



College of Europe
Collège d'Europe

Brugge



Natolin

Academic Year /Année Académique 2017-2018
European Political and Governance Studies/
Etudes Politiques et de Gouvernance Européennes
Simone Veil Promotion

UN PORTE-PAROLAT POLITIQUE À LA COMMISSION EUROPÉENNE : AMBITIONS & RÉALITÉS

Anna HUBERT

Supervisor: Nathalie Brack

Résumé exécutif

Ce travail analyse les missions du porte-parolat de la Commission européenne sous la présidence de Jean-Claude Juncker. En 2014, le service de porte-paroles (SPP) est réorganisé et resserré. Placé sous la tutelle directe du Président, il se dote d'une mission de communicant politique. L'institution apparaît alors prise dans une tension propre aux démocraties: développer une stratégie politique de gestion des opinions publiques tout en évitant l'accusation en propagande. Nous interrogeons donc la réalité de cette posture de communicant politique en rapprochant les missions du SPP des pratiques traditionnellement associées à la communication politique dans les gouvernements nationaux. Il nous apparaît que la démarche de communication politique par le porte-parolat de la Commission reste prudente. Certes, le SPP développe une approche stratégique des relations presse et fait usage des outils classiques mais il s'écarte souvent des pratiques que l'on peut trouver au niveau national tant sur la forme que sur le fond du message. La posture défensive l'emporte sur un véritable *storytelling*. De plus, les émetteurs de cette communication ne portent aucune responsabilité politique.

Les principales différences dans l'approche de la communication politique entre le service de porte-parolat de la Commission et les communicants politiques des ministères s'expliquent notamment par l'originalité structurelle du système européen. L'analyse de la stratégie communicationnelle permet ainsi de lire l'indétermination profonde d'une institution inséparablement technique et politique. Premièrement, le destinataire est singulier car il n'existe pas de scène publique ni d'opinion européenne. Deuxièmement, les communicants auront tendance à jouer sur l'ambiguïté intrinsèque de la Commission en mettant en avant, à l'envi, la légitimité d'expert ou celle plus politique. Ils doivent aussi tenir compte de la posture consensuelle de l'institution. Enfin, le troisième facteur explicatif résiderait dans le rapport compliqué des commissaires aux médias. En l'absence de discours politique porté par ces décideurs au pouvoir, il est donc difficile d'avoir une communication politique de la part du service de porte-paroles. L'étude démontre que le porte-parolat ne peut être le seul organe de communication politique de la Commission. Se pose, en effet, la question de son efficacité à assurer toutes les missions associées à ce type de communication. Il peine notamment à affirmer les responsabilités politiques et publiques des décideurs. Toutefois, le porte-parolat reste un outil intéressant pour se défendre face au journalisme d'investigation ou pour influencer l'agenda médiatique. Il permet enfin d'assurer la transparence des procédures décisionnelles complexes et des opinions des parties prenantes.