

COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES

SEC(72) 1554 final

Bruxelles, le 15 mai 1972

RENFORCEMENT DU CREDIT POUR LES DEPENSES
D'INFORMATION AUX ETATS-UNIS

(Communication de la Commission au Conseil)

RENFORCEMENT DU CREDIT POUR LES DEPENSES D'INFORMATION
AUX ETATS-UNIS

(Communication de la Commission au Conseil)

- I. L'importance et la complexité des rapports Etats-Unis - Communauté européenne, ainsi que leurs incidences sur le reste du monde, augmentent de jour en jour.

La période des dix prochaines années risque d'être marquée par certaines tensions psychologiques entre ces deux régions, à mesure que l'identité politique et économique de la Communauté prendra forme et que le système monétaire et les règles du commerce international progresseront dans la voie de leur réforme.

Le maintien de puissants moyens de communication et d'un dialogue équilibré entre l'Europe et les Etats-Unis est capital en cette période. Le rôle et les positions de la Communauté doivent être expliqués clairement aux Etats-Unis. Les efforts d'information de la Communauté dans ce pays deviennent donc un élément vital de la politique d'ensemble de la Communauté.

Ces considérations ont amené la Commission à décider un renforcement considérable du programme d'information de la Communauté aux Etats-Unis.

Actuellement, il existe à Washington et à New York une infrastructure solide. Elle consiste en une équipe, qualifiée mais réduite en nombre, de spécialistes de l'information. Il y a, par ailleurs, un programme d'information bien établi, qui a été amélioré d'année en année, mais qui reste modeste en volume.

La situation présente requiert un renforcement vigoureux - aussi bien sur le plan budgétaire que sur le plan du personnel - qui soit à la mesure des problèmes de l'information aux Etats-Unis. Ces problèmes découlent des dimensions continentales du pays, de sa population de 200 millions, de la diversité des milieux dans lesquels se forme l'opinion publique et enfin de la compétition intense que se livrent une multitude d'intérêts publics et privés pour accrocher l'opinion publique américaine et notamment les "formateurs d'opinion".

Ce rapport esquisse l'orientation générale et la stratégie d'un programme d'information permanent aux Etats-Unis. Il souligne l'expansion nécessaire des activités existantes, propose de nouveaux programmes et établit les besoins minima en budget et en personnel pour atteindre ces objectifs.

II. Un programme d'information aux Etats-Unis doit viser à promouvoir :

- 1) une meilleure compréhension des institutions, des politiques et des objectifs de la Communauté;
- 2) une compréhension globale de l'importance de la Communauté et de ses développements pour les Etats-Unis
- 3) la reconnaissance des intérêts communs entre les Etats-Unis et la Communauté;
- 4) une compréhension du rôle croissant de la Communauté dans le monde - de ses dimensions, de ses tâches et de ses responsabilités.

La politique de la Commission doit consister à mettre en relief, clairement et objectivement, les faits correspondant à ces objectifs, tout en soulignant les points d'intérêts convergents entre les Etats-Unis et la Communauté. Cette politique ne devrait pas s'attarder à épiloguer sur les faiblesses de la politique ou de l'action de la Communauté. Elle ne devrait pas non plus proclamer des intentions de réalisations qui seraient trop en avance sur les faits.

La stratégie des efforts d'information aux Etats-Unis consiste à atteindre des milieux spécifiques qui, tout en étant diversifiés en termes géographiques, structurels et politiques, jouent réellement un rôle de formateurs d'opinion ou de "decision-makers".

Ces groupes comprennent :

- les milieux de l'Administration et du Congrès;
- les milieux d'affaires, de l'industrie et de la banque;
- les syndicats et organisations agricoles;
- les organisations régionales ou civiques ayant un intérêt spécifique

- les organisations internationales et les organisations américaines spécialisées dans les affaires internationales.

Les groupes énoncés ci-dessus ne le sont pas par ordre de priorité. Les groupes prioritaires ~~changent en fonction des situations et des objectifs.~~

Dans l'ensemble de cette action, la presse écrite, la radio et la télévision jouent un double rôle : en tant que formateurs d'opinion et comme moyens d'information. Il s'agit-là à la fois d'objectifs d'information et de moyens de diffusion de l'information.

Certains groupes sont plus sensibles à un moyen d'information particulier, voire à une combinaison de moyens. D'autre part, une action sur un groupe déterminé (comme une organisation régionale par exemple) peut permettre d'atteindre "par ricochet" des milieux prioritaires tels que l'Administration ou le Congrès.

Avant tout, la souplesse et la continuité sont des facteurs essentiels dans l'application judicieuse d'un programme d'information.

En bref, par son action renforcée et réorientée aux Etats-Unis, la Commission doit s'efforcer de faire mieux connaître ses points de vue sur l'ensemble des problèmes qui influent sur les relations entre les Etats-Unis et la Communauté, avec une priorité aux affaires monétaires, commerciales et agricoles.

L'action d'information s'adresse essentiellement aux multiplicateurs d'information (presse écrite, radio et télévision), ainsi qu'aux milieux politiques, économiques et sociaux qui exercent une influence sur les décisions. Le programme tend aussi à assurer une pénétration de l'information dans les villes et régions importantes, en relais de l'action directe menée par les bureaux de presse et d'information de Washington et New York.

III. Les moyens utilisés se situent dans la ligne de ces objectifs. Leur mise en oeuvre se fait en étroite coopération avec les représentations des Etats membres aux Etats-Unis.

1) Les moyens écrits :

a) Newsletter

La Commission se propose d'éditer à Washington une "Newsletter". Cette Newsletter sera rédigée par le personnel du Bureau de Washington, lui-même alimenté à partir de Bruxelles en messages d'information susceptibles d'intéresser le public américain.

La Newsletter est destinée aux éditeurs de journaux et à un fichier sélectif de personnalités influentes tant du monde politique que des milieux économiques et sociaux. Cette publication paraîtra deux fois par mois.

b) Magazine mensuel

Le magazine mensuel est diffusé actuellement à 35.000 destinataires. Son contenu a été révisé considérablement dans un sens qui tient directement compte des exigences de la Communauté en matière de relations avec les Etats-Unis. La Commission examinera la question de savoir, si elle maintiendra ce magazine après avoir pu juger suffisamment les résultats obtenus par l'édition de la nouvelle Newsletter indiquée ci-dessus.

c) Dépliant ("La Communauté en chiffres")

Un dépliant à grand tirage, avec statistiques et graphiques, a été diffusé. Les "chiffres" relatifs à la Communauté sont comparés aux données équivalentes pour les Etats-Unis et l'Union soviétique.

d) Brochure du type "Questions et Réponses"

Une brochure du type "Questions and Answers" sera éditée par une maison d'édition de New York. Il y sera traité de l'ensemble du problème des relations de la Communauté avec les Etats-Unis et des questions qui, dans la politique communautaire, sont mises en cause dans certains milieux des Etats-Unis. Cette brochure à grand tirage sera diffusée aux Etats-Unis par l'éditeur, sous le contrôle du Bureau de Washington.

e) Dossier de documentation "Communauté - Etats-Unis"

Ce dossier a été réalisé entre temps par le Bureau de Washington. Il doit être constamment tenu à jour. Il sera indispensable comme documentation de base pour les conférenciers qui se rendent aux Etats-Unis. C'est dans ce dossier que les conférenciers - et les représentants des Etats Membres, attachés de presse, consuls généraux, etc ... - puiseront les arguments nécessaires pour désamorcer ou réfuter les critiques qui leur sont adressées par leurs interlocuteurs américains.

f) Communiqués de presse et notes de "background"

La presse américaine - quotidienne et périodique, nationale et régionale - recevra, en plus de la "Newsletter", les communiqués et notes de synthèse nécessaires.

g) Annonces dans la presse quotidienne et périodique:

Des "annonces" payantes sont faites dans quelques revues américaines au sujet des publications ci-dessus, de manière à permettre à quiconque de les obtenir sur simple demande à nos bureaux ou à l'éditeur. Ces "annonces" sont illustrées de statistiques ou de graphiques ou de brefs textes factuels destinés à accrocher le regard et susciter l'intérêt du lecteur.

2) Radio - Télévision - Films

La Commission consacre une part de ses moyens d'information à fournir une documentation sonore adéquate aux stations utilisatrices. De même - et surtout à destination de la télévision éducative - des télé-informations, des "highlights" et éventuellement deux films de court métrage seront réalisés en un nombre de copies suffisant, avec le souci de traiter des sujets prioritaires dans un style qui en garantisse la plus grande efficacité. Les stations de radio reçoivent, d'autre part, des bandes sonores enregistrées à Bruxelles.

Par ailleurs, quand l'évènement est favorable - notamment à l'occasion de visites de personnalités communautaires -, les grandes chaînes commerciales de la radio et de la télévision reprennent les nouvelles et les commentent : la Commission fera effort pour "créer l'évènement" dans une mesure accrue, spécialement dans certains centres jugés importants.

3) Conférences, visites et séminaires :

a) Conférences aux Etats-Unis

Membres de la Commission

Les Membres de la Commission essayent, chaque fois que l'occasion s'en présente, de prolonger d'un jour ou deux leur séjour aux Etats-Unis pour s'adresser à des auditoires américains importants et simultanément au grand public par la radio, la télévision et les journaux.

Personnalités européennes

La Commission invite des personnalités européennes à faire des conférences aux Etats-Unis. Elle couvrira, cas par cas, la totalité des frais occasionnés par ces tournées de conférences ou contribuera aux dépenses du conférencier dans la mesure où la personnalité européenne se trouve déjà aux Etats-Unis pour une raison ou une autre.

Fonctionnaires de la Commission ou d'autres institutions de la Communauté

La Commission envoie aux Etats-Unis des fonctionnaires compétents qui pourront également accepter de diriger des séminaires et tables rondes, de répondre à des demandes d'interviews par la presse écrite, la radio et la télévision. Ces conférenciers sont choisis et sollicités en fonction de leur connaissance de la langue certes, mais aussi de leur aptitude à traiter les problèmes de la Communauté avec une approche politique, de manière qu'ils puissent répondre à l'attente du public américain, traiter clairement des problèmes et accepter un débat sans complexes ni limitations.

Le Bureau de Washington dispose d'"expositions mobiles" qui peuvent servir de "support" pour les conférences, les interviews télévisées et les congrès.

Les villes suivantes sont particulièrement visées pour ces conférences: Los Angeles et San Francisco (Californie); Chicago, Saint-Louis et

Kansas City (Middle West); Houston, Austin et Dallas (Texas); Philadelphie et Pittsburgh (Est); Atlanta, Omaha et Phoenix (Sud); Minneapolis et autres villes sensibles aux problèmes agricoles.

Pour la préparation des conférences, la Commission veille à y associer les représentants consulaires des Etats membres et des organismes américains intéressés aux affaires internationales. La Direction générale de la Presse et de l'Information prépare un schéma d'exposé pouvant faciliter la tâche des conférenciers.

4) Visites d'Américains en Europe et aux Bureaux à Washington et New York

Une politique active de visites (invitations individuelles et collectives) sera menée, tant au Centre qu'aux Etats-Unis même, par les bureaux de presse et d'information. Les personnalités invitées seront essentiellement des journalistes, des hommes politiques, des dirigeants économiques et sociaux et des fonctionnaires américains. La Commission veille à ce que ces visiteurs aient l'occasion de contacts utiles au niveau adéquat.

5) Séminaires universitaires

L'information aux Etats-Unis se limite dans le domaine des milieux de l'éducation au niveau universitaire. L'activité principale se concentre sur le "Council for European Studies" qui regroupe les universités américaines où des centres d'études sur les problèmes de la Communauté européenne ont été créés.

6) Correspondants

Dans la perspective d'une meilleure pénétration régionale, la Commission essaiera d'établir un réseau de correspondants aux Etats-Unis, comme relais des bureaux de presse et d'information. Priorité sera donnée à Chicago et Los Angeles. Ces correspondants aideront les bureaux pour la préparation de conférences, visites et "briefing"; ils coopéreront à la diffusion du matériel d'information et de documentation. Dès leur désignation, en liaison avec les représentants sur place des Etats membres, ces correspondants seront invités à nos bureaux de presse et d'information aux Etats-Unis, ainsi qu'à Bruxelles.

IV. Renforcement en personnel

Les activités d'information résultant du programme renforcé décrit ci-dessus ne peuvent pas être réalisées avec le personnel actuel. Un léger renforcement est nécessaire et pour le Bureau de Presse et d'Information à Washington et pour les services centraux à Bruxelles.

C'est pourquoi la Commission a dû recruter le personnel supplémentaire suivant :

1) Washington

- un agent local, de niveau A, pour les contacts journaliers avec la presse, la rédaction de la Newsletter bi-mensuelle, la rédaction des communiqués et notes d'information, etc ...
- une secrétaire bilingue pour les travaux de secrétariat de l'agent local visé ci-dessus.

2) Bruxelles

- un agent auxiliaire, de niveau A, ayant une expérience dans le domaine du journalisme américain, pour alimenter le Bureau de Washington d'informations et de documents sélectionnés sur les activités communautaires susceptibles d'intéresser le public américain.
- une secrétaire bilingue pour les travaux de secrétariat de l'agent auxiliaire visé ci-dessus.

Pour l'exercice 1972 la Commission s'efforcera de couvrir les dépenses résultant de l'engagement de ce personnel supplémentaire au moyen des crédits inscrits au chapitre 11 (Personnel)

FINANCEMENT

Les crédits nécessaires pour la réalisation du programme renforcé s'élèvent pour l'année 1972 à 16.025.000 FB (320.500 U.C.). Or, les crédits que la Commission avait réservés pour l'information aux Etats-Unis pendant l'année 1971 et les années précédentes étaient de 6 à 7 millions FB (120.000 à 140.000 U.C.) environ. Etant donné

que les raisons principales pour un renforcement des activités de l'information aux Etats-Unis résultent, en premier lieu, des suites des décisions américaines intervenues après la mise au point de l'avant-projet du budget pour 1972, qui placent en conséquence la Commission devant un fait nouveau, celle-ci se voit obligée de demander au Conseil une augmentation des crédits y afférents par un virement à partir du chapitre 99 du Budget : "Dépenses non spécialement prévues".

En conséquence, il est demandé au Conseil d'autoriser le virement de crédit suivant:

- Augmentation des crédits du chapitre 27 "Dépenses de Publications et d'Information", poste 2720 "Dépenses d'information, de vulgarisation et de participation aux manifestations publiques" de 9.000.000 FB (180.000 UC) par un virement à partir du chapitre 99 "Dépenses non spécialement prévues".
-