

România în premieră la președinția Consiliului UE: cum pregătim și cum comunicăm un mandat de succes?

Intervenție în cadrul Conferinței Anuale a IER ”Președinția română a Consiliului UE văzută prin ochii tinerilor”

Robert Lupițu
Redactor șef adjunct
CaleaEuropeana.ro

Încă de la lansarea în spațiul public a dezbaterilor privind prima președinție română la Consiliul Uniunii Europene (pe care o vom prelua la o lună distanță de la Centenarul Marii Uniri), am resimțit o pendulare puternică între diferite idei - legate de formularea unor priorități ambițioase, legate de capacitatea administrativă de a asigura o astfel de președinție, de a ne dovedi providențiali sau de a pune pe agenda europeană dosarele și interesele noastre.

În esență, cred că vorbim de fapt despre un test al maturității în care rolul central îl ocupă demersurile de pregătire a acestei președinții (chestiuni de ordin administrativ, logistic, dar și politic) și exercitarea efectivă a mandatului, ambele dublate de o comunicare menită să ne permită culegerea anumitor dividende, dacă îmi permiteți o astfel de formulare, de ordin politic și strategic.

Pregătirea și exercitarea unui mandat de succes

Pregătirea și exercitarea efectivă a unui mandat de succes necesită să punem în aplicare un așa numit management al așteptărilor. 1 ianuarie 2019-30 iunie 2019 reprezintă 181 de zile în care vom avea pe același radar teme concomitente foarte dificile: dosarele legislative moștenite de la precedentele președinții (bulgară și austriacă) care vor trebui încheiate până la finalul actualului mandat al Parlamentului European, un dosar căruia îi va fi atribuită, fără îndoială, cea mai mare greutate - viitorul Cadru Financiar Multiannual, ieșirea efectivă a Marii Britanii din Uniunea Europeană și alegerile europene din mai-iunie 2019. Să suprapunem peste acestea summitul informal de la Sibiu din data de 9 mai 2019, un eventual summit al Parteneriatului Estic și provocări de natură excepțională care pot surveni. Plus, să nu uităm că după instituționalizarea de jure a Consiliului European și existența unui președinte permanent, președințiile rotative nu mai au anvergura de altădată (vezi Germania în 2007, vezi Franța în 2008).

În acest sens, pregătirea și exercitarea unui mandat de succes trebuie să aibă în vedere ambele brațe ale procesului - cel administrativ și cel politic. Deținem avantajul politic că vom lucra cu o Comisie Europeană care se va afla în acea bucată de final de mandat care încă îi permite să își promoveze agenda.

Cum comunicăm o președinție de succes?

Acest lucru depinde, în primul rând, de cine vor fi destinatarii acestor mesaje. Comunicarea unei președinții de succes ține de multi-imaginea pe care vom urmări să ne-o creăm. Va fi nevoie să construim o imagine politică europeană - iar aici sunt testate diverse formule ”România - stat

refondator al UE”, ”România - în nucleul dur al UE”, ”România - un honest broker”, ”România - unul dintre prietenii coeziunii”.

Astfel, avem nevoie de comunicarea unei președinții de succes pe palier politic european care ne va putea sprijini în multiple feluri:

- 1) aderarea la spațiul Schengen, finalizarea MCV sau sprijinirea în instituirea unui mecanism similar la nivel european, aderarea la zona euro;
- 2) proiectare a unei poziții mature și consolidate ca țară ce contribuie la dezbaterile privind viitorul Europei (summitul de la Sibiu, găzduirea de convenții democratice pe model macronian);
- 3) negocierea unui portofoliu important în viitoarea Comisie Europeană (de ce nu același?);
- 4) un succes în găsirea unor compromisuri cheie pe teme sensibile ne va putea permite să culegem roade și să valsăm în negocieri diplomatice pe viitoarele mandate în care ne vom putea apăra mai lesne interesele.

Totodată, să nu uităm că vorbim despre nevoia comunicării unei președinții ca imagine electorală: alegeri europarlamentare în timpul președinției noastre și alegeri prezidențiale la final de an. Aici vom avea provocarea unei linii foarte fine între promovarea unei președinții cu adevărat europene care să suscite interesul românilor pentru Uniunea Europeană (nu doar încrederea, ci și alfabetizarea pe temă) și care să fie reflectată și la urne și între folosirea acesteia pentru bătălii politice interne.

Și, nu în ultimul rând, vorbim despre comunicarea publică și modul cum va fi ea reflectată în mass-media, care are un rol important. Atât cea de la Bruxelles, cât și cea de acasă.