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

**Unia Europejska  
dla obywateli**

**Plan komunikacji  
Europejskiego Komitetu Regionów  
na rok 2017**

Dokument ten zostanie przedstawiony Prezydium Europejskiego Komitetu Regionów w dniu 6 grudnia 2016 r.

# **Kontekst**

Prezydium Europejskiego Komitetu Regionów (KR) jest proszone o przyjęcie drugiego już rocznego planu działania przewidzianego w [**strategii komunikacyjnej na lata 2015–2020**](http://www.toad.cor.europa.eu/AgendaDocuments.aspx?pmi=RmFYXXWy9u/rX9gNAmENUi8gZIggfXu7WPJeH5l+95Y=&ViewDoc=true) KR-u. W strategii tej podkreślono potrzebę przywrócenia więzi między Europą a jej obywatelami za pomocą ukierunkowanej dwustronnej komunikacji, w której centrum znaleźliby się członkowie KR-u, oraz w synergii z rządami regionalnymi lub organami samorządu lokalnego, a także przez ściślejszą współpracę z Komisją Europejską, Parlamentem Europejskim i Radą.

Podobnie jak w 2016 r. niniejszy **plan komunikacji** określa ograniczoną liczbę priorytetów tematycznych odzwierciedlających priorytety polityczne KR-u na lata 2015–2020, priorytety tematyczne jego komisji i działania komunikacyjne grup politycznych KR-u. Ponadto uwzględnia on współpracę KR-u z pozostałymi instytucjami unijnymi, a mianowicie z Parlamentem Europejskim i Komisją Europejską.

Plan sporządzono w kontekście wstępnych wyników planu komunikacji na rok 2016, których ostateczna wersja zostanie przedstawiona Prezydium KR-u w dniu 22 lutego 2017 r. Aspekty budżetowe tego planu przedstawiono Komisji Spraw Finansowych i Administracyjnych KR-u w dniu 14 listopada 2016 r. W 2017 r. przeprowadzona zostanie niezależna ocena skutków strategii i jej wdrożenia, a jej wyniki będą przedstawione na lipcowym posiedzeniu Prezydium.

# **Komunikacja w sprawie priorytetów politycznych KR-u na lata 2015–2020**

Działania KR-u w zakresie komunikacji będą odzwierciedlać **pięć priorytetów politycznych KR-u na lata 2015–2020**, przyjętych w czerwcu 2015 r.:

1. nowy początek dla gospodarki europejskiej;
2. duże znaczenie terytorialnego wymiaru prawodawstwa UE;
3. prostsza, lepiej połączona Europa;
4. stabilność i współpraca w obrębie Unii Europejskiej i poza nią;
5. Europa obywateli jest Europą jutra.

Dyrekcja Komunikacji dostarczać będzie **odpowiednich informacji dotyczących prac legislacyjnych i działań instytucjonalnych** w zakresie wymienionych pięciu obszarów priorytetowych oraz zadba o udostępnienie kluczowych informacji o opiniach i innych inicjatywach instytucjonalnych, w zintegrowany sposób wykorzystując najbardziej odpowiednie narzędzia komunikacji dla tych działań, które zgodnie z przewidywaniami mogą mieć najsilniejsze oddziaływanie. Ze względu na ograniczone zasoby określony zostanie odpowiedni wachlarz środków przekazu przez wykorzystanie usług prasowych KR-u, mediów audiowizualnych, imprez, strony internetowej, mediów społecznościowych i publikacji, z uwzględnieniem wartości informacyjnej, znaczenia politycznego i instytucjonalnego, jak również potencjalnych odbiorców określonych w strategii.

Kontekst polityczny znacznie się zmienił w 2016 r. W szczególności sesja plenarna KR-u z dnia 11 października 2016 r. zapoczątkowała ważną inicjatywę polityczną pod nazwą „[Refleksja na temat stanu obecnego i przyszłości UE](https://toad.cor.europa.eu/ViewDoc.aspx?doc=obsolete%5CPL%5CCOR-2016-03179-02-00-PSP-TRA_PL.docx&docid=3192523)”, która przewiduje skokową zmianę w działaniach komunikacyjnych, w tym dialogi z obywatelami, wydarzenia lokalne i inne działania komunikacyjne oparte na wysłuchiwaniu ludzi w terenie i przekazywaniu informacji zwrotnych do Brukseli. Przywódcy polityczni Komitetu Regionów pragną przywrócić zaufanie i budować Europę bliższą obywatelom w perspektywie 60. rocznicy podpisania traktatu rzymskiego i w kolejnych latach. Stanowi to sedno 5-letniej strategii komunikacyjnej zatytułowanej „Przywrócenie więzi między Europą i jej obywatelami: nawiązanie dialogu między poziomem lokalnym i unijnym”.

Ze względu na swoje imperatywy inicjatywa „Refleksja na temat Unii Europejskiej” powinna stać się osobnym priorytetowym tematem działań komunikacyjnych w celu osiągnięcia priorytetu politycznego nr 5. Ponieważ najbardziej namacalne korzyści, jakie oferuje UE, przejawiają się w inwestycjach, wzroście i tworzeniu miejsc pracy, tematem związanym z osiąganiem priorytetu politycznego nr 1 jest nowy początek dla gospodarki europejskiej. Z kolei z uwagi na dominujący kontekst obaw obywateli związanych z migracją i integracją uchodźców powinno to stać się trzecim priorytetowym tematem działań komunikacyjnych.

# **Kampanie komunikacyjne w 2017 r.**

Odpowiednie działania członków KR-u także będą relacjonowane, jednak środki zostaną skoncentrowane na ograniczonej liczbie tematów, które mają mieć szczególne znaczenie w 2017 r. w kontekście priorytetów politycznych KR-u i [programu prac Komisji Europejskiej na rok 2017](http://ec.europa.eu/atwork/key-documents/index_pl.htm). Podobnie jak w 2016 r. podejście skupione na członkach będzie prowadzić do zwiększonego wsparcia dla lokalnych działań w państwach członkowskich, takich jak dialogi z obywatelami. W związku z tym dalej rozwijana będzie obecna współpraca i partnerstwo z instytucjami Unii Europejskiej. Dla każdej z trzech kampanii zaplanowanych na 2017 r. zapewniony zostanie zestaw narzędzi komunikacyjnych za pomocą operacyjnych planów działania, obejmujący:

* pakiety informacyjne dla członków KR-u obejmujące przyjęte narracje/stanowiska, przykłady projektów, briefingi/arkusze informacyjne, prezentacje, diagramy informacyjne, klipy wideo;
* działania medialne i prasowe, w tym współpracę z mediami, seminaria dla dziennikarzy itp.;
* działania internetowe, audiowizualne i w mediach społecznościowych;
* wydarzenia kluczowe, konferencje i seminaria.

Szczegółowy przegląd działań proponowanych w ramach priorytetów ogólnych i kampanii tematycznych przedstawiono w załączniku I.

**3.1 Kampania nr 1: Refleksja na temat stanu obecnego i przyszłości UE**

Wynik referendum w sprawie Brexitu w Zjednoczonym Królestwie to tylko jeden z przejawów historycznie niskiego poziomu zaufania obywateli do zdolności UE do sprostania ich oczekiwaniom. Potrzeba słuchania obywateli i uwzględniania ich poglądów ma zasadnicze znaczenie i nigdzie nie może zostać zorganizowana lepiej niż na szczeblu lokalnym. „Informowanie o Europie” w ramach dwustronnego, oddolnego procesu zaczyna się na szczeblu władz miast, a członkowie KR-u to naturalni partnerzy w realizacji tych działań.

Ten priorytet komunikacyjny nabrał jeszcze większego znaczenia po tym, jak w listopadzie 2016 r. przewodniczący Rady Europejskiej Donald Tusk przesłał wniosek do przewodniczącego KR-u o wydanie przez KR opinii w sprawie „Refleksja na temat stanu Unii Europejskiej: głos władz regionalnych i lokalnych w celu odbudowania zaufania do Unii Europejskiej”. KR pozytywnie odniósł się do tego wniosku i zaangażował się w proces polityczny prowadzący do przyjęcia takiej opinii w 2018 r., w następstwie szerokiego, otwartego, oddolnego procesu konsultacji.

Przez intensywną współpracę z pozostałymi instytucjami unijnymi KR już opowiedział się za lepiej skoordynowanym i uporządkowanym podejściem do zdecentralizowanej komunikacji i osiągnął np. cel 500 dialogów z obywatelami do czasu wyborów do Parlamentu Europejskiego w 2019 r., zasugerowany w opinii w sprawie „Przywrócenie więzi między Europą i jej obywatelami” przyjętej w grudniu 2014 r., która stała się teraz punktem odniesienia dla wydarzeń organizowanych przez Komisję Europejską.

W 2017 r, w szczególności w ramach opinii, o którą zwróciła się Rada Europejska, KR będzie poświęcać zwiększoną uwagę takim lokalnym wydarzeniom. KR wykorzysta własne posiedzenia w państwach członkowskich, aby docierać do obywateli i wspierać swoich członków w organizowaniu konkretnych dialogów z obywatelami oraz debat na szczeblu władz lokalnych w swoich okręgach wyborczych. Ponadto zachęca się członków KR-u i ich zastępców do udziału w wydarzeniach organizowanych przez strony trzecie na szczeblu lokalnym, zwłaszcza we współpracy z instytucjami unijnymi, również w celu zwiększania świadomości wśród społeczeństwa w perspektywie wyborów do Parlamentu Europejskiego w 2019 r. W miarę możliwości zachęca się członków KR-u/ich zastępców do łączenia sił z unijnymi, krajowymi, regionalnymi i lokalnymi przywódcami politycznymi, aby wnieść wkład w debatę na temat przyszłości UE.

Obawy, potrzeby i ambicje obywateli uczestniczących w tych wydarzeniach lokalnych będą przekazywane instytucjom unijnym i partnerom krajowym za pomocą działań komunikacyjnych, opinii opracowywanej dla Rady Europejskiej i zwykłych prac legislacyjnych KR-u. Uczestniczący w nich obywatele, którzy pragną otrzymywać informacje o działaniach następczych podejmowanych w wyniku dialogów z obywatelami, będą otrzymywać informacje zwrotne zgodnie z obowiązującymi przepisami w sprawie ochrony danych osobowych.

**3.2 Kampania nr 2: Wspieranie wzrostu gospodarczego, tworzenia miejsc pracy i inwestycji w regionach i miastach Europy**

Ta kampania, rozpoczęta w 2016 r., będzie kontynuowana. Stanowi ona odpowiedź na potrzebę zaangażowania władz regionalnych i lokalnych w inwestycje publiczne i prywatne, promowanie spójności gospodarczej, społecznej i terytorialnej we wszystkich regionach i miastach w UE oraz wspieranie wymiany informacji i uczenia się w ramach polityki publiczno-prywatnej. W 2017 r. debata w sprawie unijnego budżetu po 2020 r. będzie dalej rozwijana, a KR przedstawi opinie regionów i miast zarówno na temat budżetu, jak i związanych z nim wniosków ustawodawczych, zwłaszcza w sprawie polityki spójności i rozwoju obszarów wiejskich.

Działania komunikacyjne będą wykorzystywać opinie, badania, seminaria, konferencje i publikacje KR-u oraz powiązane komunikaty, a kulminacją działań będzie 15. Europejski Tydzień Regionów i Miast (9–12 października), podczas którego przewodniczący KR-u po raz pierwszy przedstawi sprawozdanie zatytułowane „Sytuacja obszarów Unii Europejskiej: regionów, miast i wiosek”. Uzgodniony zostanie operacyjny plan działania dotyczący tej kampanii, zawierający kluczowe kamienie milowe przyszłej polityki spójności oraz plan działania KR-u w zakresie inwestycji, co zapewni łączność z pracami komisji KR-u.

## **3.3 Kampania nr 3: Wspieranie stabilności na świecie dzięki współpracy regionalnej i lokalnej**

W 2017 r. debaty poświęcone lokalnemu wymiarowi stosunków zewnętrznych i polityk UE będą kontynuowane. Migracja i integracja uchodźców będzie stanowić jeden z kluczowych tematów tej kampanii, korzystającej z dorobku forum integracji z grudnia 2016 i przyjętych opinii KR-u w kwestiach związanych z migracją. Ciągłe przepływy migracyjne, wyzwania związane z integracją i niestabilność we wschodnim i w południowym sąsiedztwie UE pozostają wyzwaniem na wszystkich szczeblach rządowych. Obywatele w uzasadniony sposób oczekują, by UE w znacznym stopniu przyczyniła się do osiągnięcia wolności, solidarności bezpieczeństwa pod tym względem.

Innym ważnym obszarem może stać się zmiana klimatu i działania podejmowane w następstwie konferencji COP 22. W odniesieniu do tych i powiązanych obszarów i inicjatyw politycznych w 2017 r. KR będzie kontynuować swoje działania polityczne i nawiązywać kontakty przez pogłębianie współpracy z przedstawicielami lokalnymi i regionalnymi za pośrednictwem zgromadzeń ARLEM i CORLEAP oraz innych międzynarodowych organów i sieci.

Posiedzenie Prezydium na Malcie w lutym 2017 r. będzie kluczowym punktem tej kampanii. Przez cały 2017 r. działania komunikacyjne zarówno na szczeblu unijnym, jak i lokalnym będą pomagały zwiększać świadomość w odniesieniu do tych kwestii wśród zainteresowanych stron i społeczeństwa oraz wspierały wymianę najlepszych praktyk. Uzgodniony zostanie operacyjny plan działania zawierający kluczowe kamienie milowe tej kampanii, co zapewni łączność z pracami komisji KR-u.

# **Komunikacja KR-u w 2017 r.: działania ogólne i innowacyjne**

Podejście o charakterze „kampanii”, po raz pierwszy zastosowane w 2016 r. i mające na celu skupienie się na ograniczonej liczbie tematów w ramach działań medialnych i wydarzeń, będzie wymagało większego ukierunkowania w 2017 r. W związku z tym kierownicy kampanii będą mieć przydzielone bardziej konkretne zadania, powołane zostaną też zespoły, w których skład wejdą przedstawiciele różnych służb wewnętrznych w celu obsługi kampanii. Rozwinięta zostanie grupa ds. komunikacji, która w zamierzeniu będzie stanowić nieformalną sieć refleksji, podsumowań i dzielenia się wynikami działań komunikacyjnych przez cały rok. W 2017 r. 10-procentowa rezerwa budżetowa zostanie przeznaczona na testowanie innowacyjnych metod komunikacji, np. wykorzystujących różne rodzaje mediów, oraz na przeprowadzenie zewnętrznej oceny skutków.

Poszczególne priorytety na 2017 r. to:

**Kontakty z prasą i mediami:**

Usługi obejmują kontakty z prasą i mediami, a zarządza nimi zespół rzeczników prasowych i zespół audiowizualny odpowiedzialny za produkcję i dystrybucję materiałów fotograficznych i nagrań wideo. We współpracy z pozostałymi służbami i zarządem planista ds. komunikacji KR-u otrzymuje bieżące informacje i koordynuje wszystkie działania komunikacyjne w okresie kilku miesięcy. Rzecznicy prasowi ściśle współpracują z komisjami KR-u, korespondentami w Brukseli i mediami w jednym lub większej liczbie krajów. Zespół audiowizualny opracowuje materiały audiowizualne do użytku w mediach tradycyjnych i społecznościowych. Działania te obejmują wydarzenia statutowe i informacyjne KR-u oraz współpracę z unijnymi, krajowymi, regionalnymi i lokalnymi kanałami telewizyjnymi. Priorytety na 2017 r. to między innymi:

* **Partnerstwa z mediami:** Z uwagi na sukces obecnych partnerstw (w Hiszpanii, we Włoszech, w Polsce) – rozszerzenie zasięgu geograficznego o jedno lub dwa dodatkowe państwa oraz przetestowanie innych rodzajów partnerstwa krótkoterminowego związanego z kampaniami lub organizacją wydarzeń.
* **Wizyty dziennikarzy:** Mając na uwadze powyższy priorytet oraz ograniczony budżet, wizyty dziennikarzy skupią się na sesjach plenarnych i kluczowych wydarzeniach (zwłaszcza tych, które mogą mieć istotny potencjał komunikacyjny, z udziałem członków).
* **Produkcja audiowizualna:** Z uwagi na ograniczony zasięg pojedynczych wywiadów liczba produkcji zostanie ograniczona, przy poświęceniu większej uwagi sprawozdaniom podsumowującym sesje plenarne i nowym formatom informacyjnym, takim jak dossier tematyczne w sprawie niewielkiej liczby opinii.

**Wydarzenia:**

Dwa zespoły ds. konferencji i zespół ds. obsługi grup odwiedzających dostarczą służbom KR-u koncepcji, norm jakości i porad w związku z planowaniem wydarzeń oraz w kontekście wydarzeń lokalnych. W przypadku tych ostatnich oraz goszczonych konferencji prowadzonych przez organizatorów zewnętrznych stosowana będzie procedura angażująca wszystkie służby KR-u. Służba ds. obsługi grup odwiedzających zajmuje się przetwarzaniem wniosków o wizyty, przygotowaniem logistycznym i planowaniem, koordynuje zespół osób publicznie udzielających wypowiedzi i współpracuje ze służbami ds. obsługi odwiedzających w innych instytucjach unijnych. Priorytety na 2017 r. to między innymi:

* **Europejski Tydzień Regionów i Miast:** Opracowanie na nowo formatu sesji otwarcia, opracowanie strategii działań informacyjnych związanych z nowym dorocznym przemówieniem przewodniczącego KR-u zatytułowanym „Sytuacja obszarów Unii Europejskiej: regionów, miast i wiosek” oraz przeorientowanie tego wydarzenia pod względem tematycznym i organizacyjnym.
* **EuroPCom:** Zaplanowanie edycji w roku 2017 na listopad, a nie na tydzień następujący po EWRC, zwiększenie interaktywności i intensywniejsze wdrażanie projektów przez organy lokalne we współpracy z przedstawicielstwami Komisji, biurami informacyjnymi PE i centrami informacji Europe Direct. Wnioski i propozycje powstałe za pośrednictwem EuroPCom powinny zostać uwzględnione w pracach KR-u.
* **Wydarzenia lokalne/dialogi z obywatelami:** Podejście przyjęte w 2016 r. będzie rozszerzone, a współpraca z organami lokalnymi i instytucjami UE zostanie zintensyfikowana.

**Publikacje, media społecznościowe i komunikacja cyfrowa:**

Prace ogólne obejmują kontakty między członkami KR-u i ich społecznościami lokalnymi z instytucjami UE w Brukseli za pomocą szerokiej gamy kanałów cyfrowych i mediów społecznościowych oraz publikacji drukowanych i elektronicznych. Ponadto stale opracowywane są treści cyfrowe. Członkowie i pracownicy KR-u oraz innych instytucji unijnych otrzymają porady oraz informacje na temat komunikacji elektronicznej, mediów społecznościowych oraz publikacji. Priorytety na 2017 r. to między innymi:

* **Wydarzenia online:** Przetestowanie większej liczby możliwości informowania w internecie o wydarzeniach organizowanych przez KR, w tym interaktywnych kontaktów z osobami obserwującymi działania KR-u w internecie; wyciągnięcie wniosków z kursu online (MOOC) z 2016 r. oraz konsolidacja współpracy z innymi instytucjami unijnymi w zakresie kształcenia online.
* **Publikacje:** Digitalizacja czasopisma “Regions and Cities of Europe” [„Regiony i miasta Europy”] i włączenie go do elektronicznych biuletynów informacyjnych.
* **Tożsamość wizualna:** Stosowanie nowego logo we wszystkich publikacjach i wycofanie wszystkich logo nieinstytucjonalnych do połowy 2017 r.
* **Internet:** Nowy projekt strony głównej i stosowanie nowego logo KR-u na wszystkich stronach, a następnie nadawanie poszczególnym stronom priorytetu w zależności od intensywności ruchu. Przewiduje się przygotowanie do pełnej przebudowy witryny w 2018 r., obejmującej odpowiednie wewnętrzne przepływy pracy i integrację stron zewnętrznych.
* **Media społecznościowe:** Wprowadzone zostaną zalecenia dotyczące mediów społecznościowych dla członków KR-u, w tym szkolenia i kodeks postępowania dla członków KR-u w tym zakresie. Konsolidacja oficjalnych kont KR-u funkcjonujących za pośrednictwem różnych kanałów.

**Priorytety negatywne**

Mając na uwadze pozyskiwanie zasobów, KR nie będzie mógł poświęcić uwagi wszystkim działaniom na każdy temat i na każdym szczeblu. Ważne będzie, aby przydzielać zasoby zgodnie z priorytetami instytucjonalnymi oraz zasadą budżetowania zorientowanego na wyniki.

# **Ewaluacja i ocena skutków**

W 2017 r. monitorowanie i ocena działań komunikacyjnych zostaną skonsolidowane i lepiej zintegrowane. Należy zharmonizować istniejące sprawozdania dotyczące mediów, wydarzeń i kontaktów zewnętrznych w internecie oraz wyników, aby uzyskać kompleksowe miesięczne sprawozdania dla zarządu KR-u i grup politycznych. Ponadto przeprowadzone zostaną wśród odpowiednich grup docelowych konkretne ankiety dotyczące działań i narzędzi, takich jak pakiety informacyjne, działania prasowe/medialne, imprezy oraz środki internetowe. Związane z tym wskaźniki podano w załączniku II.

Do drugiej połowy 2017 r. przeprowadzona zostanie **zewnętrzna ocena** strategii komunikacyjnej na lata 2015–2020 KR-u, łącząca ankietę internetową i wywiady z grupami docelowymi w celu oceny oddziaływania planów komunikacji na lata 2015 i 2016 oraz strategii pięcioletniej.

W **ankiecie internetowej** zainteresowane podmioty szczebla lokalnego i regionalnego (w tym członkowie) zostaną zapytani czy:

* widzieli działania komunikacyjne związane z trzema kampaniami tematycznymi lub o nich słyszeli (cel: 50%, brak pomiaru zerowego);
* uważają, że KR jako organ wpływa na proces kształtowania polityki UE z perspektywy lokalnej/regionalnej (cel: średni wynik 3,5 na skali 0–5; pomiar zerowy z 2015 r.: 3,15);
* uważają narzędzia i usługi komunikacyjne oferowane przez KR za przydatne.

W **wywiadach** (z próbą złożoną z członków KR-u, partnerów instytucjonalnych UE oraz zainteresowanych podmiotów regionalnych i lokalnych) oceniony zostanie sposób postrzegania działań komunikacyjnych (świadomość, zaangażowanie, ocena), w szczególności tych związanych z trzema kampaniami tematycznymi. Badanie to zostanie przeprowadzone ponownie w 2019 r.

# **Zasoby i budżet**

Plan komunikacji na rok 2017 będzie realizowany za pomocą środków podobnych do tych, które były dostępne w poprzednich latach. Dyrekcja Komunikacji KR-u zatrudnia obecnie 51 osób. Działania komunikacyjne są koordynowane z innymi działami i sekretariatami grup politycznych.

W 2017 r. przeznaczony na nie roczny budżet operacyjny wyniesie 1 935 629 EUR i zostanie rozdzielony między cztery linie budżetowe:

* 439 850 EUR na organizację wydarzeń (w Brukseli lub poza nią) we współpracy z władzami lokalnymi i regionalnymi, ich stowarzyszeniami oraz innymi instytucjami UE (linia budżetowa nr 2542);
* 682 210 EUR na kontakty z mediami europejskimi, krajowymi, regionalnymi, lokalnymi lub specjalistycznymi oraz współpracę partnerską z mediami audiowizualnymi, pisemnymi lub radiowymi (linia budżetowa nr 2600);
* 774 471 EUR na produkcję treści cyfrowych i dystrybucję audiowizualnych, elektronicznych lub internetowych materiałów dodatkowych (linia budżetowa nr 2602);
* 39 098 EUR na wydatki związane z dokumentacją i bibliotekami, w tym abonamenty na korzystanie z mediów specjalistycznych (linia budżetowa nr 2622);

Bardziej szczegółowy podział budżetu na linie budżetowe i rodzaj działalności został przedstawiony Komisji CAFA w dniu 14 listopada 2016 r.

\*

\* \*

**Załącznik I – Przegląd szczegółowych działań komunikacyjnych w 2017 r.**

**Prasa i media**

* Opracowanie **„skupionych na członkach” materiałów przedstawiających historie**, dzięki którym prawdziwi politycy będą mogli opowiedzieć prawdziwe historie sukcesu prawdziwym ludziom.
* Opracowanie i wprowadzenie w życie **działań prasowych i medialnych w ramach kampanii tematycznych** we współpracy z Parlamentem Europejskim, Radą UE i Komisją Europejską.
* Dalsze rozwijanie obecnego podejścia do **partnerstw medialnych** z krajowymi agencjami prasowymi i zbadanie możliwości zawarcia nowych doraźnych partnerstw związanych z organizacją określonych wydarzeń (np. wydarzeń lokalnych).
* Dalsza konsolidacja usług nowego **zespołu audiowizualnego** w zakresie synergii z urzędami innych instytucji unijnych i współpracy z nadawcami krajowymi/regionalnymi.

**Wydarzenia**

* Organizacja **wydarzeń lokalnych** w ramach inicjatywy „[Refleksja na temat stanu obecnego i przyszłości UE](http://www.toad.cor.europa.eu/ViewDoc.aspx?doc=obsolete%5CPL%5CCOR-2016-03179-02-00-PSP-TRA_PL.docx&docid=3192523)”.
* Organizacja **15. Europejskiego Tygodnia Regionów i Miast** w dniach 9–12 października 2017 r. w Brukseli wraz z DG REGIO Komisji Europejskiej oraz ponad 180 wydarzeń lokalnych w regionach i miastach UE. W ramach tego tygodnia przedstawione zostanie pierwsze sprawozdanie „Sytuacja obszarów Unii Europejskiej: regionów, miast i wiosek” w następstwie inicjatywy „Refleksja na temat stanu obecnego i przyszłości UE”.
* Współorganizacja i goszczenie **wydarzeń w siedzibie KR-u** na uważnie wybrane priorytetowe tematy, np. przy okazji sesji plenarnych KR-u i we współpracy z odpowiednimi dyrekcjami generalnymi Komisji Europejskiej oraz innymi zainteresowanymi stronami.
* Organizacja **8. europejskiej konferencji poświęconej komunikacji publicznej (EuroPCom)** pod hasłem „Łączyć debaty europejskie” (do potwierdzenia) w listopadzie 2017 r., we współpracy z Komisją Europejską, Parlamentem Europejskim, Radą oraz Europejskim Komitetem Ekonomiczno-Społecznym.
* Wykorzystywanie istniejących i nowych **działań komunikacyjnych władz lokalnych i** **regionalnych oraz ich stowarzyszeń, współpraca z centrami informacyjnymi Europe Direct (EDIC), przedstawicielstwami Komisji Europejskiej w państwach członkowskich i biurami informacyjnymi Parlamentu Europejskiego** oraz innymi sieciami.Opracowanie „przykładów biznesowych” i dokonywanie strategicznych porównań, aby wspierać tego typu współpracę na szczeblu tematycznym lub geograficznym, a także zasugerowanie, aby każdy członek KR-u wziął udział w co najmniej dwóch wydarzeniach lokalnych w postaci dialogów z obywatelami lub stronami zaangażowanymi poświęconych temu priorytetowi tematycznemu w ciągu roku.

**Internet, media społecznościowe i treści cyfrowe**

* Pełna digitalizacja publikacji zgodnie ze **strategią komunikacji cyfrowej**, którą Prezydium przyjęło w dniu 10 października 2016 r. Na podstawie analizy kosztów i zasięgu oraz zgodnie z potrzebą udoskonalenia materiałów dla delegacji krajowych czasopismo “Regions and Cities” [„Regiony i miasta”] (papierowe) zostanie włączone do systemu biuletynów elektronicznych.
* Poprawa oddziaływania treści na podstawie informacji uzyskanych za pomocą narzędzia **wysłuchiwania mediów społecznościowych oraz międzyinstytucjonalnego narzędzia statystyk internetowych**, aby umożliwić śledzenie oddziaływania i stałe udoskonalanie treści. Na stronie głównej obok sekcji poświęconej przewodniczącemu (po lewej) i członkom (w środku) w ramach informacji o działaniach wyświetlane będą najczęściej wyświetlane pozycje dotyczące aktualności, wydarzeń, opinii itp. („treści sterowane aktywnością użytkowników”). Włączone zostaną także łącza do witryn internetowych grup politycznych.
* Określenie specyfikacji funkcjonalnych i **projektu graficznego przyszłej witryny internetowej KR-u**.
* Opracowanie kolejnej serii **„wydarzeń wirtualnych”** z wykorzystaniem modelu masowego otwartego kursu online (MOOC), który wdrożono i oceniono w latach 2015 i 2016.
* **Innowacje** będą miały na celu dotarcie do docelowych grup odbiorców za pośrednictwem najbardziej odpowiednich kanałów, takich jak media społecznościowe, e-mail, internet i publikacje cyfrowe.

\*

\* \*

**Załącznik II – wskaźniki wyników**

**Kontakty z prasą i mediami**

* Co miesiąc lub po sesjach plenarnych i kluczowych wydarzeniach sporządzane będą sprawozdania dotyczące mediów przedstawiające osiągnięcia w zakresie relacji w mediach i zasięgu wydarzeń, w tym za pomocą mediów audiowizualnych. Sprawozdania te będą obejmować także analizy ilościowe według tematów i krajów.

**Wydarzenia**

* Tak jak w poprzednich latach wyniki i oddziaływanie kluczowych wydarzeń KR-u będą dokumentowane za pomocą ocen i procedur. Te ostatnie, oprócz ankiet badających satysfakcję uczestników, będą obejmować informacje o oddziaływaniu wydarzeń organizowanych przez KR, np. działaniach następczych prowadzonych przez administratorów lokalnych.

**Publikacje, media internetowe i społecznościowe**

* Co miesiąc lub po sesjach plenarnych i kluczowych wydarzeniach sporządzane będą sprawozdania przedstawiające osiągnięcia w zakresie ich zasięgu. Ponadto zastosowane zostaną istniejące i nowe narzędzia, aby lepiej śledzić sposób wykorzystania publikacji i źródeł internetowych udostępnianych przez KR. W odpowiednich przypadkach przeprowadzone zostaną specjalne oceny, aby wzmocnić użyteczność publikacji papierowych i internetowych KR-u.

\*

\* \*

**Załącznik III – struktura, zadania i personel Dyrekcji Komunikacji**

Dyrekcja Komunikacji (D) zarządza różnymi narzędziami komunikacji KR-u, takimi jak kontakty z mediami, konferencje i imprezy, komunikacja cyfrowa, w tym komunikacja za pośrednictwem stron internetowych i mediów społecznościowych, a także publikacje. Zatrudnia ogółem 51 pracowników (22 AD, 20 AST, 2 END, 7 CA). Na szczeblu kierowniczym Dyrekcji (2 AD, 3 AST, 1 AC) pracuje też zespół nadzorujący budżet na komunikację. W skład Dyrekcji wchodzą trzy działy wykonujące następujące zadania, złożone z podanej liczby pracowników:

* **Rzecznicy Prasowi i Relacje z Mediami (D 1):** dział (10 AD, 3 AST, 2 AC) wspiera członków i służby KR-u, zapewniając kontakty z mediami i prasą oraz usługi audiowizualne. W jego skład wchodzą rzecznicy prasowi i zespół audiowizualny odpowiedzialny za produkcję i dystrybucję materiałów fotograficznych i nagrań wideo.
* **Dział D 2 – Imprezy**: dział (5 AD, 7 AST, 2 END) wspiera członków i służby KR-u poprzez organizację imprez. W jego skład wchodzi zespół organizujący doroczny Europejski Tydzień Regionów i Miast, zespół ds. konferencji oraz zespół ds. obsługi grup odwiedzających.
* **Dział D 3 – Media Cyfrowe i Społecznościowe oraz Publikacje:** dział (5 AD, 7 AST, 4 CA) wspiera członków i służby KR-u, dbając o komunikację w mediach cyfrowych i społecznościowych, publikacje i szatę graficzną. Składa się z dwóch zespołów zajmujących się mediami cyfrowymi i społecznościowymi oraz publikacjami.

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