

DEC 07/2014

ASSEMBLÉE NATIONALE

QUATORZIÈME LÉGISLATURE

SÉNAT

SESSION ORDINAIRE DE 2013-2014

Reçu à la Présidence de l'Assemblée nationale
le 11 avril 2014

Enregistré à la Présidence du Sénat
le 11 avril 2014

TEXTE SOUMIS EN APPLICATION DE L'ARTICLE 88-4 DE LA CONSTITUTION

PAR LE GOUVERNEMENT,

À L'ASSEMBLÉE NATIONALE ET AU SÉNAT

Virement de crédits n° DEC 7/2014 à l'intérieur de la section III - Commission
- du budget général pour 2014

E 9293



**CONSEIL DE
L'UNION EUROPÉENNE**

**Bruxelles, le 31 mars 2014
(OR. en)**

8330/14

FIN 263

NOTE DE TRANSMISSION

Origine:	M. Janusz LEWANDOWSKI, membre de la Commission européenne
Date de réception:	31 mars 2014
Destinataire:	M. Christos STAIKOURAS, président du Conseil de l'Union européenne
Objet:	Virement de crédits n° DEC 7/2014 à l'intérieur de la section III - Commission - du budget général pour 2014

Les délégations trouveront ci-joint le document de la Commission n° DEC 7/2014 .

p.j.: n° DEC 7/2014



BRUXELLES, LE 27/03/2014

BUDGET GÉNÉRAL - EXERCICE 2014
SECTION III - COMMISSION TITRES 01, 40

VIREMENT DE CRÉDITS N° DEC 07/2014

EN EUROS

ORIGINE DES CRÉDITS

DU CHAPITRE - 40 02 RÉSERVES POUR LES INTERVENTIONS FINANCIÈRES

ARTICLE 40 02 41 - 40 02 41 Crédits dissociés

CE	- 2 000 000
CP	- 2 000 000

DESTINATION DES CRÉDITS

AU CHAPITRE - 0102 Union économique et monétaire

ARTICLE - 01 02 01 Coordination et surveillance de l'Union économique et monétaire,
y compris l'euro, et communication portant sur celle-ci

CE	2 000 000
CP	2 000 000

Contexte

Dans le cadre de la procédure d'adoption du budget 2014 de l'Union européenne, l'autorité budgétaire, à l'initiative du Parlement européen, a décidé de réduire tant les crédits d'engagement que les crédits de paiement sur la ligne 01 02 01 «Coordination et surveillance de l'Union économique et monétaire, y compris l'euro, et communication portant sur celle-ci».

Le montant initialement proposé par la Commission dans le projet de budget était de 13 millions d'EUR, tant en engagements qu'en paiements, dont une part de 4 millions d'EUR était destinée à financer des actions de communication. En fin de compte, le budget définitif pour 2014 a subi une réduction ayant laissé 9 millions d'EUR disponibles sur la ligne, tandis que 2 millions d'EUR ont été mis en réserve. Le Parlement européen a indiqué que c'est la partie «communication» de cette ligne budgétaire qui était visée et a réclamé une amélioration du cadre conceptuel dans lequel s'inscrivent les efforts de communication de la Commission liés à l'Union économique et monétaire (UEM). Dans le budget 2014, aucun crédit n'est donc actuellement disponible pour cette activité de communication.

Justification pour la levée de la réserve

La Commission a entamé une révision complète de sa stratégie de communication relative à l'UEM sous l'angle de différentes dimensions politiques. Dans le cadre de cette nouvelle stratégie, la communication devrait non seulement accompagner l'élaboration des politiques, mais aussi constituer un instrument de politique économique à part entière. En outre, la future stratégie ciblera de plus en plus le citoyen ordinaire et se concentrera sur un éventail plus large de parties prenantes, notamment les partenaires sociaux. Par ailleurs, des efforts accrus seront fournis pour éviter qu'une multitude d'acteurs se lancent dans une communication diffuse et désordonnée. Enfin, le sens de l'appartenance à une union économique et monétaire, telle qu'elle est vécue par les citoyens et les entreprises, constituera l'un des principaux axes de cette politique de communication.

Un certain nombre d'initiatives essentielles ont été définies pour chaque domaine spécifique en complément de cette réorientation stratégique (voir détails en annexe). Le Vice-président Rehn a informé la présidente de la commission ECON de la teneur des différentes mesures envisagées (lettre du 11 mars adressée à M^{me} Bowles), de sorte que la Commission estime avoir répondu de manière adéquate et exhaustive aux préoccupations exprimées par l'autorité budgétaire en ce qui concerne la nécessaire réorientation de sa stratégie de communication sur l'UEM.

Dans le même temps, la mise en œuvre des actions essentielles décrites dans l'annexe et la révision du cadre stratégique général exigent un niveau minimal de ressources budgétaires pour la communication sur l'UEM. En conséquence, la Commission propose à l'autorité budgétaire de rétablir sur la ligne de l'UEM les 2 millions d'EUR actuellement en réserve.

I. RENFORCEMENT

a) Intitulé de la ligne

01 02 01 - Coordination et surveillance de l'Union économique et monétaire, y compris l'euro, et communication portant sur celle-ci

b) Données chiffrées à la date du 17/03/2014

	CE	CP
1A. Crédits de l'exercice (budget initial + BR)	9 000 000	9 000 000
1B. Crédits de l'exercice (AELE)	0	0
2. Virements	0	0
3. Crédits définitifs de l'exercice (1A+1B+2)	9 000 000	9 000 000
4. Exécution des crédits définitifs de l'exercice	845 539	532 189
5. Crédits inutilisés/disponibles (3-4)	8 154 461	8 467 811
6. Besoins jusqu'à la fin de l'exercice	10 154 461	10 467 811
7. Renforcement proposé	2 000 000	2 000 000
8. Pourcentage du renforcement par rapport aux crédits de l'exercice (7/1A)	22,22 %	22,22 %
9. Pourcentage des renforcements cumulés en application de l'article 26 § 1 b et c du règlement financier, calculé selon l'article 14 des règles d'application par rapport aux crédits définitifs de l'exercice	n/a	n/a

c) Recettes provenant de recouvrement reportées (C5)

	CE	CP
1. Crédits disponibles en début d'année	65 941	28 667
2. Crédits disponibles à la date du 17/03/2014	0	0
3. Taux d'exécution [(1-2)/1]	100,00 %	100,00 %

d) Justification détaillée du renforcement

Voir l'introduction et l'annexe.

II. PRÉLÈVEMENT

a) Intitulé de la ligne

40 02 - RÉSERVES POUR LES INTERVENTIONS FINANCIÈRES - Article 40 02 41 - Crédits dissociés

b) Données chiffrées à la date du 17/03/2014

	CE	CP
1A. Crédits de l'exercice (budget initial + BR)	117 342 000	114 342 000
1B. Crédits de l'exercice (AELE)	0	0
2. Virements	0	0
<hr/>		
3. Crédits définitifs de l'exercice (1A+1B+2)	117 342 000	114 342 000
4. Exécution des crédits définitifs de l'exercice	0	0
<hr/>		
5. Crédits inutilisés/disponibles (3-4)	117 342 000	114 342 000
6. Besoins jusqu'à la fin de l'exercice (*)	n/a	n/a
7. Prélèvement proposé	2 000 000	2 000 000
8. Pourcentage du prélèvement par rapport aux crédits de l'exercice (7/1A)	1,70 %	1,75 %
9. Pourcentage des prélèvements cumulés en application de l'article 26 § 1 b et c du règlement financier, calculé selon l'article 14 des règles d'application par rapport aux crédits définitifs de l'exercice	n/a	n/a
(*) Sans objet pour une ligne de crédits provisionnels ou de réserve		

c) Recettes provenant de recouvrement reportées (C5)

	CE	CP
1. Crédits disponibles en début d'année	0	0
2. Crédits disponibles à la date du 17/03/2014	0	0
3. Taux d'exécution [(1-2)/1]	n/a	n/a

d) Justification détaillée du prélèvement

Voir l'introduction et l'annexe.

Details of the Proposed Communication Activities

1. EMU: Lithuania euro changeover accompanying activities

For Lithuania's planned changeover to the euro, accompanying general public communication and information activities are essential to secure the success of public support for the single currency. Failure to support these activities through a grant agreement backed up by the appropriate budgetary means would have negative effects on the euro area as a whole and future changeover candidates, implying reputational risks for all European institutions. In combination with the grant agreement, accompanying activities are designed to support the Lithuanian authorities throughout the changeover preparation period. Building on the successes of recent changeover experiences, notably the tailor-made travelling euro exhibition, these activities will help to inform citizens on all aspects of the new currency, its benefits and the underlying improved EMU governance framework.

Essential communication actions – planned amount EUR 200 000
Lithuanian version of travelling euro exhibition to inform and engage citizens
EU general publications for Lithuania (printing, dissemination, storage)
National/Regional journalist seminar, July 2014

2. Gauging support for EMU, the euro and economic reforms

To tailor and adapt EU messaging to reach out to all segments of society, raise awareness, understanding and endorsement, it is essential to avoid any disruption in regular and longstanding Eurobarometer surveys in all EU countries and in the euro area countries. In addition, the Commission has planned to launch a specific survey in early September 2014 targeting Lithuania. This survey will allow possible communication campaign shortcomings to be corrected, highlight specific needs and support the Lithuanian authorities to fine-tune their efforts. In addition, towards the end of 2014, three consecutive surveys in Lithuania are scheduled to accompany the changeover period and serve as an objective benchmark for evaluating the overall success of the information campaign, which will provide useful guidance for future EU Member States preparing for the euro changeover.

Essential communication actions – planned amount EUR 300 000
Euro area Eurobarometer survey to gauge public support and provide policy feedback, Lithuania surveys to steer and evaluate its possible changeover

3. EMU: Online and offline information for general public and multipliers

To expand online information for EU citizens in all EU languages on the accomplished and upcoming EU economic reforms aimed at sustainable economic growth and jobs, activities already planned need to be appropriately financed. Commission DG ECFIN's website is the main platform supporting these efforts, in cooperation with related services and with synergies by means of the inter-institutional website on Europa. In addition, offline material in all EU languages remains necessary to reach specific EU citizens target groups who are not e-literate. Efforts to engage directly with EU citizens are complemented by the yearly Brussels-based Open Day event aimed at raising citizens' awareness of the added value of EU policies in direct contacts and discussions. This event is scheduled to take place on 17 May, one week before the European elections, on the theme of "European citizens and democracy".

Essential communication actions – planned amount EUR 600 000
Web technical maintenance and development
Online interactive and info graphic enhancements
Bi-monthly electronic newsletter
General publication online and offline
Open Day event

4. Audio-visual support for stakeholders and general information for citizens

In response to the continuing needs for clear and concise information for EU citizens on the concerted EU measures to definitively overcome all aspects of the economic and financial crisis, including high unemployment, the Commission plans to continue co-financing "Real Economy". This news magazine on Euronews is designed to bring the complexities of economic matters in the EU and in Member States closer to citizens. Each 12-minute episode deals with topical economic issues such as unemployment, competitiveness, structural reforms, or monetary policy in an easy-to-understand and balanced way.

Essential communication actions – planned amount EUR 200 000

Co-financing "Euronews"

5. Proactive training and information outreach to media

The Commission plans to expand its annual sequence of focused training and information seminars for selected national journalists to cover a much broader range of key stakeholders. The envisaged approach is to also address social partners and other key stakeholders who are involved or affected by the new economic governance framework, such as the reformed Stability and Growth Pact (SGP) and the Macroeconomic Imbalance Procedure (MIP). Seminars for journalists aim to ensure that this target group get a better understanding and more balanced view of EU policies in general and of the importance and added value of EU economic integration for citizens and business. The seminars also contribute to reducing the risk of factually wrong media reporting and support endorsement of EU economic cooperation by media representatives beyond the Brussels sphere. Building on the positive feedback from these events, extending this format to social partners and other affected or involved key stakeholders will allow broadening and strengthening endorsement for EU policy at a national level. The intended outcome is that this target group will also act as multipliers vis-à-vis their own audiences, who the Commission may find difficult to reach otherwise.

In addition, the Commission plans to organise similar training for officials in national administrations and national Parliaments involved in the day-to-day implementation of the economic governance arrangements, notably the 6-pack, 2-pack, and fiscal compact.

Last but not least, the Commission plans to expand outreach at national level to better explain the European semester and country specific recommendations (CSRs) addressed to Member States. This will be done largely in collaboration with the European Semester Officers based in all Member States.

Essential communication actions – planned amount EUR 400 000

Annual sequence of seminars for journalists

Outreach seminars to affected stakeholders incl. social partners
--

6. Key stakeholder relations

The Commission's flagship conference in this field, the Brussels Economic Forum, allows for a public, high level debate with key stakeholders, including the private sector, social partners and academia, as well as interaction with the broader public. The Forum's impact on the debate in the economic policy field is reflected by the presence of numerous media representatives and the substantial media coverage.

Essential communication actions – planned amount EUR 150 000

Annual main economic event: Brussels Economic Forum

7. Evaluation of communication activities

This initiative had originally been scheduled for 2015 but has been advanced to 2014 in order to support the revamp of the communication strategy. The results are expected before the end of the year.

Essential communication actions – planned amount EUR 150 000

Evaluation of communication strategy
