

Procédure file

Informations de base	
INI - Procédure d'initiative	2005/2078(INI)
Procédure terminée	
Mise en ?uvre de la stratégie d'information et de communication concernant l'euro et l'Union économique et monétaire	
Sujet	
5.10 Union économique	
5.20 Union monétaire	
5.20.02 Monnaie unique, euro, zone euro	

Acteurs principaux			
Parlement européen	Commission au fond	Rapporteur(e)	Date de nomination
	ECON Affaires économiques et monétaires		21/09/2004
		ALDE MAATEN Jules	
	Commission pour avis	Rapporteur(e) pour avis	Date de nomination
	CULT Culture et éducation	La commission a décidé de ne pas donner d'avis.	

Evénements clés			
10/08/2004	Publication du document de base non-législatif	COM(2004)0552	Résumé
09/06/2005	Annonce en plénière de la saisine de la commission		
15/06/2005	Vote en commission		Résumé
20/06/2005	Dépôt du rapport de la commission		
24/06/2005	Dépôt du rapport de la commission	A6-0197/2005	
05/07/2005	Résultat du vote au parlement		
05/07/2005	Décision du Parlement	T6-0270/2005	Résumé
05/07/2005	Fin de la procédure au Parlement		

Informations techniques	
Référence de procédure	2005/2078(INI)
Type de procédure	INI - Procédure d'initiative
Sous-type de procédure	Rapport d'initiative

Base juridique	Règlement du Parlement EP 54
Etape de la procédure	Procédure terminée
Dossier de la commission parlementaire	ECON/6/23526

Portail de documentation

Document de base non législatif	COM(2004)0552	11/08/2004	EC	Résumé
Amendements déposés en commission	PE357.777	04/05/2005	EP	
Rapport déposé de la commission, lecture unique	A6-0197/2005	24/06/2005	EP	
Texte adopté du Parlement, lecture unique	T6-0270/2005 JO C 157 06.07.2006, p. 0020-0073 E	05/07/2005	EP	Résumé
Réaction de la Commission sur le texte adopté en plénière	SP(2005)2923	14/07/2005	EC	
Réaction de la Commission sur le texte adopté en plénière	SP(2005)3776/2	03/11/2005	EC	

Mise en œuvre de la stratégie d'information et de communication concernant l'euro et l'Union économique et monétaire

OBJECTIF : proposer une stratégie d'information et de communication sur l'euro et l'UEM.

CONTENU : deux ans après l'introduction réussie des pièces et billets en euros dans douze États membres, l'information et la communication sur l'euro et l'Union économique et monétaire (UEM) entrent dans une nouvelle phase. La présente communication propose une stratégie d'information et de communication sur l'euro et l'UEM qui s'inscrit dans le cadre de la politique globale de communication de la Commission européenne.

L'information et la communication sur l'euro et l'UEM demeurent clairement une priorité, en particulier dans les nouveaux États membres. La stratégie visera donc, dans les États membres comme dans les pays tiers, à :

- sensibiliser le public aux conditions qui sont nécessaires au bon fonctionnement de l'UEM, par exemple des finances publiques saines et une coordination des politiques économiques;
- fournir des informations neutres et factuelles qui amélioreront les connaissances des citoyens concernant l'euro;
- contribuer à ce que la transition s'effectue sans heurts dans les États membres qui décident d'adopter l'euro;
- fournir aux médias, aux agents économiques et aux responsables dans les pays tiers les informations dont ils ont besoin concernant l'UEM, l'euro et l'économie européenne, pour leur permettre de prendre des décisions raisonnées.

La stratégie prônée repose sur quelques principes simples: décentralisation et subsidiarité, cohérence des messages et partenariat avec les États membres. Ces derniers jouent un rôle primordial dans la détermination et la réalisation des actions, tandis que la Commission stimule et coordonne les diverses activités et gère celles qui sont centralisées. Une grande partie du budget ira à des actions mises au point dans le cadre des partenariats passés avec les États membres. Eu égard à la variété des objectifs à atteindre et des messages à diffuser ainsi qu'aux différents calendriers, les actions devront s'étendre sur plusieurs années, et les ressources budgétaires permettre de couvrir toute la période. Des enquêtes régulières devront être menées pays par pays pour déterminer la portée des actions, le contenu des messages et les valeurs communiquées, et pour mesurer l'impact des campagnes et l'efficacité des outils utilisés.

IMPLICATIONS FINANCIÈRES :

Ligne budgétaire : 010204 PRINCE ? Communication sur l'UEM, y compris l'euro.

Enveloppe totale de l'action : 16 mios EUR en crédits d'engagement pour la période 2004-2006.

Crédits pour 2004 : 6 mios EUR.

Détail des coûts pour 2004 :

- Partenariat avec les États membres (y compris programme euro/UEM de jumelage entre les anciens et les nouveaux États membres) : 3 mios EUR ;
- Travail de réseau avec les relais d'information et les autres partenaires naturels, y compris relations avec les agents économiques et la société civile (conférences, séminaires, expositions et manifestations publiques): 1,130 mios EUR ;
- Enquêtes et évaluation en retour : 600.000 EUR ;
- Activité d'information à l'extérieur (conférences et séminaires aux États-Unis, en Afrique, en Asie et en Amérique Latine ; suivi des médias) : 890.000 EUR ;

- Publications et autres produits d'information (bulletin d'informations sur support papier et électronique ; produits de relations publiques portant le symbole de l'euro ; prospectus, dépliants, affiches, etc.) : 380.000 EUR.

A noter qu'un certain nombre d'actions sans coût direct sont programmées, notamment au niveau des réseaux, qui concernent par exemple la coopération avec les centres existants d'information et de documentation de l'UE ou le développement du site internet. L'objectif est de bâtir et de gérer un réseau d'information sur la politique économique de l'UE et sur l'euro.

Il n'y a aucun impact financier sur les ressources humaines pour l'ensemble de la période 2004-2006.

Mise en œuvre de la stratégie d'information et de communication concernant l'euro et l'Union économique et monétaire

La commission a adopté le rapport d'initiative de M. Jules MAATEN (ADLE, NL) sur une stratégie d'information et de communication concernant l'euro et l'Union économique et monétaire.

Le rapport énumère un grand nombre d'avantages apportés par l'Union économique et monétaire, tels que la stabilité des prix, la réduction des frais de transaction, la transparence accrue des prix dans la zone euro, la baisse de leur volatilité sur les marchés internationaux des devises et la protection contre les chocs extérieurs, un niveau historiquement bas des taux d'intérêt, les faibles taux des emprunts hypothécaires et la simplification des voyages. Aux yeux de la commission, «l'euro est peut-être le projet européen le plus abouti jamais entrepris». Les députés sont toutefois également conscients qu'une certaine partie de la population européenne «dit toujours avoir une perception négative de l'euro. Il semble, en outre, que cette tendance soit à la hausse.» La commission considère par conséquent que la monnaie unique reste un thème de communication prioritaire pour l'UE, et ses avantages «doivent continuer à être mis en valeur et expliqués au public d'une façon approfondie», en utilisant davantage les techniques modernes de marketing pour faire passer le message. Il faut accorder une importance particulière aux petits centres urbains et aux régions éloignées. La Banque centrale européenne devrait entreprendre une analyse quantitative annuelle des avantages que l'euro a apportés aux citoyens ordinaires.

Les députés estiment qu'il importe de tenir compte des préoccupations des trois pays de l'ancienne UE15 qui ne font pas partie de la zone euro - le Royaume-Uni, la Suède et le Danemark - et invitent la Commission à aider les gouvernements de ces États membres «qui tentent de convaincre une population sceptique, pour autant qu'ils le souhaitent».

Par ailleurs, le rapport estime que la Commission doit concentrer ses efforts pour aider les nouveaux États membres à préparer leurs citoyens à l'adoption de l'euro en menant une campagne d'information intensive, à superviser le déroulement de cette campagne lorsqu'elle a déjà été entreprise. La commission constate que le double affichage obligatoire des prix - de trois mois au moins avant l'introduction de l'euro à douze mois après celle-ci - peut faire baisser les craintes de la population en matière d'augmentations des prix dues à l'euro et amener les entreprises commerciales et les prestataires de services, grâce à une certaine pression, à ne pas profiter du passage à l'euro pour augmenter les prix. Elle estime que les abus observés dans les États membres actuels de la zone euro devraient servir de contre-exemples aux pays qui entreront prochainement dans la zone euro. De manière plus générale, l'UE devrait soutenir des projets de «jumelage» par l'intermédiaire desquels les anciens États membres pourraient contribuer à la diffusion des bonnes pratiques et au transfert de savoir-faire, au niveau des ministres des finances et des banques centrales.

La commission demande également à la Commission de publier une analyse sur l'excès de billets de 500 euros en circulation et avertit contre les risques éventuels de criminalité et de blanchiment de capitaux liés à l'utilisation de si grosses coupures. Elle constate l'augmentation de la part du commerce électronique dans les transactions et s'interroge en conséquence sur la pertinence de conserver des coupures de 500 euros.

Mise en œuvre de la stratégie d'information et de communication concernant l'euro et l'Union économique et monétaire

En adoptant par 493 pour, 117 voix contre et 14 abstentions le rapport d'initiative de M. Jules MAATEN (ADLE, NL), les députés prônent le lancement d'une campagne concertée destinée à convaincre le public des avantages de l'euro. Cette campagne doit être adaptée à la culture, à la langue, à l'opinion publique dominante et aux préoccupations des différents États membres et doit tenir compte du fait qu'ils sont déjà dans la zone euro, qu'ils en feront encore partie à court ou à moyen terme, ou qu'ils souhaitent rester en dehors de celle-ci.

Le rapport énumère un grand nombre d'avantages de l'Union économique et monétaire: la stabilité des prix, la réduction des frais de transaction, une plus grande transparence des prix dans la zone euro, la protection contre les fluctuations de change et les chocs extérieurs, la faiblesse des taux d'emprunt hypothécaire et la facilité de voyager.

Si l'euro constitue peut-être le projet européen le plus abouti jamais entrepris, les députés sont également conscients du fait qu'une partie de la population européenne a une perception négative de l'euro et que cette tendance est à la hausse. La monnaie unique doit donc rester un thème de communication prioritaire pour l'Union européenne. Ses avantages doivent continuer à être expliqués au public en s'appuyant sur des techniques modernes de marketing : il faut « vendre l'euro » estiment les députés. Un effort particulier doit être fait à destination des petites villes et des régions éloignées. La Banque centrale européenne devrait fournir une analyse quantitative annuelle des avantages de l'euro pour les citoyens ordinaires.

Les députés estiment qu'il est important de prendre en compte les préoccupations des trois pays de l'Europe des 15 qui ne sont pas dans la zone euro et invitent la Commission à aider les efforts des gouvernements du Royaume-Uni, de la Suède et du Danemark en vue de convaincre un public sceptique.

D'autre part, le rapport souligne que la Commission devrait concentrer ses efforts pour aider les nouveaux États membres à préparer leurs citoyens à l'euro par le biais d'une campagne d'information intensive. Les députés estiment que le double affichage des prix peut contribuer à réduire les inquiétudes concernant le risque d'inflation et à faire pression sur les entreprises pour qu'elles ne profitent pas de la conversion pour augmenter les prix. L'expérience des erreurs de ce type dans la zone euro actuelle devrait être mise à profit pour empêcher ce

comportement à l'avenir. Plus généralement, l'Union européenne devrait soutenir les dispositions de "jumelage" entre les ministères des finances et les banques centrales des membres présents et futurs de la zone euro en vue de faciliter la diffusion de bonnes pratiques. Le rapport invite la Commission à élaborer des rapports spécifiques basés sur ces bonnes pratiques et à inciter les autorités nationales, régionales et locales à mettre en place des points d'information en vue de pouvoir signaler des abus éventuels comme les hausses de prix injustifiées. Il demande l'allocation de ressources supplémentaires afin de créer, dans chaque nouvel État membre, des forums nationaux pour l'euro.

Sur un plan général, les députés prient la Commission de tenir compte de la crainte d'augmentations des prix exprimée par la population des nouveaux États membres; à cet égard, les abus et les cas d'arrondissements excessifs vers le haut observés dans les États membres actuels de la zone euro devraient servir de contre-exemples aux pays qui entreront dans la zone euro pour empêcher de tels comportements; ils sont d'avis que la différence entre l'inflation annuelle et les augmentations de prix engendrées par l'introduction de l'euro devrait être expliquée aux citoyens de tous les États membres.

Le rapport invite le secteur bancaire à s'équiper de distributeurs automatiques de billets capables de fournir davantage de petites coupures, afin de réduire le montant des liquidités détenues par les commerçants et partant, les risques de vols. Il demande également à la Commission d'analyser l'excès de billets de 500 EUR en circulation, avertissant des risques éventuels de blanchiment de capitaux et de criminalité liés à ces grosses coupures. Il s'enquiert de la pertinence de conserver ces billets, compte tenu de l'importance croissante du commerce électronique dans les transactions.