

PARLEMENT EUROPÉEN

2004



2009

Document de séance

FINAL
A6-0197/2005

23.6.2005

RAPPORT

sur la mise en œuvre de la stratégie d'information et de communication
concernant l'euro et l'Union économique et monétaire
(2005/2078(INI))

Commission des affaires économiques et monétaires

Rapporteur: Jules Maaten

SOMMAIRE

	Page
PROPOSITION DE RÉSOLUTION DU PARLEMENT EUROPÉEN	3
EXPOSÉ DES MOTIFS	10
PROCÉDURE.....	16

PROPOSITION DE RÉSOLUTION DU PARLEMENT EUROPÉEN

sur la mise en œuvre d'une stratégie d'information et de communication concernant l'euro et l'Union économique et monétaire (2005/2078(INI))

Le Parlement européen,

- vu la communication de la Commission au Conseil, au Parlement européen, au Comité économique et social européen et au Comité des Régions sur la mise en œuvre de la stratégie d'information et de communication concernant l'euro et l'Union économique et monétaire (COM(2004)0552),
 - vu la communication de la Commission au Conseil, au Parlement européen, au Comité économique et social, au Comité des Régions et à la Banque centrale européenne - Premier rapport sur les préparatifs pratiques en vue de l'élargissement de la zone euro (COM (2004)0748),
 - vu ses positions du 16 juin 2000¹ sur les dispositions relatives à l'introduction de l'euro,
 - vu sa résolution du 6 juillet 2000² sur la stratégie de communication et d'information concernant l'Union économique et monétaire (UEM) et l'euro jusqu'en 2002,
 - vu sa résolution du 4 juillet 2001 sur les moyens d'aider les acteurs économiques à passer à l'euro³,
 - vu l'article 45 de son règlement,
 - vu le rapport de la commission des affaires économiques et monétaires (A6-0197/2005),
- A. considérant qu'après six années d'existence, le projet d'achèvement de l'UEM et d'introduction de l'euro est généralement considéré comme ayant été une grande réussite,
- B. considérant que ce sentiment est renforcé par le cours élevé de l'euro sur les marchés financiers internationaux, par l'accroissement continu des transactions facturées en euro et par le fait que l'euro se substitue de plus en plus au dollar dans les réserves des banques centrales du monde entier,
- C. considérant que les avantages d'une monnaie unique et des instruments qui l'accompagnent - une politique monétaire unique et une coordination renforcée des politiques économiques - ne peuvent être sérieusement mis en question à ce stade, avec la disponibilité de financements moins onéreux grâce à un niveau historiquement bas des taux d'intérêt, la transparence accrue des prix conduisant à leur baisse à moyen terme, l'élimination du risque de change dans la zone euro, la facilitation des échanges commerciaux et des voyages à l'intérieur de l'UE, la pression sur les États membres afin

¹ JO C 67 du 1.3.2001, p. 324.

² JO C 121 du 24.4.2001, p. 459.

³ JO C 65 E du 14.3.2002, p. 162.

qu'ils mettent en œuvre des politiques budgétaires axées sur la stabilité,

- D. considérant néanmoins qu'une certaine partie de la population européenne dit avoir une perception négative de l'euro, notamment dans les États membres dont la monnaie nationale a été bloquée à une parité de change élevée par rapport à l'euro; que les sondages de l'Eurobaromètre indiquent que cette tendance est à la hausse: le taux de soutien à la monnaie unique dans la zone euro était de 68% juste avant le passage à l'euro, de 75% juste après et de 66% au premier semestre 2004; que les résultats négatifs des référendums organisés en Suède et au Danemark démontrent également l'existence d'une opposition du public à la monnaie unique en Europe; que les sondages réalisés dans des nouveaux États membres reflètent eux aussi un scepticisme à l'égard de l'adoption de l'euro dû, essentiellement, à un manque d'informations pertinentes,
- E. considérant qu'il importerait d'effectuer, en plus des enquêtes quantitatives de l'Eurobaromètre, des enquêtes qualitatives sur les raisons plus profondes de la perception que les citoyens ont de l'euro; que ce n'est qu'à la faveur d'entretiens approfondis que les vrais motifs du rejet de l'euro par certains groupes de population et du scepticisme de ceux-ci à l'égard de l'Union économique et monétaire peuvent être analysés et servir de base à des stratégies d'information ciblées, dans lesquelles la sélection des groupes de population (eurosceptiques) devrait dépendre des États membres concernés et de leurs responsables nationaux de la communication,
- F. considérant qu'il peut être fait usage des expériences des entreprises et des résultats de la science de la communication en ce qui concerne le "marketing après-vente" pour confirmer l'importance d'un message, même après l'introduction de l'euro; considérant au surplus que ce n'est pas seulement l'obtention de la confiance avant et jusqu'à l'introduction de l'euro qui est importante, mais qu'il importe aussi de confirmer les personnes qui ont été convaincues dans la conviction de la justesse de leur décision et d'agir sur leur opinion au moyen de messages et d'événements de communication, même après l'introduction de l'euro,
- G. considérant qu'une stratégie de communication concernant l'euro et l'UEM, cohérente, ambitieuse et de longue durée, est nécessaire pour soutenir la monnaie unique, éviter les erreurs passées et préparer les nouveaux membres à une transition en douceur; considérant que la Commission et la Banque centrale européenne, sous le contrôle démocratique du Parlement européen, et avec les autorités financières des États membres, sont les principaux organes responsables de la réussite de cette stratégie,
- H. considérant qu'indépendamment de l'introduction de l'euro, il est inévitable à plus ou moins long terme que l'inflation dans les nouveaux États membres soit légèrement supérieure à celle de la zone euro en raison des écarts de prix considérables qui persistent et du phénomène complexe de rattrapage,
- I. considérant que, dans le contexte du processus démocratique européen, toute politique d'information et de communication sur un sujet européen doit, pour arriver à être effective, s'inscrire dans le cadre de la stratégie générale d'information et de communication de l'Union européenne et ainsi arriver à démontrer aux citoyens d'une façon cohérente comment l'Union apporte des avantages dans leurs vies quotidiennes,

1. se félicite des avantages apportés par l'UEM, 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; défend l'euro en tant que puissant symbole d'intégration européenne et comme moyen de rapprocher les citoyens européens des idéaux sur lesquels l'Union est fondée;
2. note l'impopularité apparente de l'euro chez certains citoyens; estime que cette impopularité est en contradiction avec le fait que l'euro est peut-être le projet européen le plus abouti jamais entrepris; considère que la monnaie unique reste un thème de communication prioritaire pour l'UE; est d'avis que les avantages de l'euro et de l'UEM - stabilité des prix, faiblesse du taux d'emprunt hypothécaire, plus grande facilité de voyager, protection contre les fluctuations des taux de change et contre les chocs extérieurs - doivent continuer à être mis en valeur et expliqués au public d'une façon approfondie; estime qu'une importance particulière doit être accordée à l'information des citoyens et des consommateurs européens ainsi que des petites et moyennes entreprises (PME), lesquelles n'ont pas suffisamment la possibilité d'ajuster immédiatement leurs transactions financières à l'euro;
3. est d'avis que, dans le cadre de la campagne pour l'euro et l'Union économique et monétaire, il faut accorder une importance particulière aux petits centres urbains et aux régions éloignées, où les possibilités d'information de l'opinion publique demeurent, aujourd'hui encore, limitées; considère qu'il est judicieux de maintenir, pour autant que chaque État membre le souhaite, le double affichage des prix (en monnaie nationale et en euros) jusqu'à ce que le citoyen soit informé totalement, dans ces régions notamment;
4. estime essentiel que les principaux décideurs politiques ne considèrent pas que le projet "euro" est terminé étant donné que la santé de ce dernier sur le long terme va contribuer au progrès général de l'Union, et que la popularité de l'euro est également importante pour la prochaine ratification du traité établissant une constitution pour l'Europe;
5. est favorable à une coordination des politiques économiques plus étroite entre les États membres et à une prudence budgétaire dans les limites d'un Pacte de stabilité et de croissance réformé mais solide; est d'avis que non seulement le Pacte de stabilité et de croissance réformé, tel qu'il a été adopté en principe par le Conseil européen de mars 2005, mais aussi les sujets ponctuels qui seront réglés dans les règlements communautaires ad hoc devront contribuer, grâce à leur mise en œuvre uniforme dans les États membres, à la stabilité économique à long terme de ceux-ci, d'une part, et à leur adaptation aux objectifs de la stratégie de Lisbonne, d'autre part;
6. salue le dernier rapport de la Commission concernant sa stratégie de communication sur l'euro mais note que le ton employé est peut-être trop optimiste face au déficit de popularité de l'euro; appelle la Commission à suivre ses principaux objectifs de communication et à préciser les mesures nécessaires à leur réalisation; souligne la nécessité d'utiliser davantage les techniques modernes de marketing pour promouvoir l'UEM auprès du public et de s'efforcer de "vendre" l'UEM, ainsi que l'euro et ses avantages comme un "paquet" séduisant;

7. admet, comme la Commission, que la campagne d'information doit être adaptée à la culture, à la langue, à l'opinion publique dominante et aux préoccupations des citoyens des différents pays, et qu'elle doit tenir compte du fait qu'ils sont déjà dans la zone euro, qu'ils en feront partie à court ou à moyen terme, ou qu'ils souhaitent rester en dehors de celle-ci;
8. continue de soutenir le programme PRINCE et demande, à cet égard, une augmentation des crédits disponibles; est d'avis que le dialogue interinstitutionnel sur l'euro peut être amélioré à travers le Groupe interinstitutionnel de l'information; attire l'attention sur le fait que le principe de cofinancement sur lequel se base le programme PRINCE peut générer des problèmes et des retards considérables pour l'introduction de l'euro dans les nouveaux États membres, lesquels ne disposent pas de moyens budgétaires suffisants;
9. estime qu'il importe de tenir compte des préoccupations des citoyens des trois pays pré-élargissement qui ne font pas partie de la zone euro - le Royaume-Uni, la Suède et le Danemark - et invite la Commission à aider les gouvernements de ces États membres qui tentent de convaincre une population sceptique, pour autant qu'ils le souhaitent;
10. est d'avis que le récent élargissement de l'UE va poser des défis importants à l'UEM et à la monnaie unique; 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 et à faire des rapports réguliers sur l'application des plans d'action nationaux pour l'adoption de l'euro;
11. 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, d'une part, 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, d'autre part; constate également que le double affichage des prix – que ce soit sur une base nationale légale, sur la base de codes de conduite volontaires des chambres de commerce ou sur la base d'un accord entre les partenaires économiques et sociaux – a fait ses preuves lors de l'introduction de l'euro dans beaucoup des douze premiers pays de la zone euro;
12. prie la Commission de tenir compte de la crainte d'une augmentation des prix exprimée par la population des nouveaux États membres; estime que 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 prochainement dans la zone euro; est d'avis que la différence entre l'inflation annuelle et l'augmentation des prix engendrée par l'introduction de l'euro devrait être expliquée aux citoyens de tous les États membres;
13. constate que, par rapport aux anciens États membres, les transactions financières s'effectuent dans les nouveaux États membres davantage en espèce que par voie électronique; presse la Commission, les États membres et les banques centrales nationales de tenir compte de cet élément au moment de préparer la transition dans les nouveaux États membres; encourage ces derniers à profiter de la transition pour développer le paiement par carte et par voie électronique; estime qu'une brève période de

double circulation monétaire constitue la meilleure option pour un passage réussi à l'euro dans les nouveaux États membres;

14. est d'avis que les bonnes pratiques et le savoir-faire acquis grâce au processus de conversion précédent s'avéreront utiles non seulement pour le processus de conversion des nouveaux États membres, mais aussi dans la perspective de l'élargissement à venir et de la préparation des nouveaux États membres candidats;
15. invite la Commission à accorder une importance accrue aux procédures de concertation avec les partenaires sociaux afin de faire comprendre les besoins de l'opinion publique, en général, et des instances sociales et économiques plus spécifiques, en particulier;
16. demande des ressources supplémentaires afin de créer, dans chaque État membre, des Forums nationaux pour l'euro, placés sous la responsabilité du ministre des finances et en étroite collaboration avec les banques centrales nationales, système qui a déjà fait les preuves de son utilité par le passé; estime que 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;
17. invite la Commission à admettre que le Parlement européen, les parlements nationaux et les autorités régionales et locales jouent un rôle actif important dans le cadre de l'élaboration et de la mise en œuvre de la stratégie de communication relative à l'euro et à l'Union économique et monétaire; estime que l'action de ces institutions rendra plus démocratique le dialogue relatif à la stratégie de communication et y intégrera mieux les préoccupations et les inquiétudes des citoyens;
18. demande à la BCE, à l'occasion de son rapport annuel ou d'un rapport spécial, d'entreprendre une analyse quantitative annuelle - qui sera soumise au Parlement européen - des avantages que l'euro a apportés aux citoyens ordinaires, avec des exemples concrets illustrant de quelle façon l'utilisation de l'euro a eu des effets positifs dans la vie quotidienne des citoyens;
19. demande à la Commission de réaliser des sondages d'opinion spécifiques auprès des PME, à travers l'Europe, pour évaluer le niveau d'acceptation de l'euro dans ce secteur; estime toutefois que, aux fins d'un pareil sondage des petites et moyennes entreprises à l'échelle européenne, toutes les possibilités devraient être utilisées de les faire participer aux frais car une pareille enquête – effectuée, le cas échéant, sous forme de questions générales complémentaires – est susceptible de donner aussi des résultats qu'elles peuvent exploiter dans leur propre politique commerciale; souligne qu'il importe que les exploitants de distributeurs automatiques soient associés aux stratégies de communication et de conversion parce qu'ils jouent un rôle important dans l'acceptation, dans la vie quotidienne des citoyens, des nouveaux billets et pièces de monnaie;
20. invite le secteur bancaire à s'équiper de distributeurs automatiques de billets capables de fournir à la clientèle davantage de petites coupures - compte tenu du fait que la plupart des paiements en espèce ne s'élèvent pas à plus de 15 à 20 euros en moyenne, afin de réduire le montant des liquidités détenues dans les caisses des petits commerçants et de limiter, ce faisant, le risque de vols; observe, en outre, que cela réduit le risque, pour les

consommateurs, de recevoir des faux billets en guise de monnaie;

21. demande à la Commission de publier une analyse - qui sera soumise au Parlement - sur l'excès de billets de 500 euros en circulation, coupures dont l'émission a doublé en 2005 pour atteindre 190 millions de billets en raison de la demande accrue des acteurs économiques de la zone euro; comprend les avantages que présentent les billets de 500 euros comme instrument de thésaurisation, mais avertit contre les risques éventuels de criminalité et de blanchiment de capitaux liés à l'utilisation de si grosses coupures;
22. 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, justifiées à l'origine par la nécessité de prendre en considération les habitudes des consommateurs de certains États membres;
23. demande instamment à la BCE de rendre publique la répartition des demandes de coupures de 500 euros par les différentes banques centrales;
24. déplore le coût toujours élevé des paiements au détail transfrontaliers en euros – alors que le règlement (CE) n° 2560/2001 du Parlement européen et du Conseil du 19 décembre 2001 concernant les paiements transfrontaliers en euros¹ a suscité des réductions matérielles des redevances prélevées pour les virements transfrontaliers standardisés en euros – et soutient la création d'un espace de paiement unique dans l'Union européenne; invite la Commission à présenter une réglementation globale dans ce domaine et à profiter de cette occasion pour harmoniser les systèmes de paiements électroniques dans l'UE afin de réduire les coûts habituellement supportés par les consommateurs et les PME; souligne que l'efficacité du système repose sur la confiance des consommateurs qui dépend de la reconnaissance de leurs droits;
25. se félicite du fait que la BCE travaille à une deuxième génération de billets; estime qu'en raison de l'étendue de son utilisation, l'euro est particulièrement vulnérable à la contrefaçon et invite instamment la BCE à être extrêmement vigilante et à tenir compte de l'expérience actuellement acquise au moment d'élaborer la nouvelle génération de billets; considère essentiel qu'Europol et les forces de police des États membres traitent ce problème de façon prioritaire;
26. est d'avis que le dialogue interinstitutionnel sur l'euro peut être amélioré à travers le Groupe interinstitutionnel de l'information; prie la Commission de continuer à adresser au Parlement européen le rapport trimestriel de la mise à jour du programme PRINCE;
27. réaffirme sa volonté, exprimée dans sa résolution du 12 mai 2005 sur la mise en oeuvre de la stratégie d'information et de communication de l'Union européenne², d'approfondir la coopération interinstitutionnelle à ce sujet en organisant annuellement un grand débat sur la base d'un rapport présenté par la Commission, en y associant les commissions ayant une compétence globale et partielle en la matière, débat auquel participerait également le Conseil;

¹ JO L 344 du 28.12.2001, p. 13.

² Textes adoptés de cette date, P6_TA(2005)0183.

28. charge son Président de transmettre la présente résolution au Conseil et à la Commission.

EXPOSÉ DES MOTIFS

I. Introduction

La communication sur "la mise en œuvre d'une stratégie d'information et de communication concernant l'euro et l'Union économique et monétaire", publiée par la Commission européenne en 2004, a amené le Parlement européen à lancer un vaste débat avec toutes les parties intéressées sur une question d'importance vitale pour le projet européen: comment informer convenablement les entreprises et les citoyens européens des avantages de notre monnaie unique, l'euro, et du cadre macro-économique, ou UEM (Union économique et monétaire), qui l'accompagne?

Le Parlement européen a été étroitement associé à toutes les phases de l'UEM, de la décision d'introduire la monnaie, adoptée à Maastricht en 1992, à l'échéance du 1^{er} janvier 1999 lorsque les taux de change des pays membres participants ont été irrévocablement fixés par rapport à l'euro et que la Banque centrale européenne a été créée, jusqu'à l'introduction physique de la nouvelle monnaie en 2002.

Aujourd'hui, près de sept ans après le lancement de l'euro, et à la lumière de la communication de la Commission européenne, votre rapporteur estime qu'il est grand temps d'évaluer les succès et les échecs de l'euro, de proposer des solutions et d'indiquer la voie à suivre.

II. Les réussites de l'euro

L'UEM et l'euro constituent les projets paneuropéens les plus aboutis jamais entrepris. Il est difficile de trouver dans l'histoire, des exemples similaires de création d'une zone de monnaie unique dans un intervalle de temps aussi limité. Ce rapport entend réaffirmer le soutien total du Parlement à l'euro, qui constitue un puissant moteur d'intégration européenne et un moyen pour réaliser les objectifs de notre Union. L'euro n'est pas seulement un symbole d'identité commune et de valeurs partagées, il peut également servir d'encouragement à une plus grande cohésion en prouvant que si les États membres agissent de concert et avec détermination, les citoyens peuvent escompter bénéficier d'avantages importants et durables.

Le succès de l'euro peut se mesurer de nombreuses façons:

1. Tout d'abord, la politique monétaire unique et la coordination renforcée des politiques économiques qui sous-tendent l'euro ont entraîné une réduction du coût des financements pour tous: le niveau historiquement bas des taux d'intérêt favorise les investissements et la consommation, et apporte des avantages réels pour les consommateurs, tels que des taux d'emprunt hypothécaire faibles et des prêts avantageux.
2. Deuxièmement, la transparence accrue des prix à l'intérieur de la zone euro alliée à la gestion rigoureuse de la politique monétaire par la BCE a abouti à un environnement stable, comprenant un taux d'inflation faible (seulement 2,3% en 2001 et 2002), qui soutient la consommation des ménages.
3. Troisièmement, l'euro a amélioré la capacité de la zone euro à se défendre contre les crises financières. Sans la monnaie unique, les événements récents, tels que les attentats

terroristes du 11 septembre 2001 à New York et du 11 mars 2004 à Madrid ,ou les scandales financiers qui ont ébranlé le secteur de l'audit en 2002, auraient entraîné des perturbations majeures en Europe en général, et dans de nombreuses économies de la zone euro en particulier, et auraient provoqué l'effondrement des monnaies nationales.

4. Quatrièmement, l'élimination du risque de change dans la zone euro a facilité les voyages dans cette zone, éliminant les tracas et les coûts résultant du change. Les voyages en dehors de la zone euro sont également facilités puisque l'euro est devenu une devise internationale largement acceptée.
5. Cinquièmement, étant donné que les matières premières et le pétrole s'échangent sur le marché mondial en dollars américains, les consommateurs européens tirent profit d'un euro relativement fort par rapport au dollar. Ce taux de change favorable permet aux consommateurs européens de bénéficier d'un carburant relativement bon marché et de denrées alimentaires à des prix moins élevés.
6. L'euro a également entraîné une augmentation des échanges commerciaux à l'intérieur de l'UE. Plusieurs études indiquent que l'UEM a eu un impact positif sur le commerce au sein de la zone euro, avec une progression des échanges atteignant plus ou moins 10% en moyenne pour tous les pays de la zone, et jusqu'à 17% dans certains pays comme les Pays-Bas, l'Espagne, la Belgique et l'Autriche, depuis que la nouvelle monnaie a vu le jour. En outre, la monnaie unique a également contribué à augmenter les échanges commerciaux avec le reste du monde. Depuis 1999, la facturation du commerce international en euro a sensiblement progressé.
7. L'euro a, en outre, atteint un cours élevé sur les marchés financiers internationaux, et joue un rôle important comme monnaie de réserve internationale (de 13,5% des réserves mondiales en 1999 à 19,7% en 2003). Il est ainsi en train de devenir un instrument privilégié d'investissement et d'emprunt au niveau international (les titres internationaux libellés en euro rivalisent désormais avec ceux libellés en dollars). Cette situation devrait, par ailleurs, renforcer le rôle de l'Europe dans les organisations et les forums internationaux.
8. L'intégration monétaire stimule également l'intégration des marchés de capitaux à l'intérieur de l'UE, provoquant des changements structurels dans les secteurs bancaire et financier. Les opérations transfrontalières ont augmenté et cette tendance se consolide. Le consommateur moyen de services financiers devrait, à terme, bénéficier d'un éventail de choix plus large et de prix plus bas.
9. Enfin et surtout, l'UEM a, de façon salutaire, incité les États membres à mettre en œuvre des politiques budgétaires axées sur la stabilité. La théorie veut que l'existence d'une union monétaire implique la mise en place de politiques budgétaires coordonnées ou harmonisées afin de minimiser les risques de comportements opportunistes de certains États membres. En 1999, face à la nécessité d'une discipline rigoureuse, les États membres ont proposé le "Pacte de croissance et de stabilité". En dépit des critiques qui peuvent lui être imputées, il est évident que le Pacte de croissance et de stabilité prouve toujours son utilité en renforçant la discipline budgétaire. Votre rapporteur estime que la révision du Pacte récemment décidée par le Conseil européen ne pourra être considérée comme une amélioration que si tous les États membres, sans exception, souscrivent

totalemment à ce nouvel accord. Si ces nouvelles dispositions devaient à nouveau être ignorées, la crédibilité de l'euro et son image auprès du public en seraient irrémédiablement affectées.

Tous ces avantages sont le résultat du grand succès de la stratégie d'introduction de la nouvelle monnaie d'un point de vue technique, aussi bien en 1999, lorsque les anciennes monnaies ont été converties, qu'en 2002, lors de l'introduction physique de l'euro. L'exploit logistique que constitue l'introduction simultanée de billets et de pièces de monnaie dans douze pays ne doit pas être sous-estimé. Malgré quelques ratés ici et là, l'opération a réussi, à tel point que l'on oublie ce qu'elle a impliqué en amont. Outre la Banque centrale européenne, la Commission européenne et les gouvernements des États membres, d'autres participants, tels que des associations de consommateurs et de PME, des syndicats, des organisations patronales etc., ont contribué à cette réussite. Le Parlement européen a joué un rôle pivot en soutenant sans faillir les efforts de la Commission, en approuvant un budget considérable pour la campagne, et également, en se posant comme un partenaire critique dans le débat avec la Commission et la BCE. Entre 1996 et la fin du premier semestre 2002, la Commission a octroyé plus de 200 millions d'euros, essentiellement sur les lignes budgétaires du programme PRINCE. Les États membres ont dépensé des sommes bien plus importantes et la BCE a contribué à hauteur de 80 millions d'euros.

III. Les problèmes de l'euro

Ceci étant dit, votre rapporteur estime néanmoins que la stratégie de communication concernant l'euro peut encore être améliorée. Sept ans déjà après l'introduction de l'euro et la création de l'UEM, le moment est arrivé de prendre de la distance et d'analyser objectivement le cadre monétaire de l'UE. Cette analyse est d'autant plus nécessaire que le projet "Euro" est loin d'être terminé. En effet, la promotion des vertus de l'euro est un exercice constant et quotidien; le maintien et le renforcement de la crédibilité et de la stabilité de la zone euro constituent une tâche sans fin qui nécessite des soins et une attention sans relâche. L'éventualité d'un élargissement futur de la zone euro à de nouveaux pays mérite une réflexion approfondie sur la manière dont les décideurs devraient s'y prendre pour éviter les erreurs passées et améliorer les campagnes de communications précédemment menées.

Il est en fait décourageant de constater qu'en dépit des avantages objectifs apportés par l'euro et décrits plus haut, et malgré une transition généralement effectuée en douceur, 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. Aussi déconcertant que cela puisse être, les décideurs et, notamment, la Commission européenne et les ministères des finances des États membres doivent prendre acte de ces perceptions et adopter les mesures permettant de les corriger. De récents sondages de l'Eurobaromètre indiquent que, dans la zone euro, le soutien à la monnaie unique était de 68% juste avant le passage, de 75% juste après, et de 66% au premier semestre 2004.

Ces résultats sont renforcés par des sondages récents menés dans les nouveaux États membres, qui indiquent eux aussi une hostilité croissante à l'égard de l'adoption de l'euro. Seuls 44% de la population des nouveaux États membres estiment que l'introduction de l'euro sera bénéfique pour leur pays, alors que 47% sont mécontents à l'idée que l'euro remplace leur

monnaie nationale. Il est inutile de dire que, dans les trois pays qui ne faisaient pas partie de la zone euro avant l'élargissement - le Royaume-Uni, la Suède et le Danemark - l'opinion publique demeure largement opposée à l'union monétaire, comme l'ont brutalement révélé les résultats négatifs des référendums organisés en Suède et au Danemark.

En plus de diverses raisons qui ne sont pas abordées dans le présent rapport (euroscepticisme, nationalisme, attachement aux traditions nationales, etc.), l'une des principales causes de la perception si négative du public dans les pays ayant adopté l'euro est le sentiment que les prix ont augmenté de façon spectaculaire après la transition. L'effet général de l'introduction de l'euro sur l'inflation est actuellement estimé à seulement 0,2% pour 2002. Mais cette très faible augmentation cache une réalité qui a été douloureusement évidente pour l'individu moyen en 2002 et en 2003. S'agissant d'une donnée moyenne, ce chiffre masque d'énormes hausses de prix pour les articles de consommation courante, tels que le café, les légumes, le pain, les journaux, une coupe de cheveux, les impôts locaux ainsi que les tarifs des horodateurs, etc. Bien que l'inflation enregistrée vers janvier 2002, ait été partiellement imputable aux mauvaises récoltes et à d'autres facteurs économiques, votre rapporteur soutient que ces perceptions ont été considérablement aggravées par des erreurs commises lors du passage à l'euro. Ainsi, les informations fournies au consommateur moyen sur les risques probables d'augmentation du prix des articles et des services de consommation courante ont été insuffisantes. Les citoyens ont donc été pris par surprise et de telles impressions sont longues à disparaître. Les PME, elles non plus, n'ont également pas été informées convenablement et elles n'ont pas reçu suffisamment de liquidités pour pouvoir faire face à toutes les transactions effectuées au cours des premiers mois. Les accords entre les gouvernements centraux et les organisations de PME et, plus scandaleusement, les gouvernements locaux, pour éviter des augmentations de prix opportunistes ne semblent pas avoir fonctionné ou seulement de façon limitée. Enfin, il est clair désormais qu'interrompre les campagnes de communication si peu de temps après l'introduction physique de l'euro a été une erreur. Il aurait été nécessaire de les prolonger afin de consolider l'image de l'euro auprès du public et de corriger rapidement les fausses impressions causées par quelques hausses de prix qui, bien qu'étant d'une importance mineure pour l'ensemble de l'économie, ont pesé lourdement sur le budget du consommateur moyen. Votre rapporteur propose, par conséquent, que la BCE présente une analyse quantitative annuelle des avantages que l'euro a apportés au citoyen moyen. Les décideurs européens seront ainsi contraints de tenir compte non seulement des aspects macro-économiques de l'évolution de la monnaie mais également de ses effets sur les citoyens ordinaires.

Plusieurs autres avantages de l'euro, tels que la transparence accrue des prix et ses conséquences sur la concurrence, ne pourront se réaliser que lorsque les gouvernements prendront les mesures nécessaires pour achever le marché intérieur, de préférence dans le cadre de la stratégie de Lisbonne.

IV. Propositions d'amélioration

Compte tenu de ce qui précède, l'objectif de ce rapport est d'essayer de suggérer une voie possible à suivre. Il ne prétend pas établir un programme détaillé de dépenses pour des campagnes de communication ou d'autres aspects mais il cherche plutôt à présenter au public

européen des messages et des choix politiques clairs et, ce faisant, il prépare le terrain permettant à la Commission et aux États membres de défendre vigoureusement la monnaie unique.

La monnaie unique reste, et devrait toujours rester, un thème de communication prioritaire de l'UE. Les avantages de l'euro et de l'UEM doivent inlassablement être "vendus" et expliqués au public: les décideurs ne doivent pas baisser leur garde. Si le projet "euro" est considéré comme acquis, chaque choc ou crise politique extérieur risque de déclencher une attaque contre l'union monétaire. L'euro ne devrait pas être la victime expiatoire des erreurs commises par d'autres. Cette considération revêt une importance particulière dans la perspective des différents référendums actuellement organisés dans l'UE pour ratifier le traité constitutionnel.

Votre rapporteur se félicite donc du dernier rapport de la Commission sur sa stratégie de communication concernant l'euro, mais il estime que le ton employé est excessivement optimiste, compte tenu des problèmes mentionnés plus haut. La Commission doit clarifier ses principaux objectifs de communication et préciser les mesures nécessaires à leur réalisation. Elle devrait utiliser davantage les techniques de marketing modernes et essayer de "vendre" l'euro et ses avantages comme un "paquet" global. À cette fin, il est nécessaire que le Parlement européen continue d'apporter son soutien indéfectible au programme PRINCE et autorise l'augmentation de sa dotation.

Les États membres qui ne font pas partie de la zone euro doivent bénéficier d'une attention particulière. Des plans d'actions spécifiques sont nécessaires pour aider les gouvernements de ces pays à vaincre le scepticisme de leurs citoyens. De nombreuses données et études indiquent que si des faits objectifs étaient présentés convenablement à ces populations, elles changeraient d'avis. Cependant, les autorités politiques de ces pays, en particulier le Royaume-Uni, la Suède et le Danemark, n'ont pas fait preuve d'une volonté politique suffisante pour promouvoir réellement l'euro de manière crédible. Et le même phénomène est en train de se produire dans les nouveaux États membres qui ont rejoint l'UE en 2004. D'un point de vue politique, la signification de l'élargissement est énorme mais elle moins importante en termes purement macro-économiques. Cela explique peut-être pourquoi les autorités de ces pays ne se sont pas encore soucies de la cohérence de la stratégie de communication sur l'euro. Aucun des 10 nouveaux États membres ne fait encore partie de la zone euro mais ils ne bénéficient pas d'une clause de "non-entrée" et devront adopter la monnaie unique tôt ou tard. Le niveau de perception de l'obligation, pour les nouveaux États membres, d'adopter l'euro est d'une faiblesse inquiétante, étant donné que 57% de la population croit que son pays est libre d'adopter l'euro ou non. Ceci constitue une raison supplémentaire pour que la Commission concentre ses efforts pour aider ces pays sur la voie de l'adoption de l'euro et, en particulier, pour apaiser les craintes relatives à des hausses de prix que nourrit une partie considérable de la population des nouveaux États membres. Il est également important de constater que, dans ces nouveaux États membres, les transactions financières s'effectuent davantage en espèces que par voie électronique. La transition pourrait être facilitée par la création de Forums nationaux pour l'euro, placés sous la responsabilité du ministère des finances. Le rapport soutient en outre le modèle du "jumelage" dans lequel chaque nouvel État membre est parrainé par un pays "tuteur" issu de la zone euro. Votre rapporteur estime enfin qu'une brève période de double circulation monétaire constitue la meilleure option pour une transition réussie à l'euro dans les nouveaux États membres.

Ce rapport appelle également à l'adoption de plusieurs actions spécifiques visant à faire accepter l'euro plus facilement:

- ❑ Enquêtes sur les abus et les cas d'arrondissement excessif vers le haut, survenus lors de l'introduction de l'euro en 2002;
- ❑ Organisation, par la Commission européenne, de sondages d'opinion spécifiques auprès des PME afin d'évaluer dans quelle mesure elles acceptent l'euro;
- ❑ Augmentation de la part des billets de 20 euros disponibles dans les distributeurs automatiques par rapport à ceux de 50 euros, afin de limiter le montant des liquidités dans les caisses des petits commerçants et de réduire, ce faisant, le risque de vols;
- ❑ Réalisation d'une étude, par la Commission, sur l'excès de billets de 500 euros en circulation, excès qui pourrait favoriser la criminalité et le blanchiment de capitaux;
- ❑ Élaboration d'une législation globale par la Commission en vue de créer un espace de paiement unique dans l'Union européenne visant à réduire le coût élevé des paiements transfrontaliers au détail;
- ❑ Mise en garde d'Europol et des services de police des États membres quant aux risques de contrefaçon de la nouvelle génération de billets.

PROCÉDURE

Titre	Mise en œuvre de la stratégie d'information et de communication concernant l'euro et l'Union économique et monétaire			
Numéro de procédure	2005/2078(INI)			
Base réglementaire	art. 45			
Commission compétente au fond Date de l'annonce en séance de l'autorisation	ECON 9.06.2005			
Commission(s) saisie(s) pour avis Date de l'annonce en séance	CULT 9.6.2005			
Avis non émis Date de la décision	CULT 24.5.2005			
Coopération renforcée Date de l'annonce en séance				
Proposition(s) de résolution incluse(s) dans le rapport				
Rapporteur(s) Date de la nomination	Jules Maaten 21.9.2004			
Rapporteur(s) remplacé(s)				
Examen en commission	14.3.2005	18.4.2005	23.5.2005	15.6.2005
Date de l'adoption	15.6.2005			
Résultat du vote final	pour: 35 contre: 2 abstentions: 0			
Membres présents au moment du vote final	Pervenche Berès, Sharon Margaret Bowles, Udo Bullmann, Ieke van den Burg, David Casa, Paolo Cirino Pomicino, Jan Christian Ehler, Elisa Ferreira, Jean-Paul Gauzès, Robert Goebbels, Gunnar Hökmark, Benoît Hamon, Karsten Friedrich Hoppenstedt, Sophia in 't Veld, Othmar Karas, Piia-Noora Kauppi, Wolf Klinz, Guntars Krasts, Enrico Letta, Gay Mitchell, Cristobal Montoro Romero, Alexander Radwan, Bernhard Rapkay, Eoin Ryan, Antolín Sánchez Presedo, Margarita Starkevičiūtė, Ivo Strejček, John Whittaker			
Suppléants présents au moment du vote final	Pilar del Castillo Vera, Jorgo Chatzimarkakis, Mia De Vits, Satu Hassi, Ján Hudacký, Syed Saleh Kamall, Jules Maaten, Tobias Pflüger			
Suppléants (art. 178, par. 2) présents au moment du vote final	Antonio Masip Hidalgo			
Date du dépôt – A6	23.6.2005		A6-0197/2005	