciemment dans les interviews, le fait que l'adhésion à la Communauté a constitué un élément de liberté et d'ouverture pour l'Irlande, par rapport à sa très grande dépendance passée vis-à-vis de la Grande-Bretagne.
- L'évolution récente de la Communauté, l'accélération des choses sont reconnues -moins d'ailleurs du fait des dispositions prévues par le Traité de Maastricht, le Marché Unique, etc... que par la connaissance de déplacements de plus en plus fréquents à Bruxelles des ministres irlandais, des informations de plus en plus nombreuses apportées par la télévision sur ce qui se passe dans les différents pays européens, de l'existence de candidatures de nouveaux membres potentiels, etc...

Ceux qui ont voté "non", sont d'ailleurs ceux qui minorent l'impact des mesures communautaires pour l'Irlande, qui estiment "qu'on n'a pas vu grand chose".

- La connaissance du contenu du Traité de Maastricht est aussi faible qu'ailleurs, en dépit du fait que l'Irlande était un pays à référendum. Celle du Marché Unique est plus riche, et relativement juste (en dehors de l'Ecu rattaché au Marché Unique plutôt qu'à Maastricht); il apparaît en gros comme une extension et un approfondissement du Marché Commun, accompagnant l'orientation croissante des exportations irlandaises vers l'Europe continentale.
- Tout en souhaitant être mieux informés, les citoyens irlandais ne manifestent pas les frustrations observées ailleurs par ceux qui voient dans le processus communautaire une évolution qui se fait "au dessus de la tête des gens".

- **Au Portugal**

- Quoiqu'encore relativement peu familiarisés avec leur "nouveau vêtement" européen, et manquant de références historiques qui imprègnent, par exemple, les perceptions des Allemands ou des Italiens, les Portugais paraissent avoir bien assimilé l'objectif de la construction européenne : il s'agit d'abord de créer une zone de force économique avec une ouverture des échanges entre les pays membres, des règles et des politiques communes (science, défense,...), dans le but d'atteindre un développement harmonieux des Etats-membres, en aidant les moins développés à rattraper progressivement les autres.

Certes tous les interviewés ne s'expriment pas avec cette clarté et ne présentent pas un panorama aussi complet de ce que vise la construction européenne, mais leurs propos se complétant l'un l'autre sans contradiction majeure, on peut légitimement en tirer cette brève synthèse.

- Comme partout, les craintes sont présentes à côté des espoirs. La perspective d'être engagé dans des conflits militaires extérieurs dans la perspective d'une défense commune est rejetée par certains ; l'idée d'avoir à rompre avec des habitudes et des traditions suscite des réticences, etc...

Mais l'Europe est plutôt vue comme une chance pour le Portugal, pour l'aider à se développer et à se moderniser grâce aux transferts financiers communautaires, en même temps que le pays devra faire des efforts pour rattraper son retard.

- L'idée d'accélération de la construction communautaire n'a guère de sens pour les Portugais, du fait de leur adhésion récente.

La connaissance du Traité de Maastricht (auquel la plupart des interviewés sont favorables) est très faible ; on reprend à son propos les idées que l'on a sur les objectifs de la construction européenne en général, en les mélangeant parfois avec celles qu'on a sur le Marché Unique. Les deux sont toutefois perçus comme constituant une avancée par rapport au Marché Commun de 1958, par une extension du champ économique concerné, par la notion de libre circulation des biens mais aussi des personnes -pour ce dernier point cohérente avec une évolution vers davantage de liberté et de démocratie.

- Pas plus qu'en Irlande on ne perçoit de frustration profonde à l'égard du processus communautaire, même si on se déclare volontiers insuffisamment informé.

- En Grèce

- L'objet de la construction européenne est assez spontanément perçu en Grèce comme étant d'aboutir à une union entre les pays membres, qui soit susceptible de rivaliser avec succès contre les autres grandes puissances économiques ou politiques de ce monde (Etats-Unis, Japon, URSS), tout en offrant les moyens d'une plus grande prospérité, et une simplification de l'existence (monnaie unique, frontières ouvertes, etc...).

Comme les Portugais, comme eux arrivants relativement récents dans la Communauté, les Grecs ont donc une vision claire du dessein.

- Comme pour ceux-là, l'Europe apparaît spontanément aux Grecs comme synonyme de pays avancés et de qualité de vie élevée, modèle vers lequel il faut tendre.

- En dépit de craintes et de résistances chez certains, de frustrations devant "le manque de solidarité" des autres Européens avec la position grecque sur la Macédoine, ou plus généralement, d'inquiétudes de se voir lié par des décisions prises à Douze, l'Europe est reconnue comme apportant à la Grèce une contribution importante pour la construction d'infrastructures, le redressement économique, l'amélioration du système éducatif, etc... et pour certains, la possibilité pour la Grèce, petit pays, de mieux faire entendre sa voix. Même si ce fait relève plus de l'anecdote que de l'analyse généralisable, il est plaisant de constater que la Grèce est le seul pays dans lequel un interviewé évoque les "Paquets Delors".

- Les Grecs évoquent parfois aussi la dimension culturelle de l'Europe, comme d'autres interviewés de pays du Sud, et notamment les Italiens. Sans doute, plus ou moins consciemment, la réminiscence historique du berceau de la civilisation occidentale qu'a constitué Athènes fait-elle que la Grèce, bien que longtemps orientale plutôt qu'occidentale, bien que depuis peu revenue à la démocratie, paraisse trouver finalement assez facilement "ses marques" dans une Communauté Européenne qui incarne aujourd'hui ces valeurs.

- Les perceptions de l'évolution récente de la Communauté sont marquées par une série d'événements, souvent cités spontanément. Le Traité de Maastricht, le Marché Unique, ou des éléments de ceux-ci (unification, monnaie unique, ouverture des frontières, solidarité dont ils savent que leur pays profite), ou encore les nouvelles candidatures à l'adhésion.

La connaissance du Traité de Maastricht est bien sûr très imparfaite, la majorité des interviewés déclarant d'abord qu'ils n'en connaissent rien, mais pas fausse. Celle du Marché Unique est plus précise, centrée à la fois sur le thème de la libre concurrence et de politiques communes. Avec une certaine confusion, ces deux développements sont compris comme marquant une avancée substantielle par rapport au Marché Commun.

- En dépit de souhaits, comme ailleurs, d'en savoir plus, l'idée de déficit grave d'information n'est guère spontanément présente.

Les principaux constats à retenir des analyses présentées dans ce chapitre nous paraissent être les suivants :

- L'idée d'une Communauté Européenne, ou d'une Union Européenne, allant bien au delà du simple libre-échange et même de la coopération économique, est bien présente dans la plupart des pays (à l'exception de la Grande-Bretagne décidément rétive à ce concept qui paraît entrer difficilement dans ses catégories mentales), de manière plus ou moins nette, comme étant l'objectif poursuivi.

En dépit de résistances sur certains points, de crispations, de craintes (analysées plus loin), notamment dans des pays particulièrement pessimistes sur eux-mêmes (France, Belgique, sans doute Luxembourg), ce but reste globalement un but souhaité ou accepté dans cinq des pays fondateurs, dans les trois petits pays "du Sud", ainsi qu'en Espagne.

S'en séparent, avec la Grande-Bretagne, deux petits pays du Nord, les Pays-Bas et le Danemark, attachés avant tout à une identité fortement revendiquée et incarnée par un modèle de relations et d'harmonie sociales qu'ils entendent défendre contre les intrusions présumées "de Bruxelles". (on peut d'ailleurs noter que ces trois pays sont ceux qui, dans l'analyse d'Emmanuel Todd ("L'Invention de l'Europe") correspondent au type familial dominant de la "famille nucléaire absolue", marquée par les principes de la liberté et de la non-égalité. S'il ne s'agit pas là d'une simple coïncidence, on peut en déduire qu'on a affaire à des attitudes très profondément enracinées.)

- L'insatisfaction à l'égard du processus communautaire en cours est cependant grande partout, à l'exception des trois petits pays du "Sud", où l'apport de l'appartenance à la Communauté est tangible et reconnu.

Elle a des sources différentes selon les pays, elle est très ambivalente dans certains d'entre eux. En dehors des trois pays fondamentalement réticents à l'idée d'une union qui viendrait empiéter sur leur identité nationale, il s'y mêle souvent à la fois le sentiment que les choses vont trop vite, et celui que l'évolution est trop lente -ou qu'en tous cas on a perdu la référence à l'idéal proposé au départ, en matière de solidarité, d'échanges et d'enrichissements culturels, de coopération.

On constate, ou on présume, l'apport économique de la construction communautaire pour les grandes entreprises, les puissances financières. C'est un apport dont on ne nie pas généralement l'utilité, mais qui reste lointain et abstrait, et par lequel on ne se sent pas directement concerné -surtout dans une période de morosité économique et de développement du chômage où on peut difficilement avancer son effet positif sur le problème central de l'emploi.

- Le message communautaire est manifestement brouillé. En tant que citoyen, consommateur, ou travailleur, on ne sent pas (sauf encore une fois, en Irlande, au Portugal, et en Grèce), l'Europe imprégner sa propre vie professionnelle ou personnelle -alors que la notion de concurrence économique liée à l'ouverture des frontières, et plutôt génératrice de craintes que de réassurances ou d'émulation constructive en période de morosité économique et de tendance au repli sur soi, est au contraire clairement perçue.

- L'abondance des événements communautaires ces dernières années, loin de donner le sentiment d'avancées décisives, a plutôt engendré la confusion, fait perdre les points de repère.

Le Traité de Maastricht, très mal connu dans son contenu et ses buts, y compris dans des pays où un débat a eu lieu à l'occasion d'un référendum, et suscitant l'adhésion ou le rejet pour des raisons sans grand lien avec ce qu'il propose, est l'exemple même du phénomène de brouillage. L'objectif 1992 défini par le Président Delors était clair dans l'esprit des Européens, qui comprenaient, ou au moins "intuïtaient" quel en était le but (des études passées dans bon nombre des pays analysés ici le montraient); le traitement, ou le non-traitement en termes de communication du Traité d'Union Européenne se révèle catastrophique.

- Il se dégage cependant des analyses qui précèdent des pistes de réflexion pouvant conduire à des thèmes de communication pour la Communauté, sur lesquels nous reviendrons ultérieurement.

III - LES CRAINTES ET LES ATTENTES A L'EGARD DE L'EUROPE

Dans les considérations qui précèdent, il a déjà été fait allusion aux craintes et aux attentes de citoyens face à la constitution communautaire, dans la mesure où ces éléments ne pouvaient être séparés des perceptions de l'Europe et de ses buts. Le présent chapitre a pour objet de faire un classement des principaux thèmes rencontrés, qui se retrouvent d'ailleurs souvent d'un pays à l'autre.

3.1. PARMI LES CRAINTES DOMINANTES

On peut distinguer :

- **Des craintes liées au développement de la concurrence**

Les thèmes les plus fréquents sont ici :

- Les doutes sur la capacité du pays et de ses entreprises de résister au choc de la concurrence, sur la compétitivité de leurs produits. On les trouve exprimés sous cette forme notamment, dans tous les pays du "Sud" de l'Europe, en France, en Belgique, au Luxembourg.
- Les doutes sur sa propre capacité à s'adapter à une productivité plus grande, à la maîtrise de nouvelles technologies, à "rester dans le coup" ou "se mettre au niveau". On les trouve exprimés particulièrement en Italie, en Espagne, en France dans les catégories les moins élevées socio-économiquement et socio-culturellement.
- La crainte des conséquences de la concurrence sur le niveau de l'emploi et le développement du chômage : elle est présente dans de nombreux pays, tout particulièrement dans les petits pays du Sud (en dépit de leur relatif optimisme économique), dans ceux du Bénélux, en Italie, en France.

- **Des craintes de pertes d'avantages sociaux**

Il s'agit ici soit de la crainte d'un alignement des salaires par le bas, lié directement ou non à la perspective d'un "envahissement" de travailleurs étrangers (qui constitue un thème séparé) : on la voit évoquer en ces termes notamment en France, en Belgique, en Allemagne - soit d'une crainte de remise en cause des systèmes de protection sociale, en Belgique ou au Danemark (du fait de la croissance du nombre des assistés, qui ferait "exploser" le système et son financement) : ce sont logiquement des pays du Nord ou du centre de l'Europe.

- **Des craintes d'"envahissement"**

- La peur de voir des étrangers s'installer dans son pays, grâce à la libre circulation, pour y prendre des emplois, est répandue dans des pays du Nord et du centre de l'Europe déjà forts importateurs de main d'oeuvre : l'Allemagne, la France, la Grande-Bretagne, la Belgique, le Luxembourg ainsi que le Danemark et l'Italie. Elle concerne essentiellement des travailleurs étrangers, communautaires ou non-communautaires, venant de pays aux niveaux de salaires moins élevés, attirés par les salaires de son pays, la qualité de sa protection sociale, etc... La crainte inverse d'installation dans les pays du Sud, moins développés, de salariés étrangers de haute compétence, n'a en revanche guère été trouvée (sinon un peu au Portugal ou en Espagne).
- Celle de voir des entreprises d'autres pays de la Communauté s'établir dans son pays (avec les risques présumés que cela comporte) n'est évoquée qu'en Italie et en Espagne -pays "développés du Sud", au marché sans doute jugé suffisamment prometteur pour les entreprises étrangères- alors qu'elle n'est pas présente sous cette forme dans les petits pays.

- **Des craintes sécuritaires**

Elles existent partout, sauf dans les trois petits pays du "Sud". Elles sont naturellement corrélées à la peur d'"envahissement" de ressortissants non communautaires (Africains, Arabes, Turcs,...) évoquée plus haut, mais aussi liées à l'impossibilité présumée de faire face à la criminalité, au trafic de drogue, aux organisations mafieuses, avec la suppression des contrôles aux frontières. Les Pays-Bas sont en outre "dans le collimateur" chez certains interviewés allemands, français, belges ou luxembourgeois, du fait de leur politique "laxiste" en matière de drogue. La crainte de contagion de l'exacerbation de la violence en Allemagne est également présente dans certains pays.

- **Des craintes de perte d'identité nationale**

- On trouve les craintes déjà évoquées, aux Pays-Bas ou au Danemark, de perte ou de dégradation du modèle de relations sociales et du tissu social.
- Dans quelques pays, c'est sur la protection de normes nationales qu'on se concentre, en matière alimentaire (Allemagne, pour la bière, la viande de veau, les produits conservés par ionisation, Grande-Bretagne, où "on ne pourra plus appeler une saucisse anglaise saucisse"), ou en matière d'environnement, comme aux Pays-Bas.

- Dans quelques autres, on évoque plus vaguement la perte d'habitudes et de traditions culturelles : ce sont là au contraire des pays moins développés du "Sud" (Portugal, Grèce, Irlande).

- **Des craintes de perte de maîtrise de ses propres affaires pour le pays**

- Deux thèmes se recoupent partiellement ici. La crainte de voir les grands pays imposer leur loi, définir pour les autres la position européenne, est particulièrement nette aux Pays-Bas (où la France et l'Allemagne sont objets de soupçons permanents, ainsi que la Grande-Bretagne), au Danemark (de la part de l'Allemagne surtout), en Belgique. Elle affleure au Portugal et en Grèce à propos de problèmes de politique étrangère (position communautaire sur Timor et sur la Macédoine respectivement).
- L'opposition au "bureaucratisme" de la Communauté est tout à fait sensible en Grande-Bretagne, en Allemagne, aux Pays-Bas et au Danemark, en Belgique et au Luxembourg. Dans ces deux derniers pays, hôtes d'institutions de la Communauté, on évoque en dehors des problèmes de principe sur la souveraineté des conséquences plus concrètes pour les citoyens eux-mêmes (spéculation immobilière, hausse des loyers, hausse des prix,...)

On note qu'elle est en revanche très peu exprimée en France, en dépit de la campagne référendaire récente sur ce thème.

- **La crainte de devoir "payer pour les autres pays" ou de se voir "rouler" par des partenaires qui ne respectent pas la règle du jeu**

- Pour le premier de ces aspects, il est relativement répandu en Allemagne, aux Pays-Bas, au Danemark. Il ne s'agit pas là de phénomènes nouveaux, nous les avons déjà observés en 1986.
- Pour le second, c'est surtout aux Pays-Bas et en Grande-Bretagne qu'il s'exprime.

- **D'autres craintes se font jour ça et là plus ponctuellement**

- Des craintes pour certains secteurs économiques. C'est surtout de l'agriculture qu'il s'agit, en France, en Allemagne, en Italie, aux Pays-Bas (réduction des productions laitières imposée à ce pays "en échange de quoi ?"), au Portugal. Le secteur bancaire et ses privilèges sont logiquement évoqués au Luxembourg.
- Des inquiétudes pour la valeur de la monnaie, exprimées ici ou là en Allemagne et au Luxembourg.
- Des craintes d'alourdissement fiscal (Belgique, Luxembourg), ou au contraire de disparition d'avantages fiscaux (Luxembourg).

3.2. LES ATTENTES

A côté de ces craintes concrètes, ou tout au moins assez profondément enracinées (qu'elles soient ou non justifiées), les attentes et les espoirs qui s'expriment peuvent être définis comme suit :

- Pour une grande partie, ils ressortent de ce qu'on projette dans la construction communautaire et ses objectifs

Dans tous les pays, à part ceux qui, les plus crispés, refusent d'attendre quoi que ce soit de l'Europe ou n'osent croire qu'elle puisse leur apporter quelque chose de bénéfique, les citoyens déclarent espérer :

- que la construction économique communautaire aura des effets positifs sur le niveau de vie (notamment dans les pays du Sud), sur le développement de l'économie, avec des répercussions sur l'emploi ("que tous puissent trouver un travail", "que ça ouvre des perspectives aux jeunes").

Mais ces espoirs, en dehors d'une minorité d'Européophiles ardents, sont assortis de doute, de la crainte inverse de resserrement du marché de l'emploi, ou bien, en tous cas, ce sont des bénéfices qu'on imagine à terme. De nature essentiellement macro-économique, ils sont difficilement palpables par chaque individu.

- qu'elle apporte une harmonie plus grande entre les pays européens, que se développent les échanges culturels, etc... tous objectifs de l'ordre de l'idéal, qui restent également abstraits et sans implication directe sur la vie de tous les jours des citoyens.
- qu'elle garantisse la paix et la vie démocratique. C'est là une représentation cohérente avec une Communauté Européenne effectivement reconnue, comme une zone de paix et de démocratie. Cet espoir reste également d'ordre général, et relativement théorique dans la mesure où on n'imagine guère que cet état de choses, acquis depuis longtemps (paix entre les Etats-membres, démocratie), puisse un jour disparaître.

Il ne revêt une signification concrète que chez quelques unes des personnes interviewées (significativement, aux Pays-Bas, où un interviewé parle de garantie contre une dérive anti-démocratique éventuelle dans un Etat-membre, que les autres n'accepteraient pas, ou, dans quelques cas, dans des pays du Sud où la démocratie n'est pas si ancienne).

- **Les bénéfices perçus pour le consommateur sont très limités**

On voit évoquer, ici et là,

- une diversité plus grande de produits dans les magasins grâce à l'ouverture complète des frontières, surtout dans des pays du Nord (Allemagne, Pays-Bas, Grande-Bretagne, Irlande,...) qui continuent à découvrir "l'exotisme" de produits alimentaires et de traditions culinaires des pays du Sud (qu'ils ont pu connaître pour la première fois lors de vacances).
- une baisse des prix des marchandises grâce à l'effet de masse du Grand Marché. Cela n'est que rarement évoqué, plus comme un espoir incertain que comme une chose sur laquelle on compte à coup sûr (Belgique, Irlande).
- une protection et une information du consommateur, très rarement évoquée elle aussi (Luxembourg).
- des bénéfices "anecdotiques" si on compare leur impact réel sur la vie quotidienne des gens, mais qui frappent les esprits dans certains pays : l'augmentation des tolérances d'achats hors taxes ou la disparition des limitations à ces achats lors de voyages à l'étranger. Logiquement, c'est dans les pays du Nord, plus enclins aux vacances à l'étranger, que l'on trouve ce thème évoqué (Allemagne, Pays-Bas, et surtout les pays insulaires, Grande-Bretagne et Irlande).
- liée également à l'ouverture des frontières dans la perspective de vacances, l'idée de facilitation des voyages, de moindre attente ou de suppression de l'attente aux frontières -bénéfice dont on convient qu'il n'est pas essentiel et qu'il ne concerne que quelques occasions tout au plus dans l'année.

- **La possibilité de libre installation est assez souvent évoquée, mais ne concerne concrètement que des populations limitées**

Beaucoup évoquent, parmi les choses que permet ou permettra la construction communautaire, la possibilité de s'installer librement dans le pays de son choix pour y étudier ou y chercher un travail.

Il est clair toutefois que, pour la plupart, ce bénéfice reste théorique. Il ne revêt un aspect concret que pour

- des citoyens de pays traditionnellement d'émigration, du Sud de l'Europe (mais pas tous, loin de là).
- des jeunes, des étudiants ou des parents d'étudiants, de condition généralement aisée, qui ont parfois entendu parler d'Erasmus, de la possibilité de faire une partie de ses études dans un autre pays européen.
- une minorité de personnes plus mobiles, soit dans des fonctions de cadres, de professions libérales, qui pourraient envisager de s'installer dans un autre pays pour quelque temps ; de chefs d'entreprises qui voient faciliter l'implantation dans un autre pays de la Communauté ou la possibilité de travailler en partenariat avec des sociétés étrangères ;

enfin, quelques personnes dont le métier leur permet de trouver un emploi à l'étranger sans nécessairement maîtriser la langue du pays d'accueil (On trouve, par exemple, dans l'échantillon français un artisan tailleur de pierres qui a régulièrement des contrats dans divers pays européens communautaires ou non communautaires, et un jeune cuisinier qui a travaillé quelque temps en Espagne)

Un des problèmes évoqués par certaines de ces personnes est la non-transférabilité actuelle des régimes de protection contre le chômage. La solution de ce problème représenterait pour eux quelque chose de tout à fait concret.

- Une aspiration plus vague, mais plus généralisée, se manifeste en matière d'échanges culturels, d'envie de connaissance de l'autre, d'enrichissement par la confrontation avec la façon de faire différente de nos voisins, etc...

On la voit s'exprimer dans de nombreux pays -moins cependant dans ceux du Nord que dans ceux du centre ou du Sud de la Communauté, plus sensibles au thème culturel et à la notion de racines culturelles communes- et de la part de personnes qui ne se limitent pas aux catégories les plus favorisées (au contraire d'ailleurs parfois).

Citons un chef d'entreprise qui estime que la confrontation avec les méthodes et les pratiques en vigueur dans les autres pays ne peut qu'apporter une ouverture d'esprit, génératrice à terme d'efficacité plus grande dans le travail d'ailleurs ; une fonctionnaire très désireuse de savoir comment vivent et travaillent ses homologues dans les autres pays, des jeunes en assez grande proportion.

- Enfin, rappelons pour les pays du "Sud", mais pour eux seuls pratiquement, les bénéfices tangibles apportés par l'aide communautaire au développement économique chez eux.

En résumé :

- **A côté de craintes concrètement vécues et enracinées, l'Europe n'a guère à proposer de bénéfices concrets perçus par le citoyen, le consommateur, le travailleur européen.**
- **Le sentiment général reste largement pro-européen partout (avec les limites qui sont placées dans certains pays au champ communautaire), mais il relève d'un credo (dans les effets positifs à terme sur l'économie, l'emploi, éventuellement) ou d'une aspiration générale de nature idéaliste, humaniste ou culturelle.**
- **Ce sentiment est donc potentiellement fragile partout, sauf dans les cas où les bénéfices socio-économiques peuvent être clairement perçus (Irlande, Portugal, Grèce), ou bien où l'Europe sert de point de référence, de modèle de modernité auquel s'ajuster et à rattraper (ces mêmes pays, plus l'Espagne et l'Italie).**
- **La recherche de thèmes de communication doit nécessairement prendre en compte ces contraintes.**

IV - CONNAISSANCE DES INSTITUTIONS EUROPEENNES ET DES PROCESSUS DE DECISION COMMUNAUTAIRES

Nous ferons ici un rapide tour d'horizon des différents pays-membres, car des nuances peuvent exister dans le cadre d'une grande méconnaissance générale.

- En France

- La connaissance des institutions européennes est quasi-nulle. En spontané, les interviewés sont souvent incapables d'émettre le moindre propos construit sur ce sujet.

La seule institution qui jouit d'une très relative notoriété (assistée plus que spontanée) est le Parlement Européen, encore qu'on ne sache souvent pas où se trouve son siège, qu'on ne se souvienne pas de son mode d'élection, qu'on n'ait pas d'autre idée de son rôle que ce que suggère le mot "Parlement" : on suppose alors, bien plus qu'on ne sait, "qu'il vote des lois européennes" ou "qu'il donne son avis sur des lois".

La Commission est pratiquement ignorée. Seuls quelques individus particulièrement informés mentionnent d'eux-mêmes son existence.

Le Conseil Européen est une notion quasi-inconnue ; pour quelques uns qui savent que c'est "la réunion des ministres" (ou "des chefs d'Etat"), la plupart semblaient n'avoir jamais entendu ce terme.

- Plus grave encore, la confusion entre ces institutions quand elles sont connues de nom, est massive, et dans leur immense majorité, les interviewés, même de niveau social et culturel élevé, n'ont aucune notion de l'existence de procédures et de mécanismes de décision.

"Il y a un représentant de chaque pays" (Profession libérale)

"(sur relance) Le Conseil Européen, la Commission Européenne, le Parlement Européen ? J'en sais peu de choses, ça m'est sorti de la tête" (Chef d'entreprise)

"(les institutions) Il y a le Parlement Européen... il y a des institutions pour les vins, les fromages, dans la planification des denrées ou tout ce qui touche l'automobile (la Commission, le Parlement, le Conseil Européen ?). Pour moi, tout ça ne faisait qu'un, je ne savais pas que ça existait"(Artisan)

Le nom du Président Delors est souvent évoqué par les interviewés (1 sur 2 environ) parmi ceux "qui s'occupent de construire l'Europe", mais ses fonctions sont nébuleuses (Président du Parlement, représentant de la France dans les réunions européennes -voire Ministre des Finances en France) ou inconnues dans la plupart des cas.

- **En Allemagne**

- Les acteurs identifiés de la construction européenne sont, à côté des hommes politiques comme Kohl ou Mitterrand, la grande industrie, et les Eurocrates, pas toujours cités (quand ils le sont c'est négativement).

A quelques exceptions près (cadres, chefs d'entreprises) la notoriété des institutions est nulle en dehors du Parlement (dont certains pensaient d'ailleurs que ses membres étaient désignés par les Gouvernements et non élus, et dont aucun n'a vraiment d'idée précise sur son rôle, ses attributions et son fonctionnement).

La Cour de Justice est citée dans de rares cas. La Commission, le Conseil Européen, sont des appellations dont on a entendu parler, sans savoir ce qu'elles font. Le nom du Président Delors est très rarement cité.

- Les processus de décision sont très mal connus. Quelques uns évoquent "la majorité absolue", "la majorité des 2/3", "la nécessité de mettre tout le monde d'accord", "l'absence de pouvoir du Parlement", "qui n'a qu'une fonction consultative".

- **En Grande-Bretagne**

- Les institutions sont encore plus méconnues peut-être. Seul le Parlement Européen évoque quelque chose, il est confondu avec le Conseil Européen quand on évoque ce terme avec les interviewés, la Commission n'apparaît pratiquement pas.

- L'idée dominante est que les représentants des différents pays se réunissent pour prendre des décisions, dans le cadre d'un processus très lourd et très bureaucratique impliquant des comités sans grande efficacité.

- **En Italie**

- La seule institution qui évoque quelque chose est le Parlement Européen ; la Commission et le Conseil n'évoquent strictement rien pour la plupart.

On sait ou on présume que le Parlement vote des lois, mais on ne se souvient pas de la façon dont il est élu.

- L'ignorance des mécanismes communautaires est totale. On pense que les représentants des pays-membres prennent des décisions dans leurs réunions régulières.

- **En Espagne**

- Même chez les interviewés des niveaux socio-culturels les plus élevés, la connaissance des institutions est quasi-nulle, l'intuition qu'il existe des mécanismes communautaires également.

Un vague sentiment existe peut-être qu'à côté des Etats-membres, il y aurait une Communauté Européenne, source d'information possible, mal identifiée..

- **En Belgique**

- On est ici dans une situation très différente pour ce qui concerne la notoriété des institutions : le Parlement est connu, la Commission aussi, du fait de leur implantation à Bruxelles, le Conseil beaucoup moins.

- Les acteurs perçus de la construction européenne sont cependant plutôt "les hommes politiques" (décriés) et les chefs d'entreprises que des institutions taxées de bureaucratie, mais auxquelles on ne prête guère de rôle moteur..

- **Au Luxembourg**

- On est là aussi en présence d'un pays abritant des institutions communautaires, et où on ne peut totalement ignorer leur existence. La plus connue est le Parlement, dont le rôle n'est pourtant pas clairement perçu.

Les noms de la Commission et du Conseil sont aussi connus, mais aucun des interviewés ne se souvient, par exemple, d'avoir entendu quelque chose à leur propos, ou à propos du Parlement, ces derniers temps.

Les mécanismes de décision sont largement inconnus.

- **Aux Pays-Bas**

- Les institutions sont peu connues, mais davantage quand même que dans les pays analysés précédemment.

Alors que les acteurs supposés de la construction européenne sont "les politiciens", "Bruxelles", "Strasbourg", "Delors et ses collègues" (occasionnellement), "un Conseil", "le Parlement Européen", en même que "les multinationales", dans une assez grande confusion, le rôle du Parlement Européen est assez valorisé : élu au suffrage universel direct, il prend les initiatives et les décisions, selon certains. D'autres pensent que les décisions sont prises conjointement par le Parlement et le Conseil (des Ministres). Les Parlements nationaux sont aussi évoqués.

La Commission a un rôle jugé très influent, mais confus. Bruxelles est synonyme de Commission Européenne pour les Néerlandais informés (qui ne taxent toutefois pas cette institution de bureaucratie comme le font par exemple les Belges). Elle est pour certain associée à des noms (remplacement d'Andriessen par Van Den Broek évoqué par 3 personnes sur 10)..

- **Au Danemark**

- Si on estime spontanément que les constructeurs de l'Europe sont les hommes politiques (des grands pays) et la communauté des affaires, on identifie plus qu'ailleurs les noms du Parlement, du Conseil, de la Commission.
- Sans qu'on identifie clairement l'articulation des responsabilités entre ces organismes, on soupçonne toutefois qu'elles doivent être de même nature qu'entre les institutions comparables au plan national. Il s'agit cependant plus de suppositions raisonnées que de connaissance certaine..

- **En Irlande**

- Les acteurs de la construction européenne ne sont pas clairement identifiés, encore qu'on discerne le rôle majeur de pays leaders, la France et l'Allemagne, et qu'on connaisse parfois le nom de Jacques Delors.
- Le Parlement Européen est vaguement connu (en dehors du fait qu'il devrait "y avoir des élections prochainement"), la Commission aussi (Mr Mc Sharry, Mr Flynn qui l'a remplacé), le Conseil très peu, et avec une certaine confusion avec la Commission.

Plus ou moins précisément, les Irlandais semblent toutefois avoir conscience de l'existence d'institutions communautaires..

- **Au Portugal**

- La connaissance est très vague. On sait qu'il existe un Parlement Européen, sans plus. La Commission, la Cour de Justice, éveillent de très vagues souvenirs..

- En Grèce

- La connaissance apparaît bien meilleure chez nos interviewés athéniens. Les principaux acteurs de la construction européenne sont les dirigeants des douze Etats (à commencer par la Grande-Bretagne, la France et l'Allemagne) et, dans une moindre mesure, la Commission et le Parlement Européen.

Plusieurs personnes associent la Commission au nom de son Président. Une autre se souvient que Mme Papandreou vient d'être remplacée en tant que commissaire grecque. Le Conseil n'est pas non plus inconnu, plusieurs de ses décisions récentes sont citées par quelques interviewés (sans erreur). Le Parlement est également une réalité plus concrète pour les Grecs que pour d'autres.

- Sans qu'il y ait de perception très précise des mécanismes de décision communautaire, l'idée que de tels mécanismes existent entre les institutions est plus présente qu'ailleurs.

En résumé :

- **La méconnaissance des institutions communautaires est impressionnante.**
- **Elle n'est pas seulement le fait, bien au contraire, des couches les moins favorisées socio-économiquement ou les moins éduquées de la population.**
- **Elle est cependant un peu moins grande dans les deux pays, Belgique et Luxembourg, où se trouvent les principaux sièges des institutions (mais cela n'implique pas nécessairement bonne image) ; dans deux des pays, le Danemark et les Pays-Bas, où se manifeste une particulière résistance à la supra-nationalité ; dans de petits pays du "Sud" enfin, l'Irlande, et la Grèce, (où les attitudes à l'égard des institutions sont plus positives).**
Dans les grands pays de la Communauté, la notion d'institutions européennes est pratiquement gommée.
- **Plus préoccupante encore est l'absence quasi-générale de conscience qu'il existe des processus de préparation et de prise des décisions communautaires, dans lesquels des institutions jouent un rôle précis et défini.**

V - LES REACTIONS A DES HYPOTHESES DE POSITIONNEMENT DE LA COMMUNAUTE EN TERMES DE COMMUNICATION

Les personnes interrogées dans l'étude se voyaient proposer de réagir à diverses idées par lesquelles l'identité ou le dessein de la Communauté peuvent s'exprimer. Bien entendu il ne s'agissait pas là de formulations de communication définitives, mais de "stimuli" pouvant donner quelques points de repère utiles pour l'élaboration d'une politique de communication.

Ces stimuli, au nombre de 7, étaient formulés comme suit :

A - "L'Europe c'est le pays des droits de l'Homme et de la démocratie"

Il y a généralement accord, dans tous les pays, avec cette proposition, avec quelques réserves et avec quelques nuances :

- très occasionnellement, une réserve sur l'idée que l'Europe est un "pays",
- assez rarement aussi, l'objection que l'Europe n'est pas la seule zone du monde où règne la démocratie, et où les droits de l'Homme sont protégés (c'est le cas également aux Etats-Unis, etc...)

A l'inverse, cependant, quelques interviewés ont conscience de la qualité de l'Europe comme berceau de la démocratie occidentale.

Ces nuances étant formulées, il reste que ce thème, objet d'un consensus large, est peu mobilisateur. Il apparaît souvent comme une vérité d'évidence, comme un acquis qu'on n'imagine pas voir remis en cause.

Il y a donc difficulté à utiliser ce thème pour stimuler l'adhésion au dessein communautaire. Seuls quelques uns, parmi nos interviewés, soit se rappellent que la démocratie n'est pas un acquis si ancien dans leur pays (petits pays du Sud), soit pensent que les autres pays de la Communauté "empêcheraient" la réémergence d'une dictature dans l'un des pays membres.

En outre, des réactions plus nombreuses, acceptant sans réserve la proposition pour les pays de la Communauté, soulignent que cela ne s'applique pas à d'autres : l'exemple de la Yougoslavie est ici très clairement mis en avant, accompagné de critiques parfois très vives sur "l'inaction" de la Communauté ou sur son "incapacité" à y avoir une influence sensible.

Présenter la Communauté comme un modèle à cet égard a donc des limites sérieuses -dès lors que la diffusion de ce modèle ne se constate pas.

B - "L'Europe, c'est indispensable pour garder notre influence dans le monde face à la puissance des États-Unis et du Japon

Cette proposition entraîne un consensus quasi-unanime dans tous les pays, beaucoup ajoutant même spontanément l'idée qu'il s'agit là du but même de la construction européenne.

Il existe cependant des différences entre les pays quant au contenu perçu de la compétition avec les grands concurrents mondiaux de l'Europe, et quant à l'intensité avec laquelle elle est vécue. Par exemple, dans les pays du Nord de l'Europe (Grande-Bretagne, Pays-Bas, Danemark), on tend à percevoir cet affrontement en termes essentiellement économiques, alors que son champ est plus large (politique, culturel) dans des pays du Sud ou du centre de l'Europe (France, Espagne, Italie dans les couches intellectuelles, Grèce,...). En matière économique même, l'intensité de cette concurrence et les dangers qu'elle recèle sont variables, l'Allemagne se caractérisant notamment par une plus grande confiance dans sa capacité propre à y faire face que des pays plus pessimistes sur la solidité de leurs bases économiques, etc...

Il reste que ce thème de l'Europe de la nécessité, dont le caractère porteur avait été identifié dans nos travaux de 1986, reste actuel et peut constituer l'un des axes de la communication communautaire.

C - "La diversité culturelle de l'Europe, c'est un atout pour sa place dans le monde de demain"

Cette proposition est reçue de façons variables, et elle n'est souvent comprise que partiellement. Pour résumer, on peut dire que les interviewés des pays les plus sensibles au thème culturel en général (pays d'Europe du Sud et du centre) tendent à y souscrire, sans grande réflexion toutefois. Chez certains d'entre eux, comme chez des interviewés plus nombreux des pays du Nord, les réactions manifestent surtout le souci de voir préserver les spécificités culturelles nationales, et l'inquiétude que suscite parfois le processus communautaire à cet égard.

Dans l'ensemble, que la diversité culturelle de l'Europe soit une richesse n'est guère contesté, aussi vague que soit ce concept dans beaucoup d'esprits. En revanche, qu'elle puisse constituer un atout pour l'Europe dans le monde de demain est largement occulté par la plupart des interviewés, même s'ils acquiescent à la proposition.

D - "L'Europe, c'est un modèle pour les relations entre pays et la paix dans le monde"

Cette proposition est généralement acceptée quand on comprend Europe comme synonyme de Communauté Européenne. Sauf pour quelques uns (en Allemagne, en Belgique notamment), qui évoquent à ce sujet la réconciliation des anciens ennemis (qui n'était pas évidente), elle ne paraît cependant guère mobilisatrice tant l'idée que les pays de la Communauté sont en paix les uns avec les autres est une vérité d'évidence, un acquis dont on n'imagine pas qu'il risque d'être jamais remis en cause.

Elle est beaucoup plus critiquée lorsqu'on pense à l'Europe dans son ensemble ; le conflit yougoslave, et parfois d'autres affrontements potentiels dans les pays de l'ex-Europe communiste, sont assez souvent évoqués, et vécus comme menaçants.

De là, si la Communauté Européenne est effectivement un exemple de bonnes relations entre pays voisins, le terme de "modèle" est rejeté par bon nombre d'interviewés dans divers pays, au nom du "constat d'impuissance" de la Communauté (Il n'y a guère qu'en Grande-Bretagne qu'on voit plutôt évoquer en positif l'action internationale en Yougoslavie, mais celle-ci est portée au crédit de l'ONU plutôt que de l'Europe).

L'acceptation de l'idée de modèle européen passerait en réalité par l'administration de la preuve que ce modèle s'impose ailleurs. C'est même un des thèmes qui pourraient susciter une fierté européenne (que la plupart écartent aujourd'hui quand ils sont interrogés sur ce sujet) -mais la preuve est actuellement manquante dans la plupart des esprits.

E - "En Europe, nous avons un modèle de solidarité et de protection sociale qui n'existe pas ailleurs dans le monde"

Généralement, solidarité et protection sociale sont interprétés par les interviewés comme faisant partie du même concept, de système de protection et de solidarité sociale au sein des différents pays membres, et au premier chef au sein de son propre pays.

La proposition est alors généralement acceptée, sans que la plupart s'interrogent d'ailleurs sur la qualité du système social en vigueur dans d'autres pays développés comme les Etats-Unis. A ce sujet, si quelques uns ont conscience d'un modèle social européen beaucoup plus solidaire que ne l'est le système américain, d'autres ne perçoivent pas de différence entre l'Europe et d'autres pays du même niveau de développement (le second type d'attitudes paraît plus fréquent dans de petits pays du Sud de l'Europe, au système social effectivement moins développé).

Mais, derrière l'agrément majoritaire à la proposition, on constate que beaucoup des réponses sont faites en pensant à son propre système social plutôt qu'à un modèle européen général. L'apport européen ou communautaire est dénié dans quelques cas (Pays-Bas, Danemark) ; dans la plupart des autres, il n'a pas de contenu concret. En gros, dans les pays du Nord et du centre de l'Europe, on vit avec l'idée qu'on bénéficie dans son pays du meilleur système de protection sociale. L'Europe en tant que telle est pratiquement absente du système de perceptions, l'existence de politiques communautaires, d'une Charte Sociale Européenne, paraît par exemple totalement ignorée.

Dans quelques cas (en Italie, aux Pays-Bas, notamment), on voit contester ou au moins relativiser le concept présenté, par le constat d'existence de différences sensibles, entre pays du Nord et pays du Sud de l'Europe, ou d'application seulement partielle de la solidarité (problèmes de l'immigration).

Dans quelques pays, on notera enfin que des interviewés s'attachent à l'idée de solidarité sur d'autres plans pour douter de la solidarité des autres pays membres sur des questions internationales (la Macédoine presque toujours évoquée en Grèce, Timor au Portugal, l'Irlande du Nord en République d'Irlande).

F - "Il est plus efficace de faire les choses ensemble, à Douze, que de les faire chaque pays pour son propre compte"

De manière générale, cette proposition est acceptée, bien qu'on voie s'exprimer trois types de réserves :

- la crainte d'un trop grand empiètement communautaire sur les affaires nationales dans les pays les plus sensibles au maintien des signes de l'identité nationale (Grande-Bretagne, Pays-Bas, Danemark)
- la crainte voisine de se voir imposer sa conduite par les grands pays européens (elle est présente par exemple au Portugal et en Grèce)
- le doute sur l'efficacité d'un système de décision à Douze, notamment dans des pays comme l'Allemagne, les Pays-Bas, la Belgique, où la critique de la bureaucratie européenne est la plus grande, et où on retient surtout la difficulté des différents Etats-membres à se mettre d'accord.

En dehors même de ces réserves, la proposition, évidente en soi, demande à être appuyée sur des arguments et des exemples concrets pour que son potentiel puisse être exploité utilement en communication.

G - "La Communauté Européenne, c'est au fond un service public qui est efficace, qui est apolitique, et qui s'occupe de l'intérêt général parce qu'il doit écouter tout le monde"

De toutes, c'est la proposition qui est le plus contestée et qui suscite le plus de perplexité.

- Présenter la Communauté comme quelque chose d'apolitique est, clairement, impossible ; d'abord parce que c'est un projet perçu à l'inverse comme évidemment politique, au sens général (non-partisan) du terme (sans connotations négatives) ; ensuite parce que ceux qui s'en occupent sont perçus comme étant au premier chef les hommes politiques des différents pays.

La non-perception, très fréquente, de l'existence d'institutions européennes propres ayant leur domaine de compétence, concourt ici à l'évidence à l'incompréhension qui se manifeste devant la proposition. C'est vrai tout particulièrement, bien sûr, de la Commission.

- Dans la mesure même où les institutions communautaires sont méconnues, il est difficile d'appréhender l'Europe comme un service public. C'est toutefois dans de petits pays, plus sensibles à l'existence de ces institutions, que la question est le mieux comprise.

Certains des Néerlandais interrogés sont prêts à considérer la Communauté comme un service public, tout en faisant valoir que c'est un service aux Etats-membres et non directement aux citoyens ; certains des Irlandais ou des Grecs, ou des Portugais, pourraient également souscrire à cet aspect de la proposition (mais doutent souvent de la neutralité revendiquée, ou contestent l'efficacité du système).

- Enfin, l'efficacité de la Communauté Européenne demanderait à être démontrée, notamment dans ceux des pays où la critique de la lourdeur bureaucratique communautaire est la plus vive (Grande-Bretagne, Allemagne, Belgique, Luxembourg, notamment, ainsi que l'Italie où la notion de service public est par elle-même déjà connotée d'inefficacité).

Il est donc impossible de jouer de ce thème comme d'un thème porteur pour la communication communautaire sous la forme actuelle. On ne pourrait guère l'envisager, avec des modifications importantes, qu'une fois établie une connaissance minimale de la Commission et de son rôle.

En résumé :

La faveur de principe, majoritaire, à l'Europe, dans tous les pays étudiés, fait qu'on tend à souscrire à la plupart des propositions présentées, en dépit des réserves formulées ici et là, mais peu d'entre elles présentent un caractère opérationnel pour entraîner une plus grande adhésion.

- soit parce qu'elles relèvent du constat d'évidence, de l'acquis non susceptible d'être remis en cause, et ne proposent pas un objectif à poursuivre ensemble (ainsi, par exemple, pour la démocratie et les droits de l'Homme, la solidarité et la protection sociale, l'atout culturel,...)
- soit parce qu'elles constituent des affirmations sans preuve, dont on souhaiterait qu'elles soient vraies plus qu'on ne pense qu'elles le sont déjà aujourd'hui (ainsi pour l'Europe modèle pour la paix dans le monde).
- soit parce qu'elles se situent sur un terrain qui est loin du citoyen, non "palpable" directement par lui.

Un seul des thèmes proposés, celui de la nécessité de l'Europe face à ses grands concurrents mondiaux, est un thème fédérateur et porteur. L'Europe de la nécessité reste une Europe nécessaire dans l'appréhension rationnelle qu'on a de la construction communautaire. A lui seul, il ouvre cependant peu vers une communication qui touche à l'affectif, et qu'il conviendra également de développer.

VI - ATTITUDES ET ATTENTES EN MATIERE D'INFORMATION

Des derniers thèmes d'interview, qui portaient sur les attentes en matière d'information sur l'Europe, on peut dégager les éléments suivants :

- Rares sont ceux qui se déclarent non intéressés ou indifférents, nombreux ceux qui déplorent l'absence, l'insuffisance, ou le caractère inadapté de l'information dont ils ont connaissance.

Sans qu'on puisse parler d'attentes fortes, il y a au moins déclarations d'intention et attitudes de principe qui restent ouvertes à une information sur l'Europe.

- L'expérience montre toutefois qu'une grande partie, voire la quasi-totalité de l'information qui a pu être diffusée (en abondance dans certains pays) n'a pas atteint son objectif ou n'a fait que l'effleurer superficiellement -à preuve la méconnaissance que les interviewés manifestent sur la Communauté, et la difficulté qu'ils ont à citer des choses qu'ils auraient vues ou entendues à son propos.

A de rares exceptions près, les citoyens de l'Europe sont des récepteurs potentiels passifs d'une information qui "n'accroche pas" sur eux.

Les sources d'information qu'ils citent lorsqu'on les interroge sur ce sujet se limitent pour l'essentiel à la télévision, aux déclarations des hommes politiques (détriciés dans plusieurs pays), et à la presse. Encore, pour cette dernière, voit-on des interviewés, dans divers pays, déclarer que sa lecture demande un effort qu'ils ne sont manifestement pas prêts à faire.

- L'information qu'ils déclarent souhaiter peut se résumer selon trois thèmes principaux :

- + une information claire, simple, succincte, qui évite le langage technique, et qui puisse donner des points de repère, dont on manque, sur les décisions communautaires. Cette information doit être orientée sur les conséquences de ces décisions pour leur pays, l'économie de leur pays, et pour eux-mêmes dans leur vie quotidienne ("comment ça va affecter la vie des gens", "quels sont les avantages et les inconvénients",...)
- + des informations de type "mode d'emploi", qui ne concernent cependant directement que des populations-cibles limitées (par exemple, comment peut-on aller travailler, ou étudier, dans un autre pays de la Communauté).
- + une information plus générale sur "les autres", qui révèle une envie au moins diffuse d'en savoir plus, de "toucher du doigt" la façon de vivre des citoyens des autres pays ; parfois aussi on aimerait connaître la manière dont des décisions communautaires vont affecter les autres pays, comprendre les raisons des positions différentes de leurs gouvernements dans les négociations communautaires.

On voit évoquer sur ce thème aussi bien les échanges scolaires ou les jumelages de communes que des reportages à la télévision, ou des émissions dans lesquelles les responsables politiques de tous les pays viendraient expliquer la construction européenne, etc..

Ce type de demande s'exprime surtout dans les pays de l'Europe du Sud et du Centre -dont nous avons noté précédemment qu'on y percevait la conscience de racines culturelles et historiques communes- plus que dans les pays du Nord où l'on tend à limiter la construction européenne à la sphère économique (et où la découverte de l'autre reste peut-être plus du domaine de la simple exploration "touristique" lorsqu'ils voyagent en Europe).

On l'enregistre notamment en France, en Allemagne, en Italie, en Espagne, en Belgique, au Luxembourg et en Irlande (moins, semble-t-il, au Portugal ou en Grèce).

- Quant aux sources et aux moyens d'information imaginés, ils restent dans la plupart des cas très classiques, la télévision étant le plus souvent citée sans autre précision (car étant le moyen d'information le plus utilisé de manière générale). Il s'agirait d'émissions courtes, synthétiques, consacrées uniquement à l'Europe. Dans un ordre d'idées voisin, on voit parfois évoquer "des flashes à la radio", "des clips", "une page dans le bulletin local", "des brochures simples et courtes dans les boîtes à lettres"

- Les propos des interviewés révèlent :
 - + Un besoin de proximité chez des interviewés qui s'adresseraient à quelqu'un qu'ils connaissent, en qui ils auraient confiance et qui serait accessible (thème qu'on trouve notamment chez des interviewés français, danois, belges et luxembourgeois -et ce n'est peut-être pas par hasard qu'il s'agit de pays abritant des institutions communautaires et de pays à référendum -où l'information sur l'Europe est sans doute plus abondante qu'ailleurs, mais souffre d'une absence de relais proches pour être assimilable).
 - + Un besoin de neutralité et d'objectivité. Celui-ci s'exprime par exemple par le souhait de voir expliquer l'Europe par des journalistes, des universitaires, des fonctionnaires qui préparent les mesures communautaires, dans des pays comme la France, l'Italie, le Danemark, la Belgique (où le clivage entre la classe politique et le citoyen est particulièrement net).
 - + Un besoin de compétence sur les affaires communautaires de la part de la source d'information. Il est partiellement lié au précédent, mais il prend dans certains pays la forme particulière d'appel à l'institution communautaire et à ses hommes (la Commission, les commissaires, les fonctionnaires communautaires, le Parlement, des bureaux d'information,...). La source "institution communautaire" est par exemple citée en Belgique et au Luxembourg (hôtes d'institutions européennes), dans de petits pays du "Sud" (Irlande, Portugal, où on connaît mieux qu'ailleurs son existence), ainsi qu'en France où elle prend une forme particulière : Delors (celui qui sait, qui y travaille, qui connaît les dossiers, et qu'on crédite volontiers d'intégrité et d'objectivité). Le Président est cité grosso modo par un interviewé sur deux dans son pays d'origine.

- + L'exigence que les responsables politiques nationaux rendent compte de leur action devant ceux qui les ont élus. Cette exigence démocratique se manifeste notamment en Allemagne, au Danemark, aux Pays-Bas -pays de tradition socio-démocrate et de compromis politique où le rejet des politiques n'est pas exacerbé comme il l'est en Italie, en Belgique, ou en France.

- + L'absence générale de "médiateurs" de l'information sur l'Europe, dans ce que les interviewés souhaitent ou imaginent. Tout au plus voit-on évoquer des réunions professionnelles (pour les chefs d'entreprise, les cadres). Les syndicats ne sont pratiquement jamais cités spontanément, et souvent écartés des sources crédibles lorsqu'on les suggère aux interviewés. Très peu d'autres organisations intermédiaires sont évoquées.

- + L'école, comme instrument privilégié d'éveil à l'Europe, est toutefois citée dans plusieurs pays (par des pro-Européens notamment, encore en âge scolaire ou universitaire, ou ayant des enfants).

En résumé :

- Le citoyen européen est dans le principe ouvert à une information sur l'Europe, mais reste récepteur potentiel passif.

- Peuvent l'intéresser des informations courtes, claires, en langage de tous les jours, lui donnant des points de repère dont il manque aujourd'hui
 - + sur la Communauté,
 - + mais surtout sur les implications des mesures communautaires pour son pays et pour la vie "des gens comme lui".

- En outre, l'existence d'une confuse "curiosité des autres", d'une forme d'"intraception" européenne, se révèle dans les pays du Sud et du centre de l'Europe.

- La Commission ou d'autres institutions communautaires pourraient mieux exploiter le besoin de compétence, de neutralité, d'objectivité des sources d'information.

- L'absence ou la faiblesse des relais ou des "médiateurs" de l'information européenne est préoccupante -alors même que le besoin de sources proches de soi se manifeste.

VII - CARACTERISTIQUES DE SEGMENTS DE POPULATION-CIBLES POUR DES ACTIONS DE COMMUNICATION SPECIFIQUES EVENTUELLES

- Certains segments de la population des pays européens apparaissent (par exemple au travers d'analyses des enquêtes Eurobaromètre) comme particulièrement "sensibles" -soit du fait d'une prédisposition a priori plus favorable à l'Europe, soit au contraire parce qu'on pouvait présumer en leur sein des résistances plus fortes à la construction européenne.

Il importait donc de rechercher, dans la présente étude, des caractéristiques spécifiques éventuelles de ces segments de population, afin de déterminer, le cas échéant, des messages et des actions de communication les concernant particulièrement.

- Les femmes

L'analyse des interviews permet de confirmer des résultats déjà identifiés par ailleurs, à savoir un degré d'indécision plus grand des femmes que des hommes à l'égard de la construction européenne, une propension un peu moindre à prendre des positions tranchées. Il s'agit là d'un phénomène classique, observable dans la plupart des pays sur la plupart des sujets sociaux et politiques.

Rien ne permet en revanche d'établir l'existence d'une problématique européenne spécifiquement féminine. Aucune des réactions enregistrées aux différents thèmes d'interview ne laisse apparaître des questions particulières que les femmes se poseraient, ou se poseraient avec une acuité beaucoup plus grande, et qui seraient liées avec leur état féminin.

Sans doute, le fait qu'elles aient un taux d'activité (au sens d'emplois rémunérés) inférieur à celui des hommes, qu'elles aient donc en moyenne moins de contacts sociaux dans la vie professionnelle, qu'elles occupent par ailleurs des emplois plutôt moins qualifiés et moins bien rémunérés que ceux des hommes, joue-t'il un rôle ; mais les critères essentiels d'explication de différences d'attitudes sont ici des critères socio-économiques plutôt que le sexe lui-même.

Tout au plus peut-on déceler, peut-être, chez elles, une préoccupation plus vive de l'avenir de leurs enfants.

En outre, la Communauté a sans doute peu d'éléments spécifiques à mettre en avant à l'intention des femmes dans la communication vers celles-ci ; le principe d'égalité des sexes, consacré par la Communauté, n'est pas dû, au départ, à une initiative communautaire, et ses implications concrètes sont sans doute trop peu tangibles pour que la Communauté puisse tenir de façon crédible un langage spécifique à leur égard.

Il reste que l'importance de la population féminine, son affirmation graduelle sur le plan socio-professionnel, son indécision plus grande, font des femmes une cible vers laquelle il importe de communiquer activement, même si la teneur du discours à leur tenir n'est guère différente de celle qu'il convient de tenir aux hommes.

- Les jeunes

Les plus jeunes des interviewés (ceux qui sont encore lycéens ou étudiants, ou qui sont entrés depuis peu dans la vie professionnelle -et qui étaient recrutés en tant que tels dans l'échantillon), sont à la fois :

- + plus "ouverts à l'autre" de manière générale et plus "mobiles" psychologiquement.
- + plus sensibles au lien culturel européen et peut-être plus idéalistes.
- + plus susceptibles de trouver une signification concrète à l'idée d'ouverture des frontières et de libre circulation, d'envisager (au moins théoriquement) une installation dans un autre pays européen (ne serait-ce que pour y effectuer une partie de leurs études).
- + mais en même temps plutôt moins informés sur la Communauté.

Ils constituent donc une population "stratégique", au sens où des opportunités particulières s'y manifestent, en même temps que des risques y sont également présents.

- + opportunités liées à une plus grande ouverture et à une propension a priori plus grande à entendre un message européen et à attendre quelque chose de l'Europe.
- + risques de décevoir ces attentes et d'assister à une dérive d'autant plus envisageable que leur connaissance de l'Europe institutionnelle et de ses réalisations est médiocre.

La Communauté a des actions et des réalisations à faire valoir auprès d'eux, qui semblent très insuffisamment connues (des programmes comme Erasmus et Comett...)

Il paraît envisageable de faire d'eux des vecteurs et des relais du message communautaire, à condition

- de développer la connaissance des actions communautaires les concernant,
- de manière plus générale, d'encourager et de favoriser les échanges de toutes natures entre jeunes de différents pays européens. Le sport, la musique, l'école peuvent s'y prêter ; l'idée, évoquée naguère par le Président, de "classes d'Europe" sur le mode des classes de neige, de mer, ou de nature (qui demande, bien entendu, le concours actif des Etats membres) serait à coup sûr un moyen puissant de faire reconnaître l'autre comme un voisin familier et non comme une abstraction.
- de mieux exploiter les vecteurs potentiels que constituent ceux qui ont bénéficié de programmes d'échanges communautaires.

A soi seul, il s'agit là d'un élément d'une politique à long terme à construire et à développer, en s'appuyant sur des relais qui existent et qui sont aisément identifiables (l'école, l'université, les organismes de formation, les clubs sportifs, les grands événements musicaux qui touchent les jeunes de façon assez homogène d'un pays à l'autre, etc...)

- Les couches sociales défavorisées

Les enquêtes quantitatives, sur l'Europe, parmi lesquelles Eurobaromètre, les analyses des résultats électoraux dans les pays où un référendum a été organisé sur le Traité de Maastricht (ou sur l'adhésion à l'EEE dans un pays extra-communautaire comme la Suisse) montrent toutes une corrélation nette entre le niveau socio-économique ou le niveau d'éducation et l'adhésion au projet européen.

La présente étude met bien en évidence à la fois :

- + l'inquiétude, parfois l'angoisse pour l'avenir que l'on observe, à l'inverse, chez des chômeurs, des personnes qui se sentent menacées dans leur emploi, ou qui craignent d'être "dépassées" ou "laissées pour compte" dans l'évolution rapide de nos sociétés sur les plans technologique et économique.
- + leur grande sensibilité au thème de la concurrence sous toutes ses formes (concurrence économique d'autres pays, concurrence sur le marché du travail de la part d'autres Européens ou de travailleurs extra-communautaires, concurrence de plus jeunes et plus formés aux emplois d'aujourd'hui, craintes de perte d'emploi, de dévalorisation, de retraites anticipées forcées, de dégradation de la protection sociale, etc...)
- + la liaison aisée qui est faite entre Europe et concurrence.

Vers cette cible, l'action de communication devrait viser :

- + à rassurer, là où c'est possible et justifié : expliquer, par exemple, en quoi la Charte Sociale (pratiquement inconnue) vise à empêcher le nivellement par le bas, contrairement à des stéréotypes répandus.
- + pour la Commission, dénoncer les mythes qui se répandent quant aux effets sociaux "néfastes" de l'action communautaire, dès leur apparition et avec netteté.
- + faire connaître les mesures et les initiatives communautaires positives dans ce domaine (reconversion des zones en difficulté, par exemple) là où elles revêtent un caractère concret.

- Les professions indépendantes

Celles-ci ne sont, à l'évidence pas homogènes, entre des artisans du bas de l'échelle sociale, proches en réalité de la catégorie précédente, et des dirigeants de PME ou des personnes exerçant une profession libérale, en passant par des commerçants naguère "à l'aise", mais saisis par la crainte de contraction de leurs affaires.

De manière générale, les craintes sont faibles chez les représentants interrogés des professions libérales (ou en tous cas non imputées à l'Europe) ; variables, mais généralement limitées chez les patrons d'entreprises ; variables mais pas directement imputées à l'Europe chez les commerçants. La libre installation est rarement vécue comme une menace majeure, et certains y voient au contraire une opportunité (dont il n'est naturellement pas évident qu'ils s'en saisiront eux-même un jour).

Les attitudes de cette population constituent plutôt un atout pour la communication de la Communauté -atout qu'on peut envisager de renforcer par le biais des organisations professionnelles existantes et généralement fortement structurées.

- Les Européens mobiles

Il ne s'agit pas là d'une catégorie pré-déterminée par les enquêtes analysées par la Commission ; ne correspondant pas à des critères socio-démographiques classiques, elle est d'ailleurs difficile à identifier.

L'analyse des entretiens de la présente étude indique toutefois que les craintes ou les méfiances envers "les autres" sont beaucoup plus faibles chez ceux qui ont eu l'occasion de "se frotter" à d'autres Européens.

Cette catégorie est très variée ; elle va de chefs d'entreprises ou de cadres ayant l'habitude de travailler au plan international à des étudiants qui ont voyagé et qui, pour quelques-uns, ont un programme d'études comportant une dimension internationale ou européenne, à des personnes qui ont connu l'émigration (dans des pays du Sud) directement ou au travers d'exemples familiaux, à des employés ou artisans pour qui la possibilité de travailler dans un autre pays ne passe pas nécessairement par une excellente connaissance de la langue de ce pays (rappelons l'exemple d'un jeune cuisinier français, d'un tailleur de pierres ; parmi les professions libérales, on peut penser que des chirurgiens-dentistes ou des vétérinaires pourraient également être dans ce cas, plus que des médecins ou des avocats).

Si de tels Européens mobiles peuvent être repérés, ou stimulés par des messages susceptibles de les atteindre, ils peuvent constituer des relais efficaces de la diminution de la "peur de l'autre" et de l'envie d'en savoir plus sur les pays voisins.

- Les populations-cibles de l'action de communication de la Communauté peuvent être également définies théoriquement selon leurs attitudes favorables, indifférentes ou indécises, ou opposées à l'Europe. Les développements précédents suggèrent déjà quelques pistes à cet égard.

Quatre constats peuvent être rappelés :

- Les attitudes sont majoritairement favorables à l'Europe dans leur principe.
- La dénonciation de l'Europe vient, pour l'essentiel :
 - + soit d'individus profondément anxieux de leur avenir et pessimistes, économiquement menacés, qui tendent à imputer à l'Europe les difficultés qu'ils rencontrent ou qui affectent leur pays.
 - + soit de personnes qui s'inquiètent des "ingérences" communautaires ; elles sont particulièrement nombreuses dans des pays comme les Pays-Bas ou le Danemark, mais on en trouve ailleurs.
 - + soit enfin de personnes pro-européennes, mais qui sont désabusées ou scandalisées de la lourdeur et de la non-transparence de la construction communautaire.

On peut douter qu'il soit possible d'agir efficacement sur les premiers, tout au moins tant qu'on sera en période de stagnation économique et de montée des menaces : l'information a toutes chances de ne pas "accrocher" sur eux -sinon une dénonciation ferme des rumeurs infondées sur l'action communautaire, pour éviter au moins d'aggraver des perceptions négatives.

- Les pro-Européens les plus solides se trouvent, généralement, dans les couches les plus aisées et les plus éduquées (mais aussi chez ceux que nous avons appelés plus haut les "Européens mobiles"), deux facteurs principaux étant à la source de leur adhésion :
 - + une capacité intellectuelle (non annihilée par le sentiment de menace économique qui pèse sur d'autres), à accepter l'idée de bénéfices macro-économiques, non immédiatement visibles.
 - + l'idée d'un lien culturel européen et la curiosité pour les autres Européens (cela n'étant pas le cas uniquement des couches aisées).
- Les indécis et les indifférents se trouvent à la fois parmi des personnes peu informées, qui se considèrent comme non concernées, et parmi des ambivalents.
Ces derniers, à un titre ou à un autre, sont extrêmement nombreux, plutôt pro ou plutôt anti-européens.

D'une certaine manière, l'ambivalence est l'attitude la plus répandue à l'égard de l'Europe. C'est donc l'ensemble des attentes, et l'ensemble des craintes ou des incertitudes, qu'il convient de traiter dans la future politique de communication communautaire.

En résumé :

- Les couches aisées et éduquées de la population sont généralement les plus pro-européennes, à l'inverse des couches les plus modestes où le sentiment de menace est grand et imputé à l'Europe.
- Les jeunes, les "Européens mobiles", sont des cibles stratégiques du fait de leur moindre "crainte de l'autre", de leur plus grande familiarité, et de l'atout qu'ils représentent comme vecteurs d'une plus forte adhésion à l'Europe.
- Les professions indépendantes ne posent pas, sauf cas particuliers, de problèmes cruciaux. Les femmes, importantes à bien inclure dans un plan de communication, ne présentent pas de signes d'une problématique européenne féminine particulière.
- Au delà de messages communs fédérateurs que la Communauté peut développer, la communication devra nécessairement transiter par des relais, à identifier, pour toucher les différentes populations "sensibles" ou "stratégiques" par des messages et des modes d'action qui les concernent.

VIII - CONCLUSIONS

IMPLICATIONS POUR LA COMMUNICATION

• Nous rappellerons tout d'abord les thèmes majeurs que cette étude permet de dégager.

- L'Europe, en tant que mythe et qu'idéal allant au delà d'une simple construction économique, fût-elle au bénéfice mutuel des Etats-membres, reste l'objet de l'adhésion de la plupart dans tous les pays sauf trois (Grande-Bretagne, Pays-Bas, Danemark).

- La Communauté s'identifie à l'Europe, ou tout au moins l'incarne en en étant le coeur et le moteur.

- Le message communautaire est cependant gravement brouillé. Dans tous les pays sauf les trois petits pays du "Sud" (Irlande, Portugal, Grèce) qui en ressentent concrètement les effets de solidarité, l'insatisfaction est grande quant au processus de construction communautaire, qu'on peut juger à la fois trop lent et trop rapide, et qui apparaît en tous cas aux citoyens comme se passant en dehors d'eux.

- On est, avec des nuances certes sensibles selon les pays, dans une situation de dépression ou de stagnation économique, et dans certains de déconsidération de la politique, où des craintes majeures se développent (chômage, insécurité notamment) et où les citoyens ont le sentiment qu'il n'y a pas de dessein, de projet, vers lequel mener leur pays.

Ces craintes pré-existent à l'Europe, mais elles ne peuvent qu'imprégner les attitudes à son égard.

- La connaissance des institutions communautaires, celle de l'existence de processus de décision organisés dans un Etat de droit, est quasi-absente, de même que la plus grande confusion règne sur les objectifs actuellement poursuivis par les bâtisseurs de l'Europe.

Contrairement à une situation que nous avons pu observer notamment en 1986, dans la plupart des pays objets de la présente étude, où une prédisposition à s'intéresser à l'Europe et à adhérer à l'objectif clair de 1992 existait presque partout, les buts sont flous, mal compris, suspectés. Le traité de Maastricht, sa préparation confuse où le multinational reprenait le pas sur le communautaire, l'absence de débat ou, pire, la nature du débat auquel il a donné lieu, ont sans doute contribué à cette dégradation qui a toutefois d'autres causes (au premier chef sans doute, celle du sentiment de crise ou de morosité qui affecte beaucoup de citoyens).

- La Communauté promet, en face des craintes bien réelles, des avantages abstraits -non rejetés d'ailleurs dans leur principe- mais très peu de bénéfices concrets palpables pour le citoyen, le consommateur ou le travailleur.
 - La définition d'une politique de communication pour la Communauté doit se faire, en outre, dans une période où on assiste à une tentation de repli sur la sphère privée, manifeste dans plusieurs pays, et où il est plus difficile de faire adhérer à de grands projets.
 - L'attitude des interviewés à l'égard du thème de l'information sur l'Europe, objet d'un dernier thème des entretiens, se révèle d'ailleurs singulièrement passive. Pour la plupart, c'est à la télévision qu'ils pensent pour apporter une telle information. La propension à faire un effort ou une démarche volontaire pour s'informer soi-même est quasi inexistante, même dans les milieux pro-européens.
- Dans ce contexte, nous formulerons les recommandations suivantes :

- La communication doit rappeler le dessein de la Communauté. Celui-ci était clair lorsqu'on parlait d'objectifs 1992 (avec ce qu'il disait explicitement, et ce qu'il sous-entendait d'avancée politique ultérieure), il s'est brouillé.

Le thème d'une Europe nécessaire qui doit se renforcer et s'affirmer pour que les pays européens continuent de peser dans les affaires du monde face à leurs grands concurrents est toujours le thème fédérateur incontournable.

Si, dans certains pays du Nord (Grande-Bretagne, Pays-Bas, Danemark), on tend à limiter cette concurrence au plan économique, son champ est perçu comme beaucoup plus vaste dans la plupart, et comme englobant nécessairement la politique et le culturel, qui constitue historiquement le ciment et le fondement de l'identité européenne commune.

Il nous apparaît nécessaire, quelle que soit la forme de la communication :

- + de toujours relier les décisions communautaires à ces grands objectifs qui doivent en former le fil conducteur : pour rappeler "que l'on va quelque part"; pour limiter les risques d'interprétation à l'envers, de développement de rumeurs ou d'attaques sur l'illégitimité de l'intervention communautaire (A titre d'illustration, on peut prendre l'exemple de l'affaire des fromages au lait cru en France récemment, où le lien entre la directive et l'objectif du Grand Marché était totalement perdu de vue).

+ de montrer, ou de suggérer, l'inter-relation entre l'économique, le politique, le culturel dans les domaines qui s'y prêtent.

+ de mettre en avant chaque avancée européenne obtenue face aux Etats-Unis et au Japon -faute de quoi, même s'ils adhèrent à l'objectif, les citoyens risquent de développer le sentiment désabusé d'une Europe "perdante".

- Elle doit également veiller à rappeler, à l'intention à la fois des parties les plus anxieuses de la population et des citoyens qui attendent de l'Europe une forme d'idéal, que la construction européenne comporte des politiques communes et ne se limite pas à une ouverture des frontières synonyme de concurrence accrue.

- Elle doit aussi faire oeuvre pédagogique et donner quelques points de repère très simples sur le plan institutionnel.

L'objectif n'est évidemment pas ici d'expliquer par le menu la complexité du système institutionnel, mais au moins de faire comprendre qu'il existe des institutions, que les décisions sont préparées par elles et ne tombent ni du chapeau de "la bureaucratie bruxelloise", ni du hasard de compromis, obtenus "à l'épuisement" dans des négociations égoïstes entre les Etats-membres.

Des images très simples sont ici nécessaires, l'une d'entre elles serait de présenter la Commission comme un exécutif aux pouvoirs bien délimités (bien plus que ceux d'un exécutif national) ayant vocation à rechercher l'intérêt commun, et les deux autres institutions du "triangle" comme un législatif à deux branches, comportant un "Sénat des Etats" très puissant (Bien entendu, on peut douter que cette présentation soit agréée par les Etats-membres, mais elle illustre une réalité assimilable par les citoyens).

Autre hypothèse, présenter la Commission comme une sorte d'architecte, de bureau d'études (en même temps que de bureau de contrôle pour l'application des décisions), compétent et impartial, auteur d'initiatives et de propositions acceptées, amendées ou rejetées par le maître d'ouvrage (les Etats-membres).

Ces deux exemples ne constituent bien entendu que des pistes de réflexion pour illustrer la nécessité d'une image très simple et différenciatrice du système institutionnel communautaire.

- Donner aux citoyens européens ces quelques points de repère dont ils manquent, quant à la continuité du dessein et à l'existence d'un système de décisions préparées et maîtrisées, peut passer par des actions "classiques" de communication institutionnelle; mais fonder la stratégie future de communication communautaire sur de telles campagnes serait à notre sens une erreur grave. Dans une période de montée des inquiétudes et des incertitudes, de tendance au repli sur soi, il est indispensable de chercher à toucher les citoyens "au plus près" de leurs préoccupations.

Par exemple, dire de façon générale que la Communauté concourt au financement d'infrastructures, au redressement de régions en difficulté, etc... reste très abstrait, en dehors des petits pays du Sud où le caractère massif de ces actions est ressenti. Faire savoir, en revanche, localement, qu'elle a contribué à la construction d'une usine d'incinération d'ordures ménagères, à la reconversion de quelques centaines de travailleurs, est beaucoup plus concret et parlant.

Une telle politique implique nécessairement la recherche, beaucoup plus systématique, de relais susceptibles de toucher les différentes catégories de population sensibles ou ambivalentes dont des exemples ont été donnés plus haut. Elle implique aussi une volonté constante de la Communauté de communiquer par des actes, et la mise en place d'un dispositif dans lequel chaque acte serait assorti dès sa réalisation, d'un plan de communication.

C'est là naturellement, un projet à moyen et long terme, qui ne peut porter immédiatement ses fruits, pour lequel les institutions communautaires sont aujourd'hui très mal outillées (sauf cibles professionnelles bien identifiées, pour lesquelles ces relais ont été mis en place), mais sans lequel on ne pourra espérer enraciner solidement la Communauté dans l'esprit des citoyens.

- De façon parfois diffuse, mais assez générale, dans la plupart des pays, se révèle une envie d'en savoir plus sur les voisins communautaires, de connaître leur mode de vie et leur façon de penser, de comprendre mieux leurs positions dans les débats européens -en même temps qu'il existe des craintes et des méfiances.

Il est banal de recommander d'apporter un soutien plus actif à toutes les initiatives d'échanges et de fréquentation mutuelle, via les relais évoqués plus haut.

Mais il est également souhaitable de démystifier "l'autre", de lui donner une image plus familière de quelqu'un avec qui on peut oeuvrer dans l'intérêt mutuel, même s'il est partiellement différent de soi.

Des initiatives telles que la publicité des débats du Conseil, l'exposé clair des positions respectives et de leurs raisons, pour montrer comment chacun fait des concessions, la multiplication d'émissions télévisées dans lesquelles apparaîtraient ensemble des responsables nationaux avec leurs homologues d'autres pays et les responsables concernés de la Commission, voire des émissions plus populaires du type "Bébête Show Européen", seraient de nature à contribuer à cet objectif.

- Dans un esprit voisin, il convient de veiller à la frustration qui émerge dans de petits pays de la Communauté de peser peu, d'être négligés, de dépendre d'initiatives et de décisions définies entre les "grands" pays moteurs de la Communauté.

Il convient ici de montrer concrètement comment ces pays jouent, comme les autres, un rôle important dans l'avancement de l'Europe.

Cela implique, sans doute, que les Commissaires originaires des différents Etats-membres se sentent davantage investis d'une mission de communication et de présence dans leur propre pays -mais aussi que des fonctionnaires communautaires de petits pays qui exercent des responsabilités importantes soient mis en avant médiatiquement ou dans les contacts avec les relais à développer.

- Enfin, les résultats de cette étude montrent que la Communauté manque cruellement à la fois d'outils de "veille" et d'outils d'évaluation de la communication.

- + outils de veille, permettant de détecter à temps les dérives de l'adhésion à la Communauté, les évolutions des sensibilités, les incompréhensions de telle ou telle mesure ou de telle ou telle proposition.

Les enquêtes par sondage menées régulièrement par la Commission ont bien entendu leur utilité. Mais, par nature, le sondage mesure des phénomènes déjà identifiés; il ne peut avoir de fonction de détection précoce.

On ne peut ici que recommander le recours beaucoup plus systématique par la Commission à des techniques d'études qualitatives, et la mise en place de procédures permettant une plus grande souplesse de déclenchement des investigations qui apparaîtraient nécessaires (les questions à éclairer ne concernent pas nécessairement de la même manière, et au même moment, les citoyens de tous les Etats-membres).

En outre, on devrait viser à utiliser davantage les structures en place (telles que les Bureaux d'Information et de Représentation) dans une fonction de "capteurs" à l'écoute de l'opinion et des relais d'opinion -à l'instar, toutes proportions gardées, du rôle que jouent par exemple, dans ce domaine, les Renseignements Généraux pour éclairer le politique dans un pays comme la France.

- + outils d'évaluation de la communication, en gardant bien entendu présent à l'esprit que la communication est au moins autant implicite qu'explicite, qu'elle se fait d'abord par les actes et les postures des individus qui incarnent la Communauté.

Mettre en place de tels outils est un chantier considérable, dont le présent rapport ne peut avoir la prétention de jeter les bases. Il nous paraît cependant inévitable que la Communauté s'y attache, comme le font de grandes entreprises dont l'exemple pourrait être utile à étudier en l'occurrence.

ANNEXES

ETUDE EURCPE
GUIDE D'ENTRETIEN

THEME 1A Je voudrais que nous parlions tout d'abord de la situation de (votre pays), de ce qui va bien, de ce qui va mal, des perspectives pour les années à venir, de la façon dont vous voyez tout cela.

2B Et en ce qui vous concerne vous-même, votre propre situation personnelle ou professionnelle, comment voyez-vous les années à venir ? Qu'est-ce que vous pouvez attendre, ou craindre, ou espérer ?

THEME 2 On parle notamment de l'Europe. Qu'est-ce que c'est pour vous, qu'est-ce que ça représente, qu'est-ce qu'on peut en dire ?

THEME 3 Toujours à propos de l'Europe ; ceux qui s'occupent de la construction européenne, quels buts poursuivent-ils, que cherchent-ils à faire ? Qu'est-ce que vous en connaissez, et qu'est-ce que vous en pensez personnellement ?

EXPLORER : Ceux qui s'occupent de la construction européenne, c'est qui ?

THEME 4 L'Europe comment la voyez-vous évoluer ? Qu'est-ce qui s'est passé dans la Communauté européenne ces dernières années ? Qu'est-ce que vous savez là-dessus, quelles sont les choses importantes qui vous ont frappé ou que vous avez retenues ?

EXPLORER : En quoi ce sont des choses qui vous concernent ou qui peuvent avoir une importance pour vous ?

THEME 5 Il y a eu récemment dans plusieurs pays européens un référendum sur le Traité de Maastricht.

SELON
LES
PAYS

→ Personnellement, avez-vous voté à ce référendum, dans quel sens ?
→ (Si un tel référendum était organisé dans (votre pays), iriez-vous voter, dans quel sens ?)
Quelles questions vous êtes-vous posées (vous posez-vous) à ce sujet ?
Qu'est-ce qui peut amener à voter oui ? et à voter non ?

THEME 6A Le Traité de Maastricht, en quoi ça consiste exactement ? De quoi ça parle, qu'est-ce qui est prévu dans ce Traité ? Qu'en savez-vous, qu'en pensez-vous ?

6B Et le Marché Unique Européen, en quoi ça consiste, qu'est-ce que c'est concrètement pour vous ?

6C Et par rapport au Marché Commun qui existe depuis 1958, qu'est-ce qu'il y a de différent, qu'est-ce que ça apporte de plus ? Qu'en pensez-vous ?

6D Est-ce qu'il y a d'autres aspects de la construction européenne, d'autres politiques, projets ou actions de la Communauté Européenne, dont vous avez entendu parler ? Lesquels et qu'est-ce qu'on peut en dire ?

THEME 7 Pour vous-même, ou les gens comme vous, qu'est-ce qu'on peut attendre de l'Europe ? Qu'est-ce qu'on peut en craindre ?

Explorer : Attentes
 Craintes

THEME 8A Est-ce qu'il vous arrive de vous sentir européen ? En quoi, dans quelles circonstances ?

8B Est-ce qu'il y a des cas où on se sent, où on pourrait avoir une fierté d'être européen ? Est-ce qu'on peut penser à un tel cas, ou en imaginer un possible ?

8C Qu'est-ce qui manque éventuellement pour qu'on se sente davantage européen ou pour qu'on soit fier de l'être ?

THEME 9 Je voudrais revenir à tout ce que vous savez de l'Europe. Comment vous êtes-vous formé votre opinion de l'Europe ? Ou en entendez-vous parler, par qui, par quels moyens, en quels termes ?

Spontané, puis explorer :

Pour mieux comprendre, j'aimerais que vous preniez 2 ou 3 exemples précis de choses dont vous avez entendu parler à propos de l'Europe, et que vous me racontiez ça un peu en détail pour chacun de ces cas.

THEME 10 Je vais vous citer un certain nombre d'opinion que nous avons entendues sur l'Europe ; pour chacune, vous me direz rapidement ce que cela peut vouloir dire pour vous, ce que cela vous évoque, comment vous réagissez à cela.

- A - L'Europe, c'est le pays des droits de l'Homme et de la démocratie.
- B - L'Europe, c'est indispensable pour garder notre influence dans le monde face à la puissance des Etats-Unis ou du Japon.
- C - La diversité culturelle de l'Europe, c'est un atout pour sa place dans le monde de demain.
- D - L'Europe, c'est un modèle pour les relations entre pays et la paix dans le monde.
- E - En Europe, nous avons un modèle de solidarité et de protection sociale qui n'existe pas ailleurs dans le monde.
- F - Il est plus efficace de faire les choses ensemble, à Douze que de les faire chaque pays pour son propre compte.
- G - La Communauté Européenne, c'est au fond un service public qui est efficace, qui est apolitique, et qui s'occupe de l'intérêt général parce ce qu'il doit écouter tout le monde.

THEME 11 Il y a des institutions européennes, il y a les Etats membres. Qu'est-ce vous en connaissez ? Comment cela se passe-t-il ? Comment se préparent et se prennent les décisions ?

Relancer sur les différentes "institutions" citées.

THEME 12A Qu'avez-vous entendu ces derniers temps par exemple a propos, ou de la part :

- de la Commission Européenne,
- du Parlement Européen,
- du Conseil Européen,
- du Gouvernement de votre pays, à propos de l'Europe,
- des hommes politiques de votre pays, des responsables de syndicats, d'associations, etc ... que vous connaissez, - etc ...

Qu'est-ce qui a attiré votre attention, qui vous a intéressé, sous quelle forme cela était-il présenté ?

128 De qui, parmi les hommes ou les organismes dont on vient de parler, ou d'autres, est-ce que vous attendriez qu'ils vous parlent de l'Europe ? En quoi et pourquoi eux ?

THEME 13 Les informations sur l'Europe, dans l'idéal, comment pourrait-on les imaginer ? Sur quoi porteraient-elles pour vous intéresser ? Sous quelles formes, par quels moyens est-ce qu'on devrait les diffuser ou les proposer ?

ECHANTILLON

L'étude a comporté au total 158 interviews, réalisées par des Chargés d'Etudes et Enquêteurs psycho-sociologues.

Dont :

- 18 en France (région Parisienne, Orléans)
- 18 en R.F.A. (Cologne, Hambourg, Nuremberg, Berlin)
- 18 en Grande-Bretagne (régions de Londres et Manchester)
- 16 en Espagne (région de Madrid, Saragosse)
- 15 en Italie (Rome et villes moyennes du Latium)
- 15 au Danemark (région de Copenhague)
- 12 en Belgique (Wallonie, Flandre, Bruxelles)
- 10 au Pays-bas (régions d'Amsterdam, Rotterdam, La Haye)
- 10 en Irlande (Dublin, Limerick)
- 10 au Portugal (Lisbonne et région du nord de Lisbonne)
- 10 en Grèce (région d'Athènes)
- 6 au Luxembourg (Luxembourg et petites communes)

DCNT 92 HOMMES ET 66 FEMMES.

Dont :

- 32 personnes âgées de 18 à 24 ans
- 44 personnes âgées de 25 à 34 ans
- 54 personnes âgées de 35 à 49 ans
- 28 personnes âgées de 50 à 60 ans

.../...

Dont :

- 14 dirigeants de P.M.E.
- 11 professions libérales
- 16 artisans et commerçants
- 16 cadres moyens
- 18 employés
- 16 ouvriers
- 18 chômeurs
- 18 femmes au foyer
- 30 jeunes de 18 à 22 ans
recrutés spécifiquement en tant que tel (pour ces
derniers, répartis entre étudiants, lycéens en dernière
année d'études secondaires, et jeunes récemment entrés
sur le marché du travail dans des emplois non-cadre).

N.B. En ce qui concerne les catégories socio-professionnelles ; étaient délibérément exclus, à la fois, les dirigeants de grandes entreprises et cadres supérieurs, et les ouvriers manoeuvres sans qualification , ainsi que les agriculteurs

L'échantillon ayant été en outre sélectionné dans chaque pays pour inclure des personnes de différentes tendances politiques, et d'attitudes à priori favorables, défavorables, indécises, ou indifférentes à l'égard de l'Europe.

INSTITUTS AYANT REALISE
L'ENQUETE SUR LE TERRAIN
DANS LES DIFFERENTS PAYS

FRANCE	OPTEM
R . F . A .	ECHANGES MARKTFORSCHUNG
GRANDE-BRETAGNE	RESEARCH BUSINESS
ITALIE	A . S . M .
ESPAGNE	DATA
PAYS-BAS	OPHOFF RESEARCH AND CONSULTANCY
BELGIQUE ET LUXEMBOURG	PERFORMERS RESEARCH AND OPINION
DANEMARK	VILSTRUP
IRLANDE	R.D. MARKETING
PORTUGAL	EUROTESTE
GRECE	ETEPE

LA DIMENSION INSTITUTIONNELLE

PERFORMERS GROUP
sous la direction d'Eric MULDER - Bruxelles

SOMMAIRE

1. Introduction
2. Méthodologie
3. Analyse verticale
 - 3.1. Parlement
 - 3.2. Commission
 - 3.3. Les Etats membres
 - 3.4. Les autres Institutions communautaires
4. Analyse transversale
5. Conclusions

1. INTRODUCTION

Dans le cadre de la mission du groupe de réflexion sur la politique d'information et de communication des institutions européennes, Madame Colette FLESCHE, Directeur général à la DG Audiovisuel, Information, Communication, Culture de la Commission, et Monsieur Sergio GUCCIONE, Directeur général à la DG de l'Information et des Relations publiques du Parlement Européen, ont accepté de prendre en charge le chantier IV : "Dimension institutionnelle".

Le travail s'est concrétisé par un état des lieux descriptif de la communication et de l'information menées par les Etats membres, les Bureaux de représentation et les Directions Générales de la Commission, les Bureaux de représentation et de la DG III, du Parlement Européen et plusieurs autres institutions communautaires.

L'objectif du chantier est :

- de recueillir les informations auprès de l'ensemble des responsables concernés;
- de comprendre les rouages de l'information et de la communication tels qu'ils fonctionnent actuellement;
- de mettre les résultats de cette analyse en perspective avec les travaux du groupe de réflexion;
- de tenir compte - autant que possible - des avis et des propositions émises par certains responsables à l'occasion du "screening".

2. METHODOLOGIE

- Les responsables des institutions concernées ont reçu un questionnaire envoyé dans le courant du mois de décembre 1992.
A ce jour, la plupart des questionnaires ont été renvoyés.

Institutions concernées	envois	réponses
Etats membres dans le cadre du Club de Venise	12	8
Bureaux de représentation de la Commission Européenne	12	12
DG de la Commission Européenne	23	21
Services ad hoc de la Commission Européenne dont Secrétariat Général, SPP, OPOCE, ...	6	5
Bureaux de représentation du Parlement Européen	12	6
DG du Parlement Européen	1	1
Autres institutions	6	4

Il est à noter :

1. que le nombre de questionnaires rentrés est suffisant pour rendre l'analyse des résultats pertinente et crédible.
En effet, les questions posées ayant été identiques pour tous les interlocuteurs, des recoupements entre les réponses des Etats membres, des Bureaux de représentation de la Commission et du Parlement permettent la plupart du temps de reconstituer fidèlement le "puzzle communicationnel";
2. que le niveau d'implication des répondants a été fort variable. Certains se sont contentés de remplir le questionnaire en style télégraphique. D'autres ont joint à leur réponse des "papers" comprenant leur propre analyse et des propositions.

- **L'analyse des résultats a été établie sur base d'une grille tenant compte de paramètres "relevants" en fonction des réflexions et des travaux entrepris dans les chantiers I, II et III.**

Ces paramètres ont trait :

- 1- **aux émetteurs institutionnels :**
qui sont-ils, comment sont-ils organisés, quel sont leurs modes de coopération internes et externes ?
- 2- **aux relais de communication (publics, semi-publics, privés) :**
qui sont-ils, quel rôle jouent-ils dans l'organisation de la communication et la diffusion de l'information ?
Y a-t-il une coopération entre émetteurs et relais ? Si oui, dans quelle mesure ?
- 3- **aux messages de communication :**
quels sont les thèmes choisis pour les campagnes, quelles sont les plate-formes stratégiques ?
- 4- **aux publics-cibles :**
qui ont été les récepteurs de communication ?
- 5- **aux techniques de communication et aux médias employés :**
quelles ont été les techniques choisies, quel a été le rôle des médias et des journalistes, quel a été l'impact des actions sur le terrain ?

- **Le travail a été mené au travers d'une double approche :**

Analyse verticale :

croisement entre chaque catégorie d'interlocuteurs (Bureaux, DG,...) analysée au travers de 5 paramètres.

Analyse transversale :

priviliégiant les 5 paramètres analysés au travers de l'ensemble des réponses obtenues.

- **La méthodologie choisie se base sur une approche qualitative et volontariste.** Qualitative dans la mesure où elle privilégie une analyse sélective des éléments qui paraissent les plus intéressants (dans cette optique une phrase, un avis, une proposition ont autant d'intérêt qu'une moyenne reflétant la généralité des réponses sur un point donné). Volontariste dans la mesure où elle s'inscrit dans une dynamique de réflexion devant aboutir rapidement à des propositions concrètes.

3. ANALYSE VERTICALE

3.1. Le Parlement Européen

Documents pris en considération

- **Questionnaires des Bureaux de représentation à Luxembourg, Bonn, La Haye, Athènes, Madrid et Dublin.**
- **Document "Bilan et perspectives des activités d'information à la DG III" (23-11-92) établi à la demande d'Enrico VINCI, Secrétaire général.**
- **Rapports de Sergio GUCCIONE, Directeur général, sur l'organisation de la Direction Générale de l'Information et des Relations Publiques (DG III).**
- **Document de travail sur la politique d'information de la Communauté Européenne (13-10-92). Rapporteur : Arie M. OOSTLANDER (PE 201.964).**
- **Document de réflexion "Quelques considérations sur les Communautés et la Communication" (06-01-93), Guido NAETS, Directeur.**

Paramètre 1 - l'Emetteur institutionnel

L'organisation de la communication est centrée sur :

1. la **Direction Générale de l'Information et des Relations publiques (DG III)** opérant à Strasbourg, Bruxelles et Luxembourg ainsi que dans les douze capitales des Etats membres, par le biais des **Bureaux de représentation**.

Sa structure est articulée en trois directions :

- la direction de la presse,
- la direction des relations publiques,
- la direction des bureaux extérieurs.

Les actions d'information de la DG III se répartissent en sept catégories :

- les publications,
- l'audiovisuel,
- l'accueil et l'information de la presse,
- l'accueil des visiteurs dans les trois sièges de l'Institution,
- l'organisation de séminaires d'information générale et thématique,
- la participation, sous forme de stands, à de grandes expositions internationales,
- les bourses pour les séjours d'étude auprès des institutions.

2. les 518 Euro députés, répartis en groupes politiques, jouent un rôle important dans l'image du Parlement Européen. A cet égard, les groupes politiques disposent de budgets considérables pour réaliser des campagnes "d'information", notamment, à l'approche des élections européennes. Les groupes politiques bénéficient de l'appui logistique et en matériel (publications) de la DG III pour mener à bien leurs initiatives.

L'Article 138 du Traité sur l'Union Européenne constate "que les partis politiques au niveau européen sont importants en tant que facteurs d'intégration au sein de l'Union. Ils contribuent à la formation d'une conscience européenne et à l'expression de la volonté politique des citoyens de l'Union". Le Traité de Maastricht les considère comme des catalyseurs dès lors qu'il s'agit de remédier au déficit démocratique dans le processus de décisions. (rapport Oostlander).

Réflexion

Cette constatation semble plutôt devoir être prise comme une pétition de principe alors que la crédibilité des partis et des représentants politiques dans les Etats membres semble largement entamée auprès des citoyens. Il paraît donc indispensable de réfléchir sur l'impact d'une communication bicéphale (DG III et groupes politiques) dont les objectifs peuvent à certains moments être différents, entre autres en période pré-électorale et électorale.

Paramètre 2 - relais de communication et coopération

- Les Bureaux de représentation irriguent l'information du Parlement vers les citoyens de chaque Etat membre, dans les limites de leurs moyens, en personnel et en budgets, moyens jugés insuffisants.
- Les contacts entre représentants des bureaux du Parlement Européen et de la Commission s'établissent plutôt en fonction de contacts interpersonnels que grâce à une volonté formelle de coopération.

A La Haye, les deux bureaux cohabitent dans le même bâtiment, ce qui a induit une coopération étroite tant au niveau logistique que de diffusion des publications et de relations humaines (*"on se rencontre souvent et on parle ensemble"*).

Cette collaboration aurait cependant ces limites.

"Vu la longue tradition quant à la séparation des pouvoirs aux Pays-Bas, il semble essentiel pour l'image de l'intégration européenne de maintenir cette séparation au niveau de l'information. Le domaine du Parlement et le domaine de la Commission doivent conserver des identités distinctes et bien reconnaissables et leurs propres voies d'expression."

Des contacts suivis (formels ou informels) entre les Bureaux de représentation et les services ad hoc des gouvernements des Etats membres existent la plupart du temps.

- Les Bureaux de représentation sont, dans certains cas, associés à la préparation des campagnes menées par les Etats membres. Leur rôle est le plus souvent limité à la fourniture d'informations techniques et factuelles concernant le Parlement Européen.
- Les responsables des bureaux rejoints par les responsables du Parlement chargés de la communication sont unanimes à souhaiter une meilleure coordination entre institutions communautaires. *"Il faut donner aux citoyens une image cohérente des institutions qui forment la Communauté. Face à cette situation, il est donc indispensable que les services de communication de la Commission et du Parlement notamment coordonnent leur action d'une manière très étroite s'ils veulent avoir l'espoir de jouer un rôle quelconque permettant de corriger l'image de la Communauté dans chacun des pays membres"* (Note Guccione).

- Si le vœu est de forger un accord inter-institutionnel, certaines conditions sont néanmoins avancées :
 - **Encore faut-il** que *"cette coordination se fonde sur une stratégie commune de la politique d'information"*.
 - **Encore faut-il** que cette collaboration se fonde sur une relation de partenariat équilibrée où une institution ne prend pas le pas sur l'autre.
 - **Encore faut-il** que cette recherche de partenariat *"ne porte pas atteinte à l'intégrité du message que les institutions doivent pouvoir définir en toute indépendance par rapport aux autorités nationales ou locales"*.
 - **Encore faut-il** définir concrètement les secteurs d'information concernés : publications, documentation, audiovisuel, expositions et manifestations publiques, accueil des visiteurs...

- Créer un réseau de relais d'information regroupant des organisations socio-professionnelles et socio-culturelles, fait également partie des préoccupations du Parlement Européen.
 - *"Promouvoir le développement d'un réseau de relais d'information formé d'organisations publiques et privées constitue une responsabilité typiquement européenne et doit, dès lors, bénéficier d'un soutien complet. La subsidiarité est, en l'occurrence, parfaitement développée"* (rapport Oostlander).

 - *"Les organisations sociales (établissements d'enseignement, organisations philosophiques, médias, syndicats et organisations féminines) contribuent à la démocratie européenne. La Communauté peut s'inspirer d'une telle éthique...
L'action des organisations sociales peut également servir la crédibilité de la Communauté Européenne. Ces organisations peuvent agir sur une base autonome. La Communauté a de plus en plus tendance à associer des organisations sociales, en tant que cadres dits intermédiaires, au processus d'information des citoyens"* (rapport Oostlander).

Paramètre 3 - le message

▪ **Objectifs généraux dans les textes :**

1. faire comprendre le rôle du Parlement Européen dans la construction européenne, entre autres dans le cadre de sa fonction législative;
2. montrer la place du Parlement Européen dans la construction de la démocratie européenne.

▪ **Objectifs concrets dans les faits :**

- *"Les services du Parlement doivent convenir d'un programme d'information... La réalisation de ce plan doit être confiée - là où cela semble possible et souhaitable - aux bureaux d'information dans les Etats membres".*
- *"La Communauté doit se doter d'un nouveau grand projet mobilisateur. Ce projet devrait dépasser l'objectif de l'Union Economique et Monétaire en 1999 prévu par le Traité de Maastricht. Il s'agit de placer cet objectif dans le cadre plus vaste d'un projet de civilisation, mieux à même de sensibiliser les foules. Ce serait une erreur de se fixer un objectif institutionnel seul : il faut, certes, broser à l'horizon une Union Européenne - mêmes les Etats-Unis d'Europe - mais il faut aussi doter ce cadre institutionnel d'un contenu : le projet de civilisation".*

▪ **Promouvoir une réelle interactivité**

"... La politique d'information doit permettre aux citoyens et à leurs organisations sociales de savoir comment la Communauté Européenne protège les droits fondamentaux classiques et s'attache à promouvoir les droits sociaux... Les citoyens et leurs organisations sociales doivent également savoir comment, si nécessaire, interpeller la Communauté Européenne et l'inciter à modifier sa politique... Aussi le travail d'information ne doit-il pas consister simplement, tant s'en faut, à "vendre une politique". Car, pour la Communauté Européenne, les citoyens s'apparentent à la fois à des ressortissants et à des sujets de l'action politique. C'est-à-dire que les lois européennes et leurs dispositions d'application visent les citoyens et leurs organisations sociales. Il n'empêche que ces citoyens peuvent, par l'intermédiaire du Parlement Européen, également les modifier. C'est là leur droit démocratique" (rapport Oostlander).

• **Promouvoir une réelle transparence**

- *"L'information des pouvoirs publics doit satisfaire aux critères suivants :*
 - *porter sur des actions publiques revêtant une importance réelle;*
 - *être impartiale;*
 - *conçue de façon à permettre la critique et l'engagement du citoyen;*
 - *constituer un complément et un soutien de la politique. L'information doit exposer, expliquer et révéler les points de départ, les objectifs, les moyens et les effets envisagés".*

"Enfin, lorsqu'il s'agit de modifier le comportement des citoyens, la Communauté Européenne serait bien avisée de s'en remettre aux organisations non gouvernementales" (rapport Oostlander).

Réflexion

- *Le Parlement Européen n'organise pas de grandes campagnes de communication. C'est aux groupes politiques qu'échoit, dans les faits, cette responsabilité souvent à l'approche d'une échéance électorale. On peut d'ailleurs se demander si "le message d'information" ne se transforme pas en "un message de persuasion", entraînant un effet d'images pervers déjà connu au niveau national. "Or, le temps presse. En juin 1994, il y aura les 4èmes élections européennes. Début 1994, doit démarrer une campagne d'information "neutre".*

Paramètre 4 - les cibles

- **La cible finale : le citoyen**

- Avec des nuances ... "les électeurs et futurs électeurs doivent être l'objet des actions d'information. Dans ce contexte, il faut tenir particulièrement compte des grands consommateurs d'information que sont, par exemple, les femmes et les jeunes" (rapport Oostlander).

Réflexion

- Au regard de cette phrase, ne serait-il pas plus opportun de parler de "marketing politique" plutôt que de communication d'intérêt public ?

- **Les visiteurs pèlerins**

- "Les visiteurs constituent une cible de communication importante".

Réflexion

- Souvent invités par les Euro-députés, les visiteurs se rendent en "pèlerinage" européen dans un des trois sanctuaires : Strasbourg, Bruxelles, Luxembourg. Ces visites ont leurs limites en termes d'impact. "Confronter tous les Européens avec le Parlement, au rythme de 150.000 visiteurs par an, nécessiterait 23 siècles".

- **Les jeunes : apprentis de la démocratie**

- Les jeunes font l'objet d'une attention particulière basée sur le principe des visites à Strasbourg au travers de l'action "EUROSCOLA".

A noter, cette opinion lue dans un questionnaire

- "Les bureaux d'information dans les Etats membres peuvent davantage tenir compte des groupes-cibles spécifiques et de ceux qui font une utilisation optimale du matériel d'information".

Paramètre 5 - techniques de communication et media

A. Techniques de communication : les relations publiques avant tout

- *Les lignes budgétaires, votées par l'autorité politique, impose des priorités à la politique d'information du Parlement Européen.
Première priorité : l'accueil des visiteurs; deuxième priorité : les publications;
troisième priorité : l'audiovisuel.*

Réflexion

- Publications, visites, séminaires, expositions, accueils des journalistes font partie des relations publiques. Or, les relations publiques diffusent un message informatif et documentaire auprès des leaders d'opinion, mais ont un impact plus réduit lorsqu'elles veulent toucher un large public.

N'y a-t-il pas contradiction entre un message émotionnel et porteur de valeurs: la démocratie, la légalité, la défense du citoyen, thèmes de référence du Parlement, et une technique R.P. formaliste et peu impliquante pour les 345 millions de citoyens ?

B. Média

Priorité à l'audiovisuel

- Comme le constate (enfin) le rapport Oostlander : *"L'écrit ne constitue pas le matériel d'information adéquat pour tous les groupes. Selon les tendances qui semblent se dessiner, la culture du mot (c'est-à-dire de l'écrit) ne toucherait que quelques groupes, alors que la culture de l'image toucherait un public plus large".*
A côté des publications et de l'accueil des journalistes pour la plupart de la presse écrite, le Parlement a décidé de développer la division audiovisuelle. Un programme d'action pour l'année 1993, ciblé vers les chaînes de télévision, par satellite, nationales et régionales des Etats membres, a été élaboré.
- Ce développement pourrait aller de pair avec un renforcement de la coopération avec la Commission. *"...Il est essentiel que la Commission développe une approche davantage stratégique pour la télévision comme pour la radio..."*.

Vers une meilleure prise en compte des supports électroniques interactifs

- "Le système de diffusion électronique EPISTEL / OVIDE pourrait alimenter plus de relais d'information et diminuer la masse d'imprimés à envoyer ...".
- "Pourquoi ne pas co-financer un programme de CDI multimedia et multilingue? D'ici quelques années, le CDI sera aussi répandu dans les écoles que les CD dans les maisons".

Des journalistes "sponsorisés et marginalisés" ?

- "En 1992, le Parlement Européen a accrédité 350 journalistes, 198 ont en moyenne été présents aux sessions dont 1/3 invités à charge du Parlement Européen".

Réflexion

- "De la même manière, lors des élections européennes, depuis 1979, et lors des ratifications des référendums sur Maastricht par exemple, ce sont les journalistes des services de politique intérieure des journaux qui sont en charge d'éclairer l'opinion. Les correspondants bruxellois, quant à eux, ne jouent qu'un rôle relativement marginal dans l'information de l'opinion publique en apportant surtout une contribution sous forme de dossiers.
- Le fait que les frais de transport et de séjour soient payés par le Parlement à certains journalistes est de plus en plus ressenti par "le monde de l'information" comme une forme de sponsorship contraire à la déontologie de la presse.
- Enfin, une distinction semble s'établir entre journalistes "intéressants" (presse nationale) invités par les groupes politiques et ceux de seconde zone (presse régionale) invités par le Parlement lui-même. N'est-ce pas là le reflet d'une information à deux vitesses privilégiant "la politique au niveau national" au détriment de "l'information de proximité au niveau régional" ?

3.2. La Commission Européenne

Documents pris en considération

- Questionnaires des DG I, II, III, IV, V, VI, VIII, X, XI, XII, XIII, XIV, XV, XVI, XVII, XVIII, XIX, XX, XXI, XXII, XXIII.

- Questionnaires des Bureaux de représentation de la Commission dans les capitales des Etats membres.

- Questionnaires et entretiens avec différents responsables de communication au sein de la Commission (Service du Porte-Parole, ...).

- "Report to the EEC Commission by the High Level Group on the Operation of Internal Market", établi par Peter SUTHERLAND.

Paramètre 1 - l'Emetteur institutionnel

- **L'organisation générale de la communication est articulée autour :**

1. du Secrétariat Général

Plusieurs unités du Secrétariat Général s'occupent d'activités d'information de communication et de coordination.

- **information**

- publications officielles : J.O., Rapport Général, Bulletin des C.E., Suppléments aux Bulletins, ...
- téléx hebdomadaire sur les activités communautaires vers les délégations extérieures;

- **communication**

- externe :** co-organisation d'actions ponctuelles de grande envergure; exemple : Jeux Olympiques
- interne :** optimisation des circuits de communication et d'information vers les fonctionnaires;

- **coordination**

- avec la DG X, les Bureaux de représentation, la Cellule communication interne.

2. du Service du Porte-Parole (SPP)

Le Service du Porte-Parole relève de l'autorité du Président. Composé d'un porte-parole, un porte-parole adjoint et de 13 membres, il remplit quatre fonctions :

- > informer la presse accréditée (650 journalistes) et l'ensemble des médias;
- > communiquer aux principaux responsables de la Commission, en temps réel, les informations du monde;
- > assurer les contacts presse de la Commission au niveau européen comme parfois au niveau national;
- > servir de banque de données en temps quasi réel;

3. de la **Direction Générale X chargée de l'audiovisuel, de l'information, de la communication et de la culture**, et articulée autour de :
 - > la Direction A Audiovisuel;
 - > la Direction B Information, en ce compris les relations avec les bureaux et les programmes d'information prioritaires;
 - > la Direction C Culture, communication et Europe des citoyens;
4. des **Bureaux de représentation situés dans les 12 capitales des Etats membres**, d'un bureau de représentation à Washington et à Tokyo;
5. des **23 Directions Générales de la Commission**.
6. l'**Office des Publications Officielles des Communautés Européennes**
L'OPOCE est chargé de produire et d'imprimer les documents officiels (rapports, brochures, ...) des institutions européennes.
7. l'**Office Statistique des Communautés Européennes**
est chargé du traitement et de la diffusion de l'information statistique communautaire.

Le screening a porté principalement sur :

- A. les Directions Générales sectorielles
- B. la Direction Générale Audiovisuel, Information, Communication, Culture (DG X)
- C. le Service du Porte-Parole
- D. les Bureaux de représentation.

Le rôle des autres acteurs de la communication à la Commission est abordé à la lumière des quatre premiers cités.

A. L'organisation des DG sur le plan de la communication

L'organisation de la communication dans la DG est très différenciée et correspond à un développement empirique lié aux besoins ressentis au sein des DG et vraisemblablement à la "sensibilité communicationnelle" des fonctionnaires.

Schématiquement, on peut répartir les DG en trois catégories :

- **les DG leaders "en échappée"**

Les DG V, XI, XII et XIII, XXIII peuvent, entre autres, être rangées dans cette catégorie.

Bénéficiant d'une structure ad hoc, souvent en staff avec le Directeur général, elles gèrent "leur" communication avec un certain professionnalisme, s'appuient sur un réseau de relais d'information, organisent des actions d'envergure, souvent des campagnes coordonnées centrées autour des concepts "Année de ..." (cancer, environnement), et d'événements tels que "la Semaine européenne de l'entreprise".

Ces DG tissent des relations avec leurs homologues dont la DG X, le SPP, les bureaux dans les Etats membres. Elles maîtrisent et coordonnent ces relations et donnent les impulsions nécessaires à l'activation de leurs contacts.

En général, ces DG sont parvenues à combiner l'information vers des publics-cibles pointus et vers les citoyens en général. Bien entendu, elles ont été servies par l'intérêt général des thématiques abordées.

Sans vouloir procéder à la "remise des Césars", trois DG peuvent être mises en exergue pour la qualité et le succès de leurs démarches.

- la DG XI pour la réussite de sa campagne "Pavillon bleu" qui, bien relayée dans les Etats membres, bénéficie d'une continuité dans le temps et d'une large médiatisation;
- la DG XIII pour sa démarche volontariste d'informer "tout d'abord le citoyen moyen s'intéressant d'une manière ou d'une autre aux technologies de l'information et aux télécommunications". Preuve, s'il en est, qu'un domaine même complexe et technique peut et doit également faire l'objet d'une communication vers le grand public;
- la DG XXIII pour son programme Euro Info Centre qui informe les entreprises sur toutes les questions liées à la mise en œuvre du grand marché et qui met en œuvre un système de flux d'informations interactif et constant entre Bruxelles, les entreprises via des structures-relais.

- **les DG "du peloton"**

Parmi celles-ci, citons par exemple les DG III, IV, VI, VIII, XVI, XVII.

Ces DG disposent pour la plupart de structures "ad hoc" et veulent gérer leur communication avec compétence. Elles appuient principalement leurs actions sur des techniques R.P. : colloques, presse, visites, et véhiculent leurs informations via des publications.

Leurs relations avec d'autres DG, le SPP, les bureaux dans les Etats membres sont bonnes et empreintes d'une volonté de trouver appuis et aides logistiques.

Deux exemples peuvent montrer le chemin encore à parcourir.

La communication de la DG VIII fonctionne quasi exclusivement autour du "Courier ACP-CEE" diffusé à quelque dizaine de milliers d'exemplaires. Dès lors, faut-il encore s'étonner de la méconnaissance des citoyens en ce qui concerne la politique des 12 en faveur des PVD, politique pourtant très dynamique et ... très mobilisante pour le grand public.

La communication de la DG VI soigne particulièrement les leaders d'opinion agricoles et les lobbies au travers de visites d'information, de séminaires et de contacts avec la presse. Cette approche laisse le soin aux seuls médias de relayer l'information vers le citoyen. Faut-il s'étonner que le citoyen, manipulé par une information filtrée, prennent en exemple la PAC comme révélatrice de "l'intolérance technocratique de Bruxelles".

- **les DG "lâchées"**

Parmi celles-ci se retrouvent les DG XV, XVIII, XIX, XX, XXI, XXII.

Certaines de ces DG sont totalement en "roue libre", d'autres semblent communiquer "parce qu'il le faut bien". Il est intéressant de constater que ces DG font presque toutes partie de la famille du Budget, des Finances et du Droit, famille pour laquelle prévaut une mentalité de "discrétion feutrée".

Les efforts d'information se concentrent particulièrement sur le soutien à des colloques et des séminaires, sur la publication de brochures et sur des contacts "polis" avec les autres DG et les bureaux d'information.

Les relations avec la DG X

- La DG X entretient une liaison permanente avec le Secrétariat Général, notamment dans le cadre du P.I.P., du P.P.P., de la Cellule de communication et des missions d'inspection des Bureaux dans la Communauté et des Délégations extérieures. Cette relation est qualifiée "d'efficace".
- Les relations entre les DG et la DG X sont très contrastées et oscillent de "mauvaises" à "bonnes".
- La plupart du temps, elles se concrétisent par des contacts formels au travers du Programme d'Information Prioritaire, et par des collaborations techniques à l'occasion de l'édition de brochures et la production de vidéo, voire au soutien pour la diffusion d'outils d'information.

Réflexion

- Plus une DG a structuré son organisation de communication, moins elle éprouve la nécessité de recourir à la DG X.
- Une impression de "malaise communicationnel" prévaut et est tangible dans les réponses aux questionnaires où se succèdent les constatations telles que "relations régulières mais limitées" ou "relations peuvent être améliorées".

Les relations avec le Secrétariat Général

- On notera que le Secrétariat Général entretient des relations "efficaces" avec tous les Services de la Commission et notamment les DG qui sont actives dans les domaines du P.I.P. et du P.P.P.

Les relations avec l'OPOCE et Eurostat

- Les relations entre l'OPOCE et la DG X sont "indispensables" de même qu'avec les bureaux de vente, les Centres de documentation européens, les Euro Info Centres, les Euro librairies et les Info Points. Les contacts entre les bureaux de vente de l'OPOCE et les Bureaux de représentation sont qualifiés de très positifs.
- Les relations entre Eurostat et les DG sont bonnes "dans la mesure où les données sont utilisées par les différents auteurs et diffusées comme étant officielles".

Les relations avec le S.P.P.

- Les contacts entre les DG varient de "réguliers" à "permanents".

Réflexion

- Les avis sur la qualité de contacts avec le S.P.P. sont peu nombreux. Une opinion semble pourtant devoir être prise en considération. *"Les rapports avec le SPP sont parfois difficiles, en raison de la confusion qui existe entre son rôle "au service de la Commission" ou "au service du Commissaire".*

Les relations inter-DG

- Les relations inter-DG sont, en général, liées à l'échange d'informations dans le cadre d'édition de brochures. Des flux d'informations plus structurées existent parfois comme entre la DG III et la DG XXIII. Citons le cas original d'"Unité conjointe" des DG XII et XIII.

Réflexion

Il apparaît clairement que les systèmes mis en place par les DG favorisent une **information verticale pointue**.

Une approche transversale, favorisant la création de passerelles inter-DG, permettrait dans certains cas de dynamiser la communication et de rendre un thème beaucoup plus attractif. Certaines tentatives ont déjà été réalisées : par exemple un numéro du "Courrier CEE-ACP" analysant les rapports entre développement et environnement.

B. La Direction Générale Audiovisuel, Information, Communication, Culture

La DG X est une Direction Générale différente de ses consœurs. Elle est, en effet, chargée de gérer la communication et l'information de la Commission en association avec le Service du Porte-Parole et du Secrétariat Général.

Son rôle et ses fonctions ont été, ces deux dernières années, analysés et modifiés. Faisant suite à un screening, la Commission a décidé une réorganisation de la DG X. La mise en œuvre de cette décision a toutefois été tenue en suspens en attendant la reconsidération de la politique d'information et de communication de la Commission.

Le présent exposé se centrera sur la présentation :

1. des missions de la DG X;
2. des éléments du screening liés à la fonction de coordination de l'information par la DG X;
3. des recommandations contenues dans le screening pour une organisation plus performante de certaines fonctions de coordination;
4. des éléments de réorganisation de la DG X décidés par la Commission.

1. Les missions de la DG X

"La DG X joue un rôle central dans l'activité d'information et de communication de la Commission. Elle assure la diffusion de l'information à moyen et long terme, produit l'essentiel des publications, gère les bureaux de la Commission dans les Etats membres et les services presse et information à Washington, New York, Tokyo et Caracas, elle est responsable des sondages, gère les studios de télévision et de radio (et assure dans ce domaine, conjointement avec le Service du Porte-Parole, les relations avec la presse), est responsable d'un vaste réseau de relais (y compris dans le domaine de l'éducation), prend en charge l'accueil des visiteurs (y compris le programme ECVP), assure la participation de la Commission aux foires et expositions, organise les campagnes et manifestations "grand public". Elle assure des fonctions de coordination, d'impulsion et de conseil à l'égard des autres directions générales".

"Elle dirige les travaux dans le cadre du Programme d'Information Prioritaire, qui regroupe les représentants du Secrétariat général du Service du Porte-Parole et les autres Directions générales et services. Elle assure la réalisation du programme prioritaire de publications, élaboré sous la présidence du Secrétariat général et par les représentants de la DG X et de l'Office des Publications des Communautés européennes. Elle a élaboré un programme prioritaire de l'audiovisuel qui doit être soumis prochainement à l'approbation de la Commission.

La DG X assure les relations avec les services d'information du Parlement européen, du Comité Economique et Social et de façon moins suivie avec les autres institutions communautaires. Elle participe aux travaux du Groupe Information du Conseil. Elle entretient des relations avec les services d'information des Etats membres, notamment par le biais du Club de Venise"

2. Les éléments du screening liés à la fonction de coordination de l'information

- a) *"La structure de la DG X Bruxelles apparaît peu adaptée aux spécifications d'une Centrale d'information supposée animer un réseau complexe de partenaires internes et externes : les services qui la composent (activités culturelles et politique audiovisuelle exclues) agrègent, en effet, dans un amalgame composite des unités thématiques, des unités dont l'activité est ciblée sur certains publics, pour ne pas dire certaines clientèles, et des unités s'occupant de la promotion de l'information (publications, audiovisuel, visites).*
- b) *Il est, par ailleurs, difficile de déceler une logique dans l'architecture des relations entre la DG X et les Directions générales opérationnelles, à la lumière des priorités politiques de la Commission.*

De manière générale, aucune politique de "correspondants" n'est décelable, aucune philosophie claire ne prévaut dans la répartition des compétences entre la DG X et les services.

- c) *Les relations entre la DG X et les Bureaux dans la Communauté sont, au-delà de la fonction de support logistique budgétaire et administrative, encore très ambiguës. En dialogue préférentiel avec le Porte-Parole sur les questions d'actualité, dans le cadre de leur mission d'information, les Bureaux ont par ailleurs tendance, dans le cadre de leur nouvelle mission de représentation, consacrée par les orientations de la Commission de 1989, à s'articuler sur le Secrétariat Général, les Cabinets, ou les DG opérationnelles pour leurs activités courantes.*

- d) *La politique de réseaux multiplicateurs, développée depuis quelques années par la DG X n'apparaît guère plus convaincante :*
- *par absence de souci de cohérence entre les nouveaux réseaux et ceux qui ont acquis pignon sur rue et devraient servir de structure de référence naturelle;*
 - *par souci insuffisant du message à délivrer aux différents réseaux.*
- e) *Enfin, les rapports entre la DG X et le Porte-Parole demeurent insuffisamment structurés :*
- *élaboration de dossiers d'appui aux actions de presse;*
 - *couverture des relations avec la presse audiovisuelle.*

Au total, le Groupe de Screening s'est trouvé contraint de constater que la mission de coordination, d'animation et de synthèse de la Centrale d'Information DG X était généralement déficiente, ou assumée occasionnellement, à titre supplétif dans le cadre d'actions "choc" initiées par les Cabinets".

3. Pour une nouvelle architecture de l'organisation de la Communication au sein de la DG X

Le groupe de screening propose une réflexion en quatre points pour agencer cette réorganisation :

α) Création d'une centrale d'information vigoureuse

mission :

"assurer la coordination "politique" des DG, du Porte-Parole, des Bureaux de représentation au service d'une stratégie de communication commune".

composition :

- "d'une part, d'une petite équipe polyvalente de fonctionnaires de qualité, chargée de maîtriser les flux d'information en provenance ou à destination des différents partenaires et des produits";
- "d'une seconde petite équipe de spécialistes des techniques et des moyens d'information (publications, audiovisuel, visites, foires-expositions) qui serait chargée essentiellement de tâches de conseil et seulement exceptionnellement de tâches de production, à l'appui des initiatives des partenaires de la Centrale".

"A ces deux fonctions principales, la Centrale devrait agréger les activités "sondages d'opinion" et "cellule de communication".

- b) Clarification des responsabilités respectives de la Centrale d'Information et des Directions Générales opérationnelles** qui devraient être toutes dotées de cellules d'information intégrées dans leur service; les activités d'information sectorielles actuellement assurées par la DG X devraient être transférées à ces Directions générales.
- c) Clarification des responsabilités respectives de la Centrale et des Bureaux dans la Communauté**, sur base d'une large décentralisation, dont la portée devrait être progressivement accrue à mesure de la mise en place d'un système informatique intégré.
- d) Restructuration des liens entre la Centrale d'Information et le Porte-Parole.**

4. Les éléments de réorganisation de la DG X décidés par la Commission

- Refonte du système d'information et de communication par une responsabilisation des Directions générales sectorielles qui doivent prendre en charge les activités d'information concernant leurs domaines respectifs.
- Recentrage de la nouvelle DG X sur des tâches d'impulsion, de programmation, de coordination et d'appui technique.

- Création de la fonction de "conseiller d'information", personnes pivots entre les DG sectorielles et la DG X, avec une mission de coordination dans une perspective de cohérence.
- Réorganisation interne des services de la DG X en fonction de ces nouvelles missions.

Réflexion

Une réorganisation de la DG X s'impose, le fait est acquis; des décisions en ce sens ont été prises. Il importe cependant de réévaluer ces décisions en fonction du rapport De Clercq et des options qu'il proposera en vue de créer une plus grande efficacité de travail et une meilleure transparence au bénéfice du citoyen.

Dans cette perspective, une question fondamentale s'impose : la DG X bénéficie-t-elle d'une légitimité suffisante pour être demain le pivot central de la réflexion et de la mise en œuvre d'une stratégie de communication pour la Commission et l'ensemble des institutions européennes ? Faut-il suivre les recommandations du groupe de screening qui proposaient la création d'une Centrale d'Information et un rôle plus technique à la DG X ?

En tout état de cause, le rôle de la DG X doit être clarifié vis-à-vis des Directions générales sectorielles ainsi que du Service du Porte-Parole sur les points de l'information et de la "maîtrise" de l'audiovisuel.

C. Le Service du Porte-Parole

Le Service du Porte-Parole est l'organe d'information de la Commission.

La politique d'information du SPP obéit à 4 principes repris dans le vade-mecum du service (mai 1989). Ces principes méritent d'être rappelés. Ils permettront d'offrir un meilleur éclairage sur la problématique du travail du Service.

- a) *l'information est aussi complète que les circonstances le permettent. La Commission a tout intérêt à ce que ses activités soient connues du grand public;*
- b) *l'information doit être aussi claire, simple et concrète que possible. Elle doit situer la décision de la Commission dans son contexte afin de faire ressortir ses liens avec la stratégie de l'institution, ses priorités, ses responsabilités. Combinée avec la transparence évoquée sous a), les explications du contexte sont le meilleur moyen de protéger la Commission contre le reproche de centralisation inutile, de sur-réglementation, de violation du principe de la subsidiarité;*
- c) *l'information doit être rapide;*
- d) *l'information doit être non discriminatoire.*

L'analyse du SPP mérite une attention particulière car ce service représente une des principales clefs de voûte de l'édifice de l'information communautaire. L'analyse portera sur quatre éléments, autant d'enjeux pour l'avenir du Service : il s'agit de son rôle, de ses cibles, de son message et de ses moyens.

1. Le rôle du SPP : vers une clarification

Cette fonction est définie sur papier. Dans les faits, on constate cependant des distorsions liées à la perception que les membres et les partenaires du SPP ont de leur rôle.

▪ *le SPP et les porte-parole*

Deux règles de base existent. Le porte-parole n'a pas la même nationalité que celle du commissaire. Par ailleurs, le porte-parole diffuse l'information et exprime l'opinion de la Commission et non du Commissaire. Ces deux règles semblent cependant avoir été régulièrement enfreintes, créant de nombreux "couacs" d'information. *"La nécessaire préparation du SPP à la mise en œuvre du Traité de Maastricht amène à s'interroger sur la maîtrise de la cacophonie et des fuites dès lors que la Commission va traiter de politique étrangère et de sécurité commune, voire d'affaires intérieures et judiciaires. Il en va de sa crédibilité future".*

Réflexion

- Il paraît essentiel que les commissaires établissent une nette distinction entre la fonction "d'attaché de presse" et la fonction de "porte-parole". Le premier vise à promouvoir l'image du Commissaire auprès des journalistes, le propos étant plus politique qu'explicatif. Le second vise à exprimer le point de vue de l'institution auprès des journalistes et, dès lors, auprès du citoyen dans un cadre de transparence.
- Le fait qu'un porte-parole travaille pour deux commissaires, sans redondance de nationalité, serait un meilleur gage de l'«indépendance et de l'efficacité» du service.
- La nécessité de renforcer le rôle du service du porte-parole de la Commission à l'instar de son homologue de la Maison Blanche doit être mise à l'ordre du jour. L'expression du point de vue de l'institution gagnerait en transparence et en impact si elle était clairement liée à un homme ou une femme bénéficiant de l'appui du Collège des commissaires. Le porte-parole "new look" n'oblitérerait cependant pas la présence médiatique des commissaires.

▪ **le SPP et les DG**

“Les relations entre les DG et le SPP sont variables. Il n’y a aucune “norme” en la matière. En général, les contacts se font via les cabinets. Il serait nécessaire d’identifier les bonnes personnes au sein des DG qui seraient capables de parler, en appui technique, au porte-parole désigné qui est plus là pour donner une ligne politique. D’où la nécessité aussi de former les gens à l’intérieur des DG aux techniques de communication”.

En ce qui concerne la DG X, le SPP tient une audio-conférence avec tous les bureaux de la Commission Européenne, deux fois par mois, pour leur donner les grandes lignes politiques. Bien que cette DG soit au sein d’un réseau important, elle n’a pas toutes les liaisons internes. De même, elle ne fournit pas d’information politique à ses bureaux.

Par ailleurs, l’activité du SPP doit prendre mieux en compte l’audiovisuel et, notamment, la télévision, média déterminant. Cela amène inéluctablement à poser la question du rattachement au SPP de l’aspect presse du département audiovisuel de la DG X.

Réflexion

- Les relations entre le SPP et les DG doivent être clarifiées. Cette clarification doit se traduire par une meilleure coordination de l’information des DG par le SPP tout en préservant le droit d’initiative et de mise en œuvre des DG pour les actions de communication qu’elles initient.
- Compte tenu d’une approche globale de l’information, il est nécessaire que la presse écrite et audiovisuelle soit gérée sous “une même houlette” par le Service du Porte-Parole. Seul ce regroupement permettra de déterminer une stratégie d’information audiovisuelle cohérente en concertation avec le Parlement et le Conseil.

▪ **le SPP et les services d'information des Etats membres**

"Les services du porte-parole ont peu de liaisons avec les services des Etats membres encore moins au niveau régional".

Réflexion

- Des contacts suivis et de bonnes collaborations entre le SPP et les services ad hoc des Etats membres sont nécessaires pour renforcer la cohérence des messages Institutions-Etats membres, éviter des distorsions d'information, élaborer dans certains cas (exemple : présidence du Conseil) des plans d'actions communs. Cette permanence de contact pourrait être assurée par les Bureaux de représentation, excellentes interfaces bénéficiant d'une bonne connaissance du terrain institutionnel local. Dans ce cas, la tutelle organisationnelle de la DG X sur les Bureaux devrait être remise en cause.

2. les cibles du SPP : vers un élargissement

"Les journalistes constituent le public-cible du SPP. Il y a 5 ans, 380 journalistes étaient accrédités auprès de la Commission, aujourd'hui ils sont 650. De même, le groupe de journalistes spécialisés s'est élargi à une presse généraliste. Dans l'ensemble, les relations avec les journalistes sont marquées par un sentiment de satisfaction dû à la très grande transparence de l'information en provenance du porte-parole ou des autres services. Il est faux de croire que la Commission travaille en vase clos, il n'existe aucun autre endroit aussi ouvert".

Quatre constats quant au travail des journalistes accrédités.

- Beaucoup sont considérés comme d'excellents professionnels, connaissant à fond les rouages des institutions et leurs dossiers, parfois mieux que leurs interlocuteurs.
- On assiste à un clivage entre journalistes accrédités, spécialistes de l'Europe, et les journalistes nationaux et régionaux. Ce clivage entraîne deux conséquences :
 1. *"les journalistes nationaux et régionaux se considèrent comme des hommes de terrain, critiquent leurs homologues bruxellois quasi considérés comme technocrates et non indépendants. Pour la plupart ils sont "contents" de faire passer les aspects négatifs de la politique CE".*

2. Les spécialistes accrédités à Bruxelles *"ne posent jamais de questions qui pourraient intéresser la vie quotidienne des citoyens. En salle de presse, ils posent essentiellement des questions de géopolitique. Or il y aurait grand besoin d'expliquer tous les aspects utiles et intéressants pour les citoyens"*.

Réflexion

Le SPP doit élargir son public-cible à de nouvelles catégories de journalistes:

- les journalistes (audio, écrits, TV) des quotidiens et des magazines nationaux et régionaux. Ces professionnels doivent être invités à Bruxelles, Luxembourg, Strasbourg, être pris en considération, formés et informés périodiquement;
- les journalistes de publications ou d'émissions spécialisées en fonction de leur cible (familles, femmes, jeunes) ou de leur thème (culture, sport, environnement, consommation). Ce travail "de proximité" se concrétisera avec le soutien des DG sectorielles et des Bureaux de représentation.

Le SPP veillera à maintenir avec les journalistes accrédités d'excellents contacts tout en les sensibilisant aux rôles spécifiques de la Commission et du Conseil (voir infra).

3. le message du Service du Porte-Parole : plus proche du citoyen

"Il existe un véritable décalage entre les attentes des journalistes et l'offre de la Commission. Les questions des journalistes sont de plus en plus politiques alors que les réponses utilisent de plus en plus la langue de bois, étant donné que les compétences de la Commission sont limitées car surtout techniques. Contrairement à ce qui se passe à Washington, il y a beaucoup de sujets sur lesquels la Commission ne peut pas se prononcer. Il y a donc une formidable contradiction entre, d'un côté, une volonté de subsidiarité et, d'autre part, la nature des questions qui montre que l'on voudrait que la Commission touche à plus de domaines. Il est évident que le SPP préférerait dire, en temps réel, ce que la Commission pense de tel ou tel événement qui s'est passé dans le monde. Mais la plupart du temps, tout doit être négocié avec les 12 Etats membres par le biais de la coopération politique".

Ce décalage est dû en partie au fait que le Service du Porte-Parole est beaucoup plus développé que ceux des autres institutions. Par ailleurs, et cette constatation est particulièrement relevante, "le sentiment général est que la Commission décide de tout".

Conclusion : "Pour plus de clarté, il faudrait que le service de la Commission soit moins apparent ou présent et que le Conseil informe plus puisque c'est lui qui décide en fin de compte. En d'autres termes, la Commission ne doit pas donner l'impression de remplir le vide laissé par les autres institutions et ces dernières, en tant qu'émetteurs, doivent apparaître plus clairement".

Sur le fond

- le message doit être plus proche des préoccupations des gens, "les notes de presse distribuées en appui des briefings doivent mieux expliquer les raisons d'agir au niveau communautaire (subsidiarité) et les bénéfices que peuvent en tirer les citoyens européens de l'action communautaire (transparence)".

Sur la forme

- les notes de presse doivent être disponibles très rapidement dans les 9 langues communautaires et diffusées via la banque de données RAPID. Actuellement RAPID est disponible en 3 langues !
- les commissaires doivent être plus sensibles et mieux formés à la télévision, média qui doit absolument être revalorisé au niveau du SPP.

4. les moyens du SPP : vers un renforcement

Pour mener à bien ces différents travaux dans le cadre d'une stratégie de communication cohérente, le SPP devrait disposer de plus de ressources humaines et d'une capacité technique renforcée.

Conclusion

Des mesures s'imposent. "Quelles que soient les hypothèses retenues, le véritable enjeu pour le SPP est sa crédibilité auprès de la presse : les journalistes seront sensibles aux points de vue du SPP et de l'institution dans la mesure où ils obtiendront un service et une information efficaces".

D. L'organisation des Bureaux sur le plan de la communication

Coopération entre les relais européens et les structures nationales et régionales

- Des contacts existent entre les deux parties; ils sont cependant la plupart du temps informels et épisodiques. Souvent ces contacts transitent par les Bureaux de représentation qui jouent alors un rôle d'interface.
- Le réseau des "Euro Info Centre" est cité plusieurs fois par les Bureaux comme lieu de coopération entre les institutions communautaires et les structures nationales et régionales.
- Les responsables des Bureaux à Paris et à Rome ont récemment pris chacun l'initiative de formaliser la coopération entre relais et structures ad hoc dans les Etats membres.

Eurétoiles (France) regroupe, au niveau national, "les émetteurs d'information, l'Etat, les collectivités régionales, les relais d'information européens";

ANIDE (Italie) : l'Association Nationale pour l'Information et la Documentation Européenne regroupe le Bureau de la Commission à Rome, la Confindustria, l'Iri, le Censis et le Formez.

Coopération entre les bureaux et les instances nationales et régionales

- Tous les bureaux ont des contacts avec les instances dans les Etats membres.
- En général, ces contacts sont suivis et très bons, à l'exception de la Grèce.
- Les bureaux sont généralement consultés lors de la préparation des campagnes organisées par les Etats membres. Cette consultation se traduit souvent par un appui en termes de documentation et d'informations liées aux actions de communication. Dans ce cadre, "coopération" ne signifie pas "association", puisque les Etats membres restent "maîtres d'œuvre" et les bureaux "fournisseurs".

Les relations entre les Bureaux et les DG

Elles sont variables et liées aux intérêts des DG.

- Les Bureaux de représentation sont perçus comme des relais de diffusion de brochures, des structures d'appui à l'occasion d'organisation d'événements. Ils sont, la plupart du temps, confinés dans un rôle technique et logistique.
- Les DG demandent un renforcement du rôle des Bureaux sans définir toutefois la portée et l'ampleur de leur rôle. Au contraire, différentes questions se posent, immédiatement liées :
 - à l'augmentation des effectifs et des moyens financiers;
 - à la spécialisation des interlocuteurs des DG au sein des Bureaux de représentation :
 - ex. la DG XI dispose d'un spécialiste de l'environnement auprès du bureau de Berlin chargé de l'information auprès des nouveaux Länder;
 - au rôle politique et/ou d'information joué par les Bureaux.

Réflexion

- Les Bureaux, dans leur ensemble, émettent quatre suggestions
 1. **renforcer la coopération** entre les institutions européennes et leurs relais avec les instances nationales, régionales et locales sur le terrain de la communication en tenant compte du principe de la subsidiarité;
 2. **favoriser des actions et des campagnes proches des citoyens** en tenant compte de la diversité des mentalités et des cultures. *"Les batailles se gagnent sur le terrain, pas seulement dans les Etats-majors"*;
 3. **associer les Bureaux de représentation** à la préparation et à la réalisation des campagnes de communication dans le cadre de coopération cité au point 1.;
 4. **augmenter les moyens humains et financiers** des bureaux en fonction des nouveaux objectifs qui leur sont assignés.

Ces suggestions sont à mettre en rapport avec une des recommandations du rapport SUTHERLAND :

"The Commission needs to develop a communication strategy, involving all the Community Institutions, national administrations and other non governmental organisations in a systematic and co-ordinated way. This strategy would set the key objectives (strategy with those area where the lack of informations is greatest) and organise the ressources which one available at Community and national level".

Paramètre 2 - relais de communication et coopération

- Dans leur ensemble, les DG semblent avoir identifié convenablement "leurs" publics-cibles (organisations socio-professionnelle, universités, associations, fédérations). La plupart disposent de fichiers plus ou moins bien étoffés et gérés convenablement.

Réflexion

- Il est clair que ces publics-cibles font l'objet d'une information régulière concrétisée par les techniques de R.P. adoptées dans presque toutes les DG. La question essentielle à poser est : "ces publics-cibles constituent-ils dans les faits des relais de communication ad hoc vers des publics plus larges et le citoyen en général?". S'il est indéniable que la mission des DG consiste à favoriser les rencontres des acteurs européens pour créer un socle de pensées et d'intérêts communs, on peut craindre que la communauté d'esprit ainsi créée ne dépasse pas le cercle restreint de spécialistes "afficionados" de colloques et autres séminaires.
- L'enjeu essentiel de la communication deviendrait, dès lors, de modifier les comportements de ces publics-cibles afin qu'ils deviennent, au travers de leurs organisations, relais et démultiplicateurs de communication véhiculant l'esprit européen dans le cadre de leurs activités. N'est-ce pas là que transparait le véritable esprit de la subsidiarité qui promeut la pensée européenne ?

Paramètre 3 - le message

- Les thèmes abordés dans les campagnes et les actions ont principalement été liés :
 1. à la mise en œuvre du Grand Marché Intérieur;
 2. aux compétences de chacune des DG.

Dans l'ensemble les thèmes choisis favorisaient plutôt une approche spécialisée peu mobilisante pour le citoyen.

- En 1992, le Secrétariat Général a initié trois actions d'information et de communication d'envergure mondiale liées aux Jeux Olympiques d'Hiver et d'Été et aux Jeux Paralympiques.

La stratégie de communication concentrait l'essentiel du message communautaire en optimisant le contexte des Jeux Olympiques :

"La Communauté Européenne, terre d'accueil des Jeux Olympiques d'Hiver et d'Été accueille le monde entier à Albertville et à Barcelone. La campagne de communication visait à générer l'adhésion des citoyens à l'idée d'une Europe unie mais riche de sa diversité. Le slogan et la signature étaient respectivement: "Mille visages, une seule force" et "Une idée en commun et tout est possible".

Réflexion

- Les stratégies choisies sont liées aux cibles et aux thèmes des activités, souvent peu originales et peu mobilisantes pour un large public.
On ne peut s'empêcher de penser à un modèle administratif reproduit sans beaucoup de réflexion.
- Le bilan de participation aux Jeux Olympiques et paralympiques, transmis au Conseil et au Parlement, ne souffre aucun commentaire face à l'"énorme" impact de ces actions sur le citoyen européen et est en parfaite adéquation avec les budgets extrêmement importants investis par la Commission... Néanmoins, on peut légitimement se poser la question de l'opportunité pour la Communauté d'accrocher son "wagon" à des manifestations mondiales qui bénéficient d'une telle notoriété et d'une telle image qu'elles oblitérent toutes les velléités périphériques d'images (dont celle de l'Europe) excepté pour les firmes et les marques qui peuvent jouer à parts égales (ex. : Coca-Cola) en payant le prix fort (en dollars) et en négociant leur visibilité avec le soutien d'une armée d'avocats.

Paramètre 4 - publics cibles

- La plupart du temps et en fonction des techniques de R.P. adoptées par la majorité des D.G., les cibles des actions ont été :
 - les journalistes;
 - les décideurs économiques et sociaux;
 - les leaders d'opinion en fonction des thèmes abordés;
 - les fonctionnaires des Etats membres;
 - les organisations socio-professionnelles.

- Le citoyen est cité en termes de cible finale mais souvent à titre subsidiaire.

Réflexion

Une question se pose : les Institutions européennes doivent-elles communiquer directement vers le citoyen ou via des relais d'information. Dans la seconde hypothèse, il importerait de faire jouer un rôle réel de démultiplication aux relais en obtenant la garantie qu'ils accompliraient convenablement cette mission auprès de leurs publics.

En effet, à la lecture du questionnaire, il apparaît que ces relais potentiels formés d'élites décisionnelles sont satisfaits de participer aux colloques et aux séminaires européens mais n'exercent pas ou peu d'effet démultiplicateur. Il est vrai que jusqu'à présent cette fonction a été laissée à leur discrétion.

Paramètre 5 - techniques de communication et médias

- Les techniques de communication sont, tant au niveau du SPP, des DG et de la DG X, essentiellement liées aux relations publiques. Les mass media (presse, radio, TV) sont donc mis à contribution dans une optique rédactionnelle et non pas publicitaire. Sans dénier l'importance de l'impact informatif du rédactionnel, il est important de rappeler que l'impact publicitaire permet de clarifier le message en le rendant plus lisible et plus compréhensible pour le lecteur tout en conservant une certaine portée informative (téléphone vert, adresse de contact, référence à des actions ou publications).

A cet égard, la DG XXIII a lancé des campagnes publicitaires de promotion de ces programmes (EIC, BC-NET, BRE) qui sensibilisent et informent les chefs d'entreprise européens. La Semaine de l'Entreprise constitue, par ailleurs, un excellent événement de R.P. qui mobilise les EIC et suscite une large médiatisation.

L'impact des actions et des campagnes est rarement mesuré si ce n'est au nombre de publications distribuées (sont-elles lues ?) ou au travers du nombre de participants aux colloques et à la quantité des coupures de presse.

Certaines DG font appel aux services de l'Euro-baromètre pour déterminer l'intérêt ou le niveau de préoccupation du public européen vis-à-vis de tel ou tel thème.

La notion de **pré-test** ou de **post-test**, pourtant largement répandue dans les milieux professionnels de la communication, semble méconnue dans les DG.

Réflexion

- Des techniques publicitaires, de direct marketing, voire de sponsoring, permettraient de mieux sensibiliser le citoyen qui deviendrait alors "**entrepreneur de connaissance**" dans une démarche active vers les relais de communication mis en place. L'essentiel du travail de communication consisterait non plus à offrir au citoyen un "**menu d'information**" ne répondant pas à ses besoins, ses intérêts, sa mentalité et sa culture, mais à laisser à ce même citoyen la possibilité de se composer une "**communication à la carte**" qui favorisera le développement de son esprit européen. **Dans cette perspective, l'unité dans la diversité des esprits (Homo economicus) favorise l'esprit d'unité européenne (Homo filosoficus).**

- Cette réflexion débouche sur une stratégie de communication basée sur le juste équilibre de valeurs, d'émotions, de symboles communs, et d'intérêts, de mentalités et de cultures spécifiques.
- Enfin, il semble nécessaire de favoriser une mise en commun des moyens humains et financiers à tous les échelons d'intervention locaux, régionaux, nationaux et européens.

Réflexion sur le rôle des médias

La culture de communication des institutions européennes, liées aux techniques mises en place, est essentiellement liée à l'information écrite. Cette culture a naturellement favorisé la presse écrite au détriment de la presse audiovisuelle.

Or, 90% des Européens regardent quotidiennement la TV 3h27 par jour, 63% écoutent la radio durant 3h14, 47% lisent un quotidien durant 57' et 22% un magazine durant 1h (source : Etude "budget-temps IP, octobre 91).

A titre comparatif, à Washington, le service de presse de la Maison Blanche favorise systématiquement les journalistes des grands networks télévisés et développe avec eux des relations privilégiées.

Dès lors, il est essentiel que Commission et Parlement établissent, en commun, et au plus tôt, une stratégie d'actions vis-à-vis des "partenaires audiovisuels de communication".

Cette stratégie pourrait tenir compte :

- des supports de diffusion (cinéma, TV, vidéo);
- des types de programmes (films de fiction, documentaires, banques d'images, ...) à favoriser en fonction des messages à diffuser;
- des types de financement à trouver avec les opérateurs publics et privés.

3.3. Les Etats membres du "Club de Venise"

Documents pris en considération

- Questionnaires et documents annexes renvoyés par les pays suivants :
Danemark, France, Angleterre, Grèce, Italie, Luxembourg, Portugal, Espagne.
- Rapport de la conférence annuelle du Club de Venise (31/10 - 01/11/92).
- Rencontre avec **Stefano ROLANDO**, Président du Club de Venise.

Paramètre 1 - l'Émetteur institutionnel

L'organisation de la communication européenne varie d'Etat à Etat. Sans entrer inutilement dans le détail de chaque pays concerné, on peut établir une liste de quatre émetteurs principaux :

1. les **services d'information du gouvernement** souvent rattachés au Cabinet du Premier Ministre;
2. les **services d'information du ministre chargé de traiter spécifiquement les Affaires européennes**;
3. les **services d'information des ministres "ad hoc"**, ayant en charge tel ou tel dossier à impact européen (agriculture, finances, ...);
4. les **services d'information des gouvernements régionaux**.

L'importance de chacun de ces intervenants est fonction de l'architecture institutionnelle de l'Etat et des "usages" habituels au niveau de la communication (centralisation - décentralisation, par exemple).

Néanmoins, différentes constatations peuvent être établies :

- les services d'information dépendant la plupart du temps des Premiers Ministres ont - presque - toujours l'initiative des grandes campagnes de communication. Ils orchestrent les actions menées en commun avec les Ministères ad hoc ou les associent à ces actions;

- dans les pays (Belgique, Portugal, Espagne, France) où des Ministres sont directement en charge des Affaires européennes, le rôle de coordination des actions leur est reconnu. Une collégialité de décision Service Premier Ministre - Ministre Européen est ainsi assurée;
- dans les Etats membres où les Régions sont institutionnellement bien implantées, par exemple Allemagne, Espagne, Belgique, ... les actions de communication sont relayées via leurs canaux.
Le paramètre "décentralisation" reste cependant fort lié à la culture du pays. Ainsi les Länder allemands initient leurs propres actions de communication alors qu'en France, les Centres Interministériels de Renseignements Administratifs (CIRA) répartis dans 9 grandes villes, sont chargés *"du renseignement administratif par téléphone organisé sur le concept de guichet unique (1 seul n° de téléphone) et sur la pluridisciplinarité" (1)*;
- les gouvernements des Etats membres restent la plupart du temps et jusqu'à présent, "maîtres" de la communication européenne tant au niveau des messages, des cibles que des techniques et médias employés.

Signalons enfin :

- l'initiative de la France de lancer un Centre d'Information sur l'Europe, créé en partenariat entre le Gouvernement français et la Commission (Sources d'Europe) ... une nécessité eu égard à la multiplicité des émetteurs institutionnels.

Les relations avec la DG X, les Bureaux de représentation et les relais institutionnels européens

- Les contacts sont souvent "irréguliers" et "techniques". Irréguliers dans la mesure où ils se situent dans le cadre de besoins ponctuels de l'Etat membre en soutien d'une campagne ou de la préparation d'une action médiatique et techniques car limités à des actions d'information factuelles ou de logistique. Certains Etats (Italie) semblent entretenir d'excellentes collaborations avec les Bureaux.
- La plupart des Etats membres reconnaissent les réseaux Euro Info Centre et BC-NET mis en place par la DG XXIII comme constituant des relais de communications crédibles.
- Les Etats membres demandent plus de coordination avec les institutions sur base d'une stratégie de communication cohérente et clairement définie.

Réflexion

- Les Administrations nationales sont appelées à jouer un rôle spécifique beaucoup plus important.

Pour Stefano Rolando : «les administrations ne peuvent pas être seulement "autre chose" par rapport à la politique. Elles doivent trouver un espace original qui les distingue à la fois de la politique et des lobbies. Aujourd'hui dans presque tous les domaines de responsabilité, les gens veulent que les hommes politiques leur parlent de certaines choses dont ils sont pleinement et légitimement responsables : les stratégies, l'utilisation des ressources, l'analyse des priorités.

Mais en même temps, les gens veulent recevoir des administrations, perçues comme responsables, une série de critères de jugement, d'orientations, d'outils civiques qui puissent être utilisés concrètement dans la vie, au travail (explications des normes, accès aux données, instruments d'utilisation des structures, ...) et dans les relations entre personnes».

Il paraît donc nécessaire que les administrations nationales sortent du "mutisme de communication" dans lequel elles sont trop souvent enfermées. Elles ont un rôle essentiel à jouer :

1. dans la clarification du débat démocratique;
2. dans la mise en œuvre d'une transparence de la vie publique.

- Les relations entre les services d'information des Etats membres et les relais européens ne respectent pas nécessairement les circuits institutionnels.

En effet, les Etats membres disposent d'un grand nombre de relais nationaux au sein des institutions - relais avec lesquels ils peuvent développer des contacts "informels" privilégiés et "à la source" (Services des Commissaires, fonctionnaires, journalistes, lobbyistes, etc...).

Dans le cadre actuel et vu le manque de reconnaissance des Bureaux (liés à leurs fonctions, leurs moyens humains, leurs budgets), il semble normal que les Etats membres ancrent leurs relations de communication à des niveaux décisionnels qui leur paraissent plus stratégiques et plus directs.

Paramètre 2 - Relais de communication et coopération

A. Les relais

Différents types de relais peuvent être considérés :

- les guichets d'information;
- les relais socio-économiques;
- les relais socio-culturels.

1. Les guichets d'information

Plusieurs Etats membres ont organisé des lieux de contact entre les pouvoirs publics et le citoyen sur une thématique européenne.

Le positionnement, le rôle et les méthodes du travail de ses structures-relais sont relativement semblables d'Etat à Etat.

Le positionnement :

Les guichets sont souvent créés dans l'orbite des services d'information du gouvernement.

C'est le cas en Belgique, en France, en Italie, aux Pays-Bas, en Espagne, au Royaume-Uni, au Danemark, en Italie.

Ce fait ne constitue pas en soi un "handicap" mais démontre une fois de plus le manque de clarification entre le monde politique et l'Administration.

En tout état de cause, il est nécessaire d'éviter l'écueil d'une politisation des guichets, perçus comme instrument de pouvoir, au risque de décrédibiliser leur action auprès des citoyens.

Le rôle :

Le rôle des guichets est essentiellement de diffuser de l'information publique au citoyen. Dans certains cas, comme en Italie, le guichet est un lieu de communication interactif.

Quatre exemples permettent de cerner les nuances des rôles :

▪ *au Danemark :*

Le gouvernement a constitué le Bureau d'Information pour le citoyen. Le Bureau gère une banque de données et de consultations sur demande.

Le principal objectif est l'amélioration de la qualité de l'information publique et la garantie du droit d'accès à l'information.

▪ *en Belgique :*

Un guichet d'information a été créé en 1988 afin d'informer les citoyens et les chefs d'entreprise sur tous les changements à venir dans la perspective du Grand Marché Intérieur. Ce guichet poursuit actuellement ses activités.

▪ *en Italie :*

Les guichets sont de véritables instruments de rapports interactifs pour donner la parole non seulement à l'Etat mais également aux gens.

▪ *en France :*

Rattachés au Premier Ministre, les Centres Interministériels de Renseignements Administratifs (CIRA), situés dans 9 grandes villes (Paris, Lyon, Marseille, Toulouse, Nantes, Bordeaux, Rennes, Metz et Lille) sont chargés des renseignements administratifs par téléphone. Organisés sur le concept du guichet unique (un seul numéro de téléphone) et sur la pluridisciplinarité, ils disposent d'informateurs spécialisés sur les questions européennes.

A noter également le recours aux services du minitel : 3616 Code Euroguide, 3617 Code Euro 92 - 3614 Code ENSUP - 3617 Code CCIPLUS - 3615 Code TVACEE, ...

Les méthodes de travail :

- tous les guichets recourent au téléphone, véritable cordon ombilical entre le citoyen et les pouvoirs publics;
- les questions des citoyens peuvent, dans certains cas, être posées par écrit;
- les réponses aux questions sont formulées soit oralement, soit par écrit (envoi de brochures).

L'évolution :

En règle générale, les guichets semblent bien fonctionner. Indéniablement, ils répondent à une attente du public. Aucune évolution précise ne nous est parvenue.

Réflexion :

Le guichet d'information constitue certainement un relais d'information à promouvoir dans une stratégie de communication "bottom up".

Une évaluation précise de leur travail actuel constituerait une base précieuse pour leur développement dans tous les Etats membres.

Quelques questions utiles :

- quels sont les citoyens qui appellent ?
- quels sont les types de questions ?
- comment les réponses sont-elles formulées ?
- gratuité ou non des appels ?
- personnel des guichets, généraliste et/ou spécialiste ?
- décentralisation ou non des guichets dans les Régions ?
- guichet européen ou guichet généraliste intégrant Région, Etat, Europe ?
- ...

2. Les relais socio-économiques

Dans la perspective du Grand Marché Intérieur, les Etats membres ont eu recours aux structures économiques et sociales (fédérations, Chambres de commerce, organisations sociales ou patronales) pour expliquer les enjeux de '93.

Par ailleurs, les réseaux mis en place par la Commission (EIC, BC-NET, BRE, ...) ont largement contribué à informer et à communiquer avec les entreprises et particulièrement les PME.

Réflexion :

Si le Grand Marché Intérieur constitue indéniablement un succès d'image pour l'Europe auprès des élites et des entreprises, il n'en va pas de même pour le citoyen.

Le citoyen n'a pas perçu de changements significatifs dans sa vie au 1er janvier 1993. La disparition des frontières, la libre circulation des biens et des personnes, déjà largement anticipées dans les faits et souvent sources d'inquiétude, n'ont pas été correctement expliquées aux citoyens.

Les Etats membres assument une lourde responsabilité dans ce déficit de communication et de transparence.

3. Les relais socio-culturels

Des associations, promouvant la communication publique et/ou l'idée européenne, existent.

Citons par exemple :

- l'association italienne de communication publique et institutionnelle;
- l'association française "communication publique";
- le mouvement européen pour démocratiser l'Europe;
- l'Euro-Citizen-Action-Service (ECAS);
- le lobby européen des femmes.

Ces relais ont pour objectif de combler le fossé de communication qui s'est creusé entre les pouvoirs publics et le citoyen. Seules la revalorisation du rôle du citoyen dans le système démocratique et la prise en compte de ses véritables besoins d'information et de communication permettront de relancer la dynamique démocratique.

Réflexion :

- Les relais socio-culturels semblent plutôt délaissés par les Etats membres. Aux associations - qui constituent pourtant d'excellents relais de communication - ils semblent préférer coopérer avec des relais "institutionnalisés". La notion de contrôle de communication semble régir ces relations de collaboration liées à un centralisme plus ou moins accentué et à une méthode d'information souvent peu concertée.
- A noter que dans certains Etats membres (au Royaume-Uni, par exemple) des collaborations suivies existent directement entre les institutions européennes et le monde associatif dans le cadre de "campagnes de communication".
- A l'occasion de la conférence annuelle du Club de Venise, le représentant allemand a proposé "de créer des structures d'information libres en Europe centrale et orientale". Il a proposé à la Commission d'assumer un rôle de coordinateur et de prendre une initiative à cette fin.

B. La coopération (les réseaux)

Le président du Club de Venise plaide pour une plus grande coopération entre tous les acteurs publics de communication.

Cette coopération est essentielle pour l'avenir du projet européen parce que, *"sur le terrain de la communication, se développent actuellement des rapports tout à fait déséquilibrés entre la représentation des intérêts des lobbies largement financés et bien relayés par les médias et les capacités des administrations ou services d'intérêts généraux mais dont la capacité n'est pas toujours bien exploitée"*.

Concrètement :

- une meilleure mise en commun des "atouts de communication" des Etats membres peut être promue. Ainsi, les français sont spécialisés dans les sondages, les anglais dans les méthodes d'évaluation, les néerlandais dans les services d'accueil, les italiens et les belges dans la combinaison publicité-instruments éditoriaux;
- Stefano Rolando estime que *"seule une revalorisation stratégique des ressources (humaines et financières) destinées à la circulation et à l'efficacité des programmes extra-médiatiques permettra de mettre réellement en œuvre les nouvelles initiatives entre les structures de communication de la Commission et du Parlement et les systèmes nationaux"*.

Paramètre 3 - Le message

Le message est lié à la thématique choisie.

Plusieurs thèmes ont été mis à l'honneur par les Etats membres :

- > le Marché Unique
- > le Traité sur l'Union Européenne
- > l'information socio-éducative (cancer, SIDA, drogue, circulation routière, tabac, ...)
- > la Présidence du Conseil par les Etats Membres.

A chaque thème correspond un message relativement homogène dans tous les Etats :

le Marché Unique:

"le Marché Unique est une opportunité pour les entreprises de notre pays, il faut saisir cette opportunité et s'y préparer"

le Traité sur l'Union Européenne

"le Traité est une bonne chose et pour notre nation, et pour l'Europe. Vous allez comprendre pourquoi en vous informant"

l'Information socio-éducative

déclinés sur des modes nationaux avec l'appui des Communautés, les messages sont, en général, de type "préventifs"

la Présidence du Conseil

mettre en avant le gouvernement du pays et présenter les aspects de sa politique durant les 6 mois de Présidence.

Réflexion

- La plupart des messages sont peu mobilisants même quand ils s'efforcent d'être impliquants : "L'Europe a besoin de nous, nous avons besoin de l'Europe".
Ils visent à sensibiliser le plus grand nombre sans heurter d'éventuelles sensibilités sociologiques, politiques, culturelles.
- Le message doit répondre à des critères de **fond et de contenu**.

de fond :

- "The information given must be regarded as relevant by the receiver- either by meeting the receiver's every day life. This means that information from the public sector must always be based on the receiver's situation and requirements" (Statens Information-Copenhagen).
- "Il faudrait une fois pour toutes passer par des méthodes didactiques d'induction et de déduction à partir des questions qu'on se pose et qu'on nous pose" (Grand Duché de Luxembourg).

de forme :

- "The principle must be that the information is to be accessible when the receiver requires it and that it is easy for the receiver to obtain the information he/she requires - at the place at which it is most natural for the individual person to ask for information and in the way (= the medium) which the receiver normally uses" (Statens Information-Copenhagen).

Réflexions inspirées des travaux du Club de Venise

Constat :

Le message formulé par les Etats membres est mauvais et ne "passe" pas chez le citoyen.

Pourquoi ?

Deux explications complémentaires peuvent être annoncées :

1. **les Etats membres placent l'Europe sur le terrain du marketing politique et non pas sur le terrain de la communication institutionnelle d'intérêt public.**

Le message politique est unilatéral, factuel et manque de légitimité, donc n'est pas nécessairement crédible aux yeux du citoyen.

Dans ce cadre, la communication favorise une approche plus totalitaire que démocratique du fonctionnement de la société.

Le message politique passe d'autant moins bien la rampe que "la situation actuelle permet de constater que le citoyen ne fait plus confiance à l'Etat ni à la faculté des gouvernements de trouver des solutions aux problèmes".

2. **le message diffusé par les Etats membres manque de transparence.**

Le message est soit factuel, soit aspetisé empêchant le citoyen de comprendre l'information, de la replacer dans un contexte général (historicité) et quotidien et, enfin, de se forger une opinion.

- **le message est factuel** : il n'est pas remis en perspective, il est formaté en fonction des intérêts, à court terme, des gouvernements. En caricaturant "l'Europe est bonne quand elle renforce la stabilité du gouvernement en place, elle est mauvaise quand elle fragilise la coalition au pouvoir".
- **le message est aspetisé** : fruit d'une longue médiatisation et d'un lissage de positions divergentes, il devient technocratique, insatisfaisant pour tous, et peu compréhensible pour le grand public.

Quelles sont les attentes du citoyen au niveau du message ?

Certains affirment que le citoyen "n'est plus intéressé par des campagnes politiques et publicitaires et qu'il demande des explications précises et des informations objectives".

Cette approche justifiée n'en appelle pas moins une double réflexion :

première réflexion :

L'information et la communication, dans une organisation démocratique, ont un double rôle à jouer :

- celui de permettre au citoyen de comprendre les décisions politiques et d'en tirer un bénéfice;
- celui de permettre au citoyen de rejeter ou d'adhérer aux décisions qui le concernent et de sanctionner ses représentants à l'occasion de scrutins électoraux.

Dans cette perspective, si l'information est objective, son interprétation doit être subjective et nourrir le débat démocratique.

La communication politique doit être sauvegardée mais recentrée dans un rôle bien défini.

seconde réflexion :

Aucune technique de communication n'est en soi bonne ou mauvaise. Dans leurs campagnes, les Etats membres ont privilégié la publicité (TV, affiches, journaux, ...). L'échec relatif de ces campagnes ne doit pas remettre en cause l'utilité de la publicité bien comprise et mise en œuvre dans le cadre de campagnes explicatives.

Stefano Rolando distingue, à juste titre, une double approche du message public européen :

1. **le thème institutionnel:**

replacer l'Europe dans son historicité, en expliquer ses objectifs, son fonctionnement, ses dates anniversaires.

2. **le thème social:**

avec une attention particulière pour :

- la santé
- l'environnement
- la sécurité
- les catégories sociales défavorisées.

le thème économique est également cité.

Vers une grille méthodologique pour la communication européenne ?

Nous reprenons ici la thèse de Stefano Rolando :

problématique :

trouver des facteurs de mobilisation du citoyen européen pour relancer l'intérêt pour la construction européenne.

objectif :

le citoyen, aujourd'hui, veut se positionner sur l'Europe. Pour y arriver, il doit saisir l'essentiel du projet, les enjeux, les controverses, les paris et les obstacles.

Dans ce grand débat, tout le monde peut exprimer ses valeurs. La chose la plus importante est qu'il y ait place pour les points de vue objectivement différents.

C'est à partir de la confrontation des points de vue que le choix européen sera effectif pour le citoyen.

méthode :

pour permettre au citoyen de retrouver sa place réelle dans le processus de décision démocratique, il est nécessaire de clarifier les limites de la communication politique et de la communication publique.

la communication politique

(dernière laquelle il doit y avoir une forte volonté de mettre en œuvre de réels processus de communication) lance le premier message qui voyage sur la grille des médias, avec de nombreux risques mais aussi avec de nombreuses opportunités, de toute manière avec des hypothèses spectaculaires. Grâce à la publicité, le message est mémorisé. Des attentes sont créées, auxquelles il faut répondre.

la communication publique

va répondre aux attentes en offrant des produits de service organisés, approfondis, ciblés, formatés dans un langage commun. C'est le "ciment de crédibilité", de toute façon circuit vertueux d'une communication par tendance non constructive de rêves ou de pure image qui vient légitimer la politique, elle même définie comme le lieu d'orientation de la "chose publique".

Dans cette perspective,

- l'institution relais, par exemple le guichet, devient un lieu de dialogue et de distinction par rapport à la politique;
- les produits de service deviennent un facteur de dialogue et de distinction avec des produits de marché diffusés par des opérateurs privés (exemple : les lobbies).

Paramètre 4 - les cibles

Sans caricaturer excessivement, on peut distinguer quatre types de public concernés par les actions de communication des Etats membres :

1. **le citoyen :**
de la nationalité de l'Etat membre, il est sensibilisé et informé sur les thèmes généraux relatifs à l'Europe et à sa construction et parfois sur des thèmes particuliers (cancer);
2. **le leader d'opinion :**
issu principalement d'un monde politique, économique et social, il a été la cible privilégiée des campagnes centrées autour du Grand Marché Intérieur;
3. **le jeune (et les milieux éducatifs) :**
 - des actions de grande envergure (France, Belgique) ont été organisées dans les écoles;
 - certaines campagnes thématiques (drogue, SIDA, ...) visaient particulièrement les jeunes;
4. **le public ponctuellement ciblé :**
il est sensibilisé ponctuellement à l'occasion de campagnes thématiques (Année de la Sécurité et de l'Hygiène sur les lieux de travail, Année des personnes âgées, ...).

Réflexion

- Le ciblage des campagnes de communication reste souvent "aléatoire", ce qui rend très difficile le formatage ad hoc du message, le choix des techniques de communication et de médias appropriés, et réduit donc considérablement l'impact des actions dans nombre de cas (hors concepts de messages généraux de sensibilisation).

Il semble pourtant acquis que le message doit être formaté en fonction du type d'interlocuteur à qui il s'adresse : "Raw" or unprocessed information is rarely of much value. All information requires processing (editing) and adaptation to the receiver - the same information often requires different processing for different target groups. The information must be of such a qualified level that it will always be regarded as easily comprehensible by the receiver" (Statens Information-Copenhagen).

Dès lors, il est nécessaire de mieux tenir compte de critères socio-démographiques, socio-professionnels, socio-culturels (typologie de la satisfaction) pour déterminer les publics des campagnes et augmenter potentiellement leurs impacts en tenant compte de paramètres de communication propres à chacun de ces publics.

- Les Etats membres (comme d'ailleurs les institutions communautaires) se préoccupent peu des publics des non-ressortissants de la CEE :
 - les citoyens de nationalité non européenne (12 Etats) résidant dans la Communauté (les immigrés), soit dix millions de personnes;
 - les citoyens des pays de l'AELE et des PECO.

Ces citoyens font partie "de facto" de la Communauté soit parce qu'ils y vivent, soit parce que leur pays a tissé des relations très étroites avec la Communauté.

Pourquoi ne pas rendre ces citoyens plus sensibles aux enjeux de la construction européenne en mettant l'accent sur des enjeux de solidarité impliquant droits et devoirs de chacun ? Cette approche devra tenir compte d'une interactivité communicationnelle, chacune des parties s'enrichissant au contact de l'autre. Par ailleurs, n'y a-t-il pas dans ce cadre de réflexion, un chantier de coopération à ouvrir avec le Conseil de l'Europe ?

- Rares sont les campagnes de communication qui font appel à des leaders d'opinion populaires dans les domaines des variétés, du sport, de la culture. Et pourtant, l'impact de ces élites est énorme sur les opinions publiques. Aux Etats-Unis, le Président Clinton a participé aux shows d'investiture en compagnie d'une brochette d'artistes dont Michael Jackson et Barbara Streisand. La conscience d'appartenance à une communauté commence peut-être par un frisson d'émotion dans un stade de football, dans une salle de cinéma ou sur les gradins d'une salle de concert.

Paramètre 5 - techniques de communication et médias

- Deux techniques sont à mettre en exergue dans le cadre des campagnes des Etats membres :
 1. **la publicité** au travers de spots à la télévision et à la radio, d'annonces dans la presse et parfois d'affiches. Les mass-médias visent à véhiculer le message de sensibilisation et souvent à renvoyer le spectateur, l'auditeur ou le lecteur à une information plus approfondie grâce à une brochure;
 2. **les relations publiques** centrées sur des colloques et des séminaires de formation ou d'information liés aux thématiques européennes (économiques).
- Dans certains pays, la conscientisation européenne passe également par l'éducation civique comme en Allemagne ou en France (Centre d'Information Civique - C.I.C.).

Réflexion

- Les médias ont certainement rempli leur rôle en termes "qualitatifs". Néanmoins on peut noter qu'ils ont souvent traité la communication européenne par le biais de la politique intérieure favorisant avant tout la polémique au détriment de l'information. N'a-t-il pas fallu attendre le début du mois de septembre 92 pour que le Président Mitterrand descende dans l'arène médiatique, calme le jeu, explique succinctement aux français le Traité sur l'Union Européenne,... avant de les convaincre de faire "le bon choix".
- La télévision est utilisée classiquement soit dans un cadre rédactionnel (journaux télévisés, magazines des rédactions), soit dans un cadre publicitaire entre poudres à lessiver et nourriture pour chats. A noter, une initiative intéressante prise par la télévision portugaise : une série télévisée en 15 épisodes sur les principaux aspects du Grand Marché Intérieur.

- Les Etats membres, pas plus que les Institutions européennes, ne semblent avoir "apprivoisé" correctement le média télévision. Mais ont-ils réellement exploité toutes les richesses d'interactivité que ce média peut offrir.

- Pour le président du Club de Venise : *"il est faux de croire que seul ce qui passe sur les grands médias a le droit d'exister. La communication produit des réalités également au travers de supports plus pointus et plus ciblés gérés professionnellement. Le soutien à la circulation de l'information mineure et spécialisée (par exemple, les développements télématiques, les nouvelles banques de données, les nouvelles formes de revues de presse orientées vers des organes d'information spécialisés et d'approfondissement) devient très important. Cette approche pourrait constituer un programme fort pour les structures communautaires et les interlocuteurs nationaux"*.

3.4. Les autres institutions communautaires

Documents pris en considération

- Questionnaires de la Cour des Comptes;
de la Banque Européenne d'Investissement;
de la Cour de Justice;
du Conseil Economique et Social.

• • • • •

Eu égard au manque d'ampleur des informations recueillies pour ces institutions, l'analyse de la communication est souvent limitée à une analyse succincte et non exhaustive.

• • • • •

Le Conseil des Ministres

La déclaration relative au droit d'accès à l'information, signée par les Douze dans le cadre du Traité sur l'Union Européenne, estime que la transparence du processus décisionnel renforce le caractère démocratique des institutions ainsi que la confiance du public envers l'administration.

Elle demande que la Commission soit chargée de soumettre un rapport sur des mesures visant à accroître l'accès du public à l'information dont disposent les institutions.

A Birmingham, les Chefs d'Etat et de gouvernements des Douze précisent leur demande. Ils vont demander aux Ministres des Affaires étrangères de rendre les travaux des institutions, y compris ceux du Conseil, plus transparents. La Commission est officiellement chargée de mener à bien ses travaux sur l'amélioration de l'accès du public aux informations dont les autres institutions et elle-même disposent. Enfin, le souhait est émis de rendre la législation communautaire plus simple et plus claire.

A Edimbourg, les Douze adoptent des mesures concrètes visant à mettre en œuvre la déclaration de Birmingham.

En égard à la réorganisation de l'information du Conseil, l'exposé s'axera particulièrement sur le descriptif des nouvelles mesures mises en œuvre.

1. Transparence des décisions du Conseil

- organiser des briefings de presse, avant les décisions du Conseil, de manière systématique;
- diffuser des "dossiers de background" lors des briefings de presse afin de resituer les enjeux des décisions du Conseil : historique, objectifs, enjeux, ...
- diffuser, après les conseils, des communiqués de presse exposant en détail les conclusions du Conseil avec des résumés explicatifs et ce dans un langage compréhensible pour le public;
- diffuser rapidement l'ensemble des informations dans toutes les langues communautaires.

Toutes ces décisions sont entrées en application dont un briefing de presse hebdomadaire, le vendredi, organisé par le Président du Conseil.

Il est à noter que le Conseil a également décidé de rendre certaines de ces séances publiques. Deux expériences ont été organisées le 1er et le 15 février 1993. Elles semblent avoir rencontré un intérêt mitigé.

2. Une meilleure information sur le rôle et les activités du Conseil

- le rapport d'activités annuel du Conseil sera plus attractif, plus complémentaire avec celui de la Commission et disponible plus rapidement. Un résumé succinct sera largement diffusé;
- le programme des visites pour les journalistes, non en poste à Bruxelles, sera accru;
- d'une manière générale, les activités du Conseil en matière d'information seront accrues et le service de presse renforcé.

3 Stimuler une meilleure coopération et une transmission plus rapide des informations

- renforcer la coopération inter-institutionnelle afin de mettre au point des stratégies d'information coordonnées;
- veiller à la coopération institutions-Etats membres;
- renforcer les nouvelles technologies de communication, dont les bases de données RAPID et OVIDE / EPISTEL, afin d'accélérer la circulation des informations en dehors des lieux de sessions.

Réflexion

- Le rôle institutionnel du Conseil doit absolument être clarifié par rapport à celui de la Commission. Cette dernière propose et exécute, le Conseil décide. C'est de la confusion des rôles, d'ailleurs entretenue par les attachés de presse des délégations nationales, qu'est née cette image technocratique et intransigeante de la Commission.

Partant de la distinction, émise par Stefano Rolando, entre communication politique et communication publique, la première peut s'appliquer au Conseil, la seconde plutôt à la Commission.

Une ambiguïté reste cependant sous-jacente, le moteur politique de la construction européenne, ces dix dernières années, a été la Commission et, particulièrement, son Président Jacques Delors.

Cet enjeu de communication est essentiel et conditionne le succès futur d'une stratégie concertée. Il est nécessaire que les délégations des Etats membres acceptent de "jouer le jeu" et de ne pas constamment rejeter la responsabilité des difficultés européennes sur le dos de la Commission. Le renforcement des structures d'information du Conseil est un pas dans la bonne direction. Néanmoins, seul un accord entre Etats membres, Conseil et Commission, défini dans une charte de la communication, permettra de "garantir" cette nouvelle donne de communication.

- Le principe de la transparence appliqué aux réunions du Conseil.

Penser que la retransmission par les télévisions de certaines réunions du Conseil est une bonne mise en œuvre du principe de la transparence, relève d'une incompréhension sur le bon emploi du support télévisé.

A titre de comparaison, c'est comme si l'UER avait décidé de demander aux chaînes de télévision européennes de diffuser une rencontre de cricket en prime time.

Le rapport d'activités de ces deux expériences est probant :

en termes d'images :

arrivée des Ministres, tour de table, extraits de discours, salle de vision pleine de journalistes, salle - réservée au public - vide.

en termes de commentaires

l'expérience a été saluée mais de nombreuses réserves ont été exprimées sur l'efficacité de ce type de transparence.

La transparence, perçue comme concept de communication démocratique, se définit comme la volonté d'expliquer au citoyen le pourquoi et le comment des décisions publiques afin que les ayant compris, il puisse définir à son tour sa position et adopter un comportement démocratique.

La Cour de Justice des Communautés Européennes

La Cour de Justice dispose d'un service d'information dont la fonction est double :

- a) les relations avec la presse et l'information destinées aux milieux professionnels et scientifiques;
- b) les relations publiques de l'institution, principalement avec les milieux professionnels.

Le service dispose de différents supports d'information :

1. un bulletin hebdomadaire;
2. un rapport annuel;
3. une brochure de vulgarisation;
4. une vidéo.

A. Relations avec la presse

Le service information travaille soit en direct avec les journalistes, soit plus habituellement avec le Service du Porte-Parole de la Commission. Le service fournit des résumés de presse pour les affaires les plus importantes, résumés qui sont fournis sur demande par fax; une transmission systématique est assurée pour le Service du Porte-Parole.

Réflexion

Si les relations entre le service d'information de la Cour et le Service du Porte-Parole sont jugées "fructueuses et très utiles", on note néanmoins un manque de concertation stratégique entre les deux institutions.

Deux remarques sont à ce sujet très révélatrices :

- *"les priorités du porte-parole de la Commission ne correspondent pas toujours avec celles du service information de la Cour;*
 - *les membres du service d'information s'abstiennent rigoureusement de tout commentaire sur les arrêts de la Cour.*
- D'autre part, les communications du porte-parole concernant les arrêts sont souvent accompagnées par des commentaires de la Commission".*

B. Relations publiques

La Cour organise des conférences, des stages et des visites s'adressant particulièrement aux magistrats, aux avocats, aux juristes, aux professeurs. Elle publie, par ailleurs, un bulletin et un rapport annuel. Récemment, elle a participé à plusieurs foires (à Orléans, Luxembourg, Lisbonne et Paris).

Une brochure de vulgarisation et une vidéo, destinées aux visiteurs, témoignent de timides ouvertures de la Cour vers le grand public, ouvertures qui devraient se poursuivre à la lecture des suggestions émises par le service d'information.

Réflexion

"Jusqu'à présent, la politique d'information de la Cour a été orientée en grande mesure vers un public spécialisé (juristes) ainsi que sur des activités qui se déroulent à son siège. La diffusion, en dehors des circuits spécialisés, d'informations sur l'impact de sa jurisprudence sur la vie économique et la situation du citoyen communautaire a été, pour l'essentiel, confiée à la presse. S'il est vrai, d'une part, qu'une certaine discrétion en matière de publicité est appropriée, voire essentielle, pour une institution judiciaire et, d'autre part, que son travail est en grande mesure de haute technicité, difficile à communiquer à un public non spécialisé, il est néanmoins incontestable que le rôle central de la Cour dans le système institutionnel de la Communauté ainsi que la protection qu'elle fournit aux droits des justiciables ne sont pas suffisamment connus. Dans ce sens, il semble essentiel que, dans les grandes actions d'information organisées par la DG X de la Commission ou par le Parlement Européen, le rôle de la Cour de Justice soit mis en valeur".

La Cour des Comptes

Le service des "Relations extérieures institutionnelles et publiques" est chargé de la communication de la Cour.

Le rôle du service est *"d'assurer à l'extérieur la diffusion de l'information sur les activités de la Cour, en particulier vis-à-vis du Parlement Européen et de la presse"*. En dehors des contacts suivis avec la commission du contrôle budgétaire du Parlement Européen, la Cour a *"des contacts généralement fructueux mais sporadiques avec les services d'information des autres institutions"*.

Les moyens financiers de la Cour étant très limités, seul un dépliant imprimé a été réalisé ! Une brochure de 35 pages n'a pas encore été réalisée faute de crédits suffisants.

Pourtant *"il apparaît très important que l'activité des Institutions soit présentée aux citoyens dans des formes adaptées à leur intérêt et leur niveau de connaissance de la Communauté"*.

Réflexion

La Cour étant perçue comme la "conscience financière" de la Communauté, il semble important de lui offrir une "fenêtre médiatique" plus importante, d'autant plus que le **principe de transparence** nécessite également une justification claire de l'emploi des écus européens au profit de l'ensemble des citoyens européens.

La Banque Européenne d'Investissement

C'est la division "Information" qui prend en charge la communication de la BEI. D'une manière générale, ce service entretient "une coopération continue avec la DG X et la DG XXIII, une coopération *ad hoc* avec les services des autres institutions, de même qu'avec les Euro Info Centres, les Centres de documentation et les bibliothèques dépositaires. Les contacts sont bons avec les Bureaux de représentation".

"La BEI développe une politique de communication directement liée à sa double nature institutionnelle et bancaire. Sans négliger le public intéressé à la construction européenne en général, elle centre son activité d'information sur les milieux économiques et financiers, administratifs des Etats membres, les relais d'opinion, les universitaires, des centres de documentation, etc...

Chaque année, la BEI organise, dans la plupart des Etats membres de la Communauté, des rencontres avec la presse pour préciser la nature et l'ampleur de sa contribution à la réalisation des objectifs communautaires. En outre, la BEI entretient des contacts réguliers avec les médias ce qui donne lieu à de nombreux articles sur sa mission au service de la construction européenne et de son activité de prêts en particulier.

Enfin, la BEI réalise périodiquement certaines opérations de relations publiques extrêmement ciblées, notamment vers les milieux des investisseurs institutionnels non communautaires, afin de conforter la qualité de sa présence sur les marchés des capitaux des pays tiers à la Communauté".

Réflexion

La stratégie de communication de la BEI paraît avoir été correctement appréhendée. Le réseau des Euro Info Centres, entre autres, constitue un vecteur d'information utile pour les milieux économiques dans tous les Etats membres.

Le Comité Economique et Social

Le CES dispose d'une Division presse et d'une Division Information, Publications et Relations avec les milieux socio-professionnels.

La Division presse prend en charge :

- les contacts avec les médias par le biais de communiqués de presse;
- la publication d'une "newsletter" mensuelle;
- l'organisation de conférences de presse et de déjeuners-débats;
- la gestion de politique médiatique du CES.

Les publics-cibles de la Division presse sont :

- les journalistes accrédités auprès de la Commission;
- la presse spécialisée avec un renforcement des collaborations mises en place;
- la presse régionale (une initiative va être lancée).

Les thèmes d'information couverts par le CES sont "ces derniers temps" centrés sur la Charte sociale, l'Europe des citoyens, le Marché intérieur, l'élection de la nouvelle présidente du CES.

En règle générale, la Division presse du CES entretient des contacts réguliers avec le SPP, la DG X, le service de presse du Conseil et la Direction générale de l'Information du Parlement européen. *"Une liaison plus étroite avec ces différents services serait souhaitable".*

Différentes initiatives sont en cours pour renforcer la communication interne et externe du CES :

- distribution d'un fascicule explicatif sur le CES à tous les membres du personnel;
- organisation d'un "forum" avec une trentaine de citoyens d'Europe.

Réflexion

Dans l'architecture européenne, le CES fait figure de parent pauvre. Organe de concertation entre les partenaires sociaux (chefs d'entreprises et syndicats), indépendants, artisans, agriculteurs, le CES est potentiellement un excellent forum de dialogue européen. Malheureusement, nanti d'une compétence d'avis, il est "sur la touche" quant il s'agit de prendre des décisions politiques. Cette situation a poussé les groupes de pression et leurs lobbies à développer leurs activités "en direct" sans toujours prendre appui sur le CES.

4. ANALYSE TRANSVERSALE

Paramètre 1 - Emetteur institutionnel

Différentes questions se posent aujourd'hui à la réflexion des autorités communautaires. Des réponses à ces questions dépendent la mise en œuvre d'une nouvelle politique cohérente et efficace de communication.

- **Coopération inter-institutionnelle** entre Commission, Parlement et Conseil (idée d'une charte de la communication).
- **Coordination du rôle de communication des DG au travers d'un plan d'action général** garantissant une autonomie d'action des DG, et favorisant une approche transversale. Nécessité de créer une structure souple et efficace de coordination.
- **Redéfinition du rôle de la DG X.** Elle remplit actuellement, et de facto, un rôle de soutien technique et logistique.
- **Clarification du rôle du S.P.P. et augmentation de ses moyens.**
- **Amplification du rôle des Bureaux nationaux de représentation** de la Commission et du Parlement qui pourraient devenir des centres de coordination dans les Etats membres.
- **Définition et mise en œuvre d'un réseau de relais de communication** dans les Etats membres avec l'appui des autorités locales, régionales et nationales, par ailleurs associées aux travaux des centres de coordination. La mise en place de ces réseaux favorisera le contact direct avec le citoyen et la cohérence communicationnelle (cf la coexistence actuelle des guichets d'information parallèles).

Paramètre 2 - relais de communication et coopération

Il semble acquis qu'une coopération avec les Etats membres est souhaitée de même qu'un recours systématique à des "institutions-relais". Il appartient au groupe d'experts de faire des propositions dans ce sens.

Réflexion

- A ce stade, seul un premier schéma d'organisation situant les niveaux de fonctions et de prise de décisions peut être présenté :

1. Niveau communautaire (Bruxelles)

Structure "ad hoc" institutionnelle

- Commission - Parlement - Conseil

Mission

- définir une stratégie globale de communication inter-institutionnelle;
- coordonner les travaux entrepris au niveau des DG et des Etats membres (niveau 2);
- donner les impulsions pour les grandes actions de communication gérées en commun avec le niveau national;
- gérer un service de documentation actif pour les institutions-relais (niveau 3);
- contrôler l'impact des actions menées et leur conformité à la stratégie globale énoncée.

2. Niveau national

Structure "ad hoc" regroupant :

- les Bureaux de représentation (Commission et Parlement);
- les services d'information gouvernementaux des Etats membres;
- les services d'information des Régions.

Mission

- mettre en œuvre la stratégie globale de communication en tenant compte des objectifs et des contraintes nationales;
- coordonner l'organisation du niveau relais d'information (niveau 3);
- mettre en œuvre les campagnes publicitaires nationales avec l'appui des institutions-relais.

3. Niveau régional

Mise en place d'un réseau d'institutions-relais de communication logées dans des structures-hôtes publiques ou associatives.

Mission

- irriguer l'information européenne au niveau du citoyen;
- prendre en considération toutes les demandes des citoyens et les faire remonter au plus hauts échelons nationaux et communautaires où elles seront évaluées;
- relayer sur le terrain les campagnes de communication lancées au niveau national..

Paramètre 3 - le message

Les campagnes d'information ont été principalement axées sur le Grand Marché et le Traité de l'Union Européenne dans un contexte souvent "quasi électoral" peu propice à une perception sereine du message par le citoyen.

Réflexion

Trois types de messages pourraient être distingués :

- A. l'information sur l'activité des Institutions Communautaires (Commission, Parlement, Conseil);
- B. la communication sur l'acquis communautaire;
- C. les campagnes de communication spécifiques.

A. Information sur l'activité des Institutions Communautaires

Objectif

- clarifier le rôle de chaque institution en mettant en exergue les principes liés à la construction européenne : démocratie, subsidiarité, transparence.

Cibles

- les hommes politiques dans les Etats membres à tous les échelons de représentativité;
- les médias nationaux et régionaux;
- les relais institutionnels (ex. : les Parlements).

Stratégie

- le terrain de la communication européenne n'est plus uniquement consensuel, il est également devenu conflictuel parce que fort politisé. Les institutions européennes et particulièrement la Commission et le Parlement doivent engager un dialogue permanent sur le terrain avec les élus des Etats membres en expliquant, argumentant, justifiant propositions, avis et choix.

B. La communication sur l'acquis communautaire

Objectifs

- offrir au citoyen l'opportunité de s'informer sur les thèmes européens de son choix au travers de structures-relais proches;

Cibles

- le citoyen en général, certains publics-cibles en particulier, en fonction d'actions spécifiques mises en place.

Stratégie

- mise en œuvre d'un réseau d'institutions relais spécialisées dont la fonction est de relayer l'information concrète européenne au niveau du citoyen et de faire remonter vers les instances européennes les préoccupations du citoyen face à la construction européenne.

C. Les campagnes de communication spécifiques

Objectif

- renforcer le socle consensuel et commun à tous les européens au travers de campagnes d'images déclinées dans tous les Etats membres en fonction de critères de mises en œuvre spécifiques aux Etats et associant, dans la mise en œuvre, les institutions relais.

Cibles

- tous les citoyens européens (voire les citoyens de pays tiers).

Stratégie

- campagnes publicitaires et R.P. annuelles sur des thèmes mobilisateurs et recevant, par ailleurs, une approche concrète au niveau des citoyens.

Il ne sert à rien de faire une campagne axée sur un thème précis si, par ailleurs, l'Europe ne concourt pas à un bénéfice concret pour le citoyen en rapport avec le thème choisi.

Paramètre 4 - publics cibles

Les publics-cibles des actions communautaires sont :

soit les leaders d'opinion

soit le grand public.

Réflexion

Il est évident que cette approche doit être affinée.

On se réfèrera aux travaux du Chantier I et à l'étude Eurobaromètre qui propose une classification :

- > favorables à l'Europe
- > indifférents à l'Europe
- > hostiles à l'Europe.

Paramètre 5 - techniques de communication et médias

Schématiquement :

- Les institutions recourent à des techniques de relations publiques pour toucher principalement une cible de leaders d'opinion et subsidiairement les citoyens.
 - Par ailleurs, dans le cadre de campagnes d'information thématiques (cancer, environnement, ...) menées à l'initiative de services ad hoc et relayées par des institutions-relais, des techniques de publicité sont mises en œuvre.
 - Enfin, des expériences de "sponsoring" d'événements sportifs (Jeux Olympiques, Tour de France) ont été menées avec des fortunes diverses.
- Les Etats membres recourent à des techniques de publicité et de direct marketing pour mener à bien leurs actions.
 - L'emploi des mass-médias (TV, radio, presse, affichage) dans une approche commerciale (achat d'espaces) est systématique.
 - Plusieurs Etats ont créé des services techniques interactifs (téléphone - minitel) comme, par exemple, la France, l'Allemagne, la Belgique, les Pays-Bas.
- Une attention particulière est portée :
 1. à tous les médias audiovisuels et particulièrement la télévision;
 2. aux supports télématiques et interactifs (téléphone, minitel, CD-I, serveurs d'information) qui, déjà aujourd'hui, représentent pour les jeunes générations **les supports de communication par excellence.**

Note :

"Il faudra davantage fertiliser les techniques nouvelles en matière d'informatique et de télécommunications en combinant les deux. L'OPOCE est un diffuseur important d'informations qui dispose d'une logistique puissante de diffusion. Sa rentabilisation est fonction du recours à ses capacités dont les Institutions pourraient tirer parti dans le cadre d'un plan global".

Réflexion

- Seul le concept de "communication globale" permet d'avoir une approche concrète de la problématique "techniques de communication". Cette approche concilie "cibles", "techniques" et "média" avec pour objectif de favoriser une modification de comportement grâce à une adhésion au contenu du message transmis positivement.

cible	technique	supports et média
fonctionnaires	formation	séminaires de formation
relais multiplicateurs	R.P. formation et motivation	sessions de formation et R.P., newsletters, ...
leaders d'opinion	R.P. motivation	TV, radio, presse, colloques, publications, ...
citoyens	publicité / direct marketing sponsoring	TV, radio, presse affichage, mailing, sponsoring, supports télématiques

Réflexion sur le rôle des journalistes

- 650 journalistes sont accrédités auprès de la Commission (360 il y a 5 ans).
350 journalistes sont accrédités auprès du Parlement Européen.
Les défis que posent les relations entre les institutions et les journalistes sont importants. La recherche de solutions satisfaisantes doit être prioritaire.
- Le nombre des journalistes accrédités a fortement augmenté avec, pour conséquence :
 1. le renforcement du contingent des journalistes anglo-saxons (sceptiques) et des pays tiers (neutres);
 2. le glissement d'intérêt d'une information technique (gérée par des spécialistes) à une information politique.
- Le manque de crédibilité des journalistes accrédités à Bruxelles.
"Au Danemark et en France, par exemple, le corps de presse accrédité a été autant critiqué que la Commission elle-même. Les journalistes régionaux et nationaux se considèrent comme des hommes de terrain, critiquant leurs homologues bruxellois comme quasi-technocratiques et non-indépendants et sont contents, pour la plupart, de faire passer les aspects négatifs de la politique de la Communauté Européenne".

Adapter l'offre en fonction de la demande

- La Commission a en charge un rôle d'initiative et d'exécution. La décision échoit au Conseil des Ministres. Or, les journalistes pensent souvent que la Commission détient les "clefs de la décision" et exigent des prises de position des commissaires sur des sujets du ressort des Ministres. Il faudrait donc que le SPP de la Commission soit moins apparent ou présent et que le Conseil informe plus puisque c'est lui qui décide en fin de compte.
- Il est important de clarifier le rôle des porte-parole à la Commission en mettant fin à une certaine ambiguïté entre "porte-parole" de l'institution et "attaché de presse du Commissaire".
- Les notes de presse doivent mieux resituer l'actualité de tel ou tel dossier, objet d'un briefing, dans le cadre global de la raison d'agir au niveau communautaire (subsidiarité) et les bénéfices escomptés par les citoyens européens (transparence).
- Pour faire face à l'augmentation importante du travail lié à la demande d'information de plus en plus importante, un renforcement du cadre semble nécessaire tant au niveau de la Commission que du Parlement.
- L'infrastructure technique devrait être également renforcée tant au niveau audiovisuel qu'au niveau des supports électroniques interactifs (systèmes RAPID et EPISTEL OVIDE).
De même, l'ambiguïté entre SPP et DG X quant à la gestion relationnelle et technique de l'audiovisuel doit être réglée.

5. CONCLUSIONS

Partant des constatations et des réflexions émises dans le présent document, et dans la perspective de sa prise en compte par les experts des chantiers I, II et III, l'auteur limitera volontairement ses conclusions à la mise en exergue de cinq défis qui lui paraissent devoir être relevés pour relancer la dynamique de la communication européenne.

Le paramètre : Emetteur institutionnel

le défi de la coordination et de la coopération

- Bâtir des ponts entre les institutions communautaires, et à l'intérieur des institutions lancer des passerelles de collaboration pour renforcer la cohérence des messages, l'efficacité du travail et l'impact des actions.
- Créer un "effet de cascade" entre les niveaux communautaires, nationaux et régionaux. A chaque niveau doit correspondre un terrain de communication propre en interdépendance avec les terrains des autres niveaux.

Le paramètre : Relais de communication

le défi de l'irrigation interactive

- Développer un système d'irrigation de l'information qui permette au citoyen - dans son rôle d'entrepreneur de la connaissance - de déterminer les lieux du "savoir" et du "faire savoir".
Le citoyen pourrait ainsi obtenir l'information qui le concerne dans son vécu quotidien et irriguer, à son tour, les "interlocuteurs publics" de ses réflexions.

Le paramètre : Message de communication

le défi de l'imaginaire et du concret

- Concilier, au travers d'une approche globale, un message "multifacettes" où cohabitent les thèmes de démocratie, de liberté et de solidarité concrétisés, entre autres, dans la déclaration des droits de l'Homme et les thèmes de proximité, de vécu et d'intérêts personnels liés à l'évolution d'une société caractérisée par l'économie de marché.
- Promouvoir un message sécurisant, crédible, clair et simple, entretenant un climat général favorable à l'Europe.

Le paramètre : Cibles de communication

le défi des "citoyennetés européennes"

- S'adresser à des sous-ensembles (tels que les indifférents,...) tout en conservant la mobilisation de l'ensemble des citoyens à poursuivre leur adhésion à la construction européenne ou subsidiairement à freiner leur refus d'Europe.
- Dans cette optique, le cadre de communication (tant au niveau du message que des cibles) paraît être la notion en tenant compte aussi souvent que nécessaire d'entités institutionnelles (régions) ou sociologiques (bassins de comportement) plus réduites.

Le paramètre : Techniques de communication et média

le défi de l'interactivité

- Chaque technique de communication et les supports qui l'accompagnent sont à déterminer judicieusement entre l'objectif poursuivi, le type de message à diffuser et la cible-public à qui il s'adresse. Dans cette perspective, il n'y a pas de bonne ou de mauvaise technique. Seule l'approche "technique adaptée" est satisfaisante.
- Une meilleure attention doit se porter sur les supports de "mass media" dont la télévision. Néanmoins, il faut garder à l'esprit les limites du message audiovisuel tant au niveau de son "immédiateté, de sa "passivité" que de sa "difficulté de mémorisation de contenu".
- Enfin, il est nécessaire d'anticiper l'importance des supports télématiques interactifs déjà très perceptible chez les jeunes générations et qui modifie fondamentalement l'approche classique de l'audiovisuel.