

Déjeuner du Cercle des Réseaux Européens autour de **Madame Anne Houtman**

Chef de la représentation en France de la Commission européenne
- janvier 2014 -

Les membres du Cercle des réseaux européens se sont réunis pour le premier déjeuner-débat de l'année 2014 autour de Mme Anne Houtman, chef de la représentation en France de la Commission européenne.

L'axe de discussion portait sur les élections européennes de mai prochain, « Vers une nouvelle Commission en 2014 ».

Dans son introduction, Mme Houtman a rappelé que l'année 2014 était marquée par des élections européennes particulières, une réduction de nombre de députés (la France garde elle, le même nombre de députés européens), le renouvellement des institutions ainsi que le nouveau mode de nomination du Président de la Commission.



Anne Houtman, est Chef de la représentation en France de la Commission européenne, depuis 2010. Elle fut par le passé chef adjoint de cabinet de Romano Prodi, président de la Commission de 1999 à 2004.

La crise a certes permis de faire parler d'Europe mais seules les faiblesses de la construction européenne sont apparues aux yeux des citoyens. Cette image désastreuse, a surtout suscité de l'incompréhension de la part des Européens et constitué un terreau idéal pour les eurosceptiques et les partis populistes anti-européens dans les Etats membres. Mme Houtman, ne croit pas au scénario catastrophe où le prochain Parlement européen serait composé en majorité d'eurosceptiques.

Les médias, l'Europe et les citoyens

Les médias ne parlent pas suffisamment d'Europe, jugeant que les citoyens ne sont pas intéressés par le sujet. Or, les citoyens sont conscients de leur ignorance et d'après les chiffres d'Eurostat, 70% des personnes interrogées estiment que les médias devraient plus parler d'Europe.

D'après les sondages :

- 59% des Français sont intéressés par l'Europe ;
- ¾ des personnes pensent que le rôle joué par le PE est important ;
- 1/3 des Européens savent quand aura lieu le vote ;
- 41% des Français comptent aller voter aux élections européennes ;
- 41% des Français savent comment on élit le Parlement européen.

La question sous-jacente est la suivante : comment atteindre les citoyens ? 67% se sentent mal informés et sont désireux de plus d'informations. Faire la pédagogie du projet européen est difficile, l'UE n'est pas comparable aux Etats nations. L'objectif de cette campagne est de se positionner, faut-il débattre sur le fond ? Quelle Europe voulons-nous ? Ou bien un débat qui s'articule entre les pro et les anti-européens?

Le flou politique créé par les divisions internes au sein des partis français profite au Front national. Le parti d'extrême droite français critique également les faibles taux de participation synonyme pour eux de défaillance démocratique. En 1979, la participation aux élections européennes était de 60%, elle est tombée à 40.6% aux dernières élections. Pour Anne Houtman, 40% de participation ne représente

pas un échec, ce pourcentage est semblable aux élections américaines de mi-mandat et aux élections suisses.

Les projections estiment que les partis populistes vont occuper 25% des sièges parlementaires. Tout l'enjeu est de savoir si cette progression va se traduire par un vrai pouvoir au Parlement. Pour que les partis populistes et eurosceptiques constituent une vraie force au sein du PE ils doivent former un groupe politique européen et réunir 25 députés de 7 nationalités différentes au minimum. Pour l'instant les divergences politiques n'ont pas permis de créer un groupe populiste anti-européen dans la durée. Aujourd'hui des possibilités existent, Marine Le Pen multiplie les contacts et tentent de nouer des alliances avec d'autres partis d'extrême droite en Europe. Si un groupe était amené à se former, leur objectif serait avant tout de faire exploser le système.

Les aspects positifs de cette campagne électorale

Les élections européennes auront lieu en même temps que d'autres élections nationales, (comme en Belgique par exemple). La personnalisation du scrutin est aussi un élément positif de ces élections. 7 députés sur 8 sont favorables à l'élection directe du président de la Commission européenne. Le choix par les partis et par le Conseil européen va renforcer la légitimité de la Commission européenne et a le mérite de « mettre un visage sur les clivages ».

L'action de communication auprès des citoyens

La Commission européenne s'appuie sur les réseaux de la société civile pour travailler sur la communication des élections européennes. Le but étant de toucher les citoyens les moins initiés aux questions européennes. La Commission collabore avec des réseaux de terrain, les politiques, les médias. Des spots radio seront diffusés sur la chaîne RMC et RTL. Les réseaux d'informations sont mis en relation entre eux pour démultiplier leurs effets, y compris avec les réseaux européens que sont les CIED (Centres d'Information Europe Direct), EEN, les Centres européens de Documentation (CED, dans les universités), etc.. La Commission est en train d'élaborer 10 fiches pédagogiques à destination des citoyens et lutter contre les idées préconçues sur l'UE.

La responsabilité des entreprises et leur propre intérêt est d'informer les salariés et les dirigeants de l'importance de ces élections et les faire voter. Permettre aux citoyens de faire un choix éclairé est essentiel pour la démocratie et avoir un bon Parlement. Mme Houtman est persuadée que si les Européens sont plus intéressés et mieux informés, le Parlement fera preuve de plus de courage politique.

Paquet énergie/climat

La semaine prochaine, la Commission européenne devrait adopter le paquet énergie/climat. La dimension législative sera traitée par la prochaine Commission. L'idée est d'avoir des ambitions fortes sur le changement climatique. La Pologne reste à convaincre sur les émissions de CO2. Elle semble prête à payer si elle peut produire bon marché.