

**Rapport annuel d'activité
2013**

DG COMMUNICATION

Table des matières

0	TABLEAU SUR L'EXÉCUTION DU BUDGET (AU 31 DÉCEMBRE 2013)	3
1	OBJECTIFS	4
1.1	Objectifs de la direction générale	4
1.2	Évaluation de la faisabilité et des risques potentiels associés	6
2	ÉVALUATION DES RÉSULTATS DES OPÉRATIONS PAR RAPPORT AUX OBJECTIFS - UTILISATION DES RESSOURCES	7
2.1	La direction générale dans son contexte	7
2.2	Les ressources humaines à la DG COMM	10
2.3	Exécution du budget 2013	10
2.3.1	Crédits finaux et crédits initiaux	12
2.3.2	Crédits finaux et crédits engagés	12
2.3.3	Crédits engagés et paiements effectués	12
2.3.4	Utilisation de crédits reportés (reports automatiques et non automatiques) de 2012 à 2013	12
2.3.5	Utilisation de crédits correspondant à des recettes affectées (courantes et reportées)	12
2.4	Résultats obtenus	13
3	ÉVALUATION ET EFFICACITÉ DES CONTRÔLES INTERNES	13
4	CONCLUSIONS	13
5	DÉCLARATION DE L'ORDONNATEUR DÉLÉGUÉ	15
6	ANNEXES	16
6.1	Exécution du budget 2013	16
6.2	Rapport sur le respect des délais de paiement	30
6.3	Liste des exceptions – dérogations à la réglementation	31
6.4	Liste des engagements à long terme	32
6.5	Procédures négociées exceptionnelles	33
6.6	Résultat des évaluations ex-post	38
6.7	Fonctions sensibles	38
6.8	Évaluation de la mise en œuvre des normes minimales de contrôle interne	40

0 TABLEAU SUR L'EXÉCUTION DU BUDGET (AU 31 DÉCEMBRE 2013)

	Appropriations of 2013	Crédits 2013	
A	Initial appropriations	Crédits initiaux	€106.787.900,00
B	Final appropriations	Crédits finaux	€106.308.600,00
C	Commitments	Engagements	€105.283.387,96
D	Commitments in % of final appropriations	Engagements en % des crédits finaux	99,04%
E	Payments	Paiements	€61.630.354,25
F	Payments in % of commitments	Paiements en % d'engagements	58,54%
G	Cancellations of 2013 final appropriations	Annulations de crédits 2013	€1.025.212,04
H	Cancellations in % of final appropriations	Annulations en % des crédits finaux	0,96%
	Appropriations carried over (automatic and non-automatic carryovers) from 2013 to 2014	Crédits reportés (automatiques et non-automatiques) de 2013 à 2014	
I	Automatic carryovers from 2013 to 2014	Crédits reportés automatiques de 2013 à 2014	€43.653.033,71
J	Automatic carryovers from 2013 to 2014 in % of commitments	Crédits reportés automatiques de 2013 à 2014 en % des engagements	41,46%
K	Non-automatic carryovers from 2013 to 2014	Crédits reportés non-automatiques de 2013 à 2014	€0,00
L	Non-automatic carryovers from 2013 to 2014 in % of final appropriations	Crédits reportés non-automatiques de 2013 à 2014 en % des crédits finaux	0,00
	Appropriations carried over (automatic and non-automatic carryovers) from 2012 to 2013	Crédits reportés (automatiques et non-automatiques) de 2012 à 2013	
M	Automatic carryovers from 2012 to 2013	Crédits reportés automatiques de 2012 à 2013	€36.063.925,33
N	Payments against automatic carryovers from 2012 to 2013	Paiements de crédits reportés automatiques de 2012 à 2013	€33.479.364,45
O	Payments against automatic carryovers from 2012 to 2013 in % of automatic carryovers from 2012 to 2013	Paiements de crédits reportés automatiques de 2012 à 2013 en % des crédits reportés automatiques de 2012 à 2013	92,83%
P	Cancellations of automatic carryovers from 2012 to 2013	Annulations de crédits reportés automatiques de 2012 à 2013	€2.584.560,88
Q	Cancellations of automatic carryovers from 2012 to 2013 in % of automatic carryovers from 2012 to 2013	Annulations de crédits reportés automatiques de 2012 à 2013 en % des crédits reportés automatiques de 2012 à 2013	7,17%
R	Non-automatic carryovers from 2012 to 2013	Crédits reportés non-automatiques de 2012 à 2013	€0,00
S	Payments of non-automatic carryovers from 2012 to 2013	Paiements de crédits reportés non-automatiques de 2012 à 2013	€0,00
T	Payments against non-automatic carryovers from 2012 to 2013 in % of non-automatic carryovers from 2012 to 2013	Paiements de crédits reportés non-automatiques de 2012 à 2013 en % des crédits reportés non-automatiques de 2012 à 2013	-
U	Cancellations of non-automatic carryovers from 2012 to 2013	Annulations de crédits reportés non-automatiques de 2012 à 2013	€0,00
V	Cancellations of non-automatic carryovers from 2012 to 2013 in % of non-automatic carryovers from 2012 to 2013	Annulations de crédits reportés non-automatiques de 2012 à 2013 en % des crédits reportés non-automatiques de 2012 à 2013	-
	Assigned revenue in 2013	Recettes affectées 2013	
W	Appropriations from assigned revenue in 2013 (current)	Crédits de recettes affectées courantes 2013	€6.306,48
X	Assigned revenue carried over to 2013	Crédits de recettes affectées reportés à 2013	€22.620,52
Y	Payments in 2013 against appropriations from assigned revenue (current and carried-over)	Paiements de crédits de recettes affectées 2013 (courantes et reportés)	€2.421,90
Z	Payments in 2013 against assigned revenue in % of assigned revenue in 2013 (current and carried-over)	Paiements de crédits de recettes affectées 2013 en % des crédits de recettes affectées 2013 (courantes et reportés)	8,37%
AA	Appropriations for mopping up transfer	Crédits pour le transfert de "ramassage"	€2.385.335,00

1 OBJECTIFS

1.1 Objectifs de la direction générale

Le grand objectif de la DG Communication, qui est de mieux faire connaître le Parlement européen, sa nature politique et ses pouvoirs et compétences, n'a pas changé, mais a pris une importance particulière lors de cette année préélectorale.

Validé le 23 mars 2011 par le Bureau, le plan d'action 2011-2014, destiné à mettre en œuvre la stratégie de communication actualisée du Parlement adoptée par le Bureau en juillet 2010, constitue, depuis ces trois dernières années, l'épine dorsale du programme de travail de la DG Communication et de ses préparatifs en vue des élections de 2014. La mise en œuvre progressive de ce plan d'action, comportant 21 actions concrètes centrées sur les principales activités de la DG communication, c'est-à-dire la fourniture d'une information impartiale et exacte sur le rôle et sur les activités du Parlement européen à un large public, à la fois dans des contextes centralisés et décentralisés, traduisant la nature politique de l'institution et ses pouvoirs accrus, l'objectif étant de rapprocher du citoyen les politiques et la vie politique de l'Union européenne, a permis de mettre en place des conditions propices au lancement de la campagne institutionnelle d'information et de communication pour les élections européennes de 2014.

Le grand objectif de sensibilisation poursuivi par la DG COMM est décliné en cinq grands faisceaux d'objectifs axés sur les principaux moyens de communication dont elle dispose, objectifs qui consistent à :

- renforcer la présence du Parlement dans les médias audiovisuels;
- renforcer la présence du Parlement dans la presse écrite;
- renforcer la présence du Parlement sur l'internet;
- sensibiliser les citoyens;
- améliorer l'accueil des visiteurs.

La DG COMM emploie deux outils privilégiés pour mesurer l'état d'avancement de la réalisation de ce grand objectif: le suivi de l'opinion et la veille médiatique. Les activités de suivi de l'opinion publique menées au cours des dix-huit derniers mois, mais aussi l'activité de veille médiatique, en cours d'harmonisation entre les différents États membres, avec la signature de contrats-cadres dans chaque État pour permettre l'intensification de l'action dans ce domaine à partir de janvier 2014, se sont notablement amplifiées.

Conformément aux orientations politiques adoptées par le Bureau le 2 juillet 2012, la campagne de communication, qui s'articule autour de trois thèmes centraux (politique, action et valeurs du Parlement), est neutre du point de vue politique et pose des jalons en amont des campagnes électorales politiques qui seront menées par les partis politiques et les candidats indépendants. L'objectif de la campagne institutionnelle d'information et de communication est de mieux faire connaître les réalisations du Parlement, de le mettre en avant en tant qu'assemblée représentant les citoyens européens et de promouvoir davantage les débats politiques dans le discours public et les médias.

En juillet dernier, la DG COMM a signé un contrat avec une agence de communication, chargée de lui apporter son aide dans le domaine de la planification stratégique et de la méthodologie pour la campagne institutionnelle d'information, et les travaux ont été réalisés selon le calendrier prévu. Toutes les prestations prévues, dont le concept créatif et la feuille de route de la campagne elle-même, ont été fournies à temps. Ce concept a été approuvé par le Bureau le 20 mai 2013 et un contrat particulier relatif à l'exécution et à la mise en œuvre de la campagne a été signé le 7 juin 2013.

Pour la campagne, l'accent a été mis sur la nature politique du Parlement européen et sur les nouveaux pouvoirs que lui a attribués le traité de Lisbonne, ce que traduit bien le message "Cette fois, c'est différent". Le concept retenu prévoit une démarche en quatre phases autour du slogan "AGIR. RÉAGIR. ACCOMPLIR". Ce slogan, qui tend à asseoir l'image de marque du Parlement européen, permet d'assurer la pérennité de la campagne bien au-delà de 2014.

La campagne, lancée le 10 septembre 2013, a reçu un très large écho médiatique, télévisuel en particulier, avec plus de neuf millions de téléspectateurs. La réaction obtenue dans les médias sociaux a elle aussi atteint un niveau record. Parallèlement, la DG COMM a mis en service le nouveau centre de téléchargement, plateforme en ligne proposant à tous ses partenaires de communication les versions électroniques des supports de communication du Parlement élaborés pour les besoins de la campagne, ainsi que le logo de l'institution. Le site officiel de la campagne est entré en service en décembre 2013.

La deuxième phase de la campagne, lancée en octobre 2013, durera jusqu'en février 2014. Cette "phase thématique" prépare le terrain pour les élections de 2014 en sensibilisant à la nature politique du Parlement, à la valeur ajoutée qu'il apporte et à son incidence sur la vie quotidienne, autour d'une série de grands thèmes politiques.

Outre le recours aux moyens de communication traditionnels, cette phase met aussi en œuvre une série d'activités de sensibilisation novatrices, dont l'organisation de rencontres "ReACT" dans cinq grandes villes. Les premières manifestations, organisées à Paris, à Varsovie et à Francfort, ont suscité un grand intérêt dans la société civile et parmi les acteurs concernés.

À partir du 1^{er} mars, une phase de mobilisation électorale sera engagée pour inviter les électeurs à participer, dans le cadre d'une campagne qui comprendra notamment une retransmission télévisée des débats entre les candidats à la présidence de la Commission. Une cellule de coordination a été mise en place pour la préparation de ces "débats présidentiels", désormais en cours. La dernière phase englobera l'analyse des résultats des élections et l'entrée en fonctions de la nouvelle Commission et de son président, élu par le Parlement.

Les travaux de préparation de la troisième phase de la campagne ont été, en grande partie, engagés dès 2013 afin de permettre le lancement en temps et en heure de la campagne d'"appel aux urnes", qui met l'accent sur le poids des citoyens dans le choix de leurs responsables.

Le contrat principal de services d'assistance pour l'analyse et la présentation des résultats lors de la soirée électorale du 25 mai 2014 a également été signé et les activités menées avec le prestataire sont bien engagées.

Parallèlement, après l'adoption par le Bureau, le 1^{er} juillet 2013, du concept de la rencontre de la jeunesse européenne, qui vise à sensibiliser les jeunes à l'identité européenne, le projet avance bien et les inscriptions sont ouvertes depuis octobre. Cette rencontre, placée sous la devise "Des idées pour une Europe meilleure", aura lieu à Strasbourg en mai 2014, et réunira près de 5 000 jeunes venus des quatre coins de l'Europe.

La Maison de l'histoire européenne reste une priorité de la DG COMM. Le projet fait partie intégrante de l'offre proposée par le Parlement européen à ses visiteurs et s'inscrit dans la stratégie définie actuellement en leur direction. Si elle constitue le cœur de l'offre proposée par la Maison de l'histoire européenne aux visiteurs, l'exposition permanente n'en est pas l'élément unique. Des expositions temporaires et itinérantes, des manifestations, des conférences, mais aussi un vaste choix de programmes didactiques et d'offres en ligne, s'adressant à différentes tranches d'âge, seront aussi mis en place. L'équipe de la Maison de l'histoire européenne, qui se consacre à la mise au point de l'exposition permanente, a

également engagé l'élaboration de l'offre qui sera proposée aux visiteurs. L'ouverture de la Maison de l'histoire européenne et de son exposition permanente est prévue fin 2015, la première exposition temporaire étant programmée en 2016.

Enfin, à la suite de la décision du Bureau du 18 novembre 2013, de nouvelles mesures ont été engagées dans le cadre de la coopération avec le Port autonome de Strasbourg, la région Alsace et le Mémorial de l'Alsace-Moselle afin d'accroître la capacité d'accueil des visiteurs des locaux du Parlement à Strasbourg pour faire face à la hausse attendue des visites à l'occasion de l'année électorale. Dans le même temps, une étude de faisabilité a été réalisée en vue de l'installation d'une petite salle de cinéma à 360° à Strasbourg et à Berlin et des travaux préparatoires ont été menés dans la perspective de la mise en place à Strasbourg de jeux de rôle semblables à ceux actuellement organisés à Bruxelles.

1.2 Évaluation de la faisabilité et des risques potentiels associés

Depuis l'adoption du plan d'action en 2011, la DG COMM a pris toutes les dispositions possibles pour se mettre en situation de réaliser avec succès son objectif stratégique.

Le grand défi, pour la DG COMM, lors de cette année préélectorale, était de maintenir la qualité de ses services habituels tout en préparant et en mettant en œuvre avec succès les premières phases de la campagne institutionnelle d'information et de communication dans la perspective de 2014.

La programmation financière de la campagne avait commencé en 2010, avec l'élaboration du budget 2012, le budget relatif aux élections de 2014 étant dégagé sur le budget global de la DG COMM sur trois exercices. Une série d'adaptations ont été menées à bien dans les structures organisationnelles en 2011 et en 2012 afin de mettre en adéquation l'organisation hiérarchique et la réalité opérationnelle. Un contrat-cadre a été signé avec trois grandes agences de communication afin d'assurer une capacité de réaction suffisante, le contrat principal concernant la mise en œuvre de la campagne (phase I-III) étant, quant à lui, signé en juin 2013.

Cette planification en amont des moyens financiers et humains et des capacités externes ont permis à la DG COMM non seulement d'améliorer et de développer son activité de communication courante (cf. indicateurs de résultats), mais aussi de réagir rapidement et efficacement à des décisions politiques qui ne pouvaient être prévues (rencontre EYE 2014, par ex.).

Nul doute que tout grand projet de communication de l'ampleur de la campagne d'information s'accompagne de certains risques, le premier d'entre eux étant le risque d'image. Cela suppose donc de procéder avec tact et doigté pour mener une campagne de communication s'adressant, en vingt-quatre langues, aux habitants de vingt-huit pays. Pour y parvenir, d'une part, tout a été mis en œuvre pour réduire au maximum les risques grâce à une planification rigoureuse, et, d'autre part, une structure de gouvernance transversale a été mise en place et des procédures de validation claires ont été instaurées, aux niveaux appropriés, pour tous les produits de la campagne.

D'un point de vue plus général, les ressources humaines à la disposition de la DG sont un élément préoccupant. La réduction de 5 % de l'effectif total du Parlement a touché tous les services, mais tout particulièrement ceux où des collègues expérimentés partis à la retraite n'ont pas été remplacés. Le grand nombre d'agents exerçant leur droit, conféré par le statut, de travailler à temps partiel a également des répercussions notables sur la capacité de réaction de certains services, notamment dans les bureaux d'information, qui disposent souvent d'équipes

resserrées. L'affectation de stagiaires supplémentaires (pris sur les réserves des DG IPOL et EXPO) auprès des bureaux d'information du Parlement pendant la période préélectorale a constitué un ballon d'oxygène, mais cette solution ne permet pas de résoudre durablement ce problème chronique.

Enfin, à cet égard, la lenteur des procédures de recrutement d'agents contractuels, l'absence de listes à jour de candidats qualifiés et le fait que seuls des contrats très courts (d'une durée de six mois au maximum) peuvent être proposés rendent difficiles de faire usage des éventuelles ressources complémentaires mises à disposition en compensation.

Du fait des tensions affectant les ressources humaines, les agents doivent assurer de nouvelles missions supplémentaires, ce qui peut entraîner un risque pour la réalisation des objectifs stratégiques.

En outre, au cours de l'année 2013, plusieurs projets nouveaux ont dû être mis en place à la suite de décisions politiques (EYE 2014, mémorial de Schirneck, salle de cinéma à 360° et autres activités du Parliamentarium dans les États membres et les bureaux d'information, manifestations ponctuelles). Ces projets, qui ne figuraient pas dans la programmation annuelle et pour lesquels des moyens budgétaires ou humains n'avaient pas été prévus, absorbent des ressources affectées à d'autres activités, ce qui met en péril le respect des délais et l'exécution des activités prioritaires et missions ordinaires programmées.

Plus particulièrement, le projet de la Maison de l'histoire européenne et le Parliamentarium ont connu des contretemps en raison de décisions prises par le FMP en matière d'achats. Compte tenu de la spécificité de ces projets culturels, artistiques et historiques, l'adoption d'une méthode plus pragmatique tenant compte de leurs impératifs particuliers s'impose.

En ce qui concerne la gestion financière, conformément à son programme de travail, en 2013, le service d'audit interne a évalué une série de risques relatifs à la gestion financière de la DG COMM, dans le cadre a) du suivi des actions relevées comme étant inachevées lors des précédents audits, notamment l'examen du cadre de contrôle interne, l'audit concernant les groupes de visiteurs et le traitement des demandes de paiement et l'audit des procédures de passation des marchés, et b) d'un audit particulier des bureaux d'information européens qui a été engagé au deuxième semestre 2013 et se poursuit actuellement. Une série d'actions à mener a été définie. Pour toutes les recommandations formulées, des mesures appropriées ont été prises, ce qui a permis au SAI de clôturer 9 actions sur 17, le risque étant réévalué à la baisse pour les autres. Les principales actions restant inachevées concernent les groupes de visiteurs, et en particulier les dispositions relatives au remboursement de leurs frais, le SAI jugeant déterminant de mettre en concordance les subventions versées et les dépenses réellement engagées par les groupes de visiteurs, et y associant un risque majeur.

2 ÉVALUATION DES RÉSULTATS DES OPÉRATIONS PAR RAPPORT AUX OBJECTIFS - UTILISATION DES RESSOURCES

2.1 La direction générale dans son contexte

Avant que le concept de la campagne d'information ne soit adopté par le Bureau en mai 2013, la DG COMM a intensifié, comme le prévoit son plan d'action 2012-2014, toutes ses activités de communication afin de renforcer la notoriété du Parlement européen et d'améliorer la compréhension qu'en a le public.

Il convient en particulier d'évoquer les progrès réalisés dans le renforcement de la collaboration avec les grandes sociétés de télédiffusion dans toute l'Europe et la mise à niveau

de toutes les plateformes de communication dans la perspective de la campagne des élections européennes de 2014.

Après la signature du contrat relatif à la mise en œuvre de la campagne, une structure de gouvernance a été mise en place pour garantir l'efficacité de la gestion au niveau central et décentralisé et entre les différents moyens de communication. Cette structure, constituée d'une cellule de coordination, dirigée par la directrice générale et comprenant les quatre directrices et directeurs, ainsi que tous les chefs d'unité de la DG COMM, et d'un comité de pilotage, composé de chefs d'unité, de conseillers de direction et de divers autres collègues, a été mise en place pour faciliter les décisions transversales entre les différents services. Par ailleurs, 36 chefs d'équipe et de projets ont été désignés, dans l'ensemble des directions de la DG COMM, pour mener à bien les tâches opérationnelles. Fin 2013, les phases I et II ayant été menées à bonne fin, la structure a été rationalisée et ramenée à un niveau purement opérationnel pour les dernières phases.

Sur un plan général, l'année 2013 a été riche en activité et en succès pour la DG COMM. Des progrès notables ont été réalisés dans le renforcement des relations du Parlement européen avec les médias, nouveaux et traditionnels, lors des grandes étapes de la campagne. Ainsi, le message de la campagne institutionnel "Cette fois, c'est différent" a été bien repris par les médias, une nouvelle formule a été mise au point pour les séminaires sur les élections, le site internet des élections a été mis en service avec l'ajout de l'irlandais, et un nouveau dossier de presse entièrement multimédia a été conçu pour les élections européennes de 2014.

Une nouvelle stratégie d'informations en ligne a été définie en y intégrant les produits de tous les services du Parlement et permettant d'embrasser d'un seul regard l'actualité du Parlement.

Les relations du Parlement avec les citoyens, y compris les leaders d'opinion et les parties prenantes, ont aussi fait l'objet d'un effort tout particulier. L'organisation de manifestations annuelles récurrentes, telles que le prix LUX ou le prix Sakharov, qui ont pour objet respectif de promouvoir la diversité culturelle et la liberté de pensée, a été replacée dans le cadre plus large de la campagne visant à communiquer sur les valeurs défendues par le Parlement.

En juillet 2013, le Parliamentarium, centre des visiteurs du Parlement, moins de deux ans après son inauguration, a accueilli son 500 000^e visiteur. Il a également été nommé au prix du musée européen de l'année 2013 et a été désigné cinquième attraction des voyageurs en Belgique sur Tripadvisor en 2013.

Les activités préparatoires à l'ouverture de la Maison de l'histoire européenne prévue fin 2015 sont en cours. L'équipe scientifique de projet œuvre depuis 2011 à la définition d'un concept muséologique et à la mise en place d'une exposition transposant les "lignes directrices pour une Maison de l'histoire européenne". Le Bureau a adopté le 22 octobre 2012 une première approche de l'exposition permanente, qui distribuait les différents thèmes et sujets dans l'espace. Ce concept a été enrichi en 2013 avec un cabinet de scénographie. Il est aujourd'hui achevé. Les appels d'offres pour la production des textes, des vitrines, des montages audiovisuels, du matériel interactif et autres seront publiés dans la foulée de l'adoption de la scénographie définitive.

Des progrès ont été réalisés dans l'amélioration des services aux visiteurs en 2013 grâce à la signature de deux accords de coopération avec le Port autonome de Strasbourg, d'une part, et avec la région Alsace et le Mémorial de l'Alsace-Moselle, d'autre part. À partir de mars 2014, le Parlement accueillera, pour des visites guidées, des visiteurs arrivant par bateau dans le cadre de circuits combinés organisés avec le service Batorama. Par ailleurs, un partenariat a été mis en place avec la région Alsace et le Mémorial de l'Alsace-Moselle dans le cadre du nouveau projet EU-PHORIA à Schirmeck afin d'offrir aux visiteurs du Parlement européen à Strasbourg une perspective historique plus vaste.

Dans le cadre des efforts qu'elle déploie pour accroître la visibilité du Parlement européen à l'approche des élections de 2014, la DG COMM a poursuivi son programme de subventions annuelles lancé en 2012, qui vise à sensibiliser les citoyens européens au rôle et aux activités du Parlement européen, à mettre l'accent sur la nature politique du Parlement et à susciter l'intérêt de l'opinion autour du processus de décision européen.

Des subventions ont été accordées dans les domaines de la télévision, de la radio, des projets internet ou de manifestations ponctuelles et étaient axées sur:

- la sensibilisation au Parlement européen, à son rôle et à sa nature politique;
- la diffusion d'informations relatives au Parlement européen et à ses activités;
- une meilleure connaissance et compréhension des trois piliers autour duquel le Parlement européen s'articule: la politique, l'action et des valeurs.

Sur le plan structurel, l'environnement dans lequel évolue la DG COMM n'a pas connu de changements majeurs au cours de l'année 2013. Une nouvelle "unité de soutien des bureaux d'information" a été créée au sein de la direction B afin d'appuyer la directrice dans la gestion des ressources humaines des bureaux d'information. À la suite d'une décision d'un groupe de travail du Bureau, la fonction d'animateur de communauté a été instaurée dans chaque bureau d'information afin de renforcer la présence du Parlement sur les médias sociaux de chaque État membres.

Une méthode mieux coordonnée et structurée de gestion des demandes de patronage a également été mise en place grâce à un formulaire en ligne et à un nouveau site internet.

Les activités opérationnelles de la DG COMM sont mises en œuvre au moyen de nombreuses et diverses transactions financières. Au total 317 procédures de passation de marchés ont été réalisées en 2013, nombre d'entre elles étant des procédures de faible valeur pour les bureaux d'information (77 %). Afin de réduire le nombre de ces procédures et les risques qui leur sont associés, un projet pilote a été lancé en 2012, puis poursuivi en 2013, en vue de conclure des contrats-cadres pour la fourniture de services récurrents pour chaque bureau d'information. Fin 2013, 14 contrats-cadres étaient engagés et 7 étaient conclus avec des fournisseurs locaux. En 2014, l'opération sera menée à bonne fin avec les autres bureaux d'information l'ayant engagée.

La majeure partie des activités engagées par la DG COMM sont mises en œuvre dans le cadre de contrats de prestation de services ou de fournitures (principalement du matériel audiovisuel) pour lesquels les entrepreneurs sont sélectionnés à l'issue de procédures d'appel d'offres. Quelquefois, la nature des activités de la DG COMM relève de domaines où on ne peut raisonnablement faire jouer la concurrence et pour lesquels les procédures négociées exceptionnelles sont utilisées (5 % en 2013) - (voir l'annexe 6.5 pour de plus amples informations sur l'utilisation de cette procédure). Pour les bureaux d'information du Parlement européen, un grand nombre de ces transactions – pour des montants plutôt limités – a été traité grâce à des régies d'avances.

Pour renforcer l'efficacité du traitement des opérations financières (1 544 engagements, 2 967 paiements et 42 ordres de recouvrement en 2013), la DG COMM a poursuivi ses efforts d'amélioration en matière de planification, de gestion et d'information financières. L'utilisation de WebContracts a été notablement renforcée en 2013 et des sessions de formation ont été organisées dans les bureaux d'information sur la gestion financière et l'utilisation de WebContracts. Dans le domaine des marchés et des contrats, un éventail complet de manuels, d'orientations et de modèles est à présent disponible pour l'ensemble des procédures. Toutes ces mesures conjuguées ont contribué à une organisation plus efficace et plus rationnelle des procédures d'attribution des marchés, à un niveau élevé d'exécution du budget de 99 % et à une large réduction des retards de paiement, 82 % des factures ayant été payées à temps.

2.2 Les ressources humaines à la DG COMM

Le tableau ci-dessous reproduit le nombre de postes à la DG COMM au 31 décembre 2013. 699 personnes travaillant à la DG COMM sont employées conformément aux conditions de travail établies dans le statut des fonctionnaires et le régime applicable aux autres agents (RAA). 85 travaillent dans les locaux de la DG COMM pour des projets spécifiques dans le cadre d'un contrat de prestation de services. Enfin, 272 personnes ont participé en 2013 à l'un des programmes de stage proposés par la DG.

	Postes organigramme 01/01/2012 (a) = b+c	Postes organigramme 01/01/2013	SITUATION AU : 31/12/2013				TOTAL a +d
			Effectifs fonctionnaires (b)	Effectifs temporaires (c)	Effectifs / contractuels (d)	Effectifs extérieurs	
AD	255	257	214	36	29		279
AST	355	357	335	25	60		420
AUTRE						(85)	
TOTAL	610	614	549	61	89	(85)	699

2.3 Exécution du budget 2013

Fin 2012, il a été demandé à toutes les directions opérationnelles de présenter une planification détaillée de l'utilisation des crédits relevant de leur responsabilité.

Dans ce cadre, l'ordonnateur délégué a indiqué séparément le budget nécessaire aux actions courantes et celui nécessaire pour couvrir les dépenses relatives aux actions concernant la campagne d'information et de communication.

Le premier exercice de ramassage a dégagé un excédent de 4 330 000 EUR, dont 3 600 000 EUR avaient initialement été réservés à la DG INLO pour les travaux d'aménagement des espaces non réservés aux expositions de la Maison de l'histoire européenne, 145 000 EUR pour l'acquisition d'expertise et 585 000 EUR pour les dépenses relatives à l'exposition permanente de la Maison de l'histoire européenne.

Un déficit de 2 500 000 EUR a été mis en évidence, dont 2 000 000 EUR correspondant à des transferts de crédits depuis les activités actuelles vers EYE et 500 000 EUR de frais imprévus pour la couverture audiovisuelle de la session plénière et la location d'une unité mobile de conférence de presse.

Lors de la deuxième opération de ramassage, un excédent supplémentaire de 470 000 EUR a été mis en évidence, dans l'attente d'avis du FMP sur les acquisitions prévues pour la Maison de l'histoire européenne.

Au total, la DG COMM a reçu une somme de 1 900 000 EUR de crédits extérieurs pour le financement de la rencontre EYE et a réaffecté 3 100 000 EUR de ses propres ressources pour couvrir

- i) les déficits mis en évidence lors du premier exercice de ramassage;
- ii) des frais supplémentaires imprévus;
- iii) les équipements nécessaires au projet "vidéo accessible à tous";
- iv) Euphoria.

Au cours de la même période, 2 300 000 EUR ont été attribués à d'autres directions générales, dont 1 600 000 EUR à la DG INLO.

Les transferts suivants ont été effectués en 2013:

- à la DG COMM en provenance d'autres directions générales

Réf FINS	Type de transfert	Montant	Donateur	Receveur	Description transfert
S 30	Transfert S	163 000,00 €	03242-03	03242-01	Financement EYE2014
C 4	Virement C	1 734 000,00 €	03242-03	03242-01	Financement EYE2014
P 6	Virement P	100 000,00 €	Multi BL	03242-01	Financement EYE2014
Total		1 997 000,00 €			

- au sein de la DG COMM

Réf FINS	Type de transfert	Montant	Donateur	Receveur	Description transfert
S 29	Transfert S	145 000,00 €	03244-03	03244-01	Renforcement VISSEM
S 39	Transfert S	50 028,00 €	03248-02	03248-01	Financement de la couverture audiovisuelle des déplacements du Président à La Haye et à Francfort
S 40	Transfert S	470 946,00 €	02140-11	02140-09	Renforcement équipements et installations techniques audiovisuels – Matrix et VATA
P 9	Virement P	2 000 000,00 €	03247-00	03244-01	Renforcement poste Organisation et accueil des groupes de visiteurs, programme Euroscola - EUPHORIA
P 8	Virement P	500 000,00 €	03247-00	03248-01	Renforcement production audiovisuelle
Total		3 165 974,00 €			

- de la DG COMM vers d'autres directions générales

Réf FINS	Type de transfert	Montant	Donateur	Receveur	Description transfert
S 11	Transfert S	-190 000,00 €	03244-01	03244-04	Financement programme Euronest/Euromed-Scola
S 32	Transfert S	-1 600 000,00 €	03247-00	03247-02	Financement Aménagements Maison de l'histoire européenne DG INLO
C 12	Virement C	-142 335,00 €	03200-08	02001-01	Renforcement Redevances emphytéotiques: Luxembourg
C 12	Virement C	-453 000,00 €	03247-00	02001-01	Renforcement Redevances emphytéotiques: Luxembourg
Total		-2 385 335,00 €			

2.3.1 *Crédits finaux et crédits initiaux*

Les crédits autorisés du budget initial de la DG Communication pour l'exercice 2013 se montaient à un total de 106 787 900,00 EUR, tandis que les crédits finaux au 31 décembre 2013 s'élevaient au total à 106 308 600,00 EUR.

2.3.2 *Crédits finaux et crédits engagés*

Au 31 décembre 2013, les crédits définitifs s'élevaient à un montant total de 106 308 600,00 EUR, tandis que le total des engagements affichait 105 283 387,96 EUR, soit 99,04 % des crédits définitifs.

2.3.3 *Crédits engagés et paiements effectués*

Les engagements au 31 décembre 2013 atteignaient un montant total de 105 283 387,96 EUR; les paiements atteignaient un montant total de 61 630 354,25 EUR, soit 58,54% de tous les engagements pris.

2.3.4 *Utilisation de crédits reportés (reports automatiques et non automatiques) de 2012 à 2013*

Les reports automatiques vers l'exercice 2013 ont atteint un montant total de 36 063 925,33 EUR. Au 31 décembre 2013, les paiements effectués se montaient à 33 479 364,45 EUR, soit 92,83% des crédits reportés de 2012 à 2013 pour tous les postes de la direction générale.

2.3.5 *Utilisation de crédits correspondant à des recettes affectées (courantes et reportées)*

2.3.5.1 *État des crédits de recettes affectées*

Les recettes affectées disponibles au 31 décembre 2013 se montaient à 6 306,48 EUR.

Le 31 décembre 2013, les engagements totalisaient 4 499,61 EUR, soit 19,89 %, dont 2 421,90 EUR de paiements effectués.

2.3.5.2 *État des crédits de recettes affectées reportés*

Les recettes affectées reportées de l'exercice précédent s'élevaient à un montant total de 22 620,52 EUR.

2.4 Résultats obtenus

Cf. tableau relatif aux indicateurs de performances joint en annexe.

3 ÉVALUATION ET EFFICACITÉ DES CONTRÔLES INTERNES

Les normes de contrôle interne mises en place par la DG Communication sont évaluées au cours de chaque exercice budgétaire par rapport aux éléments suivants: environnement de contrôle, performance et gestion des risques, information et communication, activités de contrôle, audit et évaluation. L'évaluation détaillée figure en annexe, point 6.8.

4 CONCLUSIONS

Tout au long de l'année 2013, l'ensemble des services de la DG COMM se sont voués à la préparation et au lancement de la campagne institutionnelle d'information et de communication.

Le lancement de la campagne institutionnelle d'information et de communication a eu lieu à Strasbourg le 10 septembre 2013, dans le contexte du discours sur l'état de l'Union, moment symbolique choisi pour mettre l'accent sur le nouveau rôle du Parlement européen après l'entrée en vigueur du traité de Lisbonne. Cette opération a bénéficié d'une large couverture médiatique, quelque 160 journalistes ayant assisté à la conférence de presse de lancement. Cette couverture, conjuguée à une forte interaction sur les médias sociaux, permet de qualifier le lancement de vraie réussite en matière de sensibilisation.

Les derniers mois de 2013 ont été consacrés à la mise en œuvre de la deuxième phase de la campagne (phase dite "thématique") et à la préparation des phases suivantes (phase de mobilisation et phase post-électorale) en collaboration étroite avec l'agence de communication externe appuyant la DG COMM dans la mise en œuvre de la campagne. Les premiers événements "ReACT" ont été organisés à Paris, à Varsovie et à Francfort sur les grands thèmes que sont l'emploi, l'argent et l'économie. Deux autres rencontres sur la qualité de vie et l'Union européenne dans le monde auront lieu à Rome et à Madrid. Les bureaux d'information ont joué un rôle essentiel dans la mise en œuvre de la campagne, en assurant la promotion des outils mis au point au niveau central dans tous les États membres, en associant les acteurs concernés et les médias, multiplicateurs d'opinion, afin de diffuser très largement le message de la campagne, et en animant les médias sociaux au niveau local.

Dans le cadre de ses efforts visant à renforcer la notoriété du Parlement dans la période précédant les élections de 2014, la DG COMM a mené à bien la troisième phase de son programme de subventions annuelles pour les partenaires. Un appel à propositions pour le cofinancement de projets spécifiques dans les domaines de la télévision, de la radio, des projets internet ou d'événements ponctuels pour un montant de 3 000 000 EUR maximum a été publié au deuxième semestre. La DG COMM a reçu environ 300 candidatures et a retenu

58 projets pour un financement. Les projets seront lancés dans les premiers mois de 2014, lors du passage de la deuxième à la troisième phase de la campagne, pour informer les citoyens sur le pouvoir que leur confère l'exercice du droit de vote, et renforcer ainsi, sur le terrain, le grand message porté par la campagne: "Cette fois, c'est différent".

Les travaux préparatoires effectués par la DG COMM en 2012 et au premier semestre 2013 pour optimiser ses outils et plateformes de communication et leur donner une ampleur maximum ont été essentiels pour permettre un lancement aussi réussi de la campagne des élections de 2014. Les objectifs fixés dans le plan d'action 2012-2014 ont constitué les principes directeurs de ces travaux préparatoires et ont permis une plus grande transversalité et une plus grande convergence des activités essentielles de la DG COMM.

Au fur et à mesure que la campagne des élections européennes de 2014 entrera dans ses phases finales, les fruits de ces efforts seront encore plus manifestes. Les travaux réalisés par l'unité du suivi de l'opinion publique indiquent dès à présent une familiarisation plus grande avec le Parlement européen, son rôle et ses pouvoirs. En revanche, la concrétisation de cette évolution dans une participation citoyenne accrue au scrutin dépendra bien entendu essentiellement du succès des différentes campagnes menées par les partis politiques européens, et non de la campagne institutionnelle. Une étude extérieure sera réalisée en 2014 pour évaluer objectivement les incidences de cette dernière.

5 DÉCLARATION DE L'ORDONNATEUR DÉLÉGUÉ

Je, soussignée

Directrice générale de la direction générale de la Communication,
en ma qualité d'ordonnateur délégué

déclare par la présente que les informations contenues dans le présent rapport sont sincères;

déclare avoir la certitude raisonnable que les ressources affectées aux activités décrites dans le présent rapport ont été utilisées aux fins prévues et conformément au principe de la bonne gestion financière et que les procédures de contrôle mises en place procurent les garanties voulues quant à la légalité et à la régularité des opérations sous-jacentes. Cette assurance raisonnable se fonde sur mon propre jugement et sur les éléments d'information dont je dispose, comme, par exemple, les résultats de l'autoévaluation, les contrôles a posteriori et les observations du service d'audit interne, ainsi que les enseignements tirés des rapports de la Cour des comptes sur les exercices antérieurs à celui de cette déclaration;

certifie ne pas avoir connaissance d'éléments desquels il n'aurait pas été fait état et qui seraient de nature à porter atteinte aux intérêts de l'institution.

Fait à Bruxelles

le

Signature :

Juana LAHOUSSE-JUÁREZ

6 ANNEXES

6.1 Exécution du budget 2013

1. État des **crédits courants** (fin décembre – exercice 2013)
2. État des crédits reportés (**reports automatiques et non automatiques**) (fin décembre – exercice 2013)
3. État des **crédits de recettes affectées** (fin décembre – exercice 2013)
4. État des **crédits de recettes affectées reportés** (fin décembre – exercice 2013)
5. État des **recettes** (fin décembre – exercice 2013)

03248-01-86	PRODUCTIONS AUDIOVISUELLES : SOFIA	0,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	100,00	0,00	1.700,00	0,00
03248-01-87	PRODUCTIONS AUDIOVISUELLES : WROCLAW	15.000,00	0,00	15.000,00	15.000,00	100,00	0,00	15.000,00	0,00
03248-01-89	PRODUCTIONS AUDIOVISUELLES : ZAGREB	0,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	100,00	0,00	3.000,00	0,00
03248-02-00	RETRANSMISSION DES SEANCES PLENIERES ET REUNIONS SUR INTERNET	510.000,00	-50.028,00	459.972,00	452.613,28	98,40	214.134,95	238.478,33	7.358,72
	Sous-Total	20.133.700,00	500.000,00	20.633.700,00	20.533.306,06	99,51	11.770.857,91	8.762.448,15	100.393,94
03250-00-01	LOCATION MATERIEL DE TRANSPORT	10.000,00	34.000,00	44.000,00	21.307,01	48,43	11.971,52	9.335,49	22.692,99
03250-00-02	PAPETERIE, FOURNITURES DE BUREAU	32.000,00	91.000,00	123.000,00	62.657,57	50,94	52.214,64	10.442,93	60.342,43
03250-00-03	FRAIS DE TELECOMMUNICATION	107.000,00	284.000,00	391.000,00	266.872,93	68,25	222.394,11	44.478,82	124.127,07
03250-00-04	AFFRANCHISSEMENT, FRAIS DE PORT	65.000,00	171.153,75	236.153,75	193.223,38	81,82	161.019,48	32.203,90	42.930,37
03250-00-05	MANUTENTION, DEMENAGEMENT	5.000,00	16.000,00	21.000,00	8.077,08	38,46	6.730,90	1.346,18	12.922,92
03250-00-06	MENUES DEPENSES	10.000,00	274.846,25	284.846,25	278.763,53	97,86	34.302,99	244.460,54	6.082,72
03250-00-10	RESERVE GENERALE	871.000,00	-871.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Sous-Total	1.100.000,00	0,00	1.100.000,00	830.901,50	75,54	488.633,64	342.267,86	269.098,50
TOTAL GENERAL		106.787.900,00	-479.300,00	106.308.600,00	105.283.387,96	99,04	61.630.354,25	43.653.033,71	1.025.212,04

DOSSIER : DG IV - NEW

Unit. Org.:all

SITUATION CREDITS REPORTES AUTOMATIQUES EXERCICE : 2013 (EN EUR)

POSTE	INTITULE	CREDITS REPORTES	CREDITS ACTUELS	ENGAGEMENT S	PAIEMENTS EFFECTUES	% UTIL.	CREDITS DISPONIBLES	RELIQUAT DE CONVERSION
02...								
021..								
0212.								
2120								
02120-03	OEUVRES D'ART							
02120-03		193.017,00	193.017,00	193.017,00	192.027,00	99,49	990,00	0,00
0214.								
2140								
02140-09	MATERIEL ET INSTALLATIONS TECHNIQUES : AUDIOVISUEL - ACHAT, RENOUVELLEMENT, MAINTENANCE							
02140-09-01	CENTRE (UNITE AV)	6.393.386,85	6.393.386,85	6.393.386,85	6.026.685,82	94,26	366.701,03	0,00
02140-09-02	BUREAUX D'INFORMATION	8.427,45	8.427,45	8.427,45	7.752,94	92,00	674,51	0,00
02140-11	AUDIOVISUEL - MATERIEL ET INSTALLATIONS TECHNIQUES AUDIOVISUELS ET DE TELECOMMUNICATION DES SALLES ET LOCAUX DE PRESSE A BRUXELLES ET STRASBOURG (ENTRETIEN ET ASSISTANCE)							
02140-11		746.396,83	746.396,83	746.396,83	745.743,03	99,91	653,80	0,00
023..								
0230.								
2300	PAPETERIE, FOURNITURES DE BUREAU ET CONSOMMABLES DIVERS							
02300-05	CONSOMMABLES AUDIOVISUELS							
02300-05-01	CONSOMMABLES AV : CENTRE	780,76	780,76	780,76	0,00	0,00	780,76	0,00
03...								
032..								
0320.								
3200								
03200-08	MAISON DE L'HISTOIRE EUROPEENNE							
03200-08		38.600,00	38.600,00	38.600,00	18.933,20	49,05	19.666,80	0,00
0322.								
3220	DEPENSES DE DOCUMENTATION ET DE BIBLIOTHEQUE							
03220-09	ABONNEMENTS, MEDIA MONITORING							
03220-09-56	ABONNEMENTS, MEDIA MONITORING : DUBLIN	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00	100,00	0,00	0,00
03220-09-86	ABONNEMENTS, MEDIA MONITORING : SOFIA	4.274,88	4.274,88	4.274,88	4.259,12	99,63	15,76	0,00
03220-09-51	ABONNEMENTS, MEDIA MONITORING : ATHENES	5.950,00	5.950,00	5.950,00	5.950,00	100,00	0,00	0,00
03220-09-85	ABONNEMENTS, MEDIA MONITORING : BUCAREST	12.600,00	12.600,00	12.600,00	10.597,83	84,11	2.002,17	0,00
03220-09-83	ABONNEMENTS, MEDIA MONITORING : VILNIUS	11.772,82	11.772,82	11.772,82	11.772,81	100,00	0,01	0,00
03220-09-75	ABONNEMENTS, MEDIA MONITORING : VARSOVIE	10.493,36	10.493,36	10.493,36	10.493,36	100,00	0,00	0,00
03220-09-82	ABONNEMENTS, MEDIA MONITORING : TALLIN	17.944,00	17.944,00	17.944,00	16.677,60	92,94	1.266,40	0,00
03220-09-84	ABONNEMENTS, MEDIA MONITORING : RIGA	12.123,00	12.123,00	12.123,00	12.123,00	100,00	0,00	0,00
03220-09-02	ABONN., MEDIA MONITOR : BUREAUX D'INFORMATION	29.040,14	29.040,14	29.040,14	17.204,97	59,25	11.835,17	0,00
03220-09-53	ABONNEMENTS, MEDIA MONITORING : BERLIN	22.836,71	22.836,71	22.836,71	21.986,87	96,28	849,84	0,00
03220-09-80	ABONNEMENTS, MEDIA MONITORING : LJUBLJANA	7.600,00	7.600,00	7.600,00	6.900,00	90,79	700,00	0,00
03220-09-76	ABONNEMENTS, MEDIA MONITORING : BUDAPEST	7.300,00	7.300,00	7.300,00	7.300,00	100,00	0,00	0,00
03220-09-62	ABONNEMENTS, MEDIA MONITORING : MADRID	9.337,50	9.337,50	9.337,50	9.337,50	100,00	0,00	0,00
03220-09-59	ABONNEMENTS, MEDIA MONITORING : LISBONNE	25.295,00	25.295,00	25.295,00	25.295,00	100,00	0,00	0,00
03220-09-67	ABONNEMENTS, MEDIA MONITORING : VIENNE	17.642,15	17.642,15	17.642,15	17.642,10	100,00	0,05	0,00
03220-09-01	ABONNEMENTS, MEDIA MONITORING : CENTRE	50.195,57	50.195,57	50.195,57	39.114,82	77,92	11.080,75	0,00
03220-09-78	ABONNEMENTS, MEDIA MONITORING : PRAGUE	6.312,21	6.312,21	6.312,21	6.280,27	99,49	31,94	0,00
03220-09-79	ABONNEMENTS, MEDIA MONITORING : NICOSIE	32.000,00	32.000,00	32.000,00	31.999,92	100,00	0,08	0,00
03220-09-64	ABONNEMENTS, MEDIA MONITORING : ROME	41.496,00	41.496,00	41.496,00	41.496,00	100,00	0,00	0,00
03220-09-77	ABONNEMENTS, MEDIA MONITORING : BRATISLAVA	10.680,00	10.680,00	10.680,00	10.680,00	100,00	0,00	0,00
0325.								
3250	DEPENSES AFFERENTES AUX BUREAUX D'INFORMATION							
03250-00	DEPENSES AFFERENTES AUX BUREAUX D'INFORMATION							
03250-00-06	MENUES DEPENSES	33.640,16	33.640,16	33.640,16	12.684,06	37,71	20.956,10	0,00
03250-00-04	AFFRANCHISSEMENT, FRAIS DE PORT	193.152,79	193.152,79	193.152,79	56.434,65	29,22	136.718,14	0,00
03250-00-01	LOCATION MATERIEL DE TRANSPORT	23.036,31	23.036,31	23.036,31	15.810,29	68,63	7.226,02	0,00
03250-00-02	PAPETERIE, FOURNITURES DE BUREAU	54.990,10	54.990,10	54.990,10	16.899,36	30,73	38.090,74	0,00
03250-00-03	FRAIS DE TELECOMMUNICATION	196.896,99	196.896,99	196.896,99	153.026,22	77,72	43.870,77	0,00
03250-00-05	MANUTENTION, DEMENAGEMENT	7.729,07	7.729,07	7.729,07	3.733,43	48,30	3.995,64	0,00
0324.								
3244	ORGANISATION ET ACCUEIL DE GROUPES DE VISITEURS, PROGRAMME EUROSCOLA ET INVITATION DE MULTIPLICATEURS D'OPINION DE PAYS TIERS							

03244-03	FINANCEMENT DES BOURSES D'ETUDES, DE STAGES POUR LES MULTIPLICATEURS D'OPINION DE PAYS TIERS (EUVP)									
03244-03		76.868,20	76.868,20	76.868,20	70.994,90	92,36	5.873,30		0,00	
03244-02	FRAIS DE FONCTIONNEMENT DU PROGRAMME EUROSCLA									
03244-02		1.011.624,73	1.011.624,73	1.011.624,73	948.788,61	93,79	62.836,12		0,00	
03244-01	FRAIS D'ACCUEIL ET SUBVENTIONS AUX GROUPES DE VISITEURS									
03244-01-02	VISITEURS : GROUPES NON PARRAINES	26.000,00	26.000,00	26.000,00	23.296,17	89,60	2.703,83		0,00	
03244-01-03	VISITEURS : CONTRATS, INFRASTR., DIVERS	459.271,18	459.271,18	459.271,18	409.678,96	89,20	49.592,22		0,00	
03244-01-01	VISITEURS : GROUPES PARRAINES	2.464.157,53	2.464.157,53	2.464.157,53	2.427.590,44	98,52	36.567,09		0,00	
3246	CHAINE TELEVISUELLE PARLEMENTAIRE (WEB TV)									
03246-00	CHAINE TELEVISUELLE PARLEMENTAIRE (WEB TV)									
03246-00		2.346.277,84	2.346.277,84	2.346.277,84	2.322.805,57	99,00	23.472,27		0,00	
3248	DEPENSES D'INFORMATION AUDIOVISUELLE									
03248-02	RETRANSMISSION DES SEANCES PLENIERES ET REUNIONS SUR INTERNET									
03248-02		124.355,82	124.355,82	124.355,82	111.652,04	89,78	12.703,78		0,00	
03248-01	COPRODUCTION ET DIFFUSION DE PROGRAMMES AUDIOVISUELS									
03248-01-02	PRODUCTIONS AUDIOVISUELLES : DIRECTION A	3.638.036,52	3.638.036,52	3.638.036,52	2.847.003,11	78,26	791.033,41		0,00	
03248-01-01	PRODUCTIONS AUDIOVISUELLES : RESERVE	806,00	806,00	806,00	406,70	50,46	399,30		0,00	
03248-01-79	PRODUCTIONS AUDIOVISUELLES : NICOSIE	26.400,00	26.400,00	26.400,00	24.800,00	93,94	1.600,00		0,00	
03248-01-05	PROD. AUDIOVISUELLES : PROV. BI/CENTRE	1.670,78	1.670,78	1.670,78	1.385,06	82,90	285,72		0,00	
03248-01-64	PRODUCTIONS AUDIOVISUELLES : ROME	24.062,50	24.062,50	24.062,50	20.862,50	86,70	3.200,00		0,00	
03248-01-03	PRODUCTIONS AUDIOVISUELLES : SUBVENTIONS	1.784.762,27	1.784.762,27	1.784.762,27	1.616.273,66	90,56	168.488,61		0,00	
03248-01-51	PRODUCTIONS AUDIOVISUELLES : ATHENES	29.400,00	29.400,00	29.400,00	29.399,30	100,00	0,70		0,00	
03248-01-75	PRODUCTIONS AUDIOVISUELLES : VARSOVIE	44.992,34	44.992,34	44.992,34	44.992,34	100,00	0,00		0,00	
03248-01-59	PRODUCTIONS AUDIOVISUELLES : LISBONNE	38.204,51	38.204,51	38.204,51	38.114,51	99,76	90,00		0,00	
03248-01-82	PRODUCTIONS AUDIOVISUELLES : TALLIN	21.000,00	21.000,00	21.000,00	21.000,00	100,00	0,00		0,00	
03248-01-84	PRODUCTIONS AUDIOVISUELLES : RIGA	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00	100,00	0,00		0,00	
03248-01-81	PRODUCTIONS AUDIOVISUELLES : LA VALETTE	69.500,04	69.500,04	69.500,04	62.166,68	89,45	7.333,36		0,00	
03248-01-83	PRODUCTIONS AUDIOVISUELLES : VILNIUS	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	100,00	0,00		0,00	
03248-01-58	PRODUCTIONS AUDIOVISUELLES : LA HAYE	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	100,00	0,00		0,00	
03248-01-60	PRODUCTIONS AUDIOVISUELLES : LONDRES	33.500,00	33.500,00	33.500,00	24.700,00	73,73	8.800,00		0,00	
03248-01-77	PRODUCTIONS AUDIOVISUELLES : BRATISLAVA	59.638,00	59.638,00	59.638,00	59.638,00	100,00	0,00		0,00	
03248-01-87	PRODUCTIONS AUDIOVISUELLES : WROCLAW	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00	100,00	0,00		0,00	
03248-01-63	PRODUCTIONS AUDIOVISUELLES : PARIS	44.700,00	44.700,00	44.700,00	44.700,00	100,00	0,00		0,00	
03248-01-53	PRODUCTIONS AUDIOVISUELLES : BERLIN	14.995,37	14.995,37	14.995,37	13.211,07	88,10	1.784,30		0,00	
03248-01-56	PRODUCTIONS AUDIOVISUELLES : DUBLIN	26.923,09	26.923,09	26.923,09	26.923,07	100,00	0,02		0,00	
03248-01-62	PRODUCTIONS AUDIOVISUELLES : MADRID	14.364,60	14.364,60	14.364,60	14.364,00	100,00	0,60		0,00	
3242	DEPENSES DE PUBLICATION, D'INFORMATION ET DE PARTICIPATION AUX MANIFESTATIONS PUBLIQUES									
03242-01	FRAIS DE PRODUCTION ET DE DIFFUSION DE PUBLICATIONS (PAPIER ET FORMES ELECTRONIQUES)									
03242-01-97	PUBL, INFORM, MANIF. PUBL. : CAMPGN VALEURS	1.422.152,80	1.422.152,80	1.422.152,80	1.420.128,80	99,86	2.024,00		0,00	
03242-01-78	PUBL, INFORM, MANIF. PUBL. : PRAGUE	68.103,02	68.103,02	68.103,02	66.449,15	97,57	1.653,87		0,00	
03242-01-80	PUBL, INFORM, MANIF. PUBL. : LJUBLJANA	61.043,36	61.043,36	61.043,36	58.627,56	96,04	2.415,80		0,00	
03242-01-62	PUBL, INFORM, MANIF. PUBL. : MADRID	94.105,00	94.105,00	94.105,00	94.099,01	99,99	5,99		0,00	
03242-01-65	PUBL, INFORM, MANIF. PUBL. : STOCKHOLM	95.122,75	95.122,75	95.122,75	85.772,61	90,17	9.350,14		0,00	
03242-01-66	PUBL, INFORM, MANIF. PUBL. : STRASBOURG	5.534,89	5.534,89	5.534,89	5.232,86	94,54	302,03		0,00	
03242-01-73	PUBL, INFORM, MANIF. PUBL. : MILAN	23.212,09	23.212,09	23.212,09	21.147,89	91,11	2.064,20		0,00	
03242-01-54	PUBL, INFORM, MANIF. PUBL. : BRUXELLES	92.184,78	92.184,78	92.184,78	84.401,32	91,56	7.783,46		0,00	
03242-01-84	PUBL, INFORM, MANIF. PUBL. : RIGA	23.715,67	23.715,67	23.715,67	23.541,02	99,26	174,65		0,00	
03242-01-56	PUBL, INFORM, MANIF. PUBL. : DUBLIN	48.276,25	48.276,25	48.276,25	38.181,14	79,09	10.095,11		0,00	
03242-01-60	PUBL, INFORM, MANIF. PUBL. : LONDRES	89.360,79	89.360,79	89.360,79	86.117,67	96,37	3.243,12		0,00	
03242-01-99	PUBL, INFORM, MANIF. PUBL. : ELECTIONS EUROPEENNES	2.658.518,00	2.658.518,00	2.658.518,00	2.644.478,00	99,47	14.040,00		0,00	
03242-01-59	PUBL, INFORM, MANIF. PUBL. : LISBONNE	57.680,30	57.680,30	57.680,30	51.865,20	89,92	5.815,10		0,00	
03242-01-04	PUBL, INFORM, MANIF. PUBL. : S.O.P.	309.371,65	309.371,65	309.371,65	306.528,12	99,08	2.843,53		0,00	
03242-01-67	PUBL, INFORM, MANIF. PUBL. : VIENNE	68.536,68	68.536,68	68.536,68	67.910,30	99,09	626,38		0,00	
03242-01-70	PUBL, INFORM, MANIF. PUBL. : BARCELONE	31.290,40	31.290,40	31.290,40	29.750,44	95,08	1.539,96		0,00	
03242-01-03	PUBL, INFORM, MANIF. PUBL. : UNITE EVENEMENTS	921.262,75	921.262,75	921.262,75	882.222,84	95,76	39.039,91		0,00	
03242-01-87	PUBL, INFORM, MANIF. PUBL. : WROCLAW	14.871,03	14.871,03	14.871,03	14.743,57	99,14	127,46		0,00	
03242-01-64	PUBL, INFORM, MANIF. PUBL. : ROME	61.521,21	61.521,21	61.521,21	48.038,00	78,08	13.483,21		0,00	
03242-01-86	PUBL, INFORM, MANIF. PUBL. : SOFIA	10.835,26	10.835,26	10.835,26	6.205,87	57,27	4.629,39		0,00	
03242-01-63	PUBL, INFORM, MANIF. PUBL. : PARIS	193.386,58	193.386,58	193.386,58	186.483,29	96,43	6.903,29		0,00	
03242-01-76	PUBL, INFORM, MANIF. PUBL. : BUDAPEST	80.977,35	80.977,35	80.977,35	80.879,97	99,88	97,38		0,00	
03242-01-05	PUBL, INFORM, MANIF. PUBL. : INV. JOURNALISTES	85.889,20	85.889,20	85.889,20	67.150,57	78,18	18.738,63		0,00	
03242-01-98	PUBL, INFORM, MANIF. PUBL. : DEBATS LEGISLATIFS	313.832,75	313.832,75	313.832,75	313.832,75	100,00	0,00		0,00	
03242-01-72	PUBL, INFORM, MANIF. PUBL. : MARSEILLE	26.665,29	26.665,29	26.665,29	21.754,22	81,58	4.911,07		0,00	
03242-01-53	PUBL, INFORM, MANIF. PUBL. : BERLIN	314.614,23	314.614,23	314.614,23	299.683,06	95,25	14.931,17		0,00	
03242-01-51	PUBL, INFORM, MANIF. PUBL. : ATHENES	58.280,00	58.280,00	58.280,00	55.488,00	95,21	2.792,00		0,00	

03242-01-79	PUBL, INFORM, MANIF. PUBL. : NICOSIE	32.319,61	32.319,61	32.319,61	32.319,61	100,00	0,00	0,00
03242-01-82	PUBL, INFORM, MANIF. PUBL. : TALLIN	49.107,00	49.107,00	49.107,00	41.285,90	84,07	7.821,10	0,00
03242-01-74	PUBL, INFORM, MANIF. PUBL. : MUNICH	78.281,32	78.281,32	78.281,32	77.095,20	98,48	1.186,12	0,00
03242-01-61	PUBL, INFORM, MANIF. PUBL. : LUXEMBOURG	62.742,13	62.742,13	62.742,13	59.036,25	94,09	3.705,88	0,00
03242-01-77	PUBL, INFORM, MANIF. PUBL. : BRATISLAVA	26.496,75	26.496,75	26.496,75	26.488,00	99,97	8,75	0,00
03242-01-02	PUBL, INFORM, MANIF. PUBL. : DIRECTION A	14.460,34	14.460,34	14.460,34	12.461,48	86,18	1.998,86	0,00
03242-01-81	PUBL, INFORM, MANIF. PUBL. : LA VALETTE	43.969,28	43.969,28	43.969,28	43.038,92	97,88	930,36	0,00
03242-01-57	PUBL, INFORM, MANIF. PUBL. : HELSINKI	32.997,95	32.997,95	32.997,95	28.421,73	86,13	4.576,22	0,00
03242-01-58	PUBL, INFORM, MANIF. PUBL. : LA HAYE	172.588,04	172.588,04	172.588,04	160.799,49	93,17	11.788,55	0,00
03242-01-71	PUBL, INFORM, MANIF. PUBL. : EDIMBOURG	15.500,15	15.500,15	15.500,15	14.170,90	91,42	1.329,25	0,00
03242-01-55	PUBL, INFORM, MANIF. PUBL. : COPENHAGUE	37.393,65	37.393,65	37.393,65	37.304,99	99,76	88,66	0,00
03242-01-83	PUBL, INFORM, MANIF. PUBL. : VILNIUS	49.473,02	49.473,02	49.473,02	46.616,34	94,23	2.856,68	0,00
03242-01-85	PUBL, INFORM, MANIF. PUBL. : BUCAREST	57.937,70	57.937,70	57.937,70	41.614,00	71,83	16.323,70	0,00
03242-01-08	PUBL, INFORM, MANIF. PUBL. : PROV. BI/CENTRE	281.564,34	281.564,34	281.564,34	211.989,52	75,29	69.574,82	0,00
03242-01-75	PUBL, INFORM, MANIF. PUBL. : VARSOVIE	69.926,19	69.926,19	69.926,19	66.318,22	94,84	3.607,97	0,00
03242-02	ACTIVITES D'INFORM. ET COMMUNIC. (INTERNET)							
03242-02-80	INTERNET : LJUBLJANA	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	100,00	0,00	0,00
03242-02-83	INTERNET : VILNIUS	29.167,07	29.167,07	29.167,07	29.167,07	100,00	0,00	0,00
03242-02-75	INTERNET : VARSOVIE	42.866,13	42.866,13	42.866,13	42.797,09	99,84	69,04	0,00
03242-02-86	INTERNET : SOFIA	4.613,46	4.613,46	4.613,46	4.039,27	87,55	574,19	0,00
03242-02-06	INTERNET : PROVISIONNELS BI/CENTRE	12.073,72	12.073,72	12.073,72	5.132,98	42,51	6.940,74	0,00
03242-02-53	INTERNET : BERLIN	7.406,00	7.406,00	7.406,00	7.406,00	100,00	0,00	0,00
03242-02-76	INTERNET : BUDAPEST	8.561,00	8.561,00	8.561,00	8.561,00	100,00	0,00	0,00
03242-02-04	INTERNET : SUBVENTIONS	954.423,40	954.423,40	954.423,40	884.145,23	92,64	70.278,17	0,00
03242-02-87	INTERNET : WROCLAW	8.663,36	8.663,36	8.663,36	8.663,36	100,00	0,00	0,00
03242-02-60	INTERNET : LONDRES	4.900,00	4.900,00	4.900,00	4.900,00	100,00	0,00	0,00
03242-02-81	INTERNET : LA VALETTE	3.536,70	3.536,70	3.536,70	2.955,90	83,58	580,80	0,00
03242-02-84	INTERNET : RIGA	10.200,00	10.200,00	10.200,00	9.638,26	94,49	561,74	0,00
03242-02-02	INTERNET : EUROPARL	2.668.864,54	2.668.864,54	2.668.864,54	2.566.883,00	96,18	101.981,54	0,00
03242-02-62	INTERNET : MADRID	33.000,00	33.000,00	33.000,00	33.000,00	100,00	0,00	0,00
03242-02-85	INTERNET : BUCAREST	8.200,00	8.200,00	8.200,00	7.700,31	93,91	499,69	0,00
03242-02-58	INTERNET : LA HAYE	76.000,00	76.000,00	76.000,00	75.898,18	99,87	101,82	0,00
03242-02-77	INTERNET : BRATISLAVA	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	100,00	0,00	0,00
03242-02-79	INTERNET : NICOSIE	3.742,50	3.742,50	3.742,50	3.742,50	100,00	0,00	0,00
3243	PARLAMENTARIUM - CENTRE DES VISITEURS DU PE							
03243-00	PARLAMENTARIUM - CENTRE DES VISITEURS DU PE							
03243-00		1.288.540,76	1.288.540,76	1.288.540,76	1.174.931,75	91,18	113.609,01	0,00
3245								
03245-01	SUBSIDES POUR ORGANISATION DE COLLOQUES, DE SEMINAIRES NATIONAUX ET MULTINATIONAUX DES MULTIPLICATEURS D'OPINION DES ETATS MEMBRES; FRAIS D'ORGANISATION DES COLLOQUES ET SYMPOSIUMS PARLEMENTAIRES							
03245-01-73	COLLOQUES, SEMINAIRES : MILAN	1.468,83	1.468,83	1.468,83	0,00	0,00	1.468,83	0,00
03245-01-63	COLLOQUES, SEMINAIRES : PARIS	14.238,02	14.238,02	14.238,02	14.132,19	99,26	105,83	0,00
03245-01-86	COLLOQUES, SEMINAIRES : SOFIA	4.362,33	4.362,33	4.362,33	2.972,26	68,13	1.390,07	0,00
03245-01-03	COLLOQUES, SEMINAIRES : DIRECTION A	114.228,54	114.228,54	114.228,54	84.911,09	74,33	29.317,45	0,00
03245-01-77	COLLOQUES, SEMINAIRES : BRATISLAVA	7.127,25	7.127,25	7.127,25	6.677,25	93,69	450,00	0,00
03245-01-83	COLLOQUES, SEMINAIRES : VILNIUS	15.444,41	15.444,41	15.444,41	15.444,39	100,00	0,02	0,00
03245-01-55	COLLOQUES, SEMINAIRES : COPENHAGUE	26.539,85	26.539,85	26.539,85	26.525,07	99,94	14,78	0,00
03245-01-78	COLLOQUES, SEMINAIRES : PRAGUE	6.959,91	6.959,91	6.959,91	6.187,40	88,90	772,51	0,00
03245-01-51	COLLOQUES, SEMINAIRES : ATHENES	40.164,83	40.164,83	40.164,83	38.580,23	96,05	1.584,60	0,00
03245-01-67	COLLOQUES, SEMINAIRES : VIENNE	550,15	550,15	550,15	550,15	100,00	0,00	0,00
03245-01-61	COLLOQUES, SEMINAIRES : LUXEMBOURG	15.299,50	15.299,50	15.299,50	12.853,45	84,01	2.446,05	0,00
03245-01-56	COLLOQUES, SEMINAIRES : DUBLIN	6.704,27	6.704,27	6.704,27	5.676,77	84,67	1.027,50	0,00
03245-01-60	COLLOQUES, SEMINAIRES : LONDRES	14.779,41	14.779,41	14.779,41	12.703,75	85,96	2.075,66	0,00
03245-01-80	COLLOQUES, SEMINAIRES : LJUBLJANA	19.465,63	19.465,63	19.465,63	17.252,43	88,63	2.213,20	0,00
03245-01-57	COLLOQUES, SEMINAIRES : HELSINKI	5.314,70	5.314,70	5.314,70	4.964,69	93,41	350,01	0,00
03245-01-71	COLLOQUES, SEMINAIRES : EDIMBOURG	4.579,03	4.579,03	4.579,03	4.496,51	98,20	82,52	0,00
03245-01-53	COLLOQUES, SEMINAIRES : BERLIN	19.827,82	19.827,82	19.827,82	17.655,05	89,04	2.172,77	0,00
03245-01-79	COLLOQUES, SEMINAIRES : NICOSIE	9.790,37	9.790,37	9.790,37	9.790,00	100,00	0,37	0,00
03245-01-84	COLLOQUES, SEMINAIRES : RIGA	4.306,59	4.306,59	4.306,59	958,08	22,25	3.348,51	0,00
03245-01-99	COLLOQUES, SEMINAIRES : ELECTIONS EUROPEENNES	3.881,20	3.881,20	3.881,20	1.460,00	37,62	2.421,20	0,00
03245-01-75	COLLOQUES, SEMINAIRES : VARSOVIE	6.531,75	6.531,75	6.531,75	5.572,05	85,31	959,70	0,00
03245-01-59	COLLOQUES, SEMINAIRES : LISBONNE	39.746,90	39.746,90	39.746,90	37.886,90	95,32	1.860,00	0,00
03245-01-82	COLLOQUES, SEMINAIRES : TALLIN	3.185,70	3.185,70	3.185,70	1.746,50	54,82	1.439,20	0,00
03245-01-64	COLLOQUES, SEMINAIRES : ROME	30.449,31	30.449,31	30.449,31	30.217,91	99,24	231,40	0,00
03245-01-04	COLLOQUES, SEMINAIRES : PROV. BI/CENTRE	540.907,50	540.907,50	540.907,50	532.553,77	98,46	8.353,73	0,00
03245-01-58	COLLOQUES, SEMINAIRES : LA HAYE	10.312,56	10.312,56	10.312,56	9.927,67	96,27	384,89	0,00

03245-01-07	EVENEMENTS : SUBVENTIONS	894.676,79	894.676,79	894.676,79	818.770,03	91,52	75.906,76	0,00
03245-01-65	COLLOQUES, SEMINAIRES : STOCKHOLM	14.000,00	14.000,00	14.000,00	10.087,36	72,05	3.912,64	0,00
03245-01-70	COLLOQUES, SEMINAIRES : BARCELONE	3.010,17	3.010,17	3.010,17	2.451,84	81,45	558,33	0,00
03245-01-62	COLLOQUES, SEMINAIRES : MADRID	27.912,40	27.912,40	27.912,40	27.227,72	97,55	684,68	0,00
03245-01-81	COLLOQUES, SEMINAIRES : LA VALETTE	2.264,20	2.264,20	2.264,20	2.264,15	100,00	0,05	0,00
03245-03	PRIX POUR LE CINEMA							
03245-03		48.376,25	48.376,25	48.376,25	44.844,25	92,70	3.532,00	0,00
SOUS TOTAL TITRE 02...		7.342.008,89	7.342.008,89	7.342.008,89	6.972.208,79	94,96	369.800,10	0,00
SOUS TOTAL TITRE 03...		28.721.916,44	28.721.916,44	28.721.916,44	26.507.155,66	92,29	2.214.760,78	0,00
SOUS TOTAL CHAPITRE 032..		28.721.916,44	28.721.916,44	28.721.916,44	26.507.155,66	92,29	2.214.760,78	0,00
SOUS TOTAL CHAPITRE 023..		780,76	780,76	780,76	0,00	0,00	780,76	0,00
SOUS TOTAL CHAPITRE 021..		7.341.228,13	7.341.228,13	7.341.228,13	6.972.208,79	94,97	369.019,34	0,00
SOUS TOTAL ARTICLE 0325.		509.445,42	509.445,42	509.445,42	258.588,01	50,76	250.857,41	0,00
SOUS TOTAL ARTICLE 0324.		27.831.777,68	27.831.777,68	27.831.777,68	25.915.323,28	93,11	1.916.454,40	0,00
SOUS TOTAL ARTICLE 0212.		193.017,00	193.017,00	193.017,00	192.027,00	99,49	990,00	0,00
SOUS TOTAL ARTICLE 0320.		38.600,00	38.600,00	38.600,00	18.933,20	49,05	19.666,80	0,00
SOUS TOTAL ARTICLE 0322.		342.093,34	342.093,34	342.093,34	314.311,17	91,88	27.782,17	0,00
SOUS TOTAL ARTICLE 0230.		780,76	780,76	780,76	0,00	0,00	780,76	0,00
SOUS TOTAL ARTICLE 0214.		7.148.211,13	7.148.211,13	7.148.211,13	6.780.181,79	94,85	368.029,34	0,00
SOUS TOTAL POSTE 02140		7.148.211,13	7.148.211,13	7.148.211,13	6.780.181,79	94,85	368.029,34	0,00
SOUS TOTAL POSTE 03246		2.346.277,84	2.346.277,84	2.346.277,84	2.322.805,57	99,00	23.472,27	0,00
SOUS TOTAL POSTE 03248		6.065.311,84	6.065.311,84	6.065.311,84	5.069.592,04	83,58	995.719,80	0,00
SOUS TOTAL POSTE 03220		342.093,34	342.093,34	342.093,34	314.311,17	91,88	27.782,17	0,00
SOUS TOTAL POSTE 02120		193.017,00	193.017,00	193.017,00	192.027,00	99,49	990,00	0,00
SOUS TOTAL POSTE 03242		12.137.319,43	12.137.319,43	12.137.319,43	11.660.303,93	96,07	477.015,50	0,00
SOUS TOTAL POSTE 03243		1.288.540,76	1.288.540,76	1.288.540,76	1.174.931,75	91,18	113.609,01	0,00
SOUS TOTAL POSTE 02300		780,76	780,76	780,76	0,00	0,00	780,76	0,00
SOUS TOTAL POSTE 03244		4.037.921,64	4.037.921,64	4.037.921,64	3.880.349,08	96,10	157.572,56	0,00
SOUS TOTAL POSTE 03200		38.600,00	38.600,00	38.600,00	18.933,20	49,05	19.666,80	0,00
SOUS TOTAL POSTE 03245		1.956.406,17	1.956.406,17	1.956.406,17	1.807.340,91	92,38	149.065,26	0,00
SOUS TOTAL POSTE 03250		509.445,42	509.445,42	509.445,42	258.588,01	50,76	250.857,41	0,00
SOUS TOTAL SOUS-POSTE 03248-02		124.355,82	124.355,82	124.355,82	111.652,04	89,78	12.703,78	0,00
SOUS TOTAL SOUS-POSTE 03248-01		5.940.956,02	5.940.956,02	5.940.956,02	4.957.940,00	83,45	983.016,02	0,00
SOUS TOTAL SOUS-POSTE 03242-01		8.255.101,55	8.255.101,55	8.255.101,55	7.959.673,78	96,42	295.427,77	0,00
SOUS TOTAL SOUS-POSTE 03246-00		2.346.277,84	2.346.277,84	2.346.277,84	2.322.805,57	99,00	23.472,27	0,00
SOUS TOTAL SOUS-POSTE 03250-00		509.445,42	509.445,42	509.445,42	258.588,01	50,76	250.857,41	0,00
SOUS TOTAL SOUS-POSTE 03243-00		1.288.540,76	1.288.540,76	1.288.540,76	1.174.931,75	91,18	113.609,01	0,00
SOUS TOTAL SOUS-POSTE 03200-08		38.600,00	38.600,00	38.600,00	18.933,20	49,05	19.666,80	0,00
SOUS TOTAL SOUS-POSTE 02120-03		193.017,00	193.017,00	193.017,00	192.027,00	99,49	990,00	0,00
SOUS TOTAL SOUS-POSTE 02300-05		780,76	780,76	780,76	0,00	0,00	780,76	0,00
SOUS TOTAL SOUS-POSTE 03242-02		3.882.217,88	3.882.217,88	3.882.217,88	3.700.630,15	95,32	181.587,73	0,00
SOUS TOTAL SOUS-POSTE 03244-02		1.011.624,73	1.011.624,73	1.011.624,73	948.788,61	93,79	62.836,12	0,00
SOUS TOTAL SOUS-POSTE 02140-09		6.401.814,30	6.401.814,30	6.401.814,30	6.034.438,76	94,26	367.375,54	0,00
SOUS TOTAL SOUS-POSTE 03244-03		76.868,20	76.868,20	76.868,20	70.994,90	92,36	5.873,30	0,00
SOUS TOTAL SOUS-POSTE 03244-01		2.949.428,71	2.949.428,71	2.949.428,71	2.860.565,57	96,99	88.863,14	0,00
SOUS TOTAL SOUS-POSTE 03245-03		48.376,25	48.376,25	48.376,25	44.844,25	92,70	3.532,00	0,00
SOUS TOTAL SOUS-POSTE 03220-09		342.093,34	342.093,34	342.093,34	314.311,17	91,88	27.782,17	0,00
SOUS TOTAL SOUS-POSTE 03245-01		1.908.029,92	1.908.029,92	1.908.029,92	1.762.496,66	92,37	145.533,26	0,00
SOUS TOTAL SOUS-POSTE 02140-11		746.396,83	746.396,83	746.396,83	745.743,03	99,91	653,80	0,00
TOTAL		36.063.925,33	36.063.925,33	36.063.925,33	33.479.364,45	92,83	2.584.560,88	0,00

Poste	Intitulé	Crédits an.précéd.	Crédits an. cumulés.	Crédits Actuels	Engagements Contractés	% Util.	Paiements Effectués	Soldes des Engag. E.C.	Crédits Disponibles	
03...										
032..										
0324.										
03242										
03242-01		0,00	6.306,48	6.306,48	0,00	0,00	0,00	0,00	6.306,48	
	Total Titre		03...	0,00	6.306,48	6.306,48	0,00	0,00	0,00	6.306,48
	Total Général	0,00	6.306,48	6.306,48	0,00	0,00	0,00	0,00	6.306,48	

Poste	Intitulé	Crédits Initiaux	Crédits Actuels	Engagements Contractés	Paiements Effectués	% Util.	Soldes des Engagements	Crédits disponibles	
02...	IMMEUBLES, MATERIEL ET DEPENSES DIVERSES INTERINSTITUTIONNELS								
021..									
0212.									
02120									
02120-03	OEUVRES D'ART (RECETTES AFFECTEES)	12,64	12,64	0,00	0,00	0,00	0,00	12,64	
0214.									
02140									
02140-09		149,41	149,41	0,00	0,00	0,00	0,00	149,41	
	Total Chapitre	021..	162,05	162,05	0,00	0,00	*****	0,00	162,05
023..									
0235.									
02350									
02350-05		12.362,13	12.362,13	0,00	0,00	0,00	0,00	12.362,13	
	Total Titre	02...	12.524,18	12.524,18	0,00	0,00	*****	0,00	12.524,18

Poste	Intitulé	Crédits Initiaux	Crédits Actuels	Engagements Contractés	Paiements Effectués	% Util.	Soldes des Engagements	Crédits disponibles	
03...									
032..									
0324.									
03242									
03242-01		9.629,67	9.629,67	4.499,61	2.421,90	53,82	2.077,71	5.130,06	
03248									
03248-01		466,67	466,67	0,00	0,00	0,00	0,00	466,67	
	Total Article	0324.	10.096,34	10.096,34	4.499,61	2.421,90	53,82	2.077,71	5.596,73
	Total Titre	03...	10.096,34	10.096,34	4.499,61	2.421,90	53,82	2.077,71	5.596,73
	Total Général		22.620,52	22.620,52	4.499,61	2.421,90	53,82	2.077,71	18.120,91

6.2 Report on the respect of payment delays

In 2013, 82% of all invoices were paid in due time (as compared to 74% of the previous year).

The table below provides a breakdown of the amount of invoices paid within the regulatory time limit (€57.7 million¹) and the amount of invoices paid outside the time limit (€3.9 million). For invoices paid outside the time period, a late payment interest has to be paid by default if the interest amount is higher than €200 or, upon request, if the interest amount is lower than €200.

		AUTOMATIC INTEREST AMOUNT (>200€)	NON AUTOMATIC INTEREST AMOUNT (<=200€)	NO INTEREST AMOUNT	TOTAL
ON TIME	Number of invoices			2380	2380
	Total invoice amount (€)			57.700.799,92	57.700.799,92
	Total interest amount (€)				
LATE PAYMENT	Number of invoices	5	506		511
	Total invoice amount (€)	1.117.085,93	2.828.513,37		3.945.599,30
	Total interest amount (€)	2.014,97	5.203,43		7.218,40
Number of invoices		5	506	2380	2891
Total invoice amount (€)		1.117.085,93	2.828.513,37	57.700.799,92	61.646.399,22
Total interest amount (€)		2.014,97	5.203,43		7.218,40

The total amount of late interest paid by default in 2013 was €2,014.97. No claims were made by suppliers in 2013 to request the payment of the non automatic interest.

With the entry into force of the new Financial Regulation, shorter delays of payment were imposed. The default time limit for payments is 30 days for new contracts or amendments to existing contracts. In case of prior approval of a report, the time limit is 60 days.

The average delay for paying invoices by DG COMM over the year 2013 was 25 days. Over the past two years, DG COMM has undertaken various measures to speed up the handling of invoices and payments. The situation on payment delays is currently reasonably stable and there is little room for further progress in the current set up of the circuits and financial systems.

The two remaining roots for invoices being paid outside the regulatory delays are:

- a) the absence of a modernised financial system which would allow the electronic handling of documents and electronic visa by the actors involved (of utmost importance for DG COMM, where part of the payment process takes place in the Information Offices in the Member States).
- b) the year end closing procedure during which for a period of at least four weeks, no payments can be processed.

These issues will only be effectively addressed when a modernised financial system becomes available.

¹ Rounded figures.

6.3 List of exceptions – derogations from the regulation

Les décisions dérogeant aux procédures établies et aux réglementations applicables							
Réf. document	Ordonnateur compétent	Objet	Montant	Avis vérificateurs		Décision	
				conforme avec observation / non conforme	Justification	Ordonnateur compétent	Justification de l'ordonnateur
ED 25189	F. CARBAJO	SONY (4379) Factures 2013 pour prestations 2009	46.061,76€	NON CONFORME	Non respect de l'annualité Problème de restructuration de l'entreprise. Facturation tardive. Note explicative de l'entreprise	PASSER OUTRE	Les prestations ont été effectuées. Celles-ci sont dès lors dues malgré l'arrivée anormalement tardive des factures.
OD 748/74	A. CRESPINET	OPOCE Frais de diffusion et stockage	38.278,01€	NON CONFORME	Non respect du principe de l'engagement préalable – Art.86.1 RF L'engagement qui couvre le paiement a été établi après le début des prestations	PASSER OUTRE	Les décomptes partiels sont transmis par l'OPOCE à posteriori des faits. Il n'est donc pas possible de prévoir avec exactitude le budget pour couvrir ces prestations. Le service a évalué à la hausse les dépenses et a considérablement augmenté son budget.
OD 503/183	K. RUHRMANN	ORANGE	64.038,16€	OBSERVATION	Non respect de l'annualité	VALIDE	Problème d'adresse et de justification de la facturation par l'entreprise.
ED 26584	P. IBANEZ LOPEZ -POZAS	Production de 20.000 sacs en papier avec le logo EE2014	9.860 €	OBSERVATION	Imputation sur mauvaise ligne	VALIDE	L'ordonnateur a fourni une justification sur l'imputation budgétaire.
ED 26075	A. KLEINIG	Solde des prestations de contrôle de réception technique du parlementarium - SECO SCRL	10.272,91 €	OBSERVATION	Non-respect du principe de l'engagement préalable - Art 86.1. RF NOTES GEDA D(2013) 42742 DU 30/8/2013, ET D5(2013) 46794 DU 23/9/2013	VALIDE	La date de réception définitive des travaux et le montant final de la facture ne pouvaient être déterminés de manière fiable suite à un nombre important de remarques soulevées par le service opérationnel au contractant. Le service a décidé de ne pas bloquer chaque année les crédits pour la couverture de ce dossier.
OR 766/115	J. LAHOUSSE	Annulation du recouvrement d'un préfinancement, preuve des dépenses ayant été reçu entretemps	- 118.339 €	CONFORME		VALIDE	
OR 775/97	J. LAHOUSSE	Renonciation à un ordre de recouvrement	-5.971,80 €	CONFORME		VALIDE	Abandon d'une créance. Le délai pour introduire une plainte (1 année), étant expiré. Il était alors devenu impossible de récupérer le montant.

6.4 List of long-term obligations

DG COMM has no long-term contractual obligations at 31 December 2013.

6.5. Exceptional negotiated procedures

In 2013, DG COMM awarded 10 exceptional negotiated procedures without prior publication of a contract notice for a total amount of € 7,200,441 for cases listed in Article 134 of the Implementing Rules.

Quantitative analysis

With the entry into force of the new Financial Regulation, the ceiling for contracts which, in accordance with Article 137.2 of the Implementing Rules, can be awarded on the basis of a single tender has been increased to €15.000.

6 out of the 10 exceptional procedures were for low value contracts (between €15.000 and €60.000) and 4 procedures exceed the €60,000 threshold and have been subject to a request for an opinion of the Public Procurement Forum.

Exceptional procedures 2013 - Breakdown by amount		
Ceiling	Number	Amount
Between €15,000 and €60,000	6	€220,248
More than €60,000	4	€6,980,193
Total	10	€7,200,441

Qualitative analysis

The nature of the activity managed by the Directorate General for Communication enters into some domains in which competition cannot be reasonably sought. The 10 procedures corresponding to 2013 can be broken down into the following categories.

Exceptional procedures 2013 - Breakdown by type of event		
Type of event	Number	Amount
1. 2014 Elections – broadcasting services	1	€6,500,000
2. Visitors' centre	2	€341,886
3. Prizes (Nobel, Lux)	2	€155,647
4. Publications in specialised press/other media	3	€140,480
5. Fairs and exhibition-related costs	1	€17,580
6. Varia	1	€44,848
Total	19	€7,200,441

1. *Television and broadcasting services for the 2014 Elections*

Audiovisual services will be substantially reinforced in the 2014 election year in order to accommodate the request of the various broadcasting agencies and to create the required platforms (inter alia for the Presidential debate(s)). Framework Contracts (FWC) for audiovisual services were signed in 2012 with two economic operators. The tender procedure for these Framework Contracts included the option to launch an exceptional negotiated procedure with these operators to cover the supplementary needs in the 2014 election year.

2. *Visitors' Centre*

Promotion of the Visitors' Centre is a means to reach a large public.

In 2013, the Parliamentarium initiated 27 procedures of a combined financial value of € 4 million. Much of these related to the Bureau's priorities concerning the Parliamentarium which were adopted at the meeting of 12 December 2012. Others concern renewal of exhibition contents/equipment and marketing services. 2 of those actions could only be implemented making recourse to specific contractors due to exclusive rights, artistic or technical reasons.

3. *Prizes*

The amount includes the purchase of screening rights that the EP has paid to the legal owners of the rights and expenses to promote the Lux Prize during festivals. In 2013, rights for visually and hearing impaired, conception and production of the trophy for the next edition of the Lux Prize and copyrights for the piece of rights were concerned. As a whole, if the EP wishes to screen the films - which amplify the public dimension of the prize programme and the visibility of the Institution - the rights have to be purchased either directly from the producer (if the film has not been requested by a national distributor) or from the distribution company who acquired the exclusive exhibition rights. In 2012, the EU was awarded the Nobel Peace Prize. President Martin Schulz opened an exhibition in Oslo in December 2012 which presented the activities of the EU and its history. DG COMM considered duplicating this exhibition in Brussels in order to attain a larger audience. Brussels is also considered the best place to show the Certificate as well as the Medal. On 15 May, the Nobel Peace Center's exhibition '*Europe from War to Peace*' opened in the Parliamentarium.

4. *Publications*

The question of reaching the appropriate public through the most appropriate channel presents itself frequently throughout the year. Central Services and Information Offices of DG COMM regularly address the relevant public through specialised publications, newspapers or space on the internet. This activity generated 3 exceptional procedures during 2013.

5. *Fairs and Exhibitions*

The participation in some Fairs and Exhibitions is considered as a necessity in order to allow the EP to gain direct contact with the appropriate public that may guarantee the widest visibility for the information it intends to communicate. Each time participation to some specific event is deemed necessary for the achievement of the communication goals of the Institution, the regular fee has to be paid to the institution organising the event. In 2013, only one procedure was launched under Article 134, whereas other fairs and exhibitions were covered by low value procedures (Article 137).

6. *Varia*

Varia relates to a procedure to acquire a huge smartphone, as the ones already placed in the EP buildings in Brussels and Strasbourg, allowing conveying the EE14 campaign and messages to all visitors of The Hague Office. It is derived from Europarl TV and is, specifically for youth, a very useful tool in creating commitment and encouraging them to vote.

Below, are the details of the exceptional procedures with the basis for quantitative and qualitative analysis.

Contract Reference	Subject	Economic Operators	Amount	Curr	Justification	Opinion PPF >€ 60,000		Award Date	Status	Candidates	Criteria	
COMM/DG/AWD/2013/407	Elections européennes 2014 Lot 1 - Prestations à Bruxelles Lot 2 - Prestations à Strasbourg	WATCH TV (Lot 1: 5,000,000EUR) EUROPEAN BROADCAST PARTNERS (Lot 2: 1,500,000 EUR)	6.500.000,00	EUR	134.1.F.	10/10/2013	+	04/12/2013	Validated	1	automatic award	conformity /price acceptable
COMM/DG/AWD/2013/163	Parlementarium_Production of a modification of the 360° film "How the European Parliament works" at the Parliamentarium - the European Parliament's Visitor Centre in Brussels	MARKENFILM CROSSING(ANC BM8)	274.900,00	EUR	134.1.B.	24/06/2013	+	27/09/2013	Validated	1	best value	understanding, methodology, team
COMM/DG/AWD/2012/584	DirC_Supply of the 2012 Nobel Peace Prize laureate exhibition	STIFTELSEN NOBELS FREDSSENTER	138.307,00	EUR	134.1.B.	21/12/2012	+	08/03/2013	Validated	1	best value	understanding, quality, relevance of project
COMM/DG/AWD/2013/357	Promoting the Parliamentarium 2013/2014	VISIT BRUSSELS	66.985,60	EUR	134.1.B.	18/11/2013	+	10/12/2013	Validated	1	automatic award	conformity /price acceptable
COMM/DG/AWD/2013/533	Advertising JPO 2014 Lot 1: Advertising JPO 2014 - Le Soir et SudPresse; Lot 2: Advertising JPO 2014 - De morgen et Het Laatste Nieuws	ROSSEL ET CIE (Lot 1: 24,793.97EUR) DE PERSGROEP PUBLISHING (Lot 2: 35,176.00EUR)	59.969,97	EUR	134.1.B.			05/12/2013	Validated	1	best value	number of potential readers, price

Contract Reference	Subject	Economic Operators	Amount	Curr	Justifi-cation	Opinion PPF > € 60,000		Award Date	Status	Candi-dates	Criteria	
COMM/DG/AWD/2013/460	Publicidad Elecciones Europeas 2014 en aeropuertoa	SOCIEDAD CEMUSA CORP. EUROPEA DE MOBILIARO URBANO	59.803,52	EUR	134.1.B.			06/12/2013	Validated	1	automatic award	conformity /price acceptable
COMM/DG/AWD/2013/361	The Hague, acquisition of giga smartphone for EPIO The Hague	ARCHIMEDES EXHIBITION	44.848,00	EUR	134.1.B.			04/12/2013	Validated	1	automatic award	conformity /price acceptable
COMM/DG/AWD/2013/127	Bruxelles_Abonnement à la plateforme électronique de la presse belge pour la réalisation de la revue de presse du Bureau d'Information de Bruxelles	MEDIARGUS	20.706,80	EUR	134.1.B.			27/03/2013	Validated	1	automatic award	conformity /price acceptable
COMM/DG/AWD/2013/387	Audiovisuel - Presentation of the audiovisual services of the European Parliament and of the activities of the European Parliament at the NewsXchange conference on 13-15 November 2013 in Marrakesh, Morocco	EUROPEAN BROADCASTING UNION	17.580,00	EUR	134.1.B.			30/10/2013	Validated	1	automatic award	conformity /price acceptable
COMM/DG/AWD/2013/540	Concession de droits d'auteur sur le trophée 2014. Réalisation et production du projet du Prix Lux 2014	COSTER,JOCELYNE	17.340,00	EUR	134.1.B.			12/12/2013	Validated	1	automatic award	conformity /price acceptable

6.6 Results of ex-post evaluations

Since 2012, the verification of procurement activities and financial transactions in DG COMM is centralised in the Finance Unit. Ex-ante controls are carried out on all transactions from central services and Information Offices in the Member States.

Ex-post desk reviews are carried out on a sample basis on the expenditure paid through the imprest accounts by the Information Offices and on the final payments for grants. These reviews have not revealed any substantial control weaknesses. Based on an overall risk assessment, these desk reviews may be complemented in future by on the spot ex-post controls.

For imprest accounts, ex-post controls are performed by DG FINS. These controls (5 cases in 2013) did not reveal any major errors or control weaknesses.

6.7 Sensitive posts

In the summer of 2012, an in-depth assessment was carried out on the identification of sensitive posts within DG COMM. This assessment has led to corrective measures been taken in 2012 and further implemented in 2013.

Administrators and assistants who draft tender specifications and participate in evaluation committees are considered occupying sensitive functions in the sense that they can influence decisions, require contacts with third parties as well as specialised knowledge.

The responsibilities of the Heads of Information Offices may be considered highly sensitive, as they represent the Parliament in a Member State. The posts of administrators and assistants in the offices are considered sensitive because their role is not only limited to communication activities but also financial responsibilities.

The "imprest account administrator" posts in DG COMM are also considered to be sensitive positions.

Human Resources assistants highly involved in the selection of candidates from CAST lists and reserve lists to be proposed for a contract or appointment are as well considered to have sensitive functions.

Actions and measures implemented and envisaged to further improve the control environment

1. Comprehensive manuals, checklists and routing slips have been further elaborated and updated by the Finance Unit. These documents and updates are available on DG COMM's intranet.
2. Guidelines on the use of imprest accounts in the Information Offices have been drafted. A revision and update of these guidelines is currently in preparation and will take into account (1) the results/recommendations of the on-going IAS audit including on-the-spot visits of two Information Offices at the end of 2013 and (2) the advice from the Accountant on a possible reduction of the ceilings.
3. The use of WebContracts for the registration of all contracts and order forms has been made mandatory as of 01/01/2013. This will ensure a coherent treatment and verification by the Finance Unit of all procurement procedures/contracts/order forms

- in Headquarters and in Information Offices and will allow enhanced monitoring through the use of the reporting modules.
4. Job descriptions for all AST posts in the Information Offices have been adapted and redrafted to include professional requirements linked to the financial management of communication activities.
 5. Financial training sessions adapted to the DG's working environment have been organised during 2013. 8 tailor-made financial training missions to the Information Offices (1 ½ day per office) have been undertaken. These training missions paid special attention to each Information Office's specificities. Both trainers and trainees were highly satisfied with the interaction and collaboration of the participants. Since such training sessions proved to be very useful, it is planned to continue such tailor-made sessions until each Information Office has been visited at least once over the next 3 years.

For almost all posts in DG COMM, the risks resulting from the sensitive character of the posts are sufficiently compensated by the existing control environment. Residual risk for management posts and AD posts is compensated by the mobility rules of the European Parliament. Concerning AST posts, especially those holding an "imprest account administrator's" function, a rotation of staff members has taken place. However, an adequate mobility scheme for officials holding the imprest account administrator's function for more than 7 years in the same Information Office needs to be established

<i>Identified sensitive functions</i>	<i>Measures taken</i>
Imprest account administrator	Rotation of staff members.
Administrator/assistant in an Information Office	Job descriptions for all AST posts in Information Offices have been redrafted to include professional requirements linked to the financial management of communication activities.
Administrator/assistant who draft tender specifications and participate in evaluation committees	Comprehensive manuals have been elaborated, updated and published on DG COMM's intranet.
Human Resources assistants	Rotation of responsibilities between staff members in the Personnel Unit.

6.8 Evaluation of the implementation of the minimum standards for internal control

Auto-evaluation table

N° norme	achevée	presque	en partie	démarré	NA
Section 1: Environnement de contrôle					
1. Déontologie et intégrité	X				
2. Mission, rôle et tâches	X				
3. Compétences du personnel	X				
4. Rendement du personnel	X				
5. Fonctions sensibles	X				
6. Délégation	X				
Section 2: Performance et gestion des risques					
7. Fixation d'objectifs	X				
8. Programmation pluriannuelle					X
9. Programme de travail annuel	X				
10. Contrôle de la performance sur la base d'objectifs et d'indicateurs		X			
11. Analyse et gestion du risque	X				
Section 3: Information et communication					
12. Information ad hoc en matière de gestion	X				
13. Enregistrement du courrier et systèmes d'archivage	X				
14. Signalement d'irrégularités	X				
Section 4: Activités de contrôle					
15. Documentation relative aux procédures		X			
16. Séparation des tâches	X				
17. Surveillance	X				
18. Relevé des exceptions	X				
19. Continuité des opérations	X				
Section 5: Audit et évaluation					
20. Identification et correction des insuffisances du contrôle interne	X				
21. Rapports d'audit	X				
22. Examen annuel du contrôle interne		X			

Results of the annual self-evaluation of NMCI

1. Standards whose implementation is complete - good practice

Standard nr	Standard Title	Comments on execution
1	Ethics and integrity	<i>All staff have access by means of the intranet, notes from DG Personnel and from the Director General, to information on all matters relating to staff conduct, prevention and reporting of fraud and irregularities, the Staff Regulation, the Rules of Procedure of the EP, the Financial Regulation and its implementing rules, the internal rules, the charters, vademeca etc.</i>
2	Mission, role and tasks	<i>All staff is informed of the mission statement of the Directorate-General. The mission statements of each unit and directorate of the DG have been updated as part of the risk management exercise. The job description and objectives of each member of staff are stated in his or her annual staff report.</i>
3	Staff competence (recruitment, training and mobility)	<i>All staff members are recruited on the basis of their knowledge and experience. The training service ensures the application in the DG of the European Parliament's new professional training policy and it is their responsibility to ensure the development of specialized continuous training particularly for newly recruited staff. Specific training of new officials is discussed with the official upon the taking up of his/her post and training needs are met as soon as possible. Every year all staff members working in the DG have their specific training needs discussed during their staff appraisal, where their needs are identified and detailed in their staff report. Given the decentralised structure of DG COMM, with staff in central services and in the 34 information offices, a special effort is made to ensure that all staff are properly trained and aware of the various procedures and financial rules: This has, inter alia, been ensured through: a) a financial seminar with special attention to procurement procedures and use of WebContracts in the Information Offices which was organised in 2012 in collaboration with DG FINS; b) tailor-made training on financial procedures in the information offices (8 in 2013) and c) the promotion of e-learning modules.</i>
4	Staff Performance	<i>The performance of all staff members is assessed during the annual staff report procedure. Specific problems arising during the year are dealt with separately and measures to correct them are taken if necessary.</i>
5	Sensitive posts	<i>In 2013, DG COMM updated the detailed analysis on the identification of sensitive functions (see annex 6.7.).</i>
6	Delegation	<i>All original documentation relating to the delegation and sub-delegation of authorising officers in DG COMM is drafted by the Finance Unit and carefully archived and closely followed up by this Unit. The authorising officer by delegation clearly defines and communicates in writing to those members of staff sub-delegated powers to commit Parliament contractually at the beginning of each budgetary exercise and/or during the year when specifically required. Regularly updated lists on sub delegations and authorisations are published on the DG's intranet in order to ensure full awareness of all financial actors.</i>

Standard nr	Standard Title	Comments on execution
7	Setting of objectives	<i>The overall objectives of the DG and the expected results are outlined in detail in the beginning of each year and presented in the 1st Activity Report of the DG. Specific objectives for individual members of staff are defined during the appraisal exercise and included in the staff report.</i>
9	Annual management plan	<i>The Action Plan for the implementation of Parliament's communication strategy 2011-2014 has been endorsed by the Bureau in March 2011. DG COMM identified 21 key actions and has created 21 Task Forces to ensure the implementation of each individual action. The implementation of the 21 Actions will be monitored by progress indicators measuring the achievement of the objectives.</i>
11	Risk analysis and management	<i>As part of a continuous monitoring process, in 2013 DG COMM observed the status of the remaining risks identified in the framework of its pilot risk management exercise where 47 risks were identified. A prioritisation of DG COMM's main risks according to their impact/likelihood ratio was also realised in line with the RMS requests and major risks were taken under control. The mitigations actions implemented have progressively reduced the existing risks, DG COMM counts now 7 remaining risks that will be carried over in the new risk management exercise that will be launched in 2014 and will be part of an integrated system linking risk management to cost accounting and performance management.</i>
12	Ad hoc management information	<i>The Planning and Strategic Management Unit (PSMU) maintains regular contacts with AOs to ensure the financial implementation follows the programming and to make any necessary adjustment to the latter. A financial management report is drafted and distributed by the Finance Unit to the senior management and is discussed at the management meetings. Throughout the year, regular meetings have been organised with the financial agents to inform and discuss changes in procedures and/or recurring problems in applying the rules.</i>
13	Mail registration and filing systems	<i>All incoming and outgoing mail is systematically registered in GEDA. All original financial files are archived in DG COMM's central financial archives in Brussels. An internal system of digital archiving of these files will be maintained until WebContracts, the new Financial Information System and the document management system to be implemented by Gidoc allow for a full electronic archiving of all procurement and financial documents.</i>
14	Reporting improprieties	<i>Necessary measures have been taken to ensure procedures for reporting improprieties are established and staff is informed. Should such a case arise, it is dealt with in a fair and equal manner.</i>
16	Segregation of duties	<i>The functions of the initiators, the ex-ante verifiers and the authorising officers are separate and are carried out by different financial actors.</i>

Standard nr	Standard Title	Comments on execution
17	Supervision	<p><i>Supervision on the transaction is carried out through a combination of ex-ante controls and regular financial reporting on key indicators, such as budget implementation, payment delays, numbers of transactions processed and controlled, etc.</i></p> <p><i>As highlighted under point 6.6, the extent and level of ex-ante controls have substantially increased since 2012. Ex-post controls on financial transactions, other than regular desk reviews, have so far not been assumed within the Finance Unit but may be envisaged further to a risk assessment and cost/benefit analysis.</i></p> <p><i>Supervision on the financial management of the Information Offices has been further reinforced, inter alia through a revised methodology for the programming (note GEDA 2013(39764).</i></p> <p><i>The identification of major risks and the actions planned to mitigate the risks as mentioned in the central risk register are subject to a biannual review.</i></p> <p><i>All services using external staff are instructed to pay attention that in their daily dealings with external staff (as defined in "Guidelines on relations with external staff") they do not treat the latter as part of the organisation and hierarchical structure of the service as though they were covered by the Staff Regulations.</i></p>
18	Recording exceptions:	<p><i>All financial transactions are registered in FINORD. Derogations from the standard policies, regulations or procedures are requested and if appropriate granted in a written form. A record is kept of all exceptions which are presented in the monthly financial management reports where considered appropriate, the relevant Periodic Activity Report and in the Annual Activity Report. 'Notes to file' are also established and kept in the relevant file by the central financial archive.</i></p>
19	Continuity of operations	<p><i>Various measures have been taken to ensure the continuity of services and to avoid that unnecessary delays are incurred during holidays or the year end closure due to the absence of a financial actor (Geda(2011)49188). The systems of deputising and permanence has been closely monitored and enhanced in 2013 (Geda(2013)33569).</i></p>
20	Recording and correction of internal control weaknesses	<p><i>DG COMM has continued to work with the Internal Auditor in order to identify and rectify any weaknesses found in the internal controls of the DG. Since the centralisation of all procurement activities within the Finance Unit in January 2012, procurement files are prepared with the help of internally elaborated and adopted templates. Tender documents are checked in detail before the launch of each procedure. Procedures are closely monitored and checked before a commitment or framework contract is signed. Given that the partially decentralised financial management with regard to procurement in the Information Offices had been considered a major source of internal control weakness, the centralisation of all procurement activities for Central Services and for the Information Offices within the Finance Unit as well as the registration of all contracts in Webcontracts have clearly counterbalanced the former weaknesses. Centralisation will also allow to quickly follow-up on any other weaknesses brought to our attention.</i></p>

Standard nr	Standard Title	Comments on execution
21	Audit reports	<i>The Finance Unit is the unique contact point with the IAS and the Court of Auditors. It provides the audit services with information / documentation requested and is responsible for the written response to queries raised. Where audit findings require corrective measures to be taken, the Finance Unit works in collaboration with the operational units concerned to ensure that there is an appropriate response to the controlling bodies and that an action plan is established to implement the accepted recommendations.</i>

Good practice

2. Standards whose implementation is **almost complete - elements to be completed**

Standard nr	Standard Title	Elements to be completed
10	<i>Monitoring performance against objectives and indicators</i>	<i>DG COMM has developed a dashboard linking all activities, centralised and decentralised, to the different communication platforms and in turn to the main strategic objective of awareness raising. This dashboard provides the framework for future work on performance management and evaluation of the campaign and ensure that, in accordance with the instructions received from DG FINS and the Risk Management Service, both risk management and analytical accounting are also linked to the strategic objectives of the DG and not to the operational structure.</i>
15	<i>Documentation of procedures</i>	<i>All staff members have access to the applicable rules, manuals, checklists and programmes necessary for the work of the DG. All internal documents, vademeca etc. comply with the Financial Regulation, its Implementing rules and the internal rules of the Parliament. The new internal circuits for contracts and tender procedures were implemented in 2012. User manuals were developed on procurement procedures adapted to DG COMM's working environment. These manuals and other internal instructions are available on the Finance Unit's Intranet website. These manuals are regularly reviewed and updated. The Finance Units sends on a regular basis to all financial actors concerned a 'tip of the week' which provides the latest information on new/revised rules and new templates/manuals that have been made available. The documentation on procurement and contract procedures is now considered as completed whereas the documentation on financial management, in particular the management of the various imprest accounts, will be further revised in 2013.</i>
22	<i>Annual review of internal control</i>	<i>This is a shared responsibility of the Planning and Strategic Management Unit with the Finance Unit depending on the specific standard concerned to ensure a clear linkage of costs and results.</i>

3. Standards whose implementation is **partial - weak points and practices**

N/A

4. Standards whose implementation has **to start or is not applicable**

Standard nr	Standard Title	Actions considered
8	<i>Multi-annual programming</i>	<i>N/A - applicable with dissociated credits only.</i>



ЕВРОПЕЙСКИ ПАРЛАМЕНТ PARLAMENTO EUROPEO EVROPSKÝ PARLAMENT EUROPA-PARLAMENTET
EUROPÄISCHES PARLAMENT EUROOPA PARLAMENT ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟ EUROPEAN PARLIAMENT
PARLEMENT EUROPÉEN PARLAIMINT NA HEORPA PARLAMENTO EUROPEO EIROPAS PARLAMENTS
EUROPOS PARLAMENTAS EURÓPAI PARLAMENT IL-PARLAMENT EWROPEW EUROPEES PARLEMENT
PARLAMENT EUROPEJSKI PARLAMENTO EUROPEU PARLAMENTUL EUROPEAN
EURÓPSKY PARLAMENT EVROPSKI PARLAMENT EUROOPAN PARLAMENTTI EUROPAPARLAMENTET

Direction générale de la communication
Unité Programmation et gestion stratégique

RAPPORT ANNUEL D'ACTIVITÉ 2013

Indicateurs de performances

Unité Programmation et gestion stratégique
Version 4.0 du 31.1.2014

Table des matières

Renforcer la présence du Parlement européen dans les médias audiovisuels.....	3
Renforcer la présence du Parlement européen dans la presse écrite.....	8
Renforcer la présence du Parlement européen sur l'internet.....	11
Sensibiliser davantage les citoyens.....	21
Améliorer l'accueil des visiteurs.....	28
Suivi.....	30

Renforcer la présence du Parlement européen dans les médias audiovisuels

<i>Indicateur</i>	<i>Fréquence</i>	<i>Fournisseur</i>	<i>Mesures</i>	<i>Projet</i>	<i>Observations</i>
Séquences d'actualité d'Europe par Satellite (EbS) qui ont été diffusées par des chaînes de télévision nationales	Chaque année	Direction A – Médias	27 563		SERVICES AUDIOVISUELS POUR LES MÉDIAS ET AUTRES CLIENTS
Production d'infoclips par EbS	Chaque année	Direction A – Médias	79		Audiovisuel
Production de séquences d'actualité par EbS	Chaque année	Direction A – Médias	829		Audiovisuel
Partenariats d'EuroparlTV avec des chaînes de télévision, des sites internet, des agences et des universités	Chaque année	Direction A – Médias	193		EuroparlTV
Diffusions en direct par EbS	Chaque année	Direction A – Médias	527 directs		Audiovisuel
Diffusions en direct sur le réseau Eurovision	Chaque année	Direction A – Médias	26		Audiovisuel
Députés vus sur EuroparlTV	Chaque année	Direction A – Médias	325		EuroparlTV
Nombre moyen de consultations de vidéos d'EuroparlTV, par mois	Chaque année	Direction A – Médias	178 468		EuroparlTV

Nombre moyen de consultations du site internet d'EuroparlTV, par mois	Chaque année	Direction A – Médias	52 139	EuroparlTV
Séquences d'actualité diffusées sur le réseau Eurovision	Chaque année	Direction A – Médias	321 dans 79 pays	Audiovisuel
Nombre de contributions à d'autres diffusions en streaming (tiers, conférences vidéos et groupes politiques)	Chaque année	Direction A – Médias	93	
Nombre de collaborations avec des journalistes de la télévision	Chaque année	Direction A – Médias	1 997	Audiovisuel
Nombre de séquences audios téléchargées sur le site internet du service audiovisuel	Chaque année	Direction A – Médias	476	
Nombre d'accréditations audiovisuelles	Chaque année	Direction A – Médias	3 714	Audiovisuel
Nombre de productions radiophoniques et audiovisuelles	Chaque année	Direction A – Médias	1 708 opérations télévisées – 4 115 opérations Vox Box et dans le domaine de la radio et des multimédias – 5 321 opérations de photographie/ 46 425 photos	BUREAUX D'INFORMATION
Nombre de chaînes ayant utilisé les infrastructures du Parlement	Chaque année	Direction A – Médias	86	Audiovisuel

Nombre de journalistes ayant participé aux différentes activités audiovisuelles	Chaque année	Direction A – Médias	213		Audiovisuel
Nombre de médias ayant utilisé les outils VoxBox du Parlement (STR-BXL)	Chaque année	Direction A – Médias	323		Audiovisuel
Nombre de députés ayant participé à des activités audiovisuelles autres qu'EuroparlTV	Chaque année	Direction A – Médias	163		Audiovisuel
Nombre de participations de députés aux activités VoxBox	Chaque année	Direction A – Médias	403		Audiovisuel
Nombre de partenaires ayant participé aux séminaires EuroparlTV	Chaque année	Direction A – Médias	38		
Nombre de photos téléchargées sur le site internet du service audiovisuel du Parlement	Chaque année	Direction A – Médias	50 601		
Nombre de professionnels des médias inscrits sur le site internet du service audiovisuel	Chaque année	Direction A – Médias	2 722		Audiovisuel
Nombre de séminaires organisés par EuroparlTV	Chaque année	Direction A – Médias	2		
Nombre de visiteurs uniques ayant consulté la retransmission en direct	Chaque année	Direction A – Médias	1 573 011		
Nombre de diffusions en direct	Chaque année	Direction A – Médias	1 134		
Nombre de studios de télévision accueillis dans les locaux du Parlement	Chaque année	Direction A – Médias	75		Audiovisuel

Nombre de séquences vidéo téléchargées sur le site internet du service audiovisuel	Chaque année	Direction A – Médias	8 110		
Nombre de chaînes ayant diffusé des séquences d'actualité d'EbS	Chaque année	Direction A – Médias	187		SERVICES AUDIOVISUELS POUR LES MÉDIAS ET AUTRES CLIENTS
Durée totale des diffusions audiovisuelles repérées par Teletrax	Chaque année	Direction A – Médias	258 h 14 min 14 sec		Audiovisuel
Audience potentielle totale	Chaque année	Direction A – Médias	3 935 691 335		Audiovisuel
Nombre de chaînes de télévision suivies	Chaque année	Direction A – Médias	220		Audiovisuel
Diffusions sur l'internet – réunions de commission	Chaque année	Direction A – Médias	749		
Diffusions sur l'internet – journées de plénière	Chaque année	Direction A – Médias	75,5		
Diffusions sur l'internet – conférences de presse, comptes rendus et autres	Chaque année	Direction A – Médias	304		
Temps moyen passé par les utilisateurs sur EP Live	Première fois	Direction A – Médias	5 min 32 sec.		Lancement de la campagne – diffusion des conférences de presse sur l'internet
Nombre de diffusions par Euronews et d'autres grandes chaînes	Première fois	Direction A – Médias	62		

Nombre de photos téléchargées sur le site internet du service audiovisuel du Parlement	Première fois	Direction A – Médias	4 176	
Nombre de débats et d'entretiens télévisés enregistrés	Première fois	Direction A – Médias	2 débats télévisés, 10 entretiens télévisés	
Nombre de paquets vidéos (groupes de vidéos, photos et séquences audios) téléchargés sur le site internet du service audiovisuel du Parlement	Première fois	Direction A – Médias	30	
Nombre de visiteurs sur EP Live	Première fois	Direction A – Médias	1 079	Lancement de la campagne: points presse

[Retour à la liste](#)

Renforcer la présence du Parlement européen dans la presse écrite

Indicateur	Fréquence	Fournisseur	Mesures	Projet	Observations
Nombre moyen d'articles par plénière	Chaque année	Direction A – Médias	783		PRESSE
Notes d'information	Chaque année	Direction A – Médias	22		PRESSE
Communiqués de presse des commissions publiés sur le site web	Chaque année	Direction A – Médias	653		PRESSE
Augmentation du nombre moyen d'articles par plénière par rapport à l'année précédente	Chaque année	Direction A – Médias	71 %		PRESSE
Nombre de journalistes participant aux séminaires organisés	Chaque année	Direction A – Médias	19 492 journalistes		MÉDIAS
Nombre de députés participant à des séminaires	Chaque année	Direction A – Médias	1 659 députés		MÉDIAS
Nombre de bulletins d'information destinés aux journalistes rédigés dans 23 langues	Chaque année	Direction A – Médias	264		PRESSE
Nombre de séminaires organisés	Chaque année	Direction A – Médias	695 à Bruxelles et dans les bureaux d'information du Parlement		MÉDIAS

Communiqués de presse de la séance plénière, en 22 langues	Chaque année	Direction A – Médias	2 476	PRESSE
Points presse	Chaque année	Direction A – Médias	51	PRESSE
Conférences de presse à Bruxelles	Chaque année	Direction A – Médias	227	PRESSE
Conférences de presse à Strasbourg	Chaque année	Direction A – Médias	209	PRESSE
Nombre total de communiqués de presse, toutes versions linguistiques confondues	Chaque année	Direction A – Médias	3 151	PRESSE
Nombre total de conférences de presse (y compris les points presse du lundi et du vendredi)	Chaque année	Direction A – Médias	436	PRESSE
Communiqués de presse de la plénière publiés sur le site web	Chaque année	Direction A – Médias	2 476	PRESSE
Nombre de journalistes participant aux manifestations des bureaux d'information (à l'exclusion, en principe, des séminaires de presse)	Chaque année	Direction B – Bureaux d'information	4 586	BUREAUX D'INFORMATION
Articles repérés dans la presse écrite et sur les principaux portails d'information en ligne	Première fois	Direction A – Médias	110	
Nombre de nationalités différentes des participants aux séminaires	Première fois	Direction A – Médias	26	Lancement de la campagne – Strasbourg et les élections européennes

Nombre de journalistes participant aux conférences de presse	Première fois	Direction A – Médias	160	
Nombre de participants aux séminaires	Première fois	Direction A – Médias	87	Lancement de la campagne – Strasbourg et les élections européennes
Nombre de dossiers de presse distribués	Première fois	Direction A – Médias	300	

[Retour à la liste](#)

Renforcer la présence du Parlement européen sur l'internet

Indicateur	Fréquence	Fournisseur	Mesures	Projet	Observations
Facebook: nombre de fans	Chaque année	Direction A – Médias	1 238 352 fans le 21 janvier 2014		PRÉSENCE DE L'INSTITUTION SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX
Nombre de députés inscrits sur Facebook	Chaque année	Direction A – Médias	427		
Nombre de députés ayant une page Facebook	Chaque année	Direction A – Médias	242		
Nombre de députés ayant un profil Facebook	Chaque année	Direction A – Médias	181		
Nombre de posts sur Facebook	Chaque année	Direction A – Médias	933		Webcomm
Nombre de vues de visiteurs uniques sur Facebook	Chaque année	Direction A – Médias	666 192 042		Webcomm
Nombre de fois que la page Facebook a été consultée	Chaque année	Direction A – Médias	2 115 405 971		Webcomm
Photos publiées sur Facebook	Chaque année	Direction A – Médias	388		

Nombre de fans Facebook via les députés	Chaque année	Direction A – Médias	2 300 000	
Augmentation du nombre de fans sur les comptes Facebook des bureaux d'information	Chaque année	Direction B – Bureaux d'information	Plus de 200 % en un an (de 48 172 le 1.1.2013 à 160 259 le 1.1.2014)	BUREAUX D'INFORMATION
Nombre de consultations du film Humanifesto sur Facebook	Première fois	Consortium	1 258 978	6.1 Vidéo de présentation
Nombre d'interactions ("likes", partages, commentaires) à la suite de posts Facebook	Première fois	Direction A – Médias	37 320 interactions	Lancement de la campagne – post Facebook (avec promotion) – post le plus populaire du Parlement à l'heure actuelle
Augmentation en pourcentage du nombre total de fans de la page Facebook des bureaux d'information du Parlement	Thèmes	Consortium	De 3 712 à 4 079, soit une hausse de 10 % en 9 jours	ReACT Paris
Taux de clics (CTR) des publications soutenues au sujet de l'événement ReACT	Thèmes	Consortium	15,7 %	ReACT Paris – publication soutenue au sujet de l'événement Guerilla – le seuil pour ce type de publication soutenue en France étant inférieur à 1 %, ce résultat est exceptionnel

Portée potentielle (nombre potentiel de consultations) des annonces traditionnelles postées sur Facebook au sujet de l'événement ReACT	Thèmes	Consortium	8 227 736 individus en France	ReACT Paris – publicité annonçant la conférence
Portée potentielle (nombre potentiel de consultations) des publications soutenues au sujet de l'événement ReACT à Paris	Thèmes	Consortium	1 099 771 individus en France	ReACT Paris – publications soutenues au sujet de l'événement Guerilla
Nombre de comptes Facebook potentiellement atteints par les événements "L'UE dans le monde" des bureaux d'information	Thèmes	Direction B – Bureaux d'information	10 000 000	BUREAUX D'INFORMATION
Nombre de comptes Facebook potentiellement atteints par les événements "Argent" des bureaux d'information	Thèmes	Direction B – Bureaux d'information	9 000 000	BUREAUX D'INFORMATION
Nombre d'engagements avec les utilisateurs de Google+	Chaque année	Direction A – Médias	4 228	
Nombre de nouveaux fans sur Google+	Chaque année	Direction A – Médias	33 695	
Nombre de publications sur Google+	Chaque année	Direction A – Médias	405	
Photos publiées sur Google+	Chaque année	Direction A – Médias	100	
Durée moyenne des visites sur Newshub	Chaque année	Direction A – Médias	4 minutes	

Nombre de visiteurs sur Newshub depuis son lancement en juillet 2012	Chaque année	Direction A – Médias	55 430
Nombre de visites sur Newshub	Chaque année	Direction A – Médias	85 144
Nombre de pages consultées sur Newshub	Chaque année	Direction A – Médias	331 726
Nombre d'applications ou de sites internet créés ou renommés	Chaque année	Direction A – Médias	21
Nombre de projets de Webcomm sur les élections européennes de 2014	Chaque année	Direction A – Médias	11
Nombre de dossiers infographiques traduits	Chaque année	Direction A – Médias	40
Nombre de participants aux séminaires destinés aux partenaires sur le web	Chaque année	Direction A – Médias	73
Nombre de révisions et de traductions	Chaque année	Direction A – Médias	100
Nombre de séminaires pour les partenaires sur le web	Chaque année	Direction A – Médias	2
Nombre de mises à jour sur LinkedIn	Chaque année	Direction A – Médias	385
Photos publiées sur Flickr	Chaque année	Direction A – Médias	828

Photos publiées sur Instagram	Chaque année	Direction A – Médias	500		
Photos publiées sur le site internet du Parlement	Chaque année	Direction A – Médias	780		
Produits publiés grâce à Scribo (CMS)	Chaque année	Direction A – Médias	12 857 (559 produits x 23 langues)		
Nombre total de photos publiées, à l'exclusion du site internet du service audiovisuel destiné aux professionnels	Chaque année	Direction A – Médias	2 596		
Organisations de partenaires sur le web	Chaque année	Direction A – Médias	35		
Consultations	Première fois	Consortium	20 752	6. Bonus: lancement de la bande-annonce pour la presse	
Taux de clics (CTR)	Première fois	Consortium	1 268 sur 1 401 annonces (91 %)	6.15. Lancement de la campagne publicitaire sur les réseaux sociaux	Résultats aussi équivalents ou supérieurs aux seuils (fournis par Facebook, YouTube et Twitter)
Portée	Première fois	Consortium	264 millions de personnes	6.15. Lancement de la campagne publicitaire sur les réseaux sociaux	

Taux de rebond moyen sur le site du Parlement (actualités/temps forts, actualités)	Première fois	Direction A – Médias	75 %	
Nombre moyen de visites quotidiennes sur le site du Parlement (actualités/temps forts, actualités)	Première fois	Direction A – Médias	9 640	
Temps moyen passé sur le site du Parlement (actualités/temps forts, actualités)	Première fois	Direction A – Médias	1 min 10 sec	http://www.europarl.europa.eu/news/fr/top-stories/content/20130902TST18451/html/Cette-fois-ci-c'est-diff%C3%A9rent
Nombre de consultations des vidéos en ligne du Parlement sur les réseaux sociaux (YouTube, Facebook, etc.)	Première fois	Direction A – Médias	4,7 millions de fois	Lancement de la campagne – vidéo de présentation
Nombre de visiteurs sur le site du Parlement (actualités/temps forts, actualités)	Première fois	Direction A – Médias	57 968	
Origine des visiteurs et répartition des visites sur le site du Parlement (actualités/temps forts, actualités)	Première fois	Direction A – Médias	Les 28 États membres étaient parmi les 30 pays ayant effectué le plus de visites	
Total des visualisations	Thèmes	Consortium	535 656	6.2 Séquences vidéos communes sur les 5 thèmes
Nombre de tweets favoris	Chaque année	Direction A – Médias	15 878	

Nombre de députés sur Twitter	Chaque année	Direction A – Médias	292	
Nombre de retweets	Chaque année	Direction A – Médias	74 421	
Nombre de tweets	Chaque année	Direction A – Médias	42 403	
Nombre total de suiveurs sur Twitter via les députés	Chaque année	Direction A – Médias	1 682 155	
Twitter (suiveurs): comptes en 22 langues (europarl_xx)	Chaque année	Direction A – Médias	188 464 suiveurs	PRÉSENCE DE L'INSTITUTION SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX
Augmentation du nombre de suiveurs sur les comptes Twitter des bureaux d'information	Chaque année	Direction B – Bureaux d'information	Près de 500 % en un an (de 6 623 le 1.1.2013 à 38 322 le 1.1.2014)	BUREAUX D'INFORMATION
Nombre de comptes Twitter potentiellement atteints par les événements "L'UE dans le monde" des bureaux d'information	Chaque année	Direction B – Bureaux d'information	2 000 000	BUREAUX D'INFORMATION
Coût par engagement dans les campagnes Twitter (seuil de 0,42€)	Première fois	Direction A – Médias	Environ de 0,22 à 0,23 €	Lancement de la campagne – campagne de promotion sur Twitter
Interaction sur la base du mot-dièse des élections #EP2014	Première fois	Direction A – Médias	#EP2014 a été bien utilisé et les tweets dans les différentes langues ont affiché un très bon niveau	

				d'interaction
Personnes susceptibles d'avoir vu la vidéo Humanifesto sur les comptes Twitter des bureaux d'information	Première fois	Direction B – Bureaux d'information	252 644	
Nombre d'utilisateurs différents du mot-dièse #reactfrankfurt	Thèmes	Direction B – Bureaux d'information	246	ReACT Francfort
Nombre d'utilisateurs différents du mot-dièse #reactparis	Thèmes	Direction B – Bureaux d'information	340 utilisateurs différents	ReACT Paris
Nombre d'utilisateurs différents du mot-dièse #reactwarszawa	Thèmes	Direction B – Bureaux d'information	192	ReACT Varsovie
Nombre de fois que le mot-dièse #reactfrankfurt a été utilisé	Thèmes	Direction B – Bureaux d'information	687 fois	ReACT Francfort
Nombre de fois que le mot-dièse #reactparis a été utilisé	Thèmes	Direction B – Bureaux d'information	1 223 fois	ReACT Paris
Nombre de fois que le mot-dièse #reactwarszawa a été utilisé	Thèmes	Direction B – Bureaux d'information	578 fois	ReACT Varsovie
Nombre de comptes Twitter potentiellement atteints par les événements "Argent" des bureaux d'information	Thèmes	Direction B – Bureaux d'information	2 000 000	BUREAUX D'INFORMATION
Nombre de comptes Twitter potentiellement atteints par les événements "Emploi" des bureaux d'information	Thèmes	Direction B – Bureaux d'information	5 777 000	BUREAUX D'INFORMATION

Audience potentielle totale (consultations potentielles) du mot-dièse #reactfrankfurt sur Twitter (nombre de fois que le mot-dièse apparaît dans l'historique des utilisateurs)	Thèmes	Direction B – Bureaux d'information	1 659 765 en 24 jours	ReACT Francfort
Audience potentielle totale (consultations potentielles) du mot-dièse #reactparis sur Twitter (nombre de fois que le mot-dièse apparaît dans l'historique des utilisateurs)	Thèmes	Direction B – Bureaux d'information	2 073 153 en 9 jours	ReACT Paris
Audience potentielle totale (consultations potentielles) du mot-dièse #reactwarszawa sur Twitter (nombre de fois que le mot-dièse apparaît dans l'historique des utilisateurs)	Thèmes	Direction B – Bureaux d'information	1 177 136 en 12 jours	ReACT Varsovie
Nombre de consultations du film Humanifesto sur YouTube	Première fois	Consortium	7 008 380	6.1 Vidéo de présentation
Clics	Thèmes	Consortium	1 014	6. Bonus: législation relative aux publicités "avant-déroulement" sur YouTube
Consultations	Thèmes	Consortium	7 103 083	6. Bonus: législation relative aux publicités

"avant-
déroulement"
sur YouTube

[Retour à la liste](#)

Sensibiliser davantage les citoyens

<i>Indicateur</i>	<i>Fréquence</i>	<i>Fournisseur</i>	<i>Mesures</i>	<i>Projet</i>	<i>Observations</i>
Nombre d'activités organisées à l'intention des jeunes	Chaque année	Direction B – Bureaux d'information	81		BUREAUX D'INFORMATION
Nombre de manifestations en rapport avec les campagnes législatives	Chaque année	Direction B – Bureaux d'information	204		BUREAUX D'INFORMATION
Nombre de manifestations en rapport avec les campagnes sur les valeurs	Chaque année	Direction B – Bureaux d'information	247		BUREAUX D'INFORMATION
Nombre de dossiers traités dans le cadre de demandes de patronage	Chaque année	Direction B – Bureaux d'information	340		BUREAUX D'INFORMATION
Nombre de députés participant à toutes les manifestations organisées par les bureaux d'information	Chaque année	Direction B – Bureaux d'information	395		BUREAUX D'INFORMATION
Nombre de participants aux campagnes législatives	Chaque année	Direction B – Bureaux d'information	291 134		BUREAUX D'INFORMATION
Nombre de participants aux forums de discussion régionaux	Chaque année	Direction B – Bureaux d'information	136 321		BUREAUX D'INFORMATION
Nombre de participants aux campagnes sur les valeurs	Chaque année	Direction B – Bureaux d'information	490 106		BUREAUX D'INFORMATION

Nombre de participants aux activités destinées aux jeunes	Chaque année	Direction B – Bureaux d'information	43 267	BUREAUX D'INFORMATION
Nombre de forums régionaux et transfrontières	Chaque année	Direction B – Bureaux d'information	74	Nous fournissons le nombre d'activités, de députés, de participants et de parties prenantes par type d'activité. Il convient de ne pas additionner les différents types d'activités étant donné que certaines d'entre elles se chevauchent (par exemple, les forums de discussion régionaux font partie des campagnes législatives).
Nombre de parties prenantes participant aux forums de discussion régionaux	Chaque année	Direction B – Bureaux d'information	5 852	BUREAUX D'INFORMATION
Nombre de parties prenantes participant aux campagnes législatives	Chaque année	Direction B – Bureaux d'information	10 711	BUREAUX D'INFORMATION
Nombre de parties prenantes participant aux campagnes sur les valeurs	Chaque année	Direction B – Bureaux d'information	3 622	BUREAUX D'INFORMATION
Nombre de parties prenantes participant aux activités destinées aux jeunes	Chaque année	Direction B – Bureaux d'information	1 839	BUREAUX D'INFORMATION

Nombre de manifestations (par exemple, Journées portes ouvertes, Agora, Charlemagne, etc.)	Chaque année	Direction C – Relations avec les citoyens	22	MANIFESTATIONS ET EXPOSITIONS
Nombre de campagnes	Chaque année	Direction C – Relations avec les citoyens	4 (valeurs)	CAMPAGNES D'INFORMATION
Nombre d'expositions organisées par les députés	Chaque année	Direction C – Relations avec les citoyens	300	MANIFESTATIONS ET EXPOSITIONS
Nombre de visiteurs/participants aux manifestations	Chaque année	Direction C – Relations avec les citoyens	65 000 (environ)	MANIFESTATIONS ET EXPOSITIONS
Nombre de publications produites	Chaque année	Direction C – Relations avec les citoyens	5 (13 000 exemplaires)	MANIFESTATIONS ET EXPOSITIONS
Nombre de publications produites	Chaque année	Direction C – Relations avec les citoyens	4 publications: 82 762 (brochures générales) – 49 584 (brochures sur le prix Sakharov) – 30 000 (brochures sur le prix Lux) – 39 000 (dossiers pédagogiques sur le prix Lux)	CAMPAGNES D'INFORMATION
Nombre d'objets promotionnels produits	Chaque année	Direction C – Relations avec les citoyens	6 (60 000 exemplaires)	MANIFESTATIONS ET EXPOSITIONS

Nombre de visiteurs/participants aux expositions	Chaque année	Direction C – Relations avec les citoyens	20 000 (environ)		MANIFESTATIONS ET EXPOSITIONS
Nombre de participants	Chaque année	Direction C – Relations avec les citoyens	Prix Lux: nombre de participants à Bruxelles et dans les États membres: 37 000 – Année européenne: nombre de participants à Bruxelles: 21 000 (Journée portes ouvertes et gare du midi) – Prix Sakharov: nombre de participants à Bruxelles et dans les États membres: 100 000 – Égalité des genres: nombre de participants à Bruxelles et dans les États membres: 10 000		CAMPAGNES D'INFORMATION
Nombre de députés ayant pris part au lancement de la campagne électorale dans les États membres	Première fois	Direction B – Bureaux d'information	56 députés		BUREAUX D'INFORMATION
Nombre de personnes ayant pris part au lancement des campagnes des bureaux d'information	Première fois	Direction B – Bureaux d'information	4 779		BUREAUX D'INFORMATION

Nombre d'organisations de parties prenantes ayant participé aux événements de lancement organisés par les bureaux d'information	Première fois	Direction B – Bureaux d'information	1 482	BUREAUX D'INFORMATION
Portée potentielle du lancement de la campagne dans les États membres	Première fois	Direction B – Bureaux d'information	77 500 000, soit environ 15 % de la population de l'Union	BUREAUX D'INFORMATION
Nombre total d'organisations de parties prenantes affiliées qui ont participé aux événements de lancement organisés par les bureaux d'information (sur la base des estimations des bureaux d'information)	Première fois	Direction B – Bureaux d'information	19 415 000	BUREAUX D'INFORMATION
Nombre de députés ayant pris part aux événements "L'UE dans le monde" dans les États membres	Thèmes	Direction B – Bureaux d'information	76 députés	BUREAUX D'INFORMATION
Nombre de députés ayant pris part aux événements "Emploi" dans les États membres	Thèmes	Direction B – Bureaux d'information	31 députés	BUREAUX D'INFORMATION
Nombre de députés ayant pris part aux événements "Argent" dans les États membres	Thèmes	Direction B – Bureaux d'information	47 députés	BUREAUX D'INFORMATION
Nombre de personnes ayant pris part aux événements "L'UE dans le monde" organisés par les bureaux d'information	Thèmes	Direction B – Bureaux d'information	24 900	BUREAUX D'INFORMATION
Nombre de personnes ayant pris part aux événements "Emploi" organisés par les bureaux d'information	Thèmes	Direction B – Bureaux d'information	10 498	BUREAUX D'INFORMATION

Nombre de personnes ayant pris part aux événements "Argent" organisés par les bureaux d'information	Thèmes	Direction B – Bureaux d'information	3 600		BUREAUX D'INFORMATION
Nombre d'organisations de parties prenantes ayant participé aux événements "L'UE dans le monde" organisés par les bureaux d'information	Thèmes	Direction B – Bureaux d'information	1 381		BUREAUX D'INFORMATION
Nombre d'organisations de parties prenantes ayant participé aux événements "Emploi" organisés par les bureaux d'information	Thèmes	Direction B – Bureaux d'information	2 050		BUREAUX D'INFORMATION
Nombre d'organisations de parties prenantes ayant participé aux événements "Argent" organisés par les bureaux d'information	Thèmes	Direction B – Bureaux d'information	698		BUREAUX D'INFORMATION
Portée potentielle des événements "Emploi" dans les États membres	Thèmes	Direction B – Bureaux d'information	Plus de 11 673 000 personnes		BUREAUX D'INFORMATION
Nombre total d'organisations de parties prenantes affiliées qui ont participé aux événements "L'UE dans le monde" organisés par les bureaux d'information (sur la base des estimations des bureaux d'information)	Thèmes	Direction B – Bureaux d'information	1 580 000		BUREAUX D'INFORMATION
Nombre total d'organisations de parties prenantes affiliées qui ont participé aux événements "Emploi" organisés par les bureaux d'information (sur la base des estimations des bureaux d'information)	Thèmes	Direction B – Bureaux d'information	5 350 000		BUREAUX D'INFORMATION

d'information)				
Nombre total d'organisations de parties prenantes affiliées qui ont participé aux événements "Argent" organisés par les bureaux d'information (sur la base des estimations des bureaux d'information)	Thèmes	Direction B – Bureaux d'information	5 521 000	BUREAUX D'INFORMATION

[Retour à la liste](#)

Améliorer l'accueil des visiteurs

<i>Indicateur</i>	<i>Fréquence</i>	<i>Fournisseur</i>	<i>Mesures</i>	<i>Projet</i>	<i>Observations</i>
Nombre de groupes Euroscola	Chaque année	Direction B – Bureaux d'information	425		BUREAUX D'INFORMATION
Nombre de participants à Euroscola	Chaque année	Direction B – Bureaux d'information	10 106		BUREAUX D'INFORMATION
Nombre de visiteurs à Strasbourg (hors périodes de session)	Chaque année	Direction B – Bureaux d'information	76 752		BUREAUX D'INFORMATION
Nombre d'expositions	Chaque année	Direction C – Relations avec les citoyens	2		CENTRE DES VISITEURS "PARLAMENTARIUM"
Nombre de groupes	Chaque année	Direction C – Relations avec les citoyens	5 000 groupes		VISITES ET SÉMINAIRES
Nombre de visiteurs/participants	Chaque année	Direction C – Relations avec les citoyens	337 153		CENTRE DES VISITEURS "PARLAMENTARIUM"
Nombre de publications produites	Chaque année	Direction C – Relations avec les citoyens	200 000 kits bleus produits		VISITES ET SÉMINAIRES
Nombre d'inscrits au programme Fivisit	Chaque année	Direction C – Relations avec les citoyens	10 904		VISITES ET SÉMINAIRES

Nombre de visiteurs	Chaque année	Direction C – Relations avec les citoyens	270 000 (180 000 à BXL, 90 000 à STR)	VISITES ET SÉMINAIRES
----------------------------	--------------	-------------------------------------------------	---------------------------------------------	--------------------------

[Retour à la liste](#)

Suivi

<i>Indicateur</i>	<i>Fréquence</i>	<i>Fournisseur</i>	<i>Mesures</i>	<i>Projet</i>	<i>Observations</i>
Nombre de publications (recherche documentaire)	Chaque année	Direction générale	1		Mise à jour de la "Synthèse" – présentation d'informations sur le site consacré aux résultats des élections en avril 2014
Nombre de publications (réalisation d'enquêtes quantitatives)	Chaque année	Direction générale	2		A) À un an des élections européennes de 2014; B) Journée internationale de la femme
Nombre de publications (réalisation d'enquêtes qualitatives)	Chaque année	Direction générale	2		A) Enquête "Journalistes accrédités"; B) Enquête "Maison de l'Histoire européenne"
Nombre de publications (analyse interrégionale)	Chaque année	Direction générale	24		Mise à jour de l'analyse interrégionale

[Retour à la liste](#)