

COMPTÉ RENDU

ELECTIONS EUROPÉENNES: COMMENT DÉPASSER LES ENJEUX NATIONAUX?

Conférence au Bureau du Parlement européen

9 avril 2014 - 14h-18h



UNIVERSITÉ
PARIS-EST CRÉTEIL
VAL DE MARNE



Groupe 4

Halima Bahdit Balde, Marion Baudier-Melon, Victor Brasmen, Raquel Castejon, Théo Fatséas, Thomas Lhuillery, Jérémy Mazoyer, Margaux Paillardon, Maurane Violet

PRESENTATION

Élections européennes

*Comment dépasser
les enjeux nationaux ?*

Conférence-débat

Mercredi 9 avril 2014

14 h - 18 h 30

Bureau d'Information pour la France
du Parlement européen

288 boulevard Saint-Germain

75007 Paris

M° Assemblée Nationale

🐦 @salle421 #conf421

📘 facebook.com/mastercom.upec

✉ evenementiel.upec@gmail.com

UPEC
UNIVERSITÉ PARIS-EST CRETEIL

FACULTÉ
DES LETTRES, LANGUES
ET SCIENCES HUMAINES

AVRIL

avril21.eu



Cette conférence-débat sur les élections européennes est l'oeuvre du travail commun des promotions de Master 1 et de Master 2 « Communication Politique et Publique en France et en Europe » de l'Université Paris Est Créteil (UPEC) encadrées par Stéphanie Wojcik et Stéphanie Kunert, enseignants-chercheurs à l'UPEC.

La promotion de M1 s'est occupée de l'organisation de la conférence en se répartissant le travail comme suit :

- le groupe 1¹: axes et problématique de l'événement,
- le groupe 2² : relations presse, programme et contact avec les invités,
- le groupe 3³ : création graphique et supports de communication,
- et le groupe 4⁴ : bon déroulement de l'après-midi, communication le jour J et communication post-événement.

Quant à la promotion de M2, ils ont préparé des travaux tout au long du semestre qu'ils ont pu présenter durant l'après-midi. Leur travail répond à la problématique définie par les étudiants de M1 à travers le prisme de trois thématiques qui ont structuré la conférence : l'axe médiatique, l'axe institutionnel et enfin l'axe politique.

La problématique a émergé à partir du constat de la désaffection des citoyens et des Etats membres face aux enjeux européens, se manifestant dans l'abstention toujours croissante aux élections européennes depuis 1979. A la suite d'une réflexion sur les rapports des citoyens, des partis politiques et des relais d'information à l'Union Européenne, il a été mis en évidence le fait que le cadre national prévalait sur le cadre européen autant dans les médias et la communication politique que dans la représentation de l'Union européenne qu'ont les citoyens des pays membres. D'où la problématique suivante : « **Elections européennes : comment dépasser les enjeux nationaux ?** ».

¹ Clémence Martin, Laura Daniel, Harmony Pondy Nyaga, Cyrille Crespy, Antoine Spaccesi, Jeremy Herry et Alexandre Gaillard.

² Barbara Jurkiewicz, Elsa Duparay, Zeldia Martin, Timothée Larochette, Justine Boiramier, Salomé Bies, Sophia Bahri, Aicha Benhammou, Anne Edimo.

³ Justine Audo, Jonathan Boutonnet, Jonathan Barbiaux, Vincent Nierat, Maroussia Simonin, Océane Boisseau, Camélia Henry.

⁴ Halima Bahdit Balde, Marion Baudier-Melon, Victor Brasmen, Raquel Castejon, Théo Fatséas, Thomas Lhuillery, Jérémy Mazoyer, Margaux Paillardon, Maurane Violet.

OUVERTURE



Catherine Burckel fut la première à prendre la parole. En tant que responsable du Centre de documentation du Bureau du Parlement européen, elle a commencé par présenter cette institution. Elle a ainsi rappelé son utilité dans les 28 Etats membres, à savoir être le relai de l'information européenne au plus près des citoyens.

Elle a ensuite présenté la problématique de l'après-midi - « élections européennes : comment dépasser les enjeux nationaux ? » - comme étant un vaste sujet, et a précisé le cadre universitaire de l'événement, qui rassemble le travail des promotions de M1 et M2 du département de Communication Politique et Publique de l'UPEC. Catherine Burckel a insisté sur le fait que cette conférence était une initiative remarquable, qui devrait être réitérée à chaque élection.

Sont ensuite venues les présentations des intervenants :

- **Constance Le Grip**, euro députée UMP en Ile-de-France,
- **Maud Labat**, en charge de la communication de la Commission auprès du grand public au sein du Représentation de la Commission européenne en France,
- **Florent Le Montagner**, conseiller du porte-parole du Parlement européen, Jaume Duch Guillot, et directeur des médias au sein de la DG Communication du Parlement européen,
- **Michaël Malherbe**, fondateur du blog lacomeeuropenne.fr,
- **Fabrice Pozzoli-Montenay**, journaliste spécialisé sur les questions européennes et économiques et vice-président de l'Association des Journalistes Européens (AJE),
- et **Olivier Rozenberg**, politiste, chargé de recherche au Centre d'Etudes Européennes de Sciences-Po.

Catherine Burckel a ensuite introduit les trois axes structurants de la conférence : les points de vue médiatique, institutionnel et politique en relation avec le dépassement des enjeux nationaux dans la campagne pour les élections européennes. Elle a ensuite félicité les M2 pour avoir mené un travail que le Bureau d'Information du Parlement Européen souhaitait faire.

Caroline Ollivier-Yaniv⁵, enseignant-chercheur à l'UPEC et directrice du M2, a tenu à féliciter les étudiants de M1 et de M2, en soulignant l'importance de ce travail inter-promotion favorisant l'interconnaissance. Elle a aussi mentionné la présence dans la salle d'étudiants issus de la formation continue. Ainsi tout le master de Communication Politique et Publique de l'UPEC était-il représenté lors de la conférence.

Brigitte Sebbah, enseignant-chercheur à l'UPEC et modératrice tout au long de l'après-midi, a enfin engagé le premier axe de réflexion de la conférence. Elle a souligné que la communication politique sur les élections européennes, souvent qualifiées d'élections de second ordre, était biaisée car les enjeux européens sont minimisés par rapport aux enjeux nationaux, et ce dans un contexte de montée des populismes et de conflits sur l'identité européenne.

⁵ Pour plus d'information sur les enseignants du département Communication Politique et Publique de l'UPEC, consulter <http://lettres-sh.u-pec.fr/departements/communication/equipe-pedagogique/>

Thématique numéro 1 : LE POINT DE VUE MEDIATIQUE

PRESENTATIONS DES M2

Marie Camado, au nom de son groupe de travail⁶, prend la parole sur le traitement des élections européennes de 2009 dans la presse quotidienne nationale en France.

Les étudiants ont observé qu'entre catégorisation, cadrage, « fait-diversification » et nationalisation, ce sont les personnalités nationales qui sont mises en avant dans le débat médiatique, contre des enjeux européens qui sont traités de manière beaucoup plus épisodique. Or il y a une réelle demande d'information de la part du grand public que les journalistes tentent de satisfaire en couvrant l'actualité européenne sur le mode événementiel par le biais de titres accrocheurs à la manière de la presse à sensation. Les étudiants vont jusqu'à employer le mot « tabloïsation ». M. Camado conclut que la presse quotidienne nationale n'est pas eurosceptique, mais favorise l'indifférence envers les élections européennes.

Marie Camado passe alors le micro à Aurélie Pionnier⁷ pour parler du traitement des élections européennes de 2014 dans la presse quotidienne nationale en France. Elle rappelle que ces élections sont considérées comme de second ordre. Elles suscitent donc moins de couverture presse, moins d'articles et par conséquent les étudiants du M2 ont eu un corpus d'étude relativement restreint, sans compter la concurrence médiatique avec l'agenda des élections municipales en France. Les étudiants ont observé deux traitements médiatiques opposés : entre simplification du contenu et proximité avec le lecteur, et discours d'expert. Par ailleurs, la médiatisation des personnalités politiques met l'accent sur leur parcours plutôt que sur les institutions et les enjeux européens pour présenter une approche plus « vendeuse » de compétition électorale et de lutte pour le pouvoir. D'où le recours régulier aux photo-portraits et aux *verbatim* : 90 % des illustrations sont des photo-portraits dans *Le Monde*, 85 % dans *Libération*. Le débat du 28 avril entre les candidats à la présidence de la Commission s'inscrit par ailleurs dans cette volonté de politiser les élections. Enfin, la presse attire l'attention sur le climat eurosceptique latent, en étant en phase avec l'actualité nationale et la médiagénie du sujet.

[Pour les détails de la présentation, cliquez ici !](#)

REACTION DES INTERVENANTS : Fabrice Pozzoli-Montenay et Florent Le Montagner

Brigitte Sebbah donne la parole à Fabrice Pozzoli-Montenay qui salue le travail effectué par les M2. Par rapport à 2009, il affirme que les eurodéputés français sont beaucoup plus présents dans les médias, en témoignent les interventions nombreuses de Madame Morano, Madame Dati et Madame Alliot-Marie. Par ailleurs, le travail des eurodéputés est beaucoup plus apprécié par les rédactions nationales qu'en 2009 : en effet, ceux-ci interviennent dans les médias pour donner un éclairage original sur les questions de la PAC, de la pêche, de la protection des données personnelles. Il y a donc une évolution positive de l'image du traitement des questions européennes dans les médias nationaux.

D'où l'optimisme relatif de Fabrice Pozzoli-Montenay. Cependant, il souligne que :

⁶ composé d'Ekaterina Chelpanova, Auriane Gaffajoli, Alice Neeser, Antoine Cardon, Gwenola Guichard.

⁷ dont le groupe est composé d'Anaïs Chemin, Hélène Obert, Solène Pouliquen, Maud Meyer et Alwyn Prado.

« Les élections européennes de 2014 sont importantes dans leur dimension européenne pour 35 % des Français, contre 65 % qui pensent que c'est la dimension française qui prime⁸. Ce sont ces chiffres que les journalistes ont en tête. D'où leur travail sur les questions européennes qui est fonction des attentes de leur lectorat ».

Fabrice Pozzoli-Montenay précise que lorsque l'on fait une émission radio ou une Une sur l'Europe, les ventes et les audiences ne décollent pas et ont plutôt tendance à chuter.

« L'Europe est donc un sujet non monétisable pour les médias en tant que l'Union européenne à la télévision n'attire pas les annonceurs ».

Ce qui amène à évoquer le problème de financement des médias, problème économique en relation avec le traitement des affaires européennes.

Fabrice Pozzoli-Montenay s'interroge ensuite sur la façon dont l'Europe, par son fonctionnement même, est en porte-à-faux avec les rédactions françaises : en France, l'actualité politique est l'enjeu de luttes de pouvoir alors qu'en Europe, on est dans une logique concrète de dossiers pragmatiques. On retrouve ce contraste dans la presse spécialisée française. Par rapport à la presse spécialisée florissante où les dossiers européens sont bien traités, ainsi que lus et appréciés par les lecteurs - c'est le cas des *Echos* -, la presse quotidienne nationale française est « moribonde ». Il existe des journaux consacrés aux énergies renouvelables, aux transports, qui intègrent l'information européenne, contrairement à la presse télé et radio généraliste française. C'est par ailleurs une spécificité en France car il n'en va pas de même en Allemagne, en Grande-Bretagne, en Italie et en Espagne. La presse française devrait donc s'interroger sur sa façon de traiter l'actualité politique.

Florent Le Montagner, qui travaille pour le Parlement européen, a quant à lui un regard différent sur la question : il affirme qu'entre les élections en 2009 et celles de 2014, la couverture du scrutin - et tout particulièrement les commentaires et analyses des chiffres de la participation - a augmenté de 80 % sur une dizaine de grands pays européens dans les grands médias généralistes.

⁸ Source : TNS Sofres <http://www.tns-sofres.com/etudes-et-points-de-vue/europeennes-2014-intentions-de-vote> relayé par le fil Twitter @OpinionPublique <https://twitter.com/OpinionPublique/status/453868873901965312>

Thématique numéro 2 : LE POINT DE VUE INSTITUTIONNEL

PRESENTATIONS DES M2

C'est Victor Esteves qui prend alors la parole pour son groupe⁹ qui a travaillé sur la communication institutionnelle du Parlement européen autour des élections européennes de 2009. Celle-ci fut l'objet d'une campagne décentralisée selon les problématiques des différents Etats membres : la France avait 6 thèmes - l'énergie, la protection du consommateur, la standardisation, le budget, la lutte contre les discriminations et les marchés financiers - alors qu'en Belgique, on avait, par exemple, les problématiques liées à l'immigration. Les objectifs de la campagne étaient d'abord de valoriser les élections, et ensuite de montrer que chaque bulletin de vote a un impact. D'où la volonté d'ancrage de la communication dans le quotidien des citoyens.

Les étudiants portent un regard critique sur cette campagne de 2009 : ils pointent le manque de cohérence entre les supports, une trop large déclinaison des deux messages précédemment cités et conséquemment un manque de clarté. Par ailleurs, la cible diffère du destinataire : la campagne s'adresse finalement aux convaincus et non aux eurosceptiques. Enfin, des pictogrammes, symboles, et personnages de fiction ont été utilisés dans les visuels, mais jamais n'ont été représentés des citoyens-électeurs réels ou potentiels.

C'est le tour de Camille Remy de présenter l'analyse de son groupe¹⁰ de la communication institutionnelle du Parlement européen autour des élections européennes de 2014 en trois temps. D'abord l'analyse de la campagne « coup d'envoi » lancée en septembre 2013 avec le slogan « agir, réagir, accomplir » repris dans divers supports : une vidéo-teaser, un spot, une campagne d'affichage, un dossier de presse, une bannière, un sticker et un leaflet. Ensuite l'analyse de la campagne thématique, qui s'étend d'octobre à février 2013-2014 ayant pour axes l'économie, l'emploi, la qualité de vie, la finance et l'Union européenne dans le monde. Enfin, l'analyse de la campagne « appel aux urnes » lancée en février 2014. Cette campagne en trois temps évolue de la prise de conscience à la responsabilisation du citoyen européen : les étudiants ont mis en lumière la dramatisation et l'emploi du *pathos* pour une prise de conscience, l'Europe qui agit au quotidien, et l'accomplissement des citoyens dans l'acte de voter. Une autre dimension de la communication est l'humain mis au coeur de la campagne avec la représentation d'une Europe multiculturelle et multigénérationnelle dans le registre de l'émotion.

Enfin, Fanny Conesa¹¹ a présenté une analyse de la communication numérique actuelle du Parlement européen, en recensant les modalités de présence en ligne du Parlement européen, puis en étudiant l'animation des réseaux sociaux et en analysant finalement les sites elections2014, myvote2014, et celui du Bureau d'Information du Parlement Européen.

En définitive, le Parlement européen a investi sept réseaux sociaux ; le Bureau d'Information du Parlement Européen lui est présent sur les plus célèbres d'entre eux, Facebook et Twitter. A cet égard, le compte Facebook du BIPE est l'objet d'un bien meilleur taux d'engagement des internautes que le compte Twitter qui enregistre très peu de réponses et de retweets. Quant au ton employé sur la page Facebook, il se veut informel pour établir une relation directe avec le visiteur. Par ailleurs, le contenu se focalise sur la vie quotidienne de l'institution.

La plateforme elections2014 emploie, elle, un ton chaleureux mais conventionnel avec des données informatives et diffuse un contenu assez peu vulgarisé. Ses cibles sont les membres de l'Union

⁹ composé de Maël Aguessy, Adrien Colombatto, Quentin Gelle, Amandine Taffoureau et Violaine Tardieu.

¹⁰ composé de Alexandre Cuveillier, Faustine Harzelec, Olfa Homrani, Cécile Loriato et Alima Traore.

¹¹ composé de Laurence Derrieu et d'Emeline Villeneuve.

européenne et les Français susceptibles de voter. Myvote2014 s'adresse quant à lui à un public jeune en particulier : le site a une apparence ludique et une vocation pédagogique à travers la gamification et un langage familier - on remarque notamment l'usage de l'impératif « exprime ton vote », « joue au jeu ». L'aspect du site est ainsi beaucoup moins institutionnel que le site-mère des élections ; cependant, la complexité des questions peut décourager les internautes.

[Pour les détails de la présentation, cliquez ici !](#)

REACTION DES INTERVENANTS

Maud Labat, en tant que membre de la Représentation de la Commission européenne en France, a voulu préciser qu'elle était venue soutenir l'effort du vote et non critiquer ce qui avait déjà été fait. Elle a ensuite parlé des liens toujours plus étroits entre la couleur politique du Parlement européen et le travail de la Commission pour les cinq ans à venir, un des enjeux majeurs des élections européennes de 2014 pour cette dernière institution étant de gagner en légitimité, car :

« On accuse la Commission d'être un instrument non démocratique »

Florent Le Montagner a mentionné qu'il était très intéressé pour récupérer les présentations des M2, qu'il estime de qualité. Puis il a affirmé que l'on est passé d'une communication très institutionnelle à la notion de choix sur les personnes et la ligne politique dans le cadre de la campagne pour les élections européennes. Etant donné qu'il n'y a pas de majorité détenue par un seul parti, il est difficile de développer des outils qui ne vont fâcher personne. Par ailleurs, il rappelle la contrainte domestique : il est en effet difficile de travailler en 24 langues.

Pour Florent Le Montagner, l'écueil d'une communication trop institutionnelle peut être contourné en axant le message sur la notion de choix. En citant Jacques Delors, il rappelle qu'« on ne peut plus fonctionner sur un système fondé sur les Pères fondateurs de l'Europe » :

« La légitimité de l'action publique ne se fonde plus seulement sur le résultat mais aussi sur le processus qui doit être transparent ».

Fabrice Pozzoli-Montenay est ensuite revenu sur le processus de nomination du président de la Commission européenne. Selon lui, c'est un « coup de poker » du Parlement européen, car il n'est pas garanti que ce soit parmi les candidats médiatisés que soit finalement choisi le futur président de la Commission par le Conseil. Si ce n'est effectivement pas le cas, nous devons très probablement faire face à un problème démocratique de taille, encore plus grave que celui de 2005 ; les citoyens risquent de perdre toute confiance.

Florent Le Montagner intervient pour préciser que le Conseil doit toutefois tenir compte du résultat du scrutin dans la nomination du président de la Commission européenne.

Fabrice Pozzoli-Montenay reprend alors la parole. Il fait le pari que le Parlement européen va être beaucoup plus fragmenté que le précédent. Il s'interroge : si l'extrême-droite européenne réunit le nombre de voix suffisant, est-il possible d'avoir des commissaires d'extrême-droite ?

Ce à quoi Maud Labat répond que pour qu'un Etat propose un candidat d'extrême-droite, il faudrait qu'il soit lui-même d'extrême-droite, puis que le candidat extrémiste soit finalement choisi par le Parlement européen à l'issue des *hearings*. Fabrice Pozzoli-Montenay termine cette session en affirmant :

« Jamais l'euroscepticisme n'a été aussi élevé. En tant que journaliste, il faut être à l'écoute de cette tendance. »

Avant d'enchaîner avec la troisième thématique de l'après-midi, nous faisons une pause d'une vingtaine de minutes ; ce qui est l'occasion pour les intervenants, les professeurs et les étudiants d'échanger.

Thématique numéro 3 : LE POINT DE VUE POLITIQUE

Brigitte Sebbah accueille alors Constance Le Grip et Olivier Rozenberg qui viennent d'arriver pour intervenir sur cette thématique.

PRESENTATION DES M2

Finalement, Caroline Charles et Adrien Vandevelde prennent le micro en tant que porte-parole de leur groupe¹² pour exposer leur analyse de la communication électorale des candidats français aux élections européennes en 2014. Ils rappellent que le taux d'abstention en 2009 s'élève à 59,8 %. Ils mettent ensuite en lumière les enjeux économiques - politique d'austérité et protectionnisme - institutionnels - mise en place du traité de Lisbonne et primauté des droits nationaux - et géopolitiques - quelle place pour l'Allemagne ? - de l'Union européenne, en s'interrogeant sur la façon dont les candidats au mandat de député européen vont prendre en compte ces enjeux. Pour répondre à cette interrogation, ils présentent d'abord une étude comparée par candidat et par région électorale. Sont alors décryptés les sujets prioritaires et enjeux privilégiés de Jean-Marie Le Pen (FN), Alain Cadec (UMP), Isabelle Thomas (PS), Yvette Duchemann (EELV), Marielle de Sarnez (MoDem), Nadine Morano (UMP), Edouard Martin (PS) et José Bové (EELV). Dans un deuxième temps, ils présentent une étude comparée des partis : le Parti Populaire Européen avec Jean-Claude Juncker et le Parti Socialiste Européen avec Martin Schulz. En conclusion, il apparaît que l'enjeu national reste le premier axe de campagne et que la campagne évolue à un rythme lent. Enfin, ils postulent que la communication politique ne pourra pas répondre aux enjeux contemporains - la crise économique, l'euroscpticisme, la réappropriation démocratique des institutions par les citoyens et la remise en cause de l'impartialité de la Commission européenne - sans une réelle volonté politique et une clarification du fonctionnement des institutions.

[Pour les détails de la présentation, cliquez ici !](#)

REACTION DES INTERVENANTS

Constance Le Grip choisit de s'exprimer sur l'abstentionnisme qui selon elle constitue un problème quand on est un démocrate. Une des causes de l'abstentionnisme croissant est la suivante : les électeurs se déplacent quand ils ont l'impression que leur bulletin peut changer les choses. Or c'est de moins en moins le cas en Europe.

« Il faut expliquer les institutions européennes aux citoyens ; il faut faire comprendre aux compatriotes qu'il y a un enjeu de pouvoir »

D'autre part, la députée nous fait part de son expérience en nous avouant qu'il est difficile de rendre compte de l'exercice du mandat de député européen en allant sur le terrain. Sans compter la tradition du bouc émissaire européen, en témoigne l'usage abusif de l'expression « c'est la faute de Bruxelles » qui constitue, en somme, une facilité politique très pratiquée tant par la gauche que par la droite.

Constance Le Grip fait enfin le pronostic que ce sera soit Martin Schulz soit Jean-Claude Juncker - qui débattront par ailleurs sur France 21 et RFI le 28 avril - qui sera nommé président de la Commission européenne.

¹² composé de Lucile Bougon, Antoine Marin, Besma Medini, Elise Regnier, Siméon Starck, Valentine Valton et Pierre Vincent.

Olivier Rozenberg met lui l'accent sur l'incertitude politique de la nomination du futur président de la Commission européenne, le traité de Lisbonne laissant une marge de manœuvre sur ce qu'il peut se passer. Le seul impératif est que le président soit de la sensibilité majoritaire à l'issue des élections. Olivier Rozenberg chiffre ensuite la représentation de l'Union européenne : il y a 150 élus pour un demi milliard de personnes, ratio qui fait que beaucoup de membres du Parlement européen peuvent en effet douter du soutien du peuple et de leur légitimité. Sans compter la difficulté de trouver des consensus au sein du système de dialogue entre les assemblées européennes. Historiquement, le Parlement européen a voulu montrer qu'il était une institution mature : la majorité des eurodéputés ne se permettent pas d'entrer en conflit entre eux. Ils préfèrent un compromis plutôt que d'afficher leur désaccord. Le Conseil des ministres de l'Union européenne - qui doit se mettre d'accord avec le Parlement européen pour adopter les textes - veut éviter l'étalage public de divergences. Dans 86 % des cas en 2012, l'accord s'est fait sur la première lecture.

« Les trois institutions se mettent d'accord trop vite ».

Ainsi n'y a-t-il pas beaucoup d'expression institutionnalisée de désaccords.

Quant à l'abstention, si on regarde les dix pays qui ont participé aux premières élections et le taux de participation, la chute de la participation n'est que de 10 points, ce qui peut être lié à l'entrée progressive de nouveaux pays dans l'Union européenne.

Catherine Burckel s'interroge ensuite sur le manque de débat au Parlement. Ce à quoi Constance Le Grip répond que l'on privilégie plutôt le débat en commissions parlementaires et les trilogues, c'est-à-dire les réunions informelles entre représentants du triangle décisionnel européen. Pour revenir à la problématique de l'après-midi, Constance Le Grip apporte un regard assez pessimiste en affirmant que selon elle, il y aura toujours un tropisme national et des débats sur les enjeux nationaux dans le cadre des campagnes pour les élections européennes : quoi qu'il arrive, on parlera du gouvernement et de la stratégie nationale.

S'ensuivent alors les questions du public. Notamment une question de Thierry Giasson - professeur de communication politique à l'Université Laval et intervenant au département de Communication Politique et Publique à de l'UPEC - sur la communication politique électorale à l'adresse de Constance Le Grip qui finit par lui dévoiler le probable slogan de l'UMP pour la campagne des élections européennes.

Pour clore le débat, Stéphanie Wojcik s'interroge sur le fait qu'il faille forcément du conflit pour susciter l'intérêt de la population ou non.

* * *

En définitive, cette conférence sur le thème « Election européennes : comment dépasser les enjeux nationaux ? » a permis aux étudiants d'avoir des éclairages originaux de la part des intervenants et de la promotion de M2 pour faire évoluer leur réflexion. Bien que le propos ait été élargi hors des limites de la problématique choisie, les prérogatives européennes ont été abordées avec discernement. Et même si Thierry Giasson a souligné le fait qu'il n'y eut pas assez d'éléments méthodologiques dans la démarche de recherche des étudiants de M2, tous ont souhaité féliciter leur travail et leurs présentations de qualité.

REMERCIEMENTS

Les étudiants de M1 et de M2 tiennent à remercier les enseignantes du département de Communication Politique et Publique de l'UPEC qui ont contribué à la réussite de cet événement : **Stéphanie Wojcik** qui a eu l'initiative de cette journée et qui a suivi et dirigé le travail des M1 avec une grande disponibilité, ainsi que **Stéphanie Kunert**, qui a efficacement encadré le travail des M2. Nous voudrions également remercier **Brigitte Sebbah** pour avoir accepté d'être la modératrice de la conférence, et pour avoir rempli ce rôle avec succès, ainsi que **Caroline Ollivier-Yaniv**, la directrice de notre master, pour son intervention à l'ouverture de la conférence.

Nous souhaitons par ailleurs remercier le **Bureau d'Information du Parlement Européen** pour avoir mis une salle à notre disposition, ainsi que **Catherine Burckel** pour sa disponibilité, son écoute, sa présence et sa participation lors de cet après-midi.

Bien sûr, nous remercions très sincèrement tous les intervenants, acteurs de la politique et de la communication européennes : **Maud Labat**, en charge de la communication auprès du grand public au sein de la Représentation de la Commission européenne en France, **Constance Le Grip**, euro députée UMP d'Ile-de-France, **Florent Le Montagner**, conseiller du porte-parole du Parlement européen, Jaume Duch Guillot, et directeur des médias au sein de la direction générale Communication du Parlement européen, **Fabrice Pozzoli-Montenay**, journaliste spécialisé sur les questions européennes et économiques et vice-président de l'Association des Journalistes Européens (AJE), **Olivier Rozenberg**, politiste chargé de recherche au Centre d'Etudes Européennes de Sciences-Po, et **Michaël Malherbe** - qui avait accepté d'intervenir mais n'a pu, pour des raisons indépendantes de sa volonté, être présent - fondateur du blog lacomeeuropenne.fr.