|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  |  |

**EL**

**ΔΙΑΣΥΝΔΕΣΗ ΤΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΔΗΜΩΝ ΓΙΑ ΜΙΑ ΙΣΧΥΡΟΤΕΡΗ ΕΥΡΩΠΗ**

**ΣΧΕΔΙΟ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΓΙΑ ΤΟ 2016**

# **Περιεχόμενο**

Στην [**επικοινωνιακή στρατηγική της για την περίοδο 2015-2020**](http://www.toad.cor.europa.eu/AgendaDocuments.aspx?pmi=RmFYXXWy9u/rX9gNAmENUi8gZIggfXu7WPJeH5l+95Y=&ViewDoc=true), η Ευρωπαϊκή Επιτροπή των Περιφερειών (ΕτΠ) εξήρε την ανάγκη να επανασυνδεθεί η Ευρώπη με τους πολίτες της, μέσω μιας εστιασμένης και αμφίδρομης επικοινωνίας μεταξύ, αφενός, των τοπικών και των περιφερειακών φορέων και, αφετέρου, των θεσμικών οργάνων της ΕΕ, καθώς και μέσω μιας ενισχυμένης συνεργασίας με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και το Συμβούλιο.

Οι δύο κύριες **ομάδες αποδεκτών** της επικοινωνίας της ΕτΠ είναι, αφενός, οι περιφερειακές και οι τοπικές αρχές και, αφετέρου, οι υπεύθυνοι για τη λήψη αποφάσεων στα θεσμικά όργανα της ΕΕ. **Στόχος** των δραστηριοτήτων επικοινωνίας είναι να υποστηριχθεί, μέσω μιας περιεκτικής και στρατηγικής προσέγγισης, το πολιτικό έργο της ΕτΠ ως αναπόσπαστο στοιχείο της όλης διαδικασίας χάραξης πολιτικής και να ενισχυθεί ο ρόλος της ΕτΠ στην υπεράσπιση της εδαφικής συνοχής και της συμμετοχής των πολιτών στην ΕΕ. Μέσω των δραστηριοτήτων επικοινωνίας της, η ΕτΠ δίνει φωνή στις ανάγκες και στις ανησυχίες των περιφερειών και των πόλεων, αξιοποιεί το υλικό αυτό ενσωματώνοντάς το στις νομοθετικές εργασίες και αναπτύσσει ισχυρά πολιτικά μηνύματα που απευθύνονται στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο της ΕΕ και την Ευρωπαϊκή Επιτροπή.

Η στρατηγική αναγνωρίζει ότι τα **μέλη της ΕτΠ** διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στην επικοινωνιακή προβολή της «Ευρώπης», μέσω των πολιτικών δραστηριοτήτων τους, αποσκοπεί δε στην ανάπτυξη ενός διττού «δικτύου δικτύων». Συγκεκριμένα επιδιώκεται, πρώτον, **η ενσωμάτωση και βελτίωση των δυνατοτήτων πρόσβασης** στα υπάρχοντα μέσα και εργαλεία επικοινωνίας, μέσω ενός αποτελεσματικότερου συντονισμού στο επίπεδο των οργάνων της ΕΕ· δεύτερον, για την επίτευξη του σκοπού αυτού, **η δημιουργία νέας διεπαφής για τα μέλη της ΕτΠ** και η ενθάρρυνση της συμμετοχής τους σε τοπικά δίκτυα και σε δραστηριότητες επικοινωνίας των γραφείων πληροφοριών του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου, των αντιπροσωπειών της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και των κέντρων πληροφόρησης Europe Direct στα κράτη μέλη, καθώς και των περιφερειακών και των τοπικών αρχών και των ενώσεών τους.

Η εν λόγω πενταετής στρατηγική θα τεθεί σε εφαρμογή μέσω των **ετήσιων σχεδίων επικοινωνίας**, στα οποία τίθεται περιορισμένος αριθμός θεματικών προτεραιοτήτων που αντανακλούν τις πολιτικές προτεραιότητες της ΕτΠ, τις θεματικές προτεραιότητες των επιτροπών και τις δράσεις επικοινωνίας των πολιτικών ομάδων της ΕτΠ, καθώς και εκείνες που προβλέπονται στο πλαίσιο της συνεργασίας της ΕτΠ με άλλα θεσμικά όργανα της ΕΕ, όπως το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και η Ευρωπαϊκή Επιτροπή.

# **Ανακοίνωση σχετικά με τις πολιτικές προτεραιότητες της ΕτΠ για την περίοδο 2015-2020**

Οι δραστηριότητες επικοινωνίας της ΕτΠ θα αντανακλούν τις **πέντε πολιτικές προτεραιότητες της ΕτΠ** για την περίοδο 2015-2020, που υιοθετήθηκαν τον Ιούνιο του 2015:

1) ένα νέο ξεκίνημα για την ευρωπαϊκή οικονομία·

2) η εδαφική διάσταση της νομοθεσίας της ΕΕ·

3) μια απλούστερη, περισσότερο διασυνδεδεμένη Ευρώπη·

4) σταθερότητα και συνεργασία εντός και εκτός της Ευρωπαϊκής Ένωσης·

5) η Ευρώπη του μέλλοντος είναι η Ευρώπη των πολιτών.

Η Διεύθυνση Επικοινωνίας θα εξασφαλίσει **επαρκή κάλυψη για τις νομοθετικές εργασίες και τις θεσμικές δραστηριότητες** στους εν λόγω πέντε τομείς προτεραιότητας, και θα μεριμνήσει ώστε οι βασικές πληροφορίες σχετικά με τις γνωμοδοτήσεις και τις θεσμικές πρωτοβουλίες να είναι διαθέσιμες, μέσω της χρήσης των πλέον κατάλληλων μέσων επικοινωνίας με ολοκληρωμένο τρόπο. Ο σωστός συνδυασμός μέσων επικοινωνίας θα προσδιορισθεί με τη βοήθεια των υπηρεσιών Τύπου της ΕτΠ και με τη χρήση οπτικοακουστικών μέσων, εκδηλώσεων, του δικτυακού τόπου του οργάνου, μέσων κοινωνικής δικτύωσης, δημοσιεύσεων, και αφού εξεταστούν η ειδησεογραφική αξία και η πολιτική και θεσμική σημασία του εκάστοτε περιεχομένου, και ληφθούν υπόψη οι διάφορες πιθανές ομάδες αποδεκτών.

Παράλληλα με αυτή τη βασική δέσμευση να εκτελεστούν τα θεσμικά καθήκοντα επικοινωνίας, θα διεξαχθεί περιορισμένος αριθμός ευρύτερων ενημερωτικών εκστρατειών, με σκοπό την επίτευξη συγκεκριμένων πολιτικών και επικοινωνιακών στόχων, μέσω μιας συντονισμένης προσέγγισης. Οι εκστρατείες αυτές θα καλύψουν τις θεματικές προτεραιότητες της ΕτΠ για το 2016.

# **Εστιασμένες εκστρατείες επικοινωνίας**

Μολονότι οι αντίστοιχες δραστηριότητες των μελών θα τύχουν επίσης κάλυψης, οι πόροι θα εστιαστούν σε περιορισμένο αριθμό πολιτικών θεμάτων που προβλέπεται ότι θα είναι ιδιαίτερα σημαντικά κατά το 2016. Τα θέματα που αναφέρονται στο ευρύτερο κατάλογο υποκατηγοριών στο έγγραφο με τις πολιτικές προτεραιότητες της ΕτΠ, συνδέονται με το πρόγραμμα εργασίας της Επιτροπής και θεωρούνται τομείς που προσφέρονται για κάλυψη και για την συγκέντρωση υλικού διαβουλεύσεων από τη βάση προς την κορυφή. Ειδικότερα, τα μέλη της ΕτΠ θα υποστηριχθούν να συμμετέχουν πιο ενεργά σε επικοινωνιακές δραστηριότητες στα κράτη μέλη, για το σκοπό δε αυτό θα επιδιωχθεί η ανάπτυξη στενότερης συνεργασίας και εταιρικής σχέσης με τα άλλα θεσμικά όργανα της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι ενημερωτικές εκστρατείες θα αναπτυχθούν από ειδικές διυπηρεσιακές ομάδες διοργάνωσης εκστρατειών. Για το 2016, προτείνονται οι ακόλουθες εκστρατείες για επίκαιρα θέματα:

## **Ενίσχυση της απασχόλησης, της ανάπτυξης και των επενδύσεων στις περιφέρειες και τις πόλεις της Ευρώπης**

Το σκεπτικό στο οποίο στηρίζεται αυτή η εκστρατεία είναι ότι χρειάζονται εστιασμένες ιδιωτικές και δημόσιες επενδύσεις, προκειμένου να τονωθεί η απασχόληση και η ανάπτυξη, και να προωθηθεί η οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική βιωσιμότητα σε όλες τις περιφέρειες και τις πόλεις της ΕΕ. Εάν βελτιωθούν οι διασυνδέσεις στον τομέα των μεταφορών και τα ψηφιακά και ενεργειακά δίκτυα, και προωθηθεί, επίσης, η ανταλλαγή εμπειριών και ορθών πρακτικών, μπορεί να ενισχυθεί η ανταγωνιστικότητα των πόλεων και των περιφερειών και, κατ' επέκταση, και αυτή ολόκληρης της ΕΕ. Οι δραστηριότητες επικοινωνίας θα κάνουν χρήση των γνωμοδοτήσεων, μελετών, σεμιναρίων, συνεδρίων και δημοσιεύσεων και συναφών μηνυμάτων της ΕτΠ, θα κορυφωθούν δε με την ευκαιρία της 7ης Ευρωπαϊκής Διάσκεψης Κορυφής των Περιφερειών και των Πόλεων της Ευρώπης, στην Μπρατισλάβα, στις 8 και 9 Ιουλίου 2016.

## **Ανάδειξη της εδαφικής διάστασης του προϋπολογισμού της ΕΕ στο πλαίσιο της ενδιάμεσης επανεξέτασής του**

Ένα από τα σημαντικότερα μηνύματα της ΕτΠ προς τα άλλα όργανα της ΕΕ είναι ότι η εδαφική διάσταση του προϋπολογισμού της ΕΕ είναι σημαντική. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή θα δημοσιεύσει τα αποτελέσματα της ενδιάμεσης επανεξέτασης του τρέχοντος πολυετούς δημοσιονομικού πλαισίου έως το τέλος του 2016. Στο πλαίσιο αυτό, οι δραστηριότητες επικοινωνίας της ΕτΠ θα στηρίξουν το πολιτικό και το νομοθετικό έργο του οργάνου και θα εξάρουν την ανάγκη δραστηριοποίησης των περιφερειακών και των τοπικών αρχών όταν τα κονδύλια της ΕΕ προορίζονται για τοπικά σχέδια. Κατά πάσα πιθανότητα, οι σχετικές δραστηριότητες επικοινωνίας θα κορυφωθούν κατά το δεύτερο εξάμηνο του 2016.

## **Υποστήριξη της διεθνούς σταθερότητας μέσω της περιφερειακής και της τοπικής συνεργασίας**

Πρόσφατες συζητήσεις —μεταξύ άλλων για την προσφυγική κρίση— έχουν αποδείξει για μια ακόμη φορά ότι, σε έναν διασυνδεδεμένο κόσμο, η Ευρώπη πρέπει να βρίσκει κοινές λύσεις για την αντιμετώπιση κοινών προκλήσεων. Οι περιφέρειες και οι δήμοι μπορούν να βοηθήσουν στην αντιμετώπιση αυτών των προκλήσεων στους τομείς της μετανάστευσης, της αλλαγής του κλίματος, της πολιτικής εμπορίου (TTIP) και των πολιτικών διεύρυνσης και γειτονίας, και η ΕτΠ θα συνεχίσει να αναπτύσσει νομοθετικό έργο σχετικά με τα θέματα αυτά. Επιπλέον, η ΕτΠ θα εμβαθύνει τη συνεργασία της με τους περιφερειακούς και τους τοπικούς εκπροσώπους στις νότιες και ανατολικές γειτονικές χώρες της ΕΕ, μέσω των συνελεύσεων ARLEM και CORLEAP, και να αναπτύσσει τις δραστηριότητές της με διεθνή προσανατολισμό από κοινού με τις περιφερειακές και τις τοπικές αρχές και τα αντιπροσωπευτικά τους όργανα, δίκτυα και ενώσεις, π.χ. με το Σύμφωνο των Δημάρχων της ΕΕ, το Κογκρέσο των Τοπικών και των Περιφερειακών Αρχών του Συμβουλίου της Ευρώπης, το Κογκρέσο των Ηνωμένων Εθνών για τους ανθρώπινους οικισμούς (UNDP, UN-HABITAT, UNEP) κλπ. Το 2016, οι δραστηριότητες επικοινωνίας, τόσο σε επίπεδο ΕΕ όσο και σε τοπικό επίπεδο, θα συμβάλουν στο να αυξηθεί η ευαισθητοποίηση ως προς τα θέματα αυτά μεταξύ των ενδιαφερόμενων φορέων και του κοινού, και να ενθαρρυνθεί η ανταλλαγή ορθών πρακτικών.

Για κάθε μία από τις εν λόγω εστιασμένες εκστρατείες, θα αναπτυχθεί ένα σύνολο εργαλείων επικοινωνίας, όπως:

* πληροφορίες για τα μέλη της ΕτΠ διαθέσιμες σε όλες τις γλώσσες της ΕΕ, όπως ενημερωτικά δελτία, παρουσιάσεις, ενημερωτικά γραφήματα και βιντεοταινίες σχετικά με τις τρεις θεματικές εκστρατείες —ο συγκεκριμένος φάκελος πληροφόρησης έχει σχεδιαστεί και διαδίδεται σε συνεργασία με τις εθνικές αντιπροσωπείες, με σκοπό τη στήριξη των μελών στο τοπικό πολιτικό έργο τους και την ενημέρωση του κοινού και των ενδιαφερόμενων φορέων, θα δε περιλαμβάνει δημοσιογραφικά κείμενα (με τη χρήση της τεχνικής αφήγησης), δημοσιεύσεις από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και οπτικοακουστικό υλικό·
* δραστηριότητες μέσων ενημέρωσης (δημόσιες σχέσεις με φορείς του Τύπου, αφηγήσεις ιστοριών με οπτικοακουστική υποστήριξη για συγκεκριμένες ομάδες αποδεκτών, ανάπτυξη εταιρικών σχέσεων μεταξύ μέσων ενημέρωσης)·
* στρατηγικές στον τομέα των μέσων κοινωνικής δικτύωσης·
* βασικές εκδηλώσεις (διασκέψεις της ΕτΠ, 7η Διάσκεψη Κορυφής των Περιφερειών και των Πόλεων κλπ).

Μια λεπτομερής επισκόπηση των δραστηριοτήτων που προτείνονται για τις γενικές προτεραιότητες και για τις θεματικές εκστρατείες περιλαμβάνεται στο Παράρτημα Ι. Ο προγραμματισμός των θεματικών εκστρατειών θα γίνει με βάση τα ακόλουθα κύρια στοιχεία:

* αφήγηση με αποδέκτες τις περιφερειακές και τις τοπικές αρχές·
* αφήγηση με αποδέκτες τα θεσμικά όργανα της ΕΕ·
* χρονοδιάγραμμα 2016·
* κύριες δραστηριότητες επικοινωνίας.

# **Η καινοτομία στις υπηρεσίες και δραστηριότητες επικοινωνίας της ΕτΠ κατά το 2016**

Στο κεφάλαιο αυτό παρέχεται σύντομη περιγραφή των γενικών δραστηριοτήτων επικοινωνίας της ΕτΠ και των υπηρεσιών που είναι διαθέσιμες στα μέλη της ΕτΠ και της διοίκησης. Η περιγραφή επικεντρώνεται στις νέες υπηρεσίες και προσεγγίσεις που θα εφαρμοστούν κατά το 2016. Για κάθε δραστηριότητα επικοινωνίας, θα εξεταστεί με ολοκληρωμένο τρόπο η χρήση ενός μείγματος από τα πλέον κατάλληλα μέσα. Εάν χρειαστεί, οι δράσεις επικοινωνίας θα καλύψουν, επίσης, αξιόλογα, από ειδησεογραφική άποψη, απρόβλεπτα θέματα που έχουν αντίκτυπο στην ατζέντα της ΕΕ και στις τοπικές και στις περιφερειακές αρχές.

**Σχέσεις με τον Τύπο και τα μέσα ενημέρωσης**

Το προσωπικό που απασχολείται στην υπηρεσία Τύπου αυξήθηκε το 2015 και θα καλύπτει όλες τις δραστηριότητες των επιτροπών της ΕτΠ, καθώς και τις «αγορές» των κύριων εθνικών μέσων ενημέρωσης (των χωρών UK, FR, IT, ES, PL, DE, AT, BE και της ΕΕ). Από το 2016, ένας **ενισχυμένος προγραμματισμός και σχεδιασμός μέσω ενός νέου εργαλείου προγραμματισμού των μέσων ενημέρωσης** θα περιλαμβάνει πληροφορίες από όλες τις υπηρεσίες και τις πολιτικές ομάδες (ανακοινώσεις Τύπου, συνεντεύξεις Τύπου, δημοσιογραφικές αποστολές, πακέτα με υλικό για τα μέσα ενημέρωσης κλπ). Το εργαλείο αυτό θα διασυνδέεται στενά και με προορατικό τρόπο με το πολιτικό και νομοθετικό πρόγραμμα των θεσμικών οργάνων της ΕΕ.

Οι **εταιρικές σχέσεις με τα μέσα ενημέρωσης**, συγκεκριμένα με ένα ευρωπαϊκό και με εθνικά ειδησεογραφικά πρακτορεία και δημόσιους ραδιοτηλεοπτικούς φορείς θα πρέπει να αξιολογηθούν και να αναπτυχθούν περαιτέρω, συμπεριλαμβανομένης της περιφερειακής τηλεόρασης (CIRCOM) και των ραδιοφωνικών δικτύων.

Οι εισηγητές της ΕτΠ θα παραμείνουν μεταξύ των βασικών πελατών της υπηρεσίας, η οποία **θα διαφοροποιηθεί και θα επεκτείνει την κάλυψη** των διαφόρων σταδίων παραγωγής και έκδοσης γνωμοδοτήσεων. Επιπλέον, η ομάδα Τύπου θα επιδιώξει να επιλέξει ομιλητές της ΕτΠ, που θα μπορούν να καλούνται για δραστηριότητες επικοινωνίας σε σχέση με τις σημαντικότερες προτεραιότητες του οργάνου.

Η ενίσχυση των **συνεργειών με θεσμικούς εταίρους**, όπως το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και η ΕΤΕπ, επέτρεψε την ανάπτυξη σημαντικών κοινών επικοινωνιακών ευκαιριών εντός του 2015, οι ευκαιρίες δε αυτές θα αναπτυχθούν περαιτέρω κατά το 2016. Επιπλέον, η ΕτΠ θα διοργανώσει σειρά σεμιναρίων για τους περιφερειακούς εκπροσώπους των μέσων ενημέρωσης, σε συνεργασία με το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο και την Ευρωπαϊκή Επιτροπή.

Τα **οπτικοακουστικά μέσα** της ΕτΠ θα χρησιμοποιηθούν, συν τοις άλλοις, για την υποστήριξη αφηγήσεων από τη βάση προς την κορυφή, ώστε να ακούγεται η φωνή τόσο των μελών όσο και άλλων τοπικών και περιφερειακών φορέων σχετικά με τα διάφορα θέματα προτεραιότητας.

**Εκδηλώσεις**

Το 2016, οι **τέσσερις βασικές εκδηλώσεις** της ΕτΠ —η διάσκεψη για το αστικό θεματολόγιο τον Μάιο, στο Άμστερνταμ· η σύνοδος κορυφής της ΕτΠ στην Μπρατισλάβα, τον Ιούλιο· οι ημέρες ελεύθερης προσέλευσης του κοινού· και η EuroPCom τον Οκτώβριο, αμφότερες στις Βρυξέλλες—, καθώς και οι άλλες **τρεις θεματικές διασκέψεις της ΕτΠ** —που θα πραγματοποιηθούν παράλληλα με συνόδους ολομέλειας της ΕτΠ, τον Απρίλιο, τον Ιούνιο και τον Δεκέμβριο, αντίστοιχα —, θα εξασφαλίσουν ένα πλήρες ημερολόγιο εκδηλώσεων και θα απαιτήσουν μεγάλο βαθμό εσωτερικού και εξωτερικού συντονισμού. Τέλος, θα αξιοποιηθεί καλύτερα το επικοινωνιακό δυναμικό των συνεδριάσεων εκτός έδρας των επιτροπών της ΕτΠ.

Η μονάδα εκδηλώσεων θα εξακολουθήσει να διοργανώνει περίπου **80 ανεπίσημες εκδηλώσεις** και να υποδέχεται **600 ομάδες επισκεπτών** στην έδρα της ΕτΠ. Οι περισσότερες δραστηριότητες διεξάγονται σε στενή συνεργασία με μέλη της ΕτΠ, μέλη άλλων θεσμικών οργάνων της ΕΕ —ιδίως της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, ειδικότερα δε των υπηρεσιών επικοινωνίας που είναι αρμόδιες για την επικοινωνία με το κοινό (διάλογοι με τους πολίτες και κέντρα πληροφόρησης Europe Direct)—, καθώς και με τις περιφερειακές και τις τοπικές αρχές και ενώσεις. Με τον τρόπο αυτό, το τμήμα επικοινωνίας θα αναπτύξει περαιτέρω την διαδραστικότητα των εκδηλώσεων και την προβολή τους στο διαδίκτυο. Το 2016, θα τεθεί σε εφαρμογή μια **νέα απόφαση για την διοργάνωση τοπικών εκδηλώσεων**, ως συνέχεια μιας πιλοτικής φάσης κατά την περίοδο 2014-2015, για τις οποίες θα επιδιωχθεί η ενισχυμένη συμμετοχή των μελών της ΕτΠ και των τοπικών θεσμικών οργάνων.

**Επικοινωνία μέσω του διαδικτύου, των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και δημοσιεύσεων**

Το 2016 θα αναπτυχθεί και θα τεθεί σε εφαρμογή μια **στρατηγική για το διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης**, με στόχο την προώθηση της αμφίδρομης επικοινωνίας μέσω επιλεγμένων δραστηριοτήτων, τη δημιουργία και τη διαχείριση μιας κοινότητας με τη βοήθεια μιας επαρκούς πλατφόρμας μέσου κοινωνικής δικτύωσης και την αύξηση της προβολής της ιστοσελίδας της ΕτΠ. Η ανάπτυξη της στρατηγικής για το διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης θα περιλαμβάνει την κατάρτιση ενός κώδικα δεοντολογίας και κατευθυντήριων γραμμών για το προσωπικό που θα τροφοδοτεί τους λογαριασμούς στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Θα αναπτυχθεί, επίσης, ένα σχέδιο επικοινωνίας για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης., με λεπτομερή ανάλυση των δραστηριοτήτων καθόλη τη διάρκεια του έτους. Οι κύριες κοινωνικές πλατφόρμες που θα χρησιμοποιηθούν είναι: τα δίκτυα Twitter, LinkedIn και Facebook, καθώς και οι δικτυακοί τόποι βιντεοσύνδεσης της ΕτΠ (YouTube και FlickR). Οι δραστηριότητες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης θα είναι κυρίως επικεντρωμένες στις γνωμοδοτήσεις, τις συνεδριάσεις και τις εκδηλώσεις της ΕτΠ. Επίσης, θα αναπτυχθούν περαιτέρω οι εταιρικές σχέσεις με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο για την προώθηση των δραστηριοτήτων της ΕτΠ. Ένα ποσό από τον προϋπολογισμό θα διατεθεί για πληρωμένες αναρτήσεις στο LinkedIn και για μηνύματα (tweets) με διαφημιστικό χαρακτήρα στο Twitter.

Εκτός από την εφαρμογή όσων προβλέπει το σχέδιο επικοινωνίας για τον δικτυακό τόπο, την καθημερινή συντήρησή του και τις απαραίτητες επικαιροποιήσεις, κατά το 2016 θα υλοποιηθούν και αρκετά σημαντικά σχέδια στον δικτυακό τόπο της ΕτΠ, όπως, μεταξύ άλλων, μια στροφή προς ένα **σχεδιασμό ανταποκρινόμενο στις ανάγκες**, ανάπτυξη εργαλείου εισαγωγής **μεταφράσεων** και αναδιοργάνωση της ενότητας με τις εκδηλώσεις για τη διευκόλυνση της ανάκτησης περιεχομένου. Θα τεθεί, επίσης, σε εφαρμογή ένα σχέδιο επικοινωνιακής προώθησης του δικτυακού τόπου της ΕτΠ, για να προσελκυστούν νέοι επισκέπτες, να κινηθεί το ενδιαφέρον τους και να παραμείνουν πιστοί επισκέπτες του δικτυακού τόπου. Το σχέδιο αυτό θα βασιστεί στην **αλλαγή της θέσης του ηλεκτρονικού ενημερωτικού δελτίου (eNewsletter), μετά από υπό εξέλιξη έρευνα μεταξύ των χρηστών, της οποίας τα αναλυτικά αποτελέσματα θα συμπεριληφθούν στη στρατηγική για το διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης**, στις δραστηριότητες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, στις εκστρατείες εξασφάλισης κοινού και προβολής του οργάνου μέσω βελτιστοποίησης των διαδικτυακών μηχανών αναζήτησης και διαφημιστικών εκστρατειών μέσω αυτών, και θα συνδυαστεί με χρηματοδοτικούς πόρους για τη χρήση διαφημίσεων μέσω συνδέσμων στο Google (Adwords κ.ά.) και την αναδιοργάνωση ορισμένων ενοτήτων του δικτυακού τόπου.

Παράλληλα, **ο δικτυακός τόπος της ΕτΠ θα επανασχεδιαστεί**, με βάση την στρατηγική για το διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, δεδομένου ότι, αφενός, το SharePoint 2010 είναι απαρχαιωμένο και, αφετέρου, έχει πλέον αναπτυχθεί ο σχεδιασμός δικτυακών τόπων με βάση κινητές συσκευές. Η γλωσσική πολιτική του δικτυακού τόπου θα αξιολογηθεί, επίσης, στο πλαίσιο αυτό.

Όσον αφορά τη βάση διάδοσης δεδομένων, το υφιστάμενο εργαλείο θα καταργηθεί σταδιακά το 2016 και θα αντικατασταθεί με νέο.

Μετά την απόφαση να υιοθετηθεί νέο λογότυπο της ΕτΠ, θα προετοιμαστεί και θα τεθεί σε εφαρμογή ένα **γραφικό περιβάλλον**. Η νέα οπτική ταυτότητα της ΕτΠ θα αρχίσει να χρησιμοποιείται σταδιακά σε υφιστάμενα προϊόντα καθόλη τη διάρκεια του 2016. Προκειμένου να εναρμονιστούν οι δραστηριότητες επικοινωνίας της ΕτΠ και να αυξηθεί ο αντίκτυπός τους, θα αναπτυχθεί, για τις επιτροπές, ένας **κατάλογος προϊόντων** με ισχυρή ψηφιακή εστίαση (π.χ. φυλλάδια, πολύπτυχα, διαφημιστικές σημαίες, παρουσιάσεις PowerPoint κλπ), τα οποία οι επιτροπές θα μπορούν να τα χρησιμοποιούν ως μέσο παρουσίασης του ρόλου τους ή για την κάλυψη των συμβουλευτικών εργασιών, των συνεδριάσεων και των εκδηλώσεών τους.

Στις αρχές του 2016, θα αναπτυχθεί μια **νέα στρατηγική για τις ψηφιακές και έντυπες εκδόσεις**. Θα δοθεί προτεραιότητα στην παραγωγή νέων προϊόντων που ενισχύουν τις συνέργειες μεταξύ των προϊόντων του διαδικτύου και των προϊόντων σε χαρτί. Θα διεξαχθούν έρευνες σχετικά με τις κύριες δημοσιεύσεις, σε συνεργασία με την Υπηρεσία Εκδόσεων, και τα αποτελέσματα θα αξιοποιηθούν για τη διευκόλυνση της επίτευξης των στόχων της αυξημένης ψηφιοποίησης και της βέλτιστης χρήσης του συστήματος εκτύπωσης κατόπιν αιτήσεως. Στις αρχές του 2016, θα αναπτυχθεί ένα διαδικτυακό εργαλείο κινουμένων εικόνων, που θα βασίζεται στο φυλλάδιο «Οι πολιτικές προτεραιότητες της Ευρωπαϊκής Επιτροπής των Περιφερειών για την περίοδο 2015-2020», το οποίο θα χρησιμοποιηθεί στις διάφορες υφιστάμενες ψηφιακές πλατφόρμες και για παρουσιάσεις σε επισκέπτες. Η κύρια έντυπη έκδοση της ΕτΠ, το ενημερωτικό δελτίο «Περιφέρειες και πόλεις», θα αξιολογηθεί το Φεβρουάριο από πλευράς μορφότυπου και εκδοτικής γραμμής.

# **Αξιολόγηση και εκτίμηση αντικτύπου**

Η πρόοδος όσον αφορά την υλοποίηση αυτού του σχεδίου θα παρακολουθείται συνεχώς σε τρία διαφορετικά επίπεδα της ΕτΠ από τη Διεύθυνση Επικοινωνίας, σε στενή συνεργασία με την ομάδα των υπεύθυνων επικοινωνίας της ΕτΠ που συστάθηκε τον Σεπτέμβριο του 2015:

* το επίπεδο της παράδοσης των προϊόντων επικοινωνίας και της παροχής των υπηρεσιών για τα οποία έγινε λόγος στα προηγούμενα κεφάλαια (σε σχέση με τους στόχους που προαναφέρθηκαν)·
* το επίπεδο της αποτελεσματικότητας των προϊόντων και των υπηρεσιών·
* το επίπεδο του συνολικού αντίκτυπου των δραστηριοτήτων επικοινωνίας στον τρόπο με τον οποίο οι διάφορες ομάδες αποδεκτών προσλαμβάνουν την ΕτΠ.

Τα αποτελέσματα της εν λόγω διαδικασίας παρακολούθησης θα παρουσιαστούν στην ετήσια έκθεση για την επικοινωνία κατά το 2016, η οποία θα υποβληθεί στο Προεδρείο κατά το πρώτο εξάμηνο του 2017.

Έχει αναπτυχθεί μια σειρά **επιχειρησιακών δεικτών εκροών** σε σχέση με τα διάφορα εργαλεία και μέσα, για τη μέτρηση της αποτελεσματικότητάς τους. Ο κατάλογος με τους δείκτες περιλαμβάνεται στο Παράρτημα ΙΙ.

Ο **αντίκτυπος** θα σταθμίζεται με βάση έρευνες πρόσληψης, για την μέτρηση —σε συνάρτηση με συγκεκριμένες βασικές γραμμές αναφοράς που ορίζονται κατωτέρω— του πώς οι χρήστες αξιολογούν τις δράσεις επικοινωνίας της ΕτΠ.

Κατά το δίμηνο Ιανουαρίου-Φεβρουαρίου 2016, η Διεύθυνση Επικοινωνίας θα προβεί σε **αξιολόγηση** επικεντρωμένη στις διάφορες ομάδες αποδεκτών και, στη συνέχεια, θα την χρησιμοποιήσει ως βάση αναφοράς για την αξιολόγηση του αντικτύπου του σχεδίου επικοινωνίας για το 2015 (15 δομημένες ποιοτικές συνεντεύξεις με εσωτερικούς και εξωτερικούς ενδιαφερόμενους φορείς, καθώς και με μέλη της ΕτΠ, και μια επιγραμμική δημοσκόπηση με στόχο την εξασφάλιση τουλάχιστον 200 απαντήσεων). Παρόμοια διαδικασία αξιολόγησης θα επαναληφθεί στις αρχές του 2017, προκειμένου να μετρηθεί ο αντίκτυπος των δραστηριοτήτων επικοινωνίας μεταξύ των κύριων ομάδων αποδεκτών. Τα αποτελέσματα θα συσχετιστούν, επίσης, με την ανάλυση που πραγματοποιήθηκε κατά το πρώτο εξάμηνο του 2015, ως μέρος της διαδικασίας χάραξης της στρατηγικής για την περίοδο 2015-2020. Επιπλέον, οι αξιολογήσεις των ειδικών δραστηριοτήτων επικοινωνίας —όπως τα πακέτα πληροφοριών, οι δραστηριότητες στον Τύπο και στα μέσα ενημέρωσης, οι εκδηλώσεις, τα διαδικτυακά και επιγραμμικά εργαλεία— θα πρέπει να διενεργηθούν από κοινού με τις αντίστοιχες ομάδες αποδεκτών (μέλη της ΕτΠ, δημοσιογράφους, συμμετέχοντες, χρήστες του δικτυακού τόπου).

Με τις **συνεντεύξεις** (με βάση ένα δείγμα που θα συνίσταται από μέλη της ΕτΠ, θεσμικούς εταίρους της ΕΕ και περιφερειακούς/τοπικούς φορείς), θα επιδιωχθεί η στάθμιση της πρόσληψης των δραστηριοτήτων επικοινωνίας (ευαισθητοποίηση, συμμετοχή, αξιολόγηση), και ειδικότερα των τριών θεματικών εκστρατειών.

Στο πλαίσιο της **διαδικτυακής έρευνας**, περιφερειακοί και τοπικοί φορείς (συμπεριλαμβανομένων των μελών) θα κληθούν να διευκρινίσουν κατά πόσον:

* είδαν ή άκουσαν κάτι σχετικό με τις δραστηριότητες επικοινωνίας για τις τρεις θεματικές εκστρατείες (στόχος: 50%, δεν υπάρχει διαθέσιμη μηδενική μέτρηση)·
* θεωρούν ότι η ΕτΠ ως όργανο επηρεάζει την διαδικασία χάραξης πολιτικής της ΕΕ από τοπική/περιφερειακή άποψη (στόχος: μέσος όρος βαθμολογίας 3.5 με ανώτατο το 5· μηδενική μέτρηση το 2015: 3.15)·
* κρίνουν ότι οι υπηρεσίες και τα εργαλεία επικοινωνίας που παρέχει η ΕτΠ είναι χρήσιμα.

Η διαδικτυακή έρευνα θα περιλαμβάνει, επίσης, ορισμένα ερωτήματα σχετικά με την αφήγηση, το μορφότυπο και τα εργαλεία που χρησιμοποιούνται στις δραστηριότητες επικοινωνίας της ΕτΠ.

# **Πόροι και προσωπικό**

Το σχέδιο επικοινωνίας για το 2016 πρόκειται να κοινοποιηθεί με μέσα παρόμοια με εκείνα που ήταν διαθέσιμα τα προηγούμενα έτη. Η Διεύθυνση Επικοινωνίας της ΕτΠ διαθέτει σήμερα προσωπικό αποτελούμενο από 51 άτομα. Οι δραστηριότητες επικοινωνίας συντονίζονται με άλλα τμήματα και με τις γραμματείες των πολιτικών ομάδων.

Ο ετήσιος επιχειρησιακός προϋπολογισμός παραμένει στα 1.9 εκατ. ευρώ.

Μια λεπτομερής ανάλυση του προϋπολογισμού, με την κατανομή τους ανά κονδύλιο του προϋπολογισμού και τομέα δραστηριότητας, θα παρουσιαστεί στην ΕΔΔΘ στις αρχές του 2016.

**Παραρτήματα: 3**

**ΠΡΟΤΑΣΗ**

**Τα μέλη του Προεδρείου καλούνται να εγκρίνουν το παρόν έγγραφο.Παράρτημα I — Επισκόπηση των ειδικών δραστηριοτήτων επικοινωνίας κατά το 2016**

**Τύπος και μέσα ενημέρωσης**

* ανάπτυξη και διανομή **πακέτων πληροφοριών για τα μέλη της ΕτΠ**·
* διάδοση στις Βρυξέλλες και στον τοπικό Τύπο και μέσα ενημέρωσης, μιας σειράς **«τοπικών ιστοριών από την ΕΕ»** που θα αναπτύσσονται από κοινού με εισηγητές της ΕτΠ και τις γραμματείες των πολιτικών ομάδων, και θα συνδέονται με την προετοιμασία και υιοθέτηση επιλεγμένου αριθμού γνωμοδοτήσεων και εκδηλώσεων της ΕτΠ, καθώς και πληροφοριών που θα συγκεντρώνουν οι περιφερειακές και οι τοπικές αρχές, π.χ. σχετικά με έργα που λαμβάνουν χρηματοδότηση από την ΕΕ, τη διασυνοριακή συνεργασία και τις ορθές πρακτικές στον τομέα της δημόσιας διοίκησης·
* ανάπτυξη και εφαρμογή εστιασμένων **δραστηριοτήτων Τύπου και μέσων ενημέρωσης** σχετικά με τις τρεις θεματικές εκστρατείες, σε συνεργασία με το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο της ΕΕ και την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, και σε συνεργασία με εταίρους μέσων ενημέρωσης στις χώρες της ARLEM και της CORLEAP, για την ανάπτυξη ειδικών δράσεων επικοινωνίας σχετικά με τη διεθνή συνεργασία·
* περαιτέρω ανάπτυξη της υπάρχουσας προσέγγισης έναντι των **εταιρικών σχέσεων με εθνικά ειδησεογραφικά πρακτορεία** και διερεύνηση των δυνατοτήτων ανάπτυξης νέων εταιρικών σχέσεων με εθνικά και ευρωπαϊκά τηλεοπτικά και ραδιοφωνικά δίκτυα·
* παρουσίαση των τριών θεματικών εκστρατειών σε ένα ή περισσότερα τεύχη του **περιοδικού «Περιφέρειες και πόλεις της Ευρώπης» της ΕτΠ** (πρώτο εξάμηνο του 2016).

**Εκδηλώσεις**

* διοργάνωση της 4ης ετήσιας **διάσκεψης της ΕτΠ για την οικονομία και τις επενδύσεις**, παράλληλα με τη σύνοδο ολομέλειας της ΕτΠ του Μαΐου 2016 στις Βρυξέλλες, από κοινού με την Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων (ΕΤΕπ) και τον Οργανισμό Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (ΟΟΣΑ)·
* διοργάνωση **διάσκεψης υψηλού επιπέδου σχετικά με το αστικό θεματολόγιο της ΕΕ** στις 30 και 31 Μαΐου 2016, στο Άμστερνταμ, παράλληλα με μια εκτός έδρας συνεδρίαση του Προεδρείου της ΕτΠ και ένα σεμινάριο εκτός έδρας της επιτροπής COTER, ως μέρος της Ολλανδικής Προεδρίας του Συμβουλίου της ΕΕ, σε συνεργασία με την ολλανδική αντιπροσωπεία στην ΕτΠ και την ένωση των ολλανδικών δήμων και κοινοτήτων (VNG)·
* διοργάνωση της 7ης Ευρωπαϊκής **Διάσκεψης Κορυφής των Περιφερειών και των Δήμων** με θέμα «Διασύνδεση των περιφερειών και των πόλεων της Ευρώπης: άνθρωποι, τόποι και πόροι» στις 8-9 Ιουλίου, στην Μπρατισλάβα, από κοινού με την Αυτόνομη Περιφέρεια Μπρατισλάβα και τον Δήμο της Μπρατισλάβα, ως μέρος της Σλοβακικής Προεδρίας του Συμβουλίου της ΕΕ·
* διοργάνωση της **14ης Ευρωπαϊκής Εβδομάδας των Περιφερειών και των Πόλεων (OPEN DAYS)** από τις 10 έως τις 13 Οκτωβρίου 2016, στις Βρυξέλλες, από κοινού με την ΓΔ REGIO της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και περισσότερες από180 περιφέρειες και δήμους της ΕΕ, σχετικά με ένα θέμα που συνδέεται με την πολιτική συνοχής της ΕΕ, σε συνδυασμό με περισσότερες από 180 τοπικές εκδηλώσεις στα κράτη μέλη και σε συνεργασία με τις τοπικές αρχές, τα κέντρα πληροφόρησης Europe Direct (EDIC) κ.ά.·
* διοργάνωση της **7ης Ευρωπαϊκής Διάσκεψης για τη δημόσια επικοινωνία (EuroPCom)**, με θέμα «Διασύνδεση των ευρωπαϊκών συζητήσεων» (προς επιβεβαίωση), τον Οκτώβριο του 2016, σε συνεργασία με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο της ΕΕ, τη Σλοβακική Προεδρία του Συμβουλίου της ΕΕ και την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή·
* διοργάνωση **τριών διασκέψεων στην έδρα της ΕτΠ σχετικά με επιλεγμένες θεματικές προτεραιότητες**, παράλληλα με τις συνόδους ολομέλειας της ΕτΠ και σε συνεργασία με τις αρμόδιες ΓΔ της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, καθώς και με άλλους ενδιαφερόμενους φορείς·
* αξιοποίηση των υφισταμένων και των νέων δραστηριοτήτων επικοινωνίας των τοπικών και των περιφερειακών αρχών και των ενώσεών τους, των κέντρων πληροφόρησης Europe Direct (EDIC), των αντιπροσωπειών της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στα κράτη μέλη και των γραφείων πληροφοριών του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου (ΓΠΕΚ), και ενθάρρυνση των μελών της ΕτΠ να συμμετάσχουν σε τουλάχιστον **20 τοπικές εκδηλώσεις με τη μορφή διαλόγου πολιτών ή διαλόγου ενδιαφερομένων**, καθόλη τη διάρκεια του έτους, σχετικά με την εν λόγω θεματική προτεραιότητα.

**Δράσεις στο διαδίκτυο και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και δημοσιεύσεις**

* δημιουργία ενός **δικτυακού τόπου «πρώτο θέμα»** για τις τρεις θεματικές εκστρατείες, με βάση ένα υπόδειγμα διαδικτυακής τεκμηρίωσης·
* υποβολή αξιολόγησης των **διαδικτυακών μαθημάτων (MOOC)** του 2015 της ΕτΠ, με αντικείμενο **«Περιφέρειες, θεσμικά όργανα της ΕΕ και χάραξη πολιτικής»** και προετοιμασία —ιδεωδώς σε συνεργασία με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και τα άλλα θεσμικά όργανα—— της δεύτερης έκδοσής τους, του Οκτωβρίου 2016, ως συμβολή στην ανάπτυξη των ικανοτήτων των περιφερειακών και των τοπικών αρχών·
* προετοιμασία **ειδικών τευχών-αφιερωμάτων του Ηλεκτρονικού ενημερωτικού δελτίου της ΕτΠ** στις τρεις θεματικές εκστρατείες, προς προώθηση μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και των δικτυακών τόπων της Ευρωπαϊκής Επιτροπής·
* χάραξη και θέση σε εφαρμογή ειδικής **στρατηγικής στον τομέα των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και σχεδίου επικοινωνίας** για τις τρεις θεματικές εκστρατείες ·—θα χρησιμοποιηθούν κυρίως οι εξής κύριες κοινωνικές πλατφόρμες: Twitter, LinkedIn και Facebook, καθώς και οι δικτυακοί τόποι βιντεοσύνδεσης της ΕτΠ (Youtube και Flickr)· οι δραστηριότητες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης θα επικεντρωθούν σε θέματα όπως η υιοθέτηση των γνωμοδοτήσεων της ΕτΠ και οι εκδηλώσεις που διοργανώνονται σε συνεργασία με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο· θα αναπτυχθούν εταιρικές σχέσεις με τους κατάλληλους παράγοντες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης σχετικά με τις διάφορες θεματικές προτεραιότητες, με σκοπό την προώθηση των δραστηριοτήτων της ΕτΠ· θα διατεθούν κονδύλια από τον προϋπολογισμό για πληρωμένες αναρτήσεις στο LinkedIn και για μηνύματα (tweets) με διαφημιστικό χαρακτήρα στο Twitter·
* εκπόνηση μιας σειράς οκτώ ενημερωτικών γραφημάτων για τις τρεις θεματικές εκστρατείες (πρώτο εξάμηνο του 2016)·
* ανάπτυξη περιορισμένου αριθμού **γραφικών στοιχείων** σχετικά με τις τρεις θεματικές εκστρατείες και **ανάδειξη της εκάστοτε προτεραιότητας επικοινωνίας** στις διάφορες δημοσιεύσεις της ΕτΠ (περιοδικό της ΕτΠ, φυλλάδια, ενημερωτικά δελτία)·
* προετοιμασία **ειδικής έντυπης/διαδικτυακής έκδοσης**, όπως ηλεκτρονικό βιβλίο σχετικά με την εκάστοτε θεματική προτεραιότητα.

**Παράρτημα II - Δείκτες επιδόσεων**

**Σχέσεις με τον Τύπο και τα μέσα ενημέρωσης**

* στόχος: το 70 % των γνωμοδοτήσεων της ΕτΠ να καλύπτεται είτε από μέσα ενημέρωσης που ειδικεύονται στην κάλυψη των ευρωπαϊκών θεμάτων, είτε από εθνικά και περιφερειακά μέσων ενημέρωσης (σημερινό ποσοστό: άγνωστο)·
* στόχος: τα βιντεοκλίπ της ΕτΠ να συγκεντρώνουν 100 κλικ κατά μέσο όρο.

**Εκδηλώσεις**

* στόχος: το 50% των διασκέψεων που διοργανώνονται να συνδέεται με δύο θεματικές προτεραιότητες (δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία από προηγούμενα έτη)·
* στόχος: το 20% των εργαστηρίων και των τοπικών εκδηλώσεων στο πλαίσιο των ημερών ελεύθερης προσέλευσης του κοινού (OPEN DAYS) να συνδέεται και με τις τρεις θεματικές προτεραιότητες (δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία από προηγούμενα έτη)·
* στόχος: οι συμμετέχοντες στις εκδηλώσεις της ΕτΠ στις Βρυξέλλες και στο τοπικό επίπεδο να προέρχονται τουλάχιστον κατά 50% από περιφερειακές και τοπικές αρχές ή από περιφερειακά γραφεία (δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία από προηγούμενα έτη).

**Στόχοι σε σχέση με το διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης**

* να αυξήσει η ΕτΠ κατά 20% τον αριθμό των ατόμων που την ακολουθούν στο Twitter (σήμερα: 15.297), κατά 15% τον αριθμό των ατόμων που κάνουν κλικ στο «μου αρέσει» στη σελίδα της στο Facebook (σήμερα: 5.272) και κατά 10% τις επαφές της στο LinkedIn (σήμερα: 3.348)·
* να αυξηθεί ο αριθμός των ατόμων που επισκέπτονται τον δικτυακό τόπο της ΕτΠ άπαξ ετησίως κατά 5% (σήμερα: 301.000) και ο συνολικός αριθμός των επισκέψεων που δέχεται ετησίως κατά 4% (σήμερα: 484.000)·
* να εξασφαλιστεί ότι οι αφιερωμένοι στις θεματικές προτεραιότητες δικτυακοί τόποι θα δέχονται 1.500 επισκέψεις μηνιαίως·
* στόχος: τα μαθήματα MOOC του 2016 να εξασφαλίσουν 10.000 εγγεγραμμένους συμμετέχοντες (σήμερα: 7.300)·
* να παράγονται μεταδεδομένα στον δικτυακό τόπο της ΕτΠ, έτσι ώστε οι επισκέπτες να μπορούν να ανακτούν περιεχόμενο σχετικά με την αναζητούμενη θεματική προτεραιότητα (κύρια σημεία, γνωμοδοτήσεις, βίντεο, φυλλάδια κλπ)·
* να διαμορφωθεί ένα εργαλείο για την παρακολούθηση της επιρροής της ΕτΠ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης· —πρόκειται να προσδιοριστεί στην προγραμματισμένη στρατηγική για το διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

**Στόχοι για τις δημοσιεύσεις**

* το 70% τουλάχιστον των δημοσιεύσεων να παραμείνει στενά συνδεδεμένο με τις προτεραιότητες των εκστρατειών του 2016 (μέσω του εξαμηνιαίου προγραμματισμού των δημοσιεύσεων)·
* το 100% των κυριότερων δημοσιεύσεων της ΕτΠ να δημοσιεύεται στο διαδίκτυο, καθώς και στον δικτυακό τόπο της ΕτΠ, από ένα τουλάχιστον άλλο όργανο/δίκτυο/φορέα της ΕΕ (π.χ. από το Βιβλιοπωλείο της ΕΕ, τους οργανισμούς ή τις ενώσεις και τα δίκτυα της ΕΕ), μέσω συντονισμού της διανομής στο διαδίκτυο·
* η εκτύπωση δημοσιεύσεων να μειωθεί κατά 10%·
* η ψηφιακή διανομή των δημοσιεύσεων να αυξηθεί κατά 10%·
* η εκτύπωση κατόπιν αιτήσεως να εφαρμοστεί σε όλα τα προϊόντα που παράγει η ΕτΠ, προκειμένου να αποφευχθούν τα περιττά αποθέματα, το δε 70% των προϊόντων επικοινωνίας των επιτροπών να ευθυγραμμιστεί.

**Παράρτημα III — Δομή, καθήκοντα και προσωπικό της Διεύθυνσης Επικοινωνίας**

Η Διεύθυνση Επικοινωνίας (D) διαχειρίζεται τα διάφορα εργαλεία επικοινωνίας της ΕτΠ, όπως τις σχέσεις με τα μέσα ενημέρωσης, τις διασκέψεις και εκδηλώσεις, την ψηφιακή επικοινωνία (συμπεριλαμβανομένης της επικοινωνίας στο διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης), και τις εκδόσεις. Απασχολεί συνολικά 51 υπαλλήλους (21 AD, 21 AST, 2 END και 7 CA). Το επίπεδο διοίκησης της Διεύθυνσης (2 AD, 4 AST, 1 CA) περιλαμβάνει, επίσης, μια ομάδα αρμόδια για την εποπτεία του προϋπολογισμού για την επικοινωνία. Οι τρεις μονάδες της Διεύθυνσης εκτελούν τα ακόλουθα καθήκοντα με το προαναφερθέν προσωπικό:

* **Μονάδα D.1 – Υπεύθυνοι Τύπου και μέσων επικοινωνίας:** Η μονάδα (10 AD, 3 AST, 2 CA) υποστηρίζει τα μέλη και τις υπηρεσίες της ΕτΠ μέσω σχέσεων με τον Τύπο, τα μέσα ενημέρωσης και τους φορείς παροχής οπτικοακουστικών υπηρεσιών. Περιλαμβάνει μια ομάδα υπευθύνων Τύπου και μια ομάδα παραγωγής και διανομής ταινιών βίντεο και φωτογραφιών.
* **Μονάδα D.2·– Εκδηλώσεις**: Η μονάδα (6 AD, 7 AST, 2 END) υποστηρίζει τα μέλη και τις υπηρεσίες της ΕτΠ μέσω της διοργάνωσης εκδηλώσεων, και περιλαμβάνει μια ομάδα αρμόδια για τη διοργάνωση της ετήσιας Ευρωπαϊκής Εβδομάδα των Περιφερειών και των Πόλεων, μια ομάδα διασκέψεων και μια ομάδα στην υπηρεσία των επισκεπτών.
* **Μονάδα D.3 – Ψηφιακά μέσα και μέσα κοινωνικής δικτύωσης, δημοσιεύσεις:** Η μονάδα (3 AD, 7 AST, 4 CA) υποστηρίζει τα μέλη και τις υπηρεσίες της ΕτΠ, μέσω δραστηριοτήτων επικοινωνίας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και στο διαδίκτυο, δημοσιεύσεων και γραφικού σχεδιασμού, και απαρτίζεται από δύο ομάδες, υπεύθυνες αφενός για τα ψηφιακά μέσα και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, και αφετέρου για τις δημοσιεύσεις.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_