

COMMUNAUTE ECONOMIQUE EUROPEENNE
COMMISSION

COM(63) 242

Bruxelles, le 26 juin 1963

MEMORANDUM SUR
LA POLITIQUE DES COMMUNAUTES EN MATIERE
D'INFORMATION A L'ATTENTION DES CONSEILS

MEMORANDUM
SUR
LA POLITIQUE DES COMMUNAUTES EN MATIERE D'INFORMATION
A L'ATTENTION DES CONSEILS

I. INTRODUCTION

Au cours de la session des Conseils des 22-23 octobre 1962, M. CARON, en sa qualité de Président du Conseil d'Administration du Service commun de Presse et d'Information, avait demandé que les problèmes de la politique d'information des Communautés fissent l'objet d'un échange de vues au niveau des Conseils, avant que ne fût abordé l'examen des budgets pour 1964.

Le Comité des Représentants Permanents a évoqué ce point lors de sa réunion des 6-7 mars 1963 (doc. 378/63), en demandant que soit discuté aussitôt que possible, sur base d'un document dégagé de préoccupations budgétaires, "le problème de l'organisation du Service commun de Presse et d'Information, et de la politique générale de la Communauté en matière d'information".

.../...

La Commission de la C.E.E., la Commission de l'EURATOM et la Haute Autorité de la C.E.C.A. ont une expérience déjà longue en matière d'information sur les problèmes européens. Mais les développements de la politique européenne au cours des dernières années, qui ont suscité et continuent à susciter un intérêt croissant dans tous les milieux et dans tous les pays, donnent une importance particulière à cet échange de vues.

Si l'Assemblée Parlementaire Européenne a pris l'initiative de plusieurs débats sur ces problèmes de l'information, notamment en novembre 1960 et en novembre 1962, sur rapport de la Commission Politique, les relations avec les Conseils sont restées, dans ce domaine, fragmentaires et épisodiques. (1)

Les discussions budgétaires qui se reproduisent à l'automne de chaque année, au niveau des experts financiers, du Comité des Représentants Permanents et enfin des Conseils, se ressentent de ce que le problème d'une politique d'information n'a jamais été discuté à fond et, de ce fait, n'a reçu que des solutions partielles. Les moyens accordés le sont toujours avec parcimonie, faute sans doute d'une vue d'ensemble sur les objectifs à atteindre.

Il est caractéristique, à ce sujet, que les ministres, secrétaires d'Etat ou autres fonctionnaires responsables de l'information dans l'organisation gouvernementale de chacun des six Etats membres ne se soient encore jamais réunis pour échanger leurs vues, entre eux et avec les institutions des Communautés. (2)

.../...

-
- (1) Voir en annexe la Résolution adoptée par le Parlement Européen le 23 novembre 1962.
- (2) Les Chefs des Services de Presse des six ministères des Affaires Etrangères se sont réunis à deux reprises, en juin 1960 et février 1961, conformément à une décision prise par les Ministres eux-mêmes le 9 mai 1960, afin d'examiner "les moyens à mettre en oeuvre pour intensifier l'information de l'opinion publique". Ces réunions n'ont pas eu de suite et n'ont pas été renouvelées.

II. NECESSITE D'UNE POLITIQUE COMMUNE DE L'INFORMATION SUR LES PROBLEMES EUROPEENS

Chacun des Etats membres affecte des moyens considérables à l'information de son opinion publique, et des moyens souvent plus importants encore à l'information de l'opinion publique des autres pays, à son expansion commerciale, touristique, culturelle, etc., en un mot à l'illustration de ce qu'il est, de ce qu'il fait, de son prestige et de sa politique.

La Communauté, représentée par ses institutions a, dans beaucoup de domaines, un devoir d'information analogue à remplir à l'intérieur et à l'extérieur : celui de présenter ce qu'est et ce que fait la Communauté.

1. La Communauté, en tant que telle, doit informer l'opinion publique interne sur l'Europe qui se construit. Non pas sur une Europe idéologique et abstraite, mais sur celle dont l'existence et les développements, dans le cadre des Traités, concernent directement ou indirectement, 172 millions d'Allemands, de Belges, de Français, d'Italiens, de Luxembourgeois et de Néerlandais, hommes et femmes, jeunes et vieux, industriels, agriculteurs, étudiants, salariés ou autres, qu'ils en soient conscients ou non.

Un sondage d'opinion, effectué l'an dernier conformément à une résolution de l'Assemblée Parlementaire Européenne, a montré qu'un effort soutenu d'information et de formation reste nécessaire dans les Etats membres.

Les conclusions des experts sont, dans les grandes lignes les suivantes :

- a) Il existe dans tous nos pays une large majorité favorable à l'unification de l'Europe : six à huit citoyens sur dix.
- b) Mais le grand public manifeste peu de passion et de curiosité pour la construction de l'Europe, ce qui ne

.../...

signifie peut-être pas manque d'intérêt, mais sentiment confus que "cela va de soi". A noter que le nombre de citoyens qui déclarent penser "très souvent" ou "assez souvent" à l'unification de l'Europe est du même ordre de grandeur que celui des personnes qui s'intéressent "beaucoup" ou "moyennement" à l'actualité politique dans leur pays. L'intérêt du public semble fonction de la "politisation" de l'image que se fait ce public de la construction de l'Europe.

- c) L'information sur les problèmes européens est assez largement répandue, mais reste limitée à un niveau superficiel. Les personnes "bien informées" sur ces problèmes ne représentent que 29 % des citoyens aux Pays-Bas, 25 % en Allemagne, 22 % en France, 14 % en Belgique et 4 % en Italie.
- d) L'information est très inégale suivant les milieux. En Italie, par exemple, la proportion des gens "bien informés" atteint 8 % chez les hommes contre 1 % chez les femmes : 10 à 12 % chez les cadres moyens et supérieurs contre 2 % chez les agriculteurs (patrons ou salariés); 28 % chez les personnes qui ont fait des études supérieures contre 2 % chez celles qui n'ont fréquenté que l'école primaire.
- Aux Pays-Bas, les écarts sont moins grands, mais restent appréciables : 35 % de "bien informés" chez les hommes contre 23 % chez les femmes; 42 % chez les industriels contre 22 % chez les ouvriers et 8 % chez les salariés agricoles; 54 % chez les Néerlandais qui ont fait des études supérieures contre 14 % chez ceux qui ont seulement fréquenté l'école primaire.

Une action cohérente et continue d'information doit tendre non seulement à renforcer, à l'aide d'exemples précis et concrets, les attitudes favorables du public, mais aussi à répondre à l'intérêt croissant des couches les mieux informées tout en stimulant l'intérêt de celles qui le sont moins ou qui ne le sont pas.

L'expérience des dernières années - contacts personnels ou courrier reçu - a clairement montré qu'il faut agir immédiatement, encore que par des moyens différents, sur deux grandes catégories du public, à l'intérieur des États membres.

- a) un public de "leaders" d'opinion, de journalistes, de dirigeants d'organisations, dont les centres d'intérêts ont déjà intégré d'une façon plus ou moins stable la dimension européenne, et qui demandent "à en savoir davantage".
- b) la masse du grand public, ou du moins les couches les plus évoluées, celles qui sont sous l'influence directe des "leaders" d'opinion et qui manifestent de façon occasionnelle et parfois naïve que tout à la fois la construction de l'Europe, l'avenir de leur pays et leur avenir personnel leur apparaissent dans une même perspective.

Certes, les gouvernements des États membres et les organisations qu'ils contrôlent, y compris les instances responsables de l'enseignement, jouent un rôle très important dans cette information et cette formation des opinions publiques nationales. L'expérience a néanmoins montré que, même à l'intérieur des États membres, les Institutions communautaires, en raison de leur spécialisation dans les problèmes européens, sont bien placées pour assurer la communication du "message européen" aux audiences les plus diverses. Nous n'en prendrons pour preuve que les collaborations qui se sont établies spontanément, mais qu'il faudrait développer, entre divers services nationaux de chacun des six pays et nos propres services (1). Il est à noter que certains de ces services attendent de nous, outre une contribution de conseiller technique, la fourniture de matériel élaboré (publications, émissions TV etc.); or, cette demande excède souvent nos possibilités financières. .../...

(1) Citons, comme exemples, les collaborations avec les services d'informations des Ministères de l'Agriculture des six pays, avec les services chargés des problèmes de jeunesse et d'éducation des adultes, avec les organismes de radio-télévision, avec le Bundespresseamt de la République fédérale, etc...

Une vaste coopération, aux formes multiples, est donc amorcée dans le domaine de l'information européenne. De spontanée qu'elle fut à l'origine, elle devrait être délibérément développée, tout en restant très souple, nos propres services renforçant à la fois leur action directe, notamment dans les milieux de "leaders" d'opinion, et leur action indirecte, en liaison avec les services gouvernementaux ou autres, notamment dans le grand public.

2. La Communauté, en tant que telle, doit informer aussi l'opinion publique extérieure

Les demandes d'adhésion ou d'association ont, comme l'on pouvait s'y attendre, augmenté l'intérêt de la plupart des pays du monde à l'égard de la Communauté. Mais l'interruption des négociations avec le Royaume-Uni ne l'a point diminué. D'autre part, l'ouverture prochaine des négociations avec les Etats-Unis d'Amérique, dans le cadre du G.A.T.T., de même que les appréhensions qui se sont manifestées dans certains pays d'Asie, d'Amérique latine ou autres, soit à propos de la politique agricole commune, soit à propos de la convention d'association avec l'Afrique, ont éveillé ou renforcé la curiosité d'abord, l'intérêt ensuite, et parfois l'inquiétude ou l'hostilité.

Dans ces pays, à l'exception du Royaume-Uni et des Etats-Unis, il n'existe pas de Bureau d'Information des Communautés Européennes. Les Ambassades et les divers services extérieurs des Etats membres sont généralement mal équipés pour répondre à la demande du public sur les problèmes européens, à plus forte raison pour les susciter et pour présenter un point de vue communautaire, au-delà des divergences et concurrences plus ou moins marquées, auxquelles le public est particulièrement sensible.

Dans les pays où il existe un Bureau d'Information européen, les Ambassades, leurs conseillers commerciaux, leurs services de presse, renvoient systématiquement les demandes d'information vers ce Bureau.

Dans les autres pays, l'action communautaire est pour ainsi dire inexistante. Occasionnellement, les Ambassades demandent à leurs services centraux, qui les demandent à leur tour à nos services, un matériel d'information qui arrive souvent trop tard, en raison des distances et des circuits administratifs, et presque toujours en quantité insuffisante, faute de moyens financiers suffisants, sans parler du nombre trop limité des langues d'édition de nos publications.

Dans tous les cas, les services diplomatiques et commerciaux des Etats membres reconnaissent la nécessité d'une activité communautaire d'information sur la Communauté, activité dont le développement devrait aller de pair avec celui de l'activité des Etats membres eux-mêmes, mais qui est d'une tout autre nature.

La Communauté n'a pas à intervenir dans les concurrences commerciales, entre entreprises, produits fabriqués, régions touristiques ou notoriétés nationales; elle n'a pas à défendre ni à promouvoir une langue, une culture, une conception de la vie. Mais elle doit répondre aux questions posées, aux interrogations non formulées, aux appréhensions, aux espoirs de tous les milieux et de tous les pays qui, à travers le monde, se sentent concernés par les effets réels, supposés ou attendus de l'existence des traités européens et du développement des politiques communes.

Les montants financiers qui seraient affectés à la création de Bureaux européens d'information à l'extérieur auraient une productivité particulièrement élevée.

La question a été posée de savoir si l'information vers l'extérieur devrait être donnée sur place ou à partir du territoire de la Communauté. En règle générale, une action d'information est beaucoup plus efficace lorsqu'elle est donnée sur place, dans un contexte familier, par des hommes du pays (ou bien connus des hommes du pays). L'échec relatif de certaines grandes actions d'information ou de propagande de portée mondiale, nous semble pouvoir être attribué, en grande partie, à la méconnaissance de cette règle.

.../...

Pour être effectivement reçu, perçu, compris et mémorisé, tout message adressé au public doit être présenté de façon simple et attrayante, avec un contenu et dans un style qui correspondent aux intérêts - c'est-à-dire à l'attente consciente ou non - de ceux auxquels il s'adresse.

C'est pourquoi, à notre avis, l'information donnée sur place est de beaucoup préférable à l'information expédiée à distance. Cette préférence de caractère technique pourrait également être appuyée d'arguments de caractère politique : un gouvernement, même ami, accueillera toujours avec plus de faveur une action d'information extérieure, donc étrangère, qui se présente à visage découvert.

Par ailleurs, il ne faut pas sous-estimer l'importance politique des attaques portées de tous les côtés et dans tous les pays du monde à la Communauté européenne, auxquelles il faut être en mesure de répondre à temps et avec efficacité. Cela pose aussi le problème de l'information technique, c'est-à-dire de l'information donnant des détails sur un problème particulier, dont l'importance peut être capitale pour un pays ou pour un groupe d'intérêts. Il faut ainsi envisager, comme c'est déjà le cas actuellement au Groupe du Porte-Parole de la CEE pour la Grande-Bretagne et les Etats-Unis, que des fonctionnaires soient particulièrement affectés à ces tâches spécifiques d'information.

Quant aux priorités à établir, car le monde est vaste et les budgets sont toujours limités, leur choix dépend évidemment de critères politiques sur lesquels l'échange de vues avec les Conseils devrait porter dès à présent et être périodiquement renouvelé.

1° Une place particulière devrait être donnée à l'information dans les pays associés.

- a) En ce qui concerne la Grèce, la demande d'information augmente rapidement, du fait même de l'association. Notre action s'est limitée jusqu'ici, faute de moyens, à l'édition de quelques brochures, à la réalisation de

quelques actualités et à l'invitation, conjointement avec le Gouvernement hellénique, de quelques journalistes grecs.

Nous n'avons pas prévu, jusqu'à présent, d'ouvrir un Bureau de Presse et d'Information à ATHÈNES, bien que la demande en ait été faite officiellement au sein du Conseil d'Association, ainsi que la Représentation Permanente allemande le rappelait récemment (cf. Comptendu de la 249ème session du Comité des Représentants permanents).

- b) Dans les dix-huit pays signataires du nouvel accord d'association, des actions ont été engagées, par la presse, des brochures, la radiodiffusion, des contacts personnels.

Ces actions, dont s'occupe, à Bruxelles, un seul fonctionnaire de catégorie A, dans le Service commun de Presse et d'Information, n'ont aucune mesure avec la demande des gouvernements et des divers milieux intéressés, non plus qu'avec l'effort de propagande des puissances de l'Est ou de la Ligue Arabe.

Il est indiscutable que la Communauté et les Etats membres, pour ne pas parler du monde occidental tout entier, ont le plus grand intérêt à ce que leurs relations avec les Etats associés d'Afrique et de Madagascar se développent dans un esprit favorable à la coopération.

Des contacts ont été pris avec les organismes de radiodiffusion et de télévision, ainsi qu'avec les chefs des services d'information des Etats membres qui, à un titre ou à un autre, s'occupent des relations avec l'Afrique et Madagascar, pour voir quels types de coopération pourraient s'organiser, notamment dans le domaine de la coopération technique avec les organismes de radiodiffusion et de la télévision d'Afrique et de Madagascar.

.../...

2° Parmi les autres pays, il convient de distinguer tout d'abord ceux avec qui la Communauté est déjà entrée ou pourrait prochainement entrer en négociations, quel que soit l'état présent de ces négociations.

a) Le Royaume-Uni pose évidemment un problème particulier.

Un Bureau de Presse et d'Information existe à LONDRES depuis plusieurs années. Il est établi auprès de la délégation de la Haute Autorité, mais dépend directement, comme les autres Bureaux, du Service commun et du Conseil d'Administration "Presse-Information".

L'activité de ce Bureau est à la fois publique et discrète. Publique parce qu'elle est connue de tous, aussi bien du Gouvernement britannique et du Central Office of Information que des Ambassades des Etats membres. Discrète parce qu'elle s'interdit toute publicité spectaculaire, à fortiori toute propagande, mais vise à répondre avec rapidité, précision et exactitude aux questions posées par la presse et le public britanniques, et par les nombreuses organisations du Commonwealth établies à Londres.

b) Aux Etats-Unis, le rôle du Bureau de WASHINGTON est assez semblable. Nous connaissons d'ailleurs les excellents rapports qui se sont établis entre ce Bureau et les Ambassades des Etats membres. Les rapports ne sont pas moins bons avec les autorités américaines, ainsi que le montraient récemment les déclarations du Deputy Attorney General, Mr. Katzenbach, devant le Comité des Affaires Etrangères du Sénat (1).

Nous sommes toutefois bien conscients de l'insuffisance des moyens mis en oeuvre, dans un pays aussi vaste, où l'intérêt pour la Communauté Européenne croît de jour en jour et, dans certains milieux, se teinte parfois d'inquiétude devant les développements du Marché Commun, considéré comme une communauté fermée. .../...

(1) "I suppose that informational activities conducted on behalf of the Common Market, for example, have done a great deal to inform the general public and the Congress about those activities. My guess would be that in those instances they have made the foreign policy of this country more understandable to a great many people. It has been helpful activity".

Hearings before the Committee on Foreign Relations United States Senate. February 4 et 6, 1963, p. 122

Il conviendrait en outre de créer à NEW YORK une "antenne" du Bureau de Presse et d'Information de WASHINGTON. C'est à NEW YORK, en effet, que l'on peut toucher le plus facilement une grande partie des correspondants de presse et des divers milieux qui exercent une influence sur l'opinion publique mondiale.

- c) Dans les pays européens, qui ont demandé leur adhésion ou leur association à la Communauté, notre action, qui dans de très nombreux cas est presque inexistante, devrait être intensifiée. Il serait nécessaire de donner une attention particulière aux possibilités d'information dans la ville de Genève, où se dérouleront les négociations du "Kennedy Round" et qui est l'un des centres les plus importants en Europe pour les correspondants de presse du monde entier.

3° Dans le reste du monde, quatre grandes régions doivent être considérées séparément.

- a) En Amérique Latine, l'intérêt manifesté à l'égard de la Communauté Européenne a déjà amené la Commission de la C.E.E. à saisir le Conseil de propositions précises. Parmi celles-ci figure le projet de création d'un Bureau de Liaison, auprès duquel un agent devrait être particulièrement chargé des problèmes de presse et d'information.

La Commission d'Euratom s'intéresse tout particulièrement à l'information dans cette région du monde, en raison des accords de coopération conclus avec l'Argentine et le Brésil.

- b) Dans les pays du Commonwealth, l'intérêt a été stimulé, d'une part, par les négociations entre le Royaume-Uni et les pays de la Communauté Européenne, et d'autre part par le renouvellement de l'association avec les Etats d'Afrique et de Madagascar. L'image de la Communauté est souvent déformée; elle reflète encore certaines propagandes anti-Marché Commun menées au cours d'années récentes.

.../...

L'information vers le Commonwealth peut être menée de LONDRES. Elle exigerait toutefois, en ce qui concerne l'Afrique, une action complémentaire sur place : visites de journalistes, émissions de radio etc...

- c) Dans les autres pays du monde non communiste (Afrique du Nord, Moyen-Orient, Japon, etc.) l'action d'information est limitée à l'envoi de matériel, et notamment du "Courrier" de la C.E.E., aux postes diplomatiques, ainsi qu'à la réception des visiteurs: journalistes, hommes d'affaires, etc. (Une brochure, aujourd'hui épuisée, a été éditée en langue arabe ; une série d'émissions sur le Marché Commun a été réalisée par la télévision japonaise avec l'aide technique de nos services).
- d) Enfin, et pour ne rien omettre, dans les pays de l'Est, il suffirait pour le moment de suivre aussi exactement que possible l'évolution de ce que l'on peut appeler "l'opinion publique" et de répondre aux quelques demandes d'information qui se manifestent, de temps à autre, surtout dans les milieux universitaires et principalement en Yougoslavie et en Pologne.

0

0

0

III. PROBLEMES D'ORGANISATION ET MOYENS D'UNE POLITIQUE COMMUNE
D'INFORMATION

Comme l'on sait, l'organisation des services chargés des problèmes de presse et d'information au sein des Commissions et de la Haute Autorité comprend, d'une part, des Porte-parole et, d'autre part, un Service commun de Presse et d'Information.

Cette organisation répond à une double nécessité :

- celle de disposer d'une équipe de fonctionnaires polyvalents, chargés de suivre dans le détail quotidien les travaux de leur institution et d'informer la presse sur ces travaux, sous le contrôle direct de l'institution ; par analogie, nous noterons que, dans tous les pays, chaque département ministériel dispose d'un "porte-parole", ou d'un "attaché de presse", ou d'une équipe plus ou moins nombreuse d'agents chargés de fonctions analogues ;

- celle de disposer d'un service commun, composé de fonctionnaires spécialisés par "media" (Publications, Radio-Télévision-Cinéma, Foires-Expositions) ou par milieu (Information Syndicale, Information Agricole, etc.), ainsi que de bureaux géographiquement décentralisés, chargés de concevoir, de réaliser et d'évaluer des opérations souvent complexes, à plus ou moins long terme, engageant des moyens d'information importants et souvent complémentaires, intéressant directement ou indirectement plusieurs Institutions et contribuant à former, dans l'opinion publique, une même image ; à noter que, dans beaucoup de pays (Etats-Unis, pour l'action vers l'extérieur, Royaume-Uni, R.F. d'Allemagne, Italie, Luxembourg, Pays-Bas), suivant des modalités diverses, un tel service central d'information a été reconnu nécessaire et exerce des activités assez semblables à celles du Service de Presse et d'Information des Communautés Européennes.

.../...

1. Tâches et organisations des Groupes du Porte-Parole

Jusqu'à la fin de l'année 1960, les Groupes du Porte-Parole des Commissions et de la Haute Autorité faisaient partie du Service commun de Presse et d'Information. A la suite d'un accord intervenu entre les Présidents de ces Institutions le 1er mars 1960, les Groupes du Porte-Parole furent respectivement rattachés, avec effet au 1er janvier 1961, aux Commissions et à la Haute Autorité.

A. Définition des tâches

- a) Le Porte-Parole représente l'Institution à laquelle il est rattaché devant l'opinion publique. Il est seul habilité à certifier les informations émanant de cette Institution, qu'il met à la disposition, d'une part, de la presse et, d'autre part, du Service commun de Presse et d'Information aux fins d'utilisation par celui-ci dans les domaines qui lui sont assignés. Pour ce faire, le Porte-Parole suit de près, d'une manière permanente, l'activité de l'Institution dans tous ses détails. Son action d'information est une action principalement à court terme, rapide, et à caractère politique en tant qu'elle engage l'Institution à laquelle le Porte-Parole en question est rattaché.

C'est pour ces raisons que les Groupes du Porte-Parole ont été institués dès 1958. Pour les mêmes raisons, ces groupes, qui jusqu'à la fin de l'année 1960 faisaient partie du Service commun de Presse et d'Information, ont été rattachés depuis, en vertu d'un accord intervenu le 1er mars 1960 entre les Présidents des Commissions et de la Haute Autorité, aux Institutions dont ils dépendent.

- b) Il s'agit d'une information de type général, donnant une vue d'ensemble des activités de l'Institution et de ses services, mais qui nécessite toutefois une collaboration quotidienne avec les directions générales auprès desquelles le Groupe du Porte-Parole est "l'intermédiaire" pour la presse (soit dans la diffusion de certains communiqués, soit pour faciliter les entretiens de journalistes).

.../...

B. Fonctionnement

Le fonctionnement pratique du Groupe du Porte-Parole doit répondre à certaines conditions découlant des caractéristiques des Communautés (six pays et quatre langues officielles), de l'activité propre des Institutions (qui s'articule en différents secteurs techniques) et des nécessités de l'information dans les pays tiers.

Dans le cadre de la définition indiquée ci-dessus, chacun des collaborateurs du Porte-Parole assure un certain nombre de tâches précises exigeant de chacun à la fois une connaissance globale des activités de l'Institution et une spécialisation couvrant tel secteur technique, sans oublier les impératifs des secteurs linguistiques et les tâches de liaison avec les Cabinets.

Quatre grands types d'activités

- a) Information générale, qui doit refléter vers l'extérieur la politique de l'Institution et les grandes lignes de ses activités. Cette information générale s'accomplit sous différentes formes :
- entretiens personnels avec les représentants de la presse accrédités à Bruxelles et à Luxembourg (environ 110 correspondants particuliers) et avec les journalistes de passage ;
 - conférences de presse régulières aux sièges des Institutions (chaque semaine à Bruxelles et à Luxembourg), mais également à Strasbourg (lors des sessions du Parlement Européen) et dans les autres capitales des six pays, selon les circonstances ;
 - exposés et conférences à l'occasion de visites d'information collectives (groupes de journalistes, de syndicalistes, d'hommes d'affaires, d'universitaires, etc...), aux sièges des Institutions et dans les Centres de Recherche d'EURATOM ;
 - rédaction et diffusion des communiqués et autres informations à la presse ;

.../...

- liaison permanente avec les différents Bureaux de Presse et d'Information des Communautés Européennes établis dans les capitales (directives, notes confidentielles, communiqués).

b) Information technique, qui reflète les activités des différents secteurs :

- sous forme verbale, au cours de contacts quotidiens avec les journalistes accrédités et par le canal des Bureaux de Presse et d'Information des capitales ;

- sous forme de notes d'information d'un caractère assez technique rédigées en liaison avec telle direction générale ou tel service technique.

c) Information interne, destinée à signaler aux Commissions ou à la Haute Autorité, les informations venant de l'extérieur (commentaires et réactions de la presse, événements nationaux et internationaux d'un intérêt majeur, etc...) grâce aux téléscripteurs d'agences et à un système de coupures de presse sélectionnées.

d) Activités diverses : projets de discours, de conférences, d'interviews, d'articles, etc...

C. Liaisons entre le Service Commun de Presse et d'Information et les Groupes du Porte-Parole

Les Porte-Parole sont associés à la préparation des programmes du Service Commun afin d'accorder ceux-ci avec la politique générale des Institutions. Ils participent, en outre, aux réunions du Conseil d'Administration et au Groupe de Préparation, ces réunions garantissant la coordination entre les activités des services du Porte-Parole et du Service Commun.

En fait, c'est quotidiennement que ces services travaillent en étroite coopération, puisque la matière traitée par les différentes divisions (radio-télévision, publications, stages et visites, etc...) du Service Commun concerne l'action et la politique des Institutions. En effet, les manuscrits des brochures, les

.../...

scripts des films, les programmes des visites d'information, ainsi que toutes les autres opérations ayant pour objet les activités spécifiques de chaque Institution, sont élaborés d'un commun accord par le Service Commun et les Porte-Parole respectifs.

Eu égard aux tâches d'information des Groupes du Porte-Parole tant vers les pays de la Communauté que vers les pays tiers, une augmentation de l'activité des Communautés en ce domaine imposerait un accroissement des effectifs de ces Groupes.

oOo

EFFECTIFS DES GROUPES DU PORTE-PAROLE EN 1963

	<u>Cat. A</u>	<u>Cat. B</u>	<u>Cat. C</u>	<u>TOTAL</u>
C.E.E.	11	5	17	33
C.E.E.A.	6	1	7	14
C.E.C.A.	7 (1)	1	4	12
TOTAL	<u>24</u>	<u>7</u>	<u>28</u>	<u>59</u>

=====

(1) dont un agent auxiliaire.

.../...

2. Tâches et organisation du Service Commun de Presse et d'Information

A. Définition des tâches

- a) Le Service Commun doit, en liaison avec les Porte-Parole des Commissions et de la Haute Autorité, éventuellement avec les services correspondants des autres Institutions des Communautés, suivre l'ensemble des activités européennes susceptibles d'intéresser l'opinion publique et contribuer à la formation d'une "conscience civique" européenne. Son action est essentiellement une action à long terme, directe ou "mediatisée", générale ou spécialisée, visant tous les publics (compte tenu des ordres d'urgence fixés) et tendant à créer et à entretenir dans l'opinion l'image d'une Communauté européenne qui s'édifie progressivement, conformément aux Traités européens (dispositions institutionnelles, économiques et sociales, et finalité sous-jacente telle que l'expriment, par exemple, les préambules de ces Traités).
- b) Cette action exige, ainsi qu'il a été dit plus haut une coopération de plus en plus étroite avec les détenteurs publics ou privés des grands moyens d'information et de formation, notamment avec les services d'information des gouvernements des Etats membres.
- c) Le Service Commun élabore les programmes d'activités en liaison avec les Porte-Parole, ainsi que les projets de budgets. Il les soumet au Conseil d'Administration et en assure l'exécution au moyen de l'appareil technique et administratif dont il est doté.

B. Fonctionnement

Le Service Commun est articulé en Bureaux Extérieurs et en "unités" spécialisées.

.../...

L'effectif total autorisé pour 1963 est de 42 agents de catégorie A et 55 agents de catégorie B et C (assistants, secrétaires, commis), soit 97 agents au total . Près de la moitié de ces effectifs se trouve dans les Bureaux extérieurs. (A WASHINGTON, les agents sont recrutés aux conditions locales, suivant la législation américaine).

L'autre moitié, répartie entre BRUXELLES et LUXEMBOURG suivant les proportions de 65 et 35 %, fixées par le Conseil d'Administration en fonction des nécessités de service et de la clé de répartition budgétaire, constitue la direction et les services centraux. Ces services sont articulés en trois "unités" techniques (Foire-Expositions, Publications, Radio-TV-Cinéma) et quatre "unités" techniques spécialisées par milieu (Information agricole, Information Outre-Mer, Information Syndicale, Information Universitaire-Jeunesse-Education populaire), à quoi s'ajoute une unité "Affaires générales".

Sur ces huit "unités", trois (Foire-Exposition, Information Agricole, Information Outre-Mer) ne sont pourvues que d'un seul agent de catégorie A.

On trouvera dans le tableau ci-après, la répartition des effectifs des catégories A, B et C autorisés pour 1963. Tous les postes sont actuellement pourvus, au moins par des agents auxiliaires s'il s'agit de postes créés en 1963.

.../...

EFFECTIFS PERMANENTS AUTORISES EN 1963

	<u>Cat. A</u>	<u>Cat. B</u>	<u>Cat. C ou D</u>	<u>Total</u>
Direction	3	3	7	13
Affaires Générales	3	1	3	7
Foires-Expositions	1	1	1	3
Publications	8	-	4	12
Radio-TV-Cinéma	2	-	1	3
Inf. Syndicale	4	1	4	9
Inf. Agricole	1	-	1	2
Inf. Outre-Mer	1	-	1	2
Aff. Universitaires et culturelles	2	-	1	3
BONN	4	1	5	10
LA HAYE	2	1	2	5
PARIS	4	2	5	11
ROME	4	1	5	10
LONDRES	3	1	3	7
WASHINGTON			(pour mémoire - autres agents)	
TOTAL	<u>42</u>	<u>12</u>	<u>43</u>	<u>97</u>

.../...

a) Bureaux extérieurs

Des bureaux de Presse et d'Information fonctionnent à BONN, LA HAYE, PARIS et ROME, ainsi qu'à LONDRES et WASHINGTON. Ces bureaux comptent 4 agents de catégorie A à BONN, PARIS et ROME, 2 à LA HAYE et 3 à LONDRES. Trois agents du Bureau de Washington peuvent, par analogie, être assimilés à la catégorie A.

Le rôle de ces bureaux est d'assurer un contact permanent avec l'opinion publique, les grands moyens d'information, les organisations publiques ou primées de toute nature du pays où ils sont onstallés. Ils sont en quelque sorte des "antennes" réceptrices et émettrices. Ils informent leur audience nationale sur les problèmes des Communautés, et les Institutions des Communautés sur les réactions des opinions publiques nationales (revue de presse quotidienne). Ils assurent notamment l'adaptation aux audiences nationales et la diffusion des publications d'information. Ils s'efforcent de répondre à tout moment à toute question concernant les communautés, qu'elles émanent d'un journaliste, d'un parlementaire, d'un chef d'entreprise, d'un professeur, d'un instituteur, d'un étudiant ou d'un simple citoyen. Ces tâches d'information directe et multiforme se développent considérablement depuis quelques mois; elles attestent la pénétration de l'intérêt pour les problèmes européens dans le grand public, mais elles surchargent dangereusement notre personnel.

b) "Unités" techniques

Les trois "unités" techniques spécialisées par "media" ne présentent pas de particularités majeures par rapport à celles de n'importe quel service d'information ou de publicité, si ce n'est - et la réserve est d'importance - l'extrême limitation de leur effectif.

Sans prétendre donner ici une description exhaustive de leurs activités, nous indiquerons ci-dessous, à titre d'exemple, quelques aspects de ces activités.

.../...

- Foires et Expositions (un agent A, un agent B et un agent C)

Cette "unité" a assuré la participation des Communautés, en 1962, à l'Exposition Internationale de SEATTLE (Etats-Unis), décidée le 29 janvier et ouverte le 21 avril. Elle a participé d'autre part, à six manifestations d'importance variable (Paris, Milan, Berlin, Bari, Arlon, Paramaribo au Surinam, cette dernière opération à la demande du gouvernement du Pays-Bas). Dans l'un des Etats membres, un camion-exposition a circulé dans sept foires régionales; ce type d'opérations devrait être étendu progressivement aux autres Etats membres. Des stands mobiles ont circulé dans presque tous les autres pays; en Belgique, à la demande du Ministère de l'Education Nationale.

- Publications (huit agents A et quatre agents C)

Cette "unité" assure l'édition mensuelle de six périodiques, dont le tirage varie entre trente et quarante mille exemplaires pour chacun. D'autre part, cinquante quatre brochures ou versions distinctes d'une même brochure ainsi qu'une vingtaine d'autres publications, ont été éditées, avec un tirage total de 3.125.000 exemplaires.

La plupart de ces brochures auraient pu sortir plus rapidement dans les diverses langues, si les moyens de traduction de dactylographie et de fabrication technique avaient été suffisants. Les tirages, pour une même publication, auraient pu être plus élevés, pour un coût marginal relativement faible, si les crédits disponibles l'avaient permis.

La mise en vente de certaines de ces publications est à l'étude, de façon à mieux sélectionner la demande et à faire "apprécier" le message. Mais il serait indispensable de mettre au point un système de réaffectation contrôlée des recettes provenant de la vente, système analogue à celui qui existe déjà dans certains organismes publics nationaux ou internationaux.

.../...

- Radio - Télévision - Cinéma (deux agents A et un agent C)

Outre plusieurs centaines de prises de vues et d'enregistrements sonores à l'occasion d'évènements importants, une aide technique a été apportée à des équipes de reportage venues d'Europe continentale, de Grande-Bretagne, du Canada, des Etats-Unis, du Japon etc... lesquelles ont réalisé quelque cinquante cinq émissions TV de quinze à quarante cinq minutes. Un projet d'émission mensuelle commune pour les six pays membres a déjà été mis au point : première émission prévue pour le 24 septembre 1963. Trois courts métrages et plusieurs films-fixes sonorisés ont été réalisés.

c) "Unités" spécialisées par milieu

Il en existe quatre, correspondant à des milieux relativement bien structurés et organisés.

- Information ouvrière et syndicale (quatre agents A, un agent B et quatre agents C)

Une cinquantaine de sessions, pour la plupart internationales ont été organisées en 1962, à Bruxelles et Luxembourg, ainsi que dans les Etats membres, plus de cent cinquante manifestations nationales, professionnelles ou régionales. Plus de quatre-vingt mille dirigeants et militants ont assisté à des cours ou des exposés sur les problèmes européens donnés dans les écoles de formation syndicale de la Confédération Internationale des Syndicats libres et par la Confédération Internationale des Syndicats chrétiens.

- Information agricole (un agent A et un agent C)

Outre la diffusion d'une brochure sur "le Marché Commun agricole", l'action a porté principalement, en 1962, sur l'établissement ou le renforcement des relations avec la presse agricole et les organisations de jeunes agriculteurs, groupées en un Comité d'Entente européen. L'organisation d'un réseau de jeunes conférenciers a été entreprise.

.../...

Il est clair que cette action devrait être rapidement étendue aux pays tiers où se sont manifestées des inquiétudes à l'égard de la politique agricole et de la politique commerciale de la Communauté. Un effort d'information dans les milieux agricoles des Etats-Unis d'Amérique serait particulièrement urgent.

- Information Outre-Mer (un agent A et un agent C)

L'action d'information dans ce domaine, outre de très nombreux contacts personnels, prend forme de pages spéciales dans la presse africaine, de diffusion de publications spécialement conçues pour le public africain, notamment sur les activités du Fonds européen de Développement, et de chroniques régulières à la radio (dix émissions mensuelles de trente minutes et plus de cinq cents émissions quotidiennes de trois à cinq minutes en 1962). Une collaboration très active, portant sur la radiodiffusion, s'est établie, avec l'office de Coopération radiophonique (OCORA) de PARIS, ainsi qu'avec la Radio-Television belge. L'extension et la multilatéralisation de cette collaboration sont à l'étude, tant en ce qui concerne la radio que la télévision.

Toutes ces activités pourraient et devraient être largement développées. Cela exigerait, d'une part, des crédits supplémentaires et, d'autre part, la possibilité pour le Chef de cette "unité", d'être secondé par un autre agent de catégorie A, de façon à pouvoir assurer sur place, dans les Etats associés des liaisons indispensables que souhaitent eux-mêmes les services compétents de ces Etats.

- Information dans les milieux universitaires, les organisations de jeunesse et d'éducation populaire (Deux agents A et un agent C)

L'action dans les milieux universitaires demeure assez limitée, malgré l'intérêt croissant manifesté à l'égard de la construction de l'Europe. Elle tend à faciliter, d'une part les travaux individuels (accueil de professeurs ou d'étudiants, Prix des Communautés pour thèses de doctorat, établissement d'un inventaire des thèses sur les Communautés) et, d'autre part, les travaux collectifs spécialisés (colloques

.../...

de haut niveau, renforcement des liaisons avec les Instituts d'Etudes européennes et les Autorités universitaires).

Le programme d'information pour la jeunesse et les milieux de l'éducation populaire, qui fait l'objet d'un crédit spécial de 15 millions de F.B. conformément à la demande du Parlement européen, se développe dans trois directions principales : production de matériel éducatif (cartes géographiques, diapositives publications diverses); renforcement de la coopération avec les services gouvernementaux, notamment dans le domaine de l'éducation civique; réalisation pour les grandes organisations éducatives et en coopération avec elles de sessions d'études et de conférences d'information touchant les différents milieux. C'est ainsi qu'ont été créés des "groupes de travail" ou des "secrétariats européens" dans de nombreuses organisations de toutes tendances. C'est dans cet esprit que les dirigeants des unions nationales d'étudiants des six pays ont été réunis pour la première fois en février 1963.

Ces activités devraient trouver leur prolongement dans une coopération plus systématique avec les instances compétentes des six Etats membres, au niveau de l'enseignement supérieur, de l'enseignement général et de l'éducation extra-scolaire. D'autre part, elles devraient être dotées de moyens supplémentaires pour répondre à la demande des organisations de jeunesse et d'éducation populaire extérieures aux Etats membres (Grèce, Royaume-Uni, Autriche etc...).

En ce qui concerne les effectifs, le renforcement de cette "Unité" serait indispensable pour établir un minimum de rationalisation du travail entre des activités aussi diverses. (Un seul de nos Etats membres compte quelque deux cent cinquante organisations d'éducation des adultes; il est actuellement impossible d'établir des contacts avec chacune d'elles, comme la plupart le souhaiteraient, et de les suivre avec continuité).

.../...

d) Affaires générales (trois agents A, un agent B et trois agents C)

Cette "unité" assume des tâches d'étude et de coordination. En outre, elle a la responsabilité des visites et stages des divers milieux aux sièges des Communautés. Ce travail de "public-relations" est difficile et complexe : il faut choisir parmi les nombreuses demandes reçues, celles qui méritent un effort particulier d'accueil et d'information; mais en même temps, il faut consacrer du temps à de nombreux groupes de passage qui souhaitent obtenir une information rapide sur les Communautés et à qui nous ne saurions fermer notre porte.

En 1962, 485 groupes ont été reçus aux sièges des Communautés (196 à BRUXELLES et 289 à LUXEMBOURG), comprenant au total plus de 15.000 personnes.

3. Coût et rendement

Le budget total du Service commun est pour 1963 de 144 millions de FB, soit moins de 0,85 FB par habitant des Etats membres. (En 1951/58, la seule Haute Autorité de la C.E.C.A. avait un budget d'information de 51 millions de FB; c'est dire que les dépenses n'ont pas même triplé, dans une situation politique toute nouvelle). (1)

Un peu plus de la moitié de ce budget total est affecté aux dépenses d'information proprement dites (article 102 du budget). Le Conseil d'Administration avait demandé pour 1963, compte tenu notamment de l'effort à faire dans les Etats associés et dans certains pays tiers, un montant de 80,6 millions de FB. Le montant obtenu a été limité à 75 millions : 44 millions pour les activités communes, à quoi s'ajoutent 15.7 millions pour les activités spécifiques de la C.E.E., 10 pour celles de la C.E.C.A. et 5.3 pour celles d'Euratom.

(1) Le budget d'information comprend les dépenses d'activité, les dépenses de personnel (à l'exception de celles qui concernent les effectifs des Groupes du Porte-Parole) et les dépenses de fonctionnement administratif (non compris le fonctionnement courant des services hébergés aux sièges des Communautés : immeuble, chauffage, matériel de bureau, etc...).

Comme l'on sait, les crédits communs sont affectés aux opérations communes; ils sont engagés par le Président du Conseil d'Administration ou par le Directeur du Service commun, suivant le montant. Les crédits spécifiques, affectés à des activités intéressant à titre exclusif ou principal l'une des Communautés, sont engagés par chaque Commission et par la Haute Autorité, conformément à leurs règles respectives de gestion administrative, après consultation préalable des autres Membres du Conseil d'Administration ou du Directeur du Service, suivant le montant.

Pour l'année 1963, la répartition des crédits d'activités entre les diverses catégories d'activité est donnée, à titre indicatif par un tableau joint en annexe.

La comparaison des tâches, des champs d'action et des moyens actuels montre clairement la nécessité d'accroître ces moyens et de veiller à leur utilisation judicieuse, dans le cadre d'une politique cohérente de l'information.

La question a été parfois posée des "rendements comparés" de diverses actions d'information. Le problème est des plus complexes. Nous l'avons mis à l'étude, mais, à notre connaissance, aucun service d'information public ou privé, national ou international, ne l'a jusqu'ici résolu.

Sans vouloir entrer ici dans des développements trop techniques, rappelons que les spécialistes de la "communication" (information, propagande, publicité) distinguent deux séries de moyens pour mesurer et contrôler l'efficacité et la productivité de leur action (1).

1.° Mesure et contrôle par les ventes, moyen très aléatoire quoique les non-spécialistes en pensent généralement, et de plus moyen qui ne peut nous être d'aucun secours pour résoudre notre propre problème, encore que nous ayons l'intention de "commercialiser" progressivement plusieurs de nos activités, notamment certaines de nos publications d'information. .../...

(1) Nous prenons le mot efficacité au sens technique (nombre de personnes effectivement atteintes par rapport au nombre de personnes visées) et le mot productivité au sens économique (efficacité optimale par unité monétaire dépensée).

2° Mesure et contrôle de l'audience et de l'effet. Il s'agit, par approches successives et au moyen d'enquêtes psycho-sociales très complexes - et très coûteuses, de tenter de définir et de mesurer :

- le nombre de personnes accessibles par un moyen de diffusion déterminé (tirage d'une publication, visiteurs d'une foire-exposition, etc.,);
- le nombre de personnes probablement touchées par un message déterminé diffusé par ce "support" (diffusion réelle d'une publication, visite effective d'un stand d'exposition, etc.,);
- le nombre de personnes ayant perçu le message (celles qui ont lu tel article ou telle annonce d'un journal, qui ont écouté ou regardé telle émission, etc.); on commence, en effet, à mieux évaluer la très grande capacité d'auto-sélection des sujets soumis à de très nombreuses et très puissantes communications de messages;
- le nombre de personnes ayant conservé un souvenir conscient - ou subconscient - du message;
- le nombre de personnes dont les attitudes et le comportement ont pu être modifiés.

À supposer que ces recherches aient été effectuées, il resterait encore à déterminer - si c'est théoriquement possible - dans quelle mesure les résultats obtenus proviennent du facteur étudié ou d'un autre, par exemple de la perception d'un message émis par un autre moyen ou plus généralement de l'environnement social et culturel dans lequel évolue le sujet.

Peut-être, après tout, le résultat d'une action de communication est-il, comme on l'a dit de la culture, ce qui reste quand on a tout oublié.

Puisqu'il faut agir, donc choisir, une approche empirique se situant à l'intérieur de cadres théoriques précis, nous semble de beaucoup préférable, sauf à procéder de cas en cas à des études plus approfondies, dans des secteurs limités.

.../...

Les choix qui doivent déterminer l'orientation d'une politique d'information nous paraissent se poser comme suit :

- 1° Choix des thèmes, problème essentiellement politique, sur lequel nous ne reviendrons pas.
- 2° Choix des personnes à atteindre, réparties géographiquement et socialement.
- 3° Choix des moyens à utiliser, compte tenu des impératifs politiques, bien entendu, et des limitations budgétaires.

A. Le choix des publics

Les analyses qui précèdent montrent que l'action d'information des Communautés doit porter à la fois sur un public de "leaders" d'opinion et sur la couche supérieure de ce qu'il est convenu d'appeler le grand public, à l'intérieur et à l'extérieur de la Communauté.

a) L'action sur les "leaders" d'opinion est le plus souvent directe, c'est-à-dire exercée par les Services des Communautés sans intermédiaire : contacts personnels, stages et conférences, publications des Communautés. L'action sur le grand public est le plus souvent indirecte, sauf en ce qui concerne les foires-expositions, et s'effectue par l'intermédiaire des grands moyens de diffusion collective, généralement sans grosses dépenses à notre charge, sauf dans le domaine du cinéma.

Il serait nécessaire d'augmenter les moyens affectés à l'action sur les "leaders" et par exemple, à l'intérieur de la Communauté, de toucher régulièrement par nos publications mensuelles, non plus quelque 150.000 lecteurs par mois, mais 300 à 500.000, ce qui ne représenterait encore que moins de 1 % de la population active.

.../...

En même temps, il serait nécessaire d'améliorer et de renforcer les coopérations qui se dessinent avec les grands moyens de diffusion collective (presse, radio, télévision), ce qui soulève moins une question de crédits qu'une question d'effectifs.

En ordre de grandeur, plus des trois quarts de notre budget d'activité sont affectés à l'action sur les "leaders" et moins d'un quart à l'action sur le grand public (1).

b) La part du budget total du Service commun (personnel, fonctionnement et activité) affectée à l'information à l'intérieur de la Communauté peut être estimée à 57 %, celle qui est affectée à l'information vers l'extérieur à 21 %, le reste correspondant à des dépenses de caractère général (personnel de direction et des services centraux, etc.,).

En ce qui concerne les seules dépenses d'activité, la répartition serait de 76 % pour l'information à l'intérieur des six pays et 24 % pour l'information vers l'extérieur.

(1) Estimations pour 1963, en millions de FB :

	<u>Leaders</u>	<u>Grand public</u>	<u>Total</u>
- Foires-Expositions	-	4,1	4,1
- Publications	20,0	3,6	23,6
- Radio-TV-Cinéma	-	7,1	7,1
- Stages et Visites	9,0	0,6	9,6
- Information Syndicale	5,7	-	5,7
- Information Agricole	2,7	-	2,7
- Information Outre-Mer	3,6	-	3,6
- Information Universitaire	1,3	-	1,3
- Jeunesse-Education populaire	15,0	-	15,0
- Divers	1,2	1,1	2,3
TOTAL	58,5	16,5	75,0
-----	-----	-----	-----
Pourcentage	78,0%	22,0%	100,0%

.../...

B. Le choix des moyens

a) Le premier aspect de ce problème est celui du choix entre moyens d'information différents : par exemple, pour un même public, entre publications, émissions de télévision ou foires-expositions. La comparaison est très difficile et même parfois dépourvue de sens, car on n'atteint presque jamais le même public par des moyens différents employés indépendamment les uns des autres. D'autre part, il est à peu près impossible de dire si dix mille unités de compte affectées à une exposition ont un meilleur ou un moindre rendement que le même montant affecté à un autre "media". On sait seulement que les moyens audio-visuels captent mieux l'attention du grand public, des milieux moins cultivés, ainsi que des milieux féminins, et font retenir des données simples, tandis que les moyens écrits, souvent plus appréciés par les personnes instruites, permettent de mieux expliquer des données complexes et fixent peut-être plus durablement les attitudes. En réalité, tous les experts sont d'accord pour recommander l'emploi combiné de ces différents moyens, qui se complètent et se renforcent l'un l'autre.

A titre de curiosité, on notera que la proportion des "moyens écrits" dans le budget d'activité du Service commun (environ un tiers) est inférieur à celui de la publicité par voie de presse dans la plupart de nos pays (plus de 50%).

b) Le second aspect est celui du choix entre deux opérations de même nature : entre deux publications, deux foires-expositions etc.,.

A égalité supposée de l'effet, la préférence doit être évidemment donnée à l'opération la moins coûteuse. C'est ainsi que le Service d'Information, en règle générale, s'interdit la "publicité" payante dans la presse, à la radio ou à la télévision, puisque la notoriété de la Communauté est telle que la plupart des grands moyens de diffusion recherchent son message et ne demandent qu'une information régulière et parfois une aide technique pour le communiquer.

.../...

Certains moyens sont plus coûteux à employer, c'est le cas par exemple, des foires-expositions. Nous l'avons étudié tout particulièrement.

Tous les services d'information gouvernementaux, toutes les grandes entreprises utilisent ce moyen de communication. Ils l'utilisent non seulement pour "faire vendre", mais aussi pour faire connaître une marque, une industrie, une région, un pays, une culture, etc., c'est-à-dire pour créer ou entretenir une notoriété.

Il est certain que la présence dans une exposition, indépendamment de l'effet de notoriété ou de prestige sur le public, effet qui n'est guère mesurable, suscite des effets dérivés qui ne sont pas négligeables : diffusion de publications vulgarisées, questions et réponses, participations à des manifestations collectives etc..

Ce que notre expérience nous a montré, c'est, d'une part, qu'une large partie du grand public visite avec attention nos expositions et exprime souvent son intérêt, ce qui prédispose et prépare sans doute ce public à la perception de messages ultérieurs, et, d'autre part, que les cadres et "leaders" d'opinion souhaitent vivement notre participation aux expositions qui se situent dans leur propre zone géographique d'influence.

Quoi qu'il en soit, si les dépenses totales de participation à ces manifestations apparaissent généralement comme importantes, les coûts par visiteur (seul paramètre de rendement que nous connaissons avec assez de précision) sont très différents suivant les catégories d'opérations, et parfois extrêmement peu élevés.

En ordre de grandeur, les participations que nous avons assurées, au cours des dernières années à des expositions internationales et/ou universelles (catégories I et II de la classification internationale des expositions) : BRUXELLES 1958,

.../...

TURIN 1961, SEATTLE 1962, nous ont coûté entre 16 et 18 FB. par visiteur de notre stand, y compris les publications distribuées et l'organisation des manifestations annexes.

La participation avec un stand à de grandes foires ou expositions, telles que MARSEILLE en 1961, BERLIN (Industrieraustellung), ou BARI (Fiera del Levante) en 1962, nous ont coûté entre 1 FB (MARSEILLE) et 5 FB (BERLIN)

Les participations à des opérations de caractère régional ou local avec un stand mobile sur remorque nous sont revenues à un peu plus de 2 FB par visiteur.

Nous ne nous hasarderons pas à comparer la valeur d'un visiteur américain de la côte Pacifique à celle d'un habitant de BERLIN, de BARI ou de CLERMONT-FERRAND. Mais nous devons souligner, que toutes choses égales d'ailleurs, le coût par visiteur est d'autant plus faible, donc la productivité d'autant plus élevée, que l'opération est d'importance moyenne et même modeste, (au-dessus d'un certain seuil, évidemment). La notoriété et l'efficacité sont obtenues à meilleur compte dans les foires traditionnelles, régionales ou locales, que dans les grandes expositions. Si l'on ajoute qu'il vaut sans doute mieux être "le premier dans son village que le second à Rome", on peut assurer que l'effet d'information, techniquement parlant, est probablement plus grand, dans les opérations moyennes ou petites que la simple comparaison des coûts par visiteur l'indique déjà.

Bien entendu, nous n'ignorons pas les considérations de politique générale et de prestige communautaire qui peuvent légitimement défendre le principe d'une participation à des grandes opérations.

Nous n'ignorons pas non plus que les Etats membres peuvent réaliser de très importantes économies en décidant de participer en commun (emplacement et décoration unique) ou collectivement

.../...

(emplacement et décoration de prestige communs avec stands ou bureaux nationaux) à une manifestation de grande envergure, surtout dans un lieu éloigné de l'Europe.

Mais, du point de vue technique, comme du point de vue de la rentabilité, il semble nécessaire de donner la préférence, autant que possible, aux opérations moyennes ou petites, de caractère régional ou local, sauf à ce que des moyens supplémentaires soient le cas échéant accordés, sous forme d'un budget spécial et d'effectifs d'appoint, pour mener à bien des opérations dans les expositions universelles ou internationales de catégorie I ou II.

x

x

x

Le problème des foires-expositions a été examiné à titre d'exemple. Des analyses analogues ont été faites ou sont en cours en ce qui concerne les publications, les visites et stages, les moyens audio-visuels. Le fait qu'elles aient été entreprises montre que le Service commun n'ignore pas la préoccupation du "rendement", mais aussi qu'il voit les limites de comparaison trop simplistes entre l'efficacité et la productivité d'actions qui doivent être conçues et réalisées suivant une stratégie globale fortement imprégnée d'empirisme.

x

x

x

Sur tous ces problèmes et notamment sur les orientations à donner, à partir de 1964, à la politique des Communautés en matière d'information, le Conseil d'Administration du Service commun de Presse et d'Information souhaite connaître les vues des Conseils, car il est bien clair que l'information n'est pas une fin en soi, c'est l'instrument d'une politique qui concerne toutes les institutions de la Communauté et les six Etats

.../...

membres, car elle n'a pour objet que la préparation et l'illustration, dans l'opinion publique, de tous les évènements et de toutes les réalisations qui attestent l'existence de la Communauté européenne et lui donnent sa signification.

RESOLUTION

sur la politique d'information
dans les Communautés Européennes
adoptée par le Parlement Européen le 23 novembre 1962

LE PARLEMENT EUROPEEN,

1) RAPPELANT que, dans sa résolution du 24 novembre 1960, il a réaffirmé l'importance capitale d'une politique efficace d'information de la Communauté Européenne en vue de favoriser la formation d'une opinion publique européenne consciente des grandes valeurs de l'unification de l'Europe.

2) RAPPELANT également qu'il avait, dans ladite résolution, chargé la Commission politique de suivre de près la mise en oeuvre des programmes d'activité du Service commun de Presse et d'Information,

3) CONSTATANT qu'en exécution de ce mandat la Commission politique a fait examiner sur place le fonctionnement du Service commun de Presse et d'Information à LUXEMBOURG et BRUXELLES et de ses bureaux extérieurs à BONN, LA HAYE, PARIS, ROME, ainsi que les services des Porte-Parole de chaque Exécutif,

4) PREND ACTE des progrès intervenus depuis 1960, tant en ce qui concerne l'organisation même du Service commun et le développement de ses activités que ses rapports avec les Porte-Parole.

.../...

5) PREND ACTE du fait que l'enquête d'opinion demandée par le Parlement européen sur les attitudes de la population à l'égard de l'unification de l'Europe a été entreprise et demande, d'une part, que ses premiers résultats soient rapidement communiqués au Parlement et, d'autre part, que cette enquête soit poursuivie.

6) SOULIGNE l'intérêt qu'il y aurait à faciliter l'accès du public, dans chacun des Etats membres, dans les Etats associés et dans les pays tiers, à toutes les publications d'intérêt public des institutions de la Communauté.

7) DEMANDE que les moyens en personnel et en crédits mis à la disposition des Exécutifs pour leurs activités d'information soient enfin ajustés aux besoins réels d'information à l'intérieur et à l'extérieur de la Communauté, en fonction du développement rapide de la Communauté.

8) ESTIME, en ce qui concerne l'information dans les milieux de l'enseignement, de la jeunesse et de l'éducation des adultes, que tenant compte de l'association de la Grèce et du renouvellement de l'association avec les Etats d'Afrique et de Madagascar, il est indispensable d'augmenter sensiblement le crédit spécial inscrit au budget du Service commun conformément à la résolution du 24 novembre 1959.

9) SOUHAITE engager en temps utile, et en tout cas avant l'établissement du projet de budget 1964, un débat avec les Conseils sur la base de propositions élaborées par les Exécutifs, sur les orientations et les moyens d'une politique communautaire de l'information, notamment dans les Etats d'Europe qui ne sont pas membres de la Communauté, dans le continent africain, dans les pays du Commonwealth, aux Etats-Unis d'Amérique et en Amérique latine.

BUDGET 1963 - REPARTITION INDICATIVE DES CREDITS D'ACTIVITE
DU SERVICE COMMUN DE PRESSE ET D'INFORMATION

(F.B.)

	Total	Crédits communs	Crédits spécifiques		
			C.E.E.	C.E.C.A.	C.E.E.A.
Foires-Expositions	4.103.000	3.803.000	-	-	300.000
Publications	23.574.190	13.266.000	5.708.190	2.600.000	2.000.000
Radio-TV-Cinéma	7.187.390	4.864.300	920.670	850.000	552.420
Stages-Visites-Conf.	9.587.800	884.400	3.222.370	4.100.000	1.381.030
Inf. Syndicale	5.738.500	884.400	2.117.550	2.000.000	736.550
Inf. Agricole	2.707.620	1.326.600	1.381.020	-	-
Inf. Outre-mer	3.610.160	1.768.800	1.841.360	-	-
Inf. Universitaire	1.326.600	1.326.600	-	-	-
Divers	2.164.740	884.400	460.340	450.000	370.000
Jeunesse-Educ.pop.	15.000.000	15.000.000	-	-	-
TOTAL	75.000.000	44.008.500	15.651.500	10.000.000	5.340.000
POURCENTAGES	100%	58,7%	20,9%	13,3%	7,1%