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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| C:\Users\mreg\Music\_New CoR logo\New LOGO CoR\Logo\logo_CoR-vertical-positive-fr-quadri_MR.jpg |  |  |

**Faire fonctionner l’Union européenne pour ses citoyens**

**Plan de communication   
du Comité européen des régions pour l’année 2017**

Ce document sera présenté au Bureau du Comité européen des régions le 6 décembre 2016.

# **1 Contexte**

Il s’agit du deuxième plan annuel, que le Bureau du Comité européen des régions (CdR) est invité à adopter dans le cadre de sa [**stratégie de communication pour la période 2015-2020**](http://www.toad.cor.europa.eu/AgendaDocuments.aspx?pmi=RmFYXXWy9u/rX9gNAmENUi8gZIggfXu7WPJeH5l+95Y=&ViewDoc=true). Cette dernière soulignait la nécessité de rétablir les liens entre l’Europe et ses citoyens grâce à une communication réciproque ciblée, axée sur les membres du CdR et en synergie avec les collectivités locales et régionales, et au moyen d’une coopération renforcée avec la Commission européenne, le Parlement européen et le Conseil.

Comme en 2016, le présent **plan de communication** définit un nombre limité de priorités thématiques qui reflètent les priorités politiques du CdR pour la période 2015-2020, ainsi que les priorités thématiques de ses commissions et des activités de communication des groupes politiques du CdR. En outre, celui-ci tient compte de la coopération entre le CdR et d’autres institutions européennes, notamment le Parlement européen et la Commission européenne.

Ce plan a été élaboré à la lumière des résultats préliminaires du plan de communication pour 2016, et sa version finale sera présentée au Bureau du CdR le 22 février 2017. Les aspects budgétaires de ce plan ont été présentés à la Commission des affaires administratives et financières le 14 novembre 2016. En 2017, une évaluation d’impact indépendante au sujet de la stratégie en matière de communication et de sa mise en œuvre sera effectuée de manière à pouvoir être présentée à la réunion du Bureau du mois de juillet.

**2 Communication sur les priorités politiques du CdR pour 2015-2020**

Les activités de communication du CdR refléteront les **cinq priorités politiques du CdR pour 2015-2020**, telles qu'adoptées en juin 2015:

1. un nouveau départ pour l’économie européenne;
2. la dimension territoriale de la législation de l’UE a son importance;
3. une Europe simplifiée et davantage connectée;
4. stabilité et coopération au sein de l'Union européenne et en dehors;
5. l’Europe des citoyens est l’Europe de l’avenir.

La direction de la communication fournira une **couverture adéquate des travaux législatifs et des activités institutionnelles** dans ces cinq domaines prioritaires, et veillera à ce que les informations essentielles concernant les avis et d'autres initiatives institutionnelles soient mises à disposition, en s’appuyant de façon intégrée sur les outils de communication les plus appropriés pour toutes les activités promettant d’avoir le plus d’influence. Compte tenu des ressources limitées dont nous disposons, les différents outils de communication seront utilisés en recourant, selon un dosage approprié, aux services de presse du CdR, aux médias audiovisuels, aux manifestations, au site internet, aux médias sociaux et aux publications, et en tenant compte de l'intérêt journalistique, de la pertinence politique et institutionnelle ainsi que des publics cibles potentiels définis dans la stratégie.

Le contexte politique a évolué de manière significative depuis 2016.En particulier, la session plénière du CdR, le 11 octobre 2016, a marqué le début d’une initiative politique majeure intitulée [«Réflexions sur l’Europe – Le présent et l’avenir»](https://toad.cor.europa.eu/ViewDoc.aspx?doc=obsolete%5CEN%5CCOR-2016-03179-02-00-PSP-TRA_EN.docx&docid=3192523), qui envisage une évolution radicale des activités de communication, notamment les «Dialogues avec les citoyens», les manifestations locales et d’autres activités de communication consistant principalement à aller à la rencontre des citoyens et à faire remonter leurs préoccupations jusqu’à Bruxelles. Dans la perspective du 60e anniversaire de la signature du traité de Rome, le 25 mars 2017, et des années futures, les responsables politiques du Comité européen des régions souhaitent rétablir la confiance et construire une Europe plus proche de ses citoyens. Cette question est au cœur de la stratégie quinquennale intitulée «Reconnecter l’Europe avec ses citoyens: instaurer un dialogue entre les niveaux local et européen».

Compte tenu des impératifs de l’exercice de «réflexion sur l’Europe», celui-ci devrait devenir un thème de communication prioritaire en soi dans le cadre de la priorité politique n° 5. Les avantages les plus tangibles de l’UE résidant dans les investissements, la croissance et l’emploi, un nouveau départ pour l’économie européenne sera le thème lié à la priorité politique n° 1. Compte tenu du contexte et des préoccupations des citoyens au sujet de l’immigration et de l’intégration des réfugiés, celui-ci devrait devenir un troisième thème prioritaire de communication.

**3 Les campagnes de communication en 2017**

Sans négliger pour autant les activités intéressantes des membres du CdR, les ressources seront concentrées sur un nombre limité de thèmes, qui devraient revêtir une importance particulière en 2017 du point de vue des priorités politiques du CdR et du [Programme de travail de la Commission européenne pour 2017](http://ec.europa.eu/atwork/key-documents/index_fr.htm). Comme en 2016, une approche centrée sur les membres permettra d’accroître le soutien aux activités locales dans les États membres, tels que les «Dialogues avec les citoyens». À cet égard, la coopération existante et les partenariats avec les institutions de l’Union européenne seront renforcés. Pour chacune des trois campagnes prévues en 2017, une série d’outils de communication seront élaborés au moyens de feuilles de route opérationnelles, tels que:

* des dossiers d’information à l’attention des membres du CdR, comprenant des récits et/ou des positions à adopter, des exemples de projets, des séances et/ou des fiches d’information, des présentations, des infographies et des clips vidéo;
* des activités de presse et de médias, y compris des partenariats médiatiques, des séminaires destinés aux journalistes, etc.;
* le web, l’audiovisuel et les activités des médias sociaux;
* des évènements, conférences et séminaires importants.

Une vue d'ensemble détaillée des activités proposées dans le cadre des priorités générales et des campagnes thématiques figure à l'annexe 1.

**3.1 Campagne n° 1: Réflexions sur l’Europe – Le présent et l’avenir**

Le résultat du référendum sur le Brexit au Royaume-Uni n’est qu’un signe du niveau historiquement bas atteint par la confiance des citoyens dans la capacité de l’Union européenne à se montrer à la hauteur de leurs attentes. La nécessité d’écouter et de prendre en considération le point de vue des citoyens est cruciale, et c’est au niveau local que cela peut être le mieux organisé. «Communiquer l’Europe», dans un double processus ascendant, commence dans nos mairies et les membres du CdR sont les partenaires naturels pour y parvenir.

Cette priorité en matière de communication est devenue d’autant plus importante depuis la saisine adressée par Donald Tusk, président du Conseil européen, au président du CdR en novembre 2016, invitant le CdR à élaborer un avis intitulé «Réflexions sur l’Europe: la voix des collectivités locales et régionales pour redonner confiance dans l’Union européenne». Le CdR a accueilli cette demande avec enthousiasme et engagé un processus politique qui doit conduire à l’adoption de cet avis en 2018, au terme d’un large processus de consultation ouvert à tous sur le terrain.

Grâce à une coopération intensive avec les autres institutions européennes, le CdR a déjà plaidé en faveur d’une approche de communication décentralisée mieux coordonnée et mieux structurée, et il a obtenu, par exemple, l’objectif de «500 dialogues avec les citoyens avant les élections au Parlement européen de 2019», qui était suggéré dans son avis sur le thème «Renouer le lien des citoyens avec l’Europe», adopté en décembre 2014, actuellement en passe de devenir une référence pour les manifestations organisées par la Commission européenne.

En 2017, et en particulier dans le cadre de l’avis demandé par le Conseil européen, le CdR mettra davantage l’accent sur ces manifestations locales. Le CdR utilisera les réunions qu’il tiendra dans les États membres pour susciter des activités à la rencontre des citoyens, et apportera son soutien à ses membres pour qu’ils organisent des dialogues citoyens individuels et des débats municipaux dans leurs circonscriptions. En outre, les membres et suppléants du CdR seront encouragés à assister à des manifestations organisées par des tiers, en particulier à l'échelon local, et notamment en coopération avec les institutions de l’Union européenne en vue de renforcer la sensibilisation, dans la perspective des élections européennes de 2019.Dans la mesure du possible, les membres du CdR et/ou leurs suppléants seront invités à unir leurs forces à celles des responsables politiques des niveaux de l’UE, national, régional et local, afin de contribuer au débat sur l’avenir de l’Union européenne.

Les préoccupations, les besoins et les attentes des citoyens qui participent à ces manifestations locales seront partagés avec toutes les institutions européennes et les partenaires nationaux grâce à des activités de communication, à l’avis rédigé pour le Conseil européen et au travail législatif ordinaire du CdR. Les citoyens qui y participent et qui souhaitent être informés du suivi apporté aux «Dialogues avec les citoyens» recevront un retour d’informations, conformément aux règles en vigueur sur la protection des données.

**3.2 Campagne n° 2: Stimuler l'emploi, la croissance et l'investissement dans les régions et les villes d'Europe**

Cette campagne, entamée en 2016, se poursuivra. Elle exprime la nécessité d’associer les collectivités locales et régionales lorsqu’il s’agit d’investissements publics et privés, de promouvoir la cohésion économique, sociale et territoriale pour toutes les régions et les villes de l’UE et de favoriser l’échange et l’apprentissage politique dans ce domaine. En 2017, le débat sur le budget de l’UE après 2020 sera lancé et le CdR présentera le point de vue des régions et des villes à la fois sur le budget et sur les propositions législatives qui suivront, s’agissant notamment de la politique de cohésion et du développement rural.

Les activités de communication s’appuieront sur les avis, les études, les séminaires, les conférences du CdR ainsi que sur les publications et les messages qui y sont liés. Le point d’orgue sera le tout premier discours du président du CdR sur «L’état des territoires de l’Union européenne: régions, villes et villages» à l’occasion de la 15e Semaine européenne des régions et des villes (du 9 au 12 octobre). Une feuille de route opérationnelle couvrant cette campagne et reprenant les principaux jalons en matière de communication pour l’avenir de la politique de cohésion, et le plan d’action du CdR en matière d’investissement seront convenus, garantissant ainsi le lien avec les travaux des commissions du CdR.

**3.3 Campagne n° 3: Soutenir la stabilité mondiale par la coopération régionale et locale**

Les débats autour de la dimension locale des relations et des politiques extérieures de l’Union européenne se poursuivront en 2017. L’immigration et l’intégration des réfugiés seront l’un des principaux thèmes de cette campagne, en s’appuyant sur les travaux du Forum sur l’intégration (décembre 2016) et les avis adoptés par le CdR sur les questions migratoires.Les flux migratoires constants, les défis de l’intégration et l’instabilité observée dans le voisinage oriental et méridional de l’UE restent un défi à tous les niveaux de gouvernement. À cet égard, les citoyens s’attendent, à juste titre, à ce que l’Europe apporte une contribution importante en matière de liberté, de solidarité et de sécurité.

Le changement climatique et les suites données à la COP 22 pourraient devenir un autre domaine important. Le CdR poursuivra, en 2017, ses activités politiques et de mise en réseau portant sur ces domaines d’action et initiatives et ceux qui y sont liés, en approfondissant notamment sa coopération avec les représentants régionaux et locaux par le biais de l’ARLEM et de la CORLEAP, ses assemblées, et d’autres organismes et réseaux internationaux.

La réunion du Bureau qui se tiendra à Malte, en février 2017, sera une date-clé pour cette campagne. Tout au long de 2017, des activités de communication tant au niveau de l’UE qu’à l’échelon local contribueront à sensibiliser les parties prenantes et le public à ces questions, et à favoriser l’échange de bonnes pratiques. Une feuille de route opérationnelle, reprenant les principaux jalons en matière de communication pour cette campagne, sera convenue, garantissant ainsi le lien avec les travaux des commissions du CdR.

**4 Communication du CdR 2017: activités générales et innovantes**

L’approche s’appuyant sur des «campagnes», employée pour la première fois en 2016 et privilégiée afin de se concentrer sur un nombre limité de thèmes dans les activités et les manifestations média, devra être définie de manière plus ciblée en 2017. À cet égard, la répartition des tâches pour les directeurs de campagne sera plus spécifique et comprendra le travail d’équipes de campagne interservices. Le groupe de communicateurs devrait encore être développé pour devenir un réseau informel de réflexion, qui fera le bilan et diffusera les résultats des activités de communication tout au long de l’année. En 2017, une réserve de 10 % du budget sera utilisée pour tester des approches innovantes en matière de communication, par exemple en croisant différents médias, ainsi que pour l’évaluation des incidences externes.

Présentées par unité, telles seront les priorités pour 2017:

**Relations avec la presse et les médias:**

Les services couvrent les relations avec la presse et les médias gérées par une équipe d'attachés de presse et une équipe audiovisuelle chargée de réaliser et de diffuser des vidéos et des photographies. En coopération avec les autres services et la direction, le «planificateur de communication» du CdR est constamment informé et intègre toutes les activités de communication déployées sur une période de plusieurs mois. Les attachés de presse se concentrent sur la collaboration étroite avec les commissions du CdR, les correspondants basés à Bruxelles et les médias dans un ou plusieurs pays. L’équipe audiovisuelle produit des matériels audiovisuels destinés aux médias et aux médias sociaux. Elle couvre les principales manifestations statutaires ou de sensibilisation du CdR et assure la liaison avec les chaînes de télévision européennes, nationales, régionales et locales. Les priorités de 2017 seront notamment les suivantes:

* **Partenariats médiatiques:** compte tenu du succès des partenariats existants (Espagne, Italie, Pologne), étendre la zone géographique à un ou deux pays supplémentaires et expérimenter de nouveaux partenariats à court terme, limités à une campagne ou une manifestation.
* **Visites de journalistes:** compte tenu de la priorité qui précède et du budget limité, les visites de journalistes concerneront surtout les sessions plénières et les manifestations importantes (en particulier celles perçues comme recélant un potentiel considérable en matière de communication impliquant des membres)
* **Production audiovisuelle:** étant donné la portée limitée des interviews individuels, le nombre des productions sera réduit et l’accent sera mis sur les rapports de synthèse des sessions plénières et les nouveaux formats d’information, tels que des dossiers thématiques sur un nombre limité d’avis.

**Manifestations:**

Deux équipes pour les conférences et une équipe pour le service aux visiteurs fourniront des concepts, des normes de qualité et des conseils aux services du CdR en matière de planification d’événements et dans le cadre de manifestations locales. Pour ce dernier type de manifestations et les conférences hébergées qui sont organisées par des organisateurs externes, une procédure impliquant tous les services du CdR est suivie.Le service des visiteurs s’occupe des demandes de visites, gère la préparation logistique et la planification, coordonne l’équipe des intervenants et coopère avec les services chargés des visiteurs dans les autres institutions de l’UE. Les priorités de 2017 seront notamment les suivantes:

* **Semaine européenne des régions et des villes:** repenser le format de la session d’ouverture, élaborer une stratégie d’information autour du nouveau discours annuel du président du CdR sur «L’état des territoires de l’Union européenne: régions, villes et villages» et recentrer l’événement sur le plan thématique et organisationnel.
* **EuroPCom:** planifier l’édition 2017 en novembre plutôt que la semaine suivant la Semaine européenne des régions et des villes, rechercher davantage d’interactivité et encourager une mise en œuvre du projet par l’intermédiaire des autorités locales en coopération avec les représentations de la Commission, les bureaux d’information du Parlement européen et les centres d’information Europe Direct. Les conclusions et propositions formulées dans le cadre d’EuroPCom devraient être prises en compte dans les travaux du CdR.
* **Manifestations locales/Dialogues avec les citoyens:** l’approche, lancée en 2016, sera étendue et la coopération avec les collectivités locales et les institutions de l’UE intensifiée.

**Médias sociaux et numériques, publications:**

Les services généraux couvrent notamment la connexion des membres du Comité des régions et de leurs localités avec les institutions de l’UE à Bruxelles en utilisant un large éventail de médias numériques et sociaux, ainsi que des publications imprimées et électroniques. En outre, le contenu numérique est en constante évolution. Des conseils et des échanges de vues concernant la communication numérique, les médias sociaux et les publications seront fournis aux membres du CdR et aux collègues au CdR et dans les institutions de l’UE. Les priorités de 2017 seront notamment les suivantes:

* **Manifestations en ligne:** expérimenter davantage d’options de communication en ligne pour les manifestations du CdR et notamment l’interactivité avec les spectateurs en ligne; tirer les enseignements du cours en ligne de 2016 (CLOM) et renforcer la coopération avec d’autres institutions de l’Union dans le domaine de l’apprentissage électronique.
* **Publications:** numérisation du magazine «Régions et villes d’Europe» et regroupement avec les lettres d’information électroniques.
* **Identité visuelle:** appliquer une nouvelle charte graphique à toutes les publications et éliminer progressivement tous les logos non institutionnels d’ici à la mi-2017.
* **Web:** concevoir une nouvelle présentation de la page d’accueil et appliquer le nouveau logo du CdR, ensuite établir un ordre de priorité des pages en fonction du nombre de consultations. Il est prévu de commencer les préparatifs d’une révision complète qui aura lieu en 2018 et portera notamment sur les flux de travail internes liés à l’internet et l’intégration des sites web externalisés.
* **Médias sociaux:** recommandations (et formations) destinées aux membres du CdR dans le domaine des médias sociaux, et mise en œuvre du code de conduite pour le personnel du CdR. Les comptes officiels du CdR sur différents canaux de communication seront consolidés.

**Priorités négatives**

S’agissant des ressources contractuelles, le CdR ne sera pas en mesure d’attirer l’attention sur toutes les activités, concernant tous les sujets à tous les niveaux. Il importera d’allouer les ressources en fonction de priorités institutionnelles et de la budgétisation axée sur les résultats.

**5 Évaluation et analyse d'impact**

En 2017, le suivi et l’évaluation des activités de communication seront consolidés et mieux intégrés. Les rapports qui existent aujourd’hui sur les medias, les manifestations, la communication en ligne et les résultats seront harmonisés afin de fournir des rapports mensuels complets à la direction du CdR et aux groupes politiques. En outre, des enquêtes spécifiques consacrées aux activités et aux outils tels que les dossiers d'information, les activités en lien avec la presse/les médias, les manifestations, l'internet et les moyens de communication en ligne seront réalisées avec les groupes cibles concernés. Les indicateurs utilisés à cette fin sont présentés à l’annexe II.

Avant le second semestre de l’année 2017, une **évaluation externe** de la stratégie de communication 2015-2020 du CdR sera réalisée en combinant une enquête en ligne et des entretiens avec des groupes cibles afin d’évaluer l’incidence des plans de communication 2015 et 2016 et la stratégie quinquennale.

Lors de l'**enquête en ligne**, il sera demandé aux acteurs régionaux et locaux (y compris les membres):

* s'ils ont entendu parler des activités de communication relatives aux trois campagnes thématiques ou s'ils ont vu ou lu quelque chose à ce sujet (objectif: 50 %, pas de valeur de référence disponible);
* s'ils considèrent que le CdR en tant qu'organe influence le processus européen d'élaboration des politiques du point de vue local/régional (objectif: score moyen de 3,5 sur une échelle de 5; valeur de référence en 2015: 3,15);
* s'ils trouvent utiles les services et outils de communication proposés par le CdR.

Au cours des **entretiens** (réalisés auprès d'un échantillon composé de membres du CdR, de partenaires institutionnels de l'UE et d'acteurs régionaux et locaux), la manière dont sont accueillies les activités de communication (sensibilisation, participation, évaluation), et en particulier les trois campagnes thématiques sera évaluée. Cet exercice sera répété en 2019.

**6 Ressources et budget**

La mise en œuvre du plan de communication 2017 s'appuiera sur des ressources comparables à celles des années précédentes. La direction de la communication du CdR compte actuellement 51 collaborateurs. Les activités de communication sont coordonnées avec d'autres départements et avec les secrétariats des groupes politiques.

En 2017, le budget opérationnel annuel s’élèvera à 1 935 629 EUR et sera réparti sur quatre lignes budgétaires:

* 439 850 EUR pour l’organisation de manifestations (à Bruxelles ou sur des sites décentralisés) en partenariat avec les collectivités locales et régionales, avec leurs associations et avec les autres institutions européennes (ligne budgétaire 2542);
* 682 210 EUR pour les relations avec les médias européens, nationaux, régionaux, locaux ou spécialisés et les partenariats avec les médias audiovisuels, écrits ou radiophoniques» (ligne budgétaire 2600);
* 774 471 EUR pour la production de contenu numérique et la diffusion de matériel audiovisuel, électronique ou web (ligne budgétaire 2602);
* 39 098 EUR pour les dépenses de documentation et de bibliothèque, y compris les abonnements à des médias spécialisés (ligne budgétaire 2622).

Une ventilation plus détaillée du budget, par ligne budgétaire et domaine d'activité, a été présentée à la CAFA le 14 novembre 2016.

\*

\* \*

**Annexe I – Vue d’ensemble des activités de communication spécifiques pour 2017**

**Presse et médias**

* Développement de **supports reprenant des récits destinés à aider les membres** qui se rendent sur le terrain pour présenter aux citoyens des exemples de réussite concrets.
* Développement et mise en œuvre d’**activités centrées sur la presse et les médias relatives aux campagnes thématiques**, en coopération avec le Parlement européen, le Conseil de l'Union européenne et la Commission européenne.
* Développement de l'approche existante en matière de **partenariats médiatiques** avec des agences de presse nationales et examen de la possibilité de mettre en place de nouveaux partenariats ad hoc dans le cadre de l’organisation d'événements spécifiques (tels que des manifestations locales).
* Poursuite de la consolidation des services fournis par la nouvelle **équipe A/V** sur le plan des synergies avec les bureaux d’autres institutions de l'UE et des relations avec les diffuseurs nationaux/régionaux.

**Manifestations**

* Organiser des **manifestations locales** dans le cadre de la «[Réflexion sur l’Union européenne – Le présent et l’avenir](http://www.toad.cor.europa.eu/ViewDoc.aspx?doc=obsolete%5CFR%5CCOR-2016-03179-02-00-PSP-TRA_FR.docx&docid=3192523)».
* Organisation de la **15e Semaine européenne des régions et des villes**, à Bruxelles, du 9 au 12 octobre 2017, en coopération avec la DG REGIO de la Commission européenne et de plus de 180 manifestations locales dans les régions et villes d’Europe. À cette occasion, le premier rapport sur «L’état des territoires de l’Union européenne: régions, villes et villages» sera présenté dans le prolongement de l’exercice consacré à la «Réflexion sur l’Union européenne – Le présent et l’avenir».
* Coorganisation et **accueil au siège du CdR de manifestations** sur des priorités thématiques soigneusement sélectionnées, par exemple en les articulant autour des sessions plénières du CdR, en coopération avec les DG de la Commission européenne concernées et d'autres parties prenantes.
* Organisation de la **8e conférence européenne sur la communication publique (EuroPCom)**, sur le thème «*Connecting European debates*» («Connecter les débats européens», à confirmer), en novembre 2017, en collaboration avec la Commission européenne, le Parlement européen, le Conseil et le Comité économique et social européen.
* Exploitation des **activités de communication,** existantes et nouvelles, **entreprises par les collectivités locales et régionales et leurs associations, coopération avec les centres d'information Europe Direct (CIED), les représentations de la Commission européenne dans les États membres et les bureaux d'information du Parlement européen (BIPE)** ainsi qu’avec d’autres réseaux.Réalisation d’études de cas et de comparaisons stratégiques pour favoriser cette coopération aux niveaux géographiques et/ou thématiques et proposition que chaque membre participe au cours de l’année, au moins à deux manifestations locales sous la forme de dialogues avec les citoyens ou les parties prenantes qui portent sur cette priorité thématique.

**Contenu en ligne, pour les médias sociaux et contenu numérique**

* Achèvement de la numérisation des publications comme prévu dans la **stratégie de communication numérique** adoptée par le Bureau le 10 octobre 2016. Le magazine (format papier) «Regions and Cities of Europe» sera intégré dans le système de lettres d’information électroniques, sur la base de l’analyse coûts-résultats en termes de sensibilisation et de la nécessité de renforcer les supports pour les délégations nationales.
* Amélioration de l’impact du contenu, à l’aide d’un **outil d’écoute des médias sociaux et d’un outil statistique interinstitutionnel sur l’internet**, permettant à tout moment d’évaluer l’impact et d’ajuster le contenu. Sur la page d’accueil, outre l’espace réservé au président (à gauche) et aux membres (au centre), les activités présentées seront celles les plus vues dans les médias d’information, les manifestations, les avis, etc. («contenu adapté aux utilisateurs»). Des liens vers les sites internet des groupes politiques seront également inclus.
* Définition des spécifications fonctionnelles et de la **conception graphique du futur site internet du CdR**.
* Organisation d’une nouvelle série de «**manifestations numériques**» conçues sur le modèle des cours en ligne ouverts et massifs (CLOM) qui a été mis en œuvre et évalué en 2015 et 2016.
* Les **innovations** viseront à toucher les groupes cibles par les canaux les plus appropriés, que ce soit les médias sociaux, la communication par courrier électronique, les publications numériques ou sur l’internet.

\*

\* \*

**Annexe II – Indicateurs de réalisation**

**Relations avec la presse et les médias**

* Les rapports sur les médias seront élaborés mensuellement ou en fonction des sessions plénières et des manifestations importantes. Ils présenteront les résultats obtenus en matière de mentions dans les médias et de sensibilisation, y compris au moyen des médias audiovisuels. Ces rapports incluront également des analyses qualitatives par thème et par pays.

**Manifestations**

* Comme par le passé, les résultats et l’impact des principales manifestations du CdR seront documentés par des évaluations et des comptes rendus. Outre des enquêtes sur la satisfaction des participants, les évaluations incluront des informations sur l’incidence des manifestations du CdR, par exemple en ce qui concerne les activités de suivi menées par les administrations locales.

**Publications, internet et médias sociaux**

* Les rapports seront élaborés mensuellement ou en fonction des sessions plénières et des manifestations importantes. Ils présenteront les résultats obtenus en matière de sensibilisation. Par ailleurs, des outils existants et nouveaux seront utilisés pour mieux suivre l’utilisation des publications et des sources en ligne du CdR. À certaines occasions, des évaluations spécifiques seront réalisées afin d’accroitre l’utilité des publications papier et sur internet du CdR.

\*

\* \*

**Annexe III – Structure, missions et personnel de la direction de la communication**

La direction de la communication (direction D) gère les différents outils de communication du CdR, notamment les relations avec les médias, les conférences et les manifestations, la communication numérique, y compris la communication via internet et les médias sociaux, ainsi que les publications. Elle emploie au total 51 personnes (22 AD, 20 AST, 2 END, 7 AC). Le personnel d'encadrement de la direction (2 AD, 3 AST, 1 AC) comprend également une équipe qui supervise le budget en matière de communication. Les trois unités de la direction sont chargées de réaliser les tâches suivantes, avec le personnel indiqué ci-après:

* **Attachés de presse et relations avec les médias (D.1)**: cette unité (10 AD, 3 AST, 2 AC) assiste les membres du CdR et les autres services en se chargeant des relations avec la presse et les médias et en fournissant des services audiovisuels. Elle se compose d'une équipe d'attachés de presse et d'un service audiovisuel chargé de réaliser et de diffuser des vidéos et des photographies.
* **Unité D.2 – Événements**: cette unité (5 AD, 7 AST, 2 END) assiste les membres du CdR et les autres services par l'organisation de manifestations et se compose d'une équipe chargée d'organiser chaque année la semaine européenne des régions et des villes, d'une équipe pour les conférences, et d'une équipe pour le service aux visiteurs.
* **Unité D.3 – Médias numériques et sociaux, publications**: cette unité (5 AD, 7 AST, 4 AC) assiste les membres du CdR et les autres services pour ce qui concerne la communication sur les médias sociaux et numériques, les publications et la conception graphique, et se compose de deux équipes chargées respectivement des médias numériques et sociaux et des publications.

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