

# L'Europe sexy

15-02-2005 Anne de Malleray

L'Europe n'est pas sexy parce qu'elle est trop complexe, trop éloignée du cœur et des préoccupations matérielles des citoyens et que l'information sur l'Europe n'intéresse pas et est toujours ramenée à des problèmes nationaux. Il faut raviver les symboles forts de l'Europe, comme l'euro, l'hymne européen, pour créer une culture politique commune à tous les citoyens et recréer un attrait, aujourd'hui disparu pour l'idée européenne. Il faut formuler des messages clairs sur l'Europe, parce que la communication de masse passe aujourd'hui par le visuel et les slogans. L'Europe est pour l'instant empêtrée dans des jupes mal taillées, parce qu'elle n'a pas décidé de son avenir politique et qu'elle est trop complexe pour se présenter aux citoyens en sous-vêtements minimalistes. C'est pour cela qu'elle fait si rarement la une des journaux nationaux. Le dernier point, et non le moindre est le rôle des gouvernements et l'équilibre fragile entre intérêts nationaux et participation à l'Europe. Tant que les gouvernements nationaux donneront systématiquement un angle arrangeant aux décisions et informations émises par les institutions européennes, l'espace public ne pourra pas apprendre à apprécier les avantages de l'Union. Autrement dit, tant que l'Europe aura toujours bon dos, on entendra dans les rues des amalgames entre rejet de la mondialisation et rejet de l'Europe (pour n'en citer qu'un). On a le droit d'être dubitatif quant à la direction qu'il faut donner à la construction européenne, mais c'est mieux si on le fait en étant informé.

Le problème n'est pas le déficit de communication. Nous sommes constamment submergés par l'information, il ne s'agit pas de créer de l'information sur l'Europe, mais de donner le désir aux citoyens d'accéder à cette information. Il y a une part de pure stratégie communicationnelle, dépoussiérer l'image de l'Europe, avec un budget plus conséquent alloué à la communication. L'Europe a pourtant de quoi séduire. Elle incarne une qualité de vie et des valeurs dont on peut rendre les Européens conscients et fiers. L'Europe est un style de vie qui se développe de façon frappante dans les générations qui sont nées après elle.

Aux intervenants qui ont fait remarquer, non sans raison, que communiquer était bien mais encore fallait-il savoir quoi communiquer, autrement dit quel message politique l'Europe était prête à donner d'elle, on peut répondre que l'Europe n'est pas un Etat. Il faut commencer à construire un sentiment européen même si l'Europe ne sait pas ce qu'elle veut encore comme avenir politique. Mais l'Europe peut chercher dès maintenant à développer un sentiment d'appartenance, qui tienne ensemble l'unité (construire l'Europe) et la diversité (préserver les intérêts nationaux). Cet exercice d'équilibrisme n'est pas nouveau. Simplement la nécessité assez nouvelle de mieux faire aimer l'Europe suscite des entreprises et des débats au sein des institutions où l'on prend conscience qu'un écho positif dans les espaces publics des états membres est et sera le principal soutien d'une Europe politique. Il y a du pain sur la planche avec les débats sur la Constitution. Et dans ce contexte, il est plus qu'utile de rendre l'Europe attirante, simple, bref sexy.

Anne de Malleray

Paris (France)