|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **C:\Users\mreg\Music\New LOGO\Logo\logo_CoR-vertical-positive-da-quadri_MR.jpg** |  |  |

**Et EU for borgerne**

**Kommunikationsplan  
for Det Europæiske Regionsudvalg  
for 2017**

Dette dokument vil blive forelagt for Det Europæiske Regionsudvalgs præsidium den 6. december 2016.

# **Baggrund**

Dette er den anden årlige plan, som Det Europæiske Regionsudvalgs (RU's) præsidium skal vedtage som led i RU's [**Kommunikationsstrategi for 2015-2020**](http://www.toad.cor.europa.eu/AgendaDocuments.aspx?pmi=RmFYXXWy9u/rX9gNAmENUi8gZIggfXu7WPJeH5l+95Y=&ViewDoc=true). Her fremhæves behovet for at genskabe forbindelsen mellem EU og dets borgere gennem en fokuseret tovejskommunikation, hvis omdrejningspunkt er RU's medlemmer, og som bygger på synergi med de lokale og regionale myndigheder og styrket samarbejde med Kommissionen, Europa-Parlamentet og Rådet.

Som i 2016 fastlægger **Kommunikationsplanen** et begrænset antal tematiske prioriteter, som afspejler RU's politiske prioriteter for perioden 2015-2020 samt underudvalgenes tematiske prioriteter og RU's politiske gruppers kommunikationsaktiviteter. Endvidere tages der hensyn til RU's samarbejde med andre EU-institutioner, navnlig Europa-Parlamentet og Kommissionen.

Planen er blevet udarbejdet i lyset af de foreløbige resultater af 2016-kommunikationsplanen, hvis endelige version vil blive forelagt for RU's præsidium den 22. februar 2017. De budgetmæssige aspekter af denne plan blev forelagt for RU's Udvalg for Finansielle og Administrative Anliggender den 14. november 2016. I 2017 vil der for præsidiemødet i juli blive gennemført en uafhængig evaluering af strategiens gennemslagskraft og gennemførelse.

# **Kommunikation om RU's politiske prioriteter for 2015-2020**

Kommunikationsaktiviteterne vil afspejle **RU's fem politiske prioriteter for perioden 2015‑2020**, som udvalget vedtog i juni 2015:

1. En frisk start for den europæiske økonomi
2. Den territoriale dimension af EU’s lovgivning
3. Et mere enkelt og tættere sammenknyttet Europa
4. Stabilitet og samarbejde både i og uden for Den Europæiske Union
5. Et borgernes Europa er fremtidens Europa.

Kommunikationsdirektoratet vil levere passende dækning af **det lovgivningsmæssige arbejde og institutionelle aktiviteter** på disse fem prioriterede områder og vil sikre tilgængelighed af nøgleoplysninger vedrørende udtalelser og institutionelle initiativer ved hjælp af de bedst egnede kommunikationsværktøjer og på en integreret måde, for de aktiviteter, som ventes at have størst gennemslagskraft. I betragtning af de begrænsede ressourcer vil det rigtige mediemix blive fastsat gennem brug af RU's pressetjeneste, audiovisuelle medier, arrangementer, websted, sociale medier og publikationer, under hensyntagen til nyhedsværdien, den politiske og institutionelle relevans og de mulige målgrupper, der er fastlagt i strategien.

Den politiske kontekst er ændret betydeligt i 2016. Navnlig markerede RU's plenarforsamling den 11. oktober 2016 starten på et større politisk initiativ "[Refleksioner over Den Europæiske Union – nu og fremover](http://www.toad.cor.europa.eu/AgendaDocuments.aspx?pmi=RmFYXXWy9u8x66nPVi%2bMdYD2%2fmm0FfcxdLxAYnYqvwQ%3d&ViewDoc=true)", der lægger op til en trinvis ændring af kommunikationsaktiviteterne, herunder borgerdialoger, lokale arrangementer og andre kommunikationsaktiviteter, hvor det væsentlige er at lytte til mennesker på jorden og give feedback til Bruxelles. Det politiske lederskab i RU ønsker at genskabe tilliden og opbygge et Europa, der er tættere på borgerne, med henblik på 60-årsjubilæet for Romtraktaten den 25. marts 2017 og derefter. Dette er kernen af den femårige kommunikationsstrategi "Genetablering af båndet mellem EU og borgerne: dialog mellem det lokale niveau og EU-niveauet".

I betragtning af vigtigheden af initiativet "Refleksioner over Den Europæiske Union" bør dette udgøre et særskilt prioriteret kommunikationstema i forlængelse af politisk prioritet nr. 5. Eftersom de mest konkrete fordele ved EU har at gøre med investeringer, vækst og arbejdspladser, vil en frisk start for den europæiske økonomi blive et tema i forlængelse af politisk prioritet nr. 1. Og på baggrund af borgernes aktuelle bekymringer om migration og integration af flygtninge, bør dette være det tredje prioriterede kommunikationstema.

# **2017-kommunikationskampagnerne**

Relevante medlemsaktiviteter vil blive dækket, men ressourcerne vil blive koncentreret om et begrænset antal temaer, som i betragtning af RU's politiske prioriteter og [Kommissionens arbejdsprogram for 2017](http://ec.europa.eu/atwork/key-documents/index_da.htm) forventes at blive særlig vigtige i 2017. Som i 2016 vil den medlemscentrerede tilgang resultere i øget støtte til lokale aktiviteter i medlemsstaterne, såsom borgerdialoger. I denne henseende vil det eksisterende samarbejde og partnerskab med EU-institutionerne blive yderligere udviklet. For hver af de tre 2017-kampagner vil der i form af operationelle køreplaner blive stillet et antal kommunikationsværktøjer til rådighed, herunder:

* informationspakker til RU-medlemmer med narrativer/vejledende synspunkter, projekteksempler, briefinger/faktablade, præsentationer, infografikker, videoclips
* medie- og presseaktiviteter, herunder mediepartnerskaber, journalistseminarer osv.
* web-, audiovisuelle og SoMe-aktiviteter
* centrale arrangementer, konferencer og seminarer.

En detaljeret oversigt over de aktiviteter, der foreslås for de generelle prioriteter og de tematiske kampagner, findes i bilag I.

## **Kampagne 1: Refleksioner over Europa – nu og fremover**

Resultatet af den britiske Brexitafstemning er blot ét tegn på borgernes historisk lave tillid til Den Europæiske Unions evne til at leve op til deres forventninger. Behovet for at lytte til borgernes synspunkter og tage hensyn til disse er helt afgørende og kan intetsteds håndteres bedre end på lokalt niveau. Formidlingen af EU som en tovejs- og bottom-up-proces begynder i vores rådhuse, og RU's medlemmer er de naturlige partnere til at realisere dette.

Denne kommunikationsprioritet er kun blevet endnu vigtigere i kraft af det brev, som formanden for Det Europæiske Råd, Donald Tusk, sendte til RU's formand i november 2016, med anmodning om, at RU udarbejder en udtalelse om "Overvejelser om Europa: de regionale og lokale myndigheders stemme for at genopbygge tilliden til Den Europæiske Union". RU hilste denne anmodning velkommen og har igangsat en politisk proces, som vil føre til, at en sådan udtalelse vil kunne blive vedtaget i 2018 efter en bred og inkluderende proces for høring af græsrødderne.

Gennem et intensivt samarbejde med de andre EU-institutioner har RU allerede argumenteret for en bedre koordineret og mere struktureret tilgang til decentral kommunikation og f.eks. nået målet på 500 borgerdialoger op til europaparlamentsvalget i 2019, som var blevet foreslået i sin udtalelse om at genskabe borgernes tilknytning til Europa, der blev vedtaget i december 2014, og som nu er referencepunktet for Kommissionens arrangementer.

I 2017 vil RU navnlig som led i den udtalelse, som Det Europæiske Råd har anmodet om, øge sit fokus på sådanne lokale arrangementer. RU agter at udnytte sine egne møder i medlemsstaterne som "reach out"-aktiviteter og støtte medlemmerne i at afholde individuelle borgerdialoger og rådhusdebatter i deres byer/regioner. Dertil kommer, at RU's medlemmer og suppleantmedlemmer vil blive tilskyndet til at deltage tredjepartsarrangementer på lokalt plan, navnlig i samarbejde med EU-institutionerne, også med henblik på at øge opmærksomheden forud for europaparlamentsvalget i 2019. Overalt hvor det er muligt, vil RU's medlemmer/suppleanter blive opfordret til at gå sammen med politiske ledere på europæisk, nationalt, regionalt og lokalt plan for at bidrage til debatten om EU's fremtid.

Bekymringer, behov og ønsker, som de borgere, der deltager i disse lokale arrangementer, giver udtryk for, vil blive formidlet til alle EU-institutioner og nationale partnere gennem kommunikationsaktiviteter, den på anmodning af Det Europæiske Råd udarbejdede udtalelse og RU's almindelige lovgivningsarbejde. Deltagende borgere, som ønsker at blive orienteret om opfølgningen på borgerdialogerne, vil modtage feedback i overensstemmelse med gældende regler om databeskyttelse.

## **Kampagne 2: Fremme af beskæftigelse, vækst og investeringer i Europas byer og regioner**

Denne kampagne, der startede i 2016, vil fortsætte. Den drejer sig om behovet for at inddrage regionale og lokale myndigheder, når det drejer sig om offentlige og private investeringer, at fremme økonomisk, social og territorial og social samhørighed for alle regioner og byer i EU og at stimulere udveksling og politisk læring i denne henseende. I 2017 vil der komme gang i debatten om EU-budgettet efter 2020, og RU vil fremlægge regionernes og byernes syn på såvel budgettet som de tilhørende lovgivningsforslag, navnlig med hensyn til samhørighedspolitik og udvikling af landområderne.

Kommunikationsaktiviteterne vil anvende RU's udtalelser, studier, seminarer, konferencer og publikationer og relaterede budskaber, og aktiviteterne vil kulminere under den 15. europæiske uge for regioner og byer (9.-12. oktober) med den første tale nogensinde af RU's formand om "De europæiske territoriers tilstand: regioner, byer og landsbyer". Der vil blive vedtaget en operationel køreplan for denne kampagne med de vigtigste milepæle for samhørighedspolitikkens fremtid og RU's handlingsplan for investeringer, hvorved det vil blive sikret, at der er forbindelse til RU-underudvalgenes arbejde.

## **Kampagne 3: Fremme af global stabilitet gennem regionalt og lokalt samarbejde**

Debatterne om den lokale dimension af EU's udenrigsrelationer og -politikker vil fortsætte i 2017. Migration og integration af flygtninge vil blive et af de centrale emner for denne kampagne, idet der bygges på integrationsforummet fra december 2016 og vedtagne RU‑udtalelser om migrationsspørgsmål. De fortsatte migrationsstrømme, integrationsudfordringerne og ustabiliteten i EU's østlige og sydlige naboskabsområde er fortsat en udfordring på alle myndighedsniveauer. Borgerne forventer med rette, at EU leverer et betydeligt bidrag til frihed, solidaritet og sikkerhed i denne henseende.

Klimaforandringerne og opfølgningen af COP22 kan blive et andet vigtigt område. Med hensyn til disse og relaterede politikområder og -initiativer vil RU fortsætte sine politiske aktiviteter og netværksaktiviteter, navnlig gennem en uddybning af sit samarbejde med regionale og lokale repræsentanter gennem ARLEM- og CORLEAP-forsamlingerne og andre internationale instanser og netværk.

Præsidiemødet i Malta i februar 2017 vil være en nøgledato for denne kampagne. Igennem hele 2017 vil kommunikationsaktiviteter på både EU- og lokalt plan bidrage til at øge opmærksomheden om disse spørgsmål blandt interessenterne og i offentligheden og fremme udveksling af god praksis. Der vil blive vedtaget en operationel køreplan med de vigtigste milepæle for denne kampagne, hvorved det vil blive sikret, at der er forbindelse til RU-underudvalgenes arbejde.

# **RU's kommunikation i 2017: almindelige og innovative aktiviteter**

Kampagnetilgangen, som blev anvendt for første gang i 2016, og som gennem medieaktiviteter og -arrangementer skal fokusere på et begrænset antal temaer, vil skulle have en mere målrettet ramme i 2017. I denne henseende vil kampagnelederne få mere specifikke opgavebeskrivelser, ligesom der vil blive anvendt kampagneteams på tværs af tjenestegrenene. Kommunikationsgruppen skal yderligere udvikles til at blive et uformelt netværk for refleksion, statusopgørelse og udveksling af resultaterne af årets løbende kommunikationsaktiviteter. I 2017 vil en budgetreserve på 10 % blive brugt til at afprøve innovative kommunikationstilgange, f.eks. ved at kombinere forskellige medier, samt til ekstern evaluering af gennemslagskraften.

Afdeling for afdeling vil 2017-prioriteterne være følgende:

**Presse- og medierelationer:**

Tjenesterne omfatter presse- og medierelationer forvaltet af et team af pressemedarbejdere og et audiovisuelt team til produktion og distribution af videoer og fotos. RU's "kommunikationsplanlægger" opdateres løbende i samarbejde med andre tjenestegrene og ledelsen og indeholder samtlige kommunikationsaktiviteter for en periode på flere måneder. Pressemedarbejderne følger arbejdet tæt med RU's underudvalg, bruxellesbaserede korrespondenter og medier i et eller flere lande. Det audiovisuelle team producerer AV‑materiale for medier og sociale medier. Det dækker RU's centrale vedtægtsmæssige arrangementer og outreach-arrangementer og opretholder kontakt til europæiske, nationale, regionale og lokale TV-stationer. 2017-prioriteterne vil omfatte:

* **Mediepartnerskaber:** I betragtning af succesen af de eksisterende partnerskaber (Spanien, Italien, Polen) vil den geografiske dækning blive udvidet til et eller to andre lande, og flere kampagne- eller arrangementsspecifikke korttidspartnerskaber vil blive afprøvet.
* **Besøg af journalister:** I betragtning af ovennævnte prioritet og det begrænsede budget vil fokus for journalisters besøg være på plenarforsamlinger og centrale arrangementer (navnlig dem, der har et betydeligt kommunikationspotentiale, der inddrager medlemmer).
* **Audiovisuel produktion:** Da individuelle interviews ikke når særlig langt ud, vil antallet af produktioner blive nedsat, med fokus på opsummerende rapportering fra plenarforsamlinger og nye informationsformater, som f.eks. tematiske dossierer om et begrænset antal udtalelser.

**Arrangementer:**

To konferenceteams og et besøgstjenesteteam tager sig af koncepter, kvalitetsstandarder og rådgivning til RU-tjenestegrenenes planlægning af arrangementer og som led i lokale arrangementer. For sidstnævnte og konferencer med eksterne arrangører i RU's lokaler følges der en procedure, der involverer alle RU-tjenestegrene. Besøgstjenesten tager sig af anmodninger om besøg og logistisk forberedelse og planlægning, koordinerer talerteamet og samarbejder med de andre EU-institutioners besøgstjenester. 2017-prioriteterne vil omfatte:

* **Den europæiske uge for regioner og byer:** Nytænkning af formatet for åbningsseancen, fastlæggelse af en outreach-strategi for den nye tale af RU's formand om "De europæiske territoriers tilstand: regioner, byer og landsbyer", og nytænkning af arrangementets tematiske og organisationsmæssige fokus.
* **EuroPCom:** Afvikling af 2017-udgaven i november i stedet for ugen efter den europæiske uge for regioner og byer, søgen efter mere interaktivitet og projektimplementering gennem lokale myndigheder i samarbejde med Kommissionens repræsentationskontorer, Europa-Parlamentets informationskontorer og Europe Direct-informationscentre. Konklusioner og forslag, som kommer ud af EuroPCom, skal bruges som input til RU's arbejde.
* **Lokale arrangementer / Borgerdialoger:** Den tilgang, der blev påbegyndt i 2016, vil blive ført videre, og samarbejdet med lokale myndigheder og EU-institutionerne vil blive intensiveret.

**Publikationer, social og digital kommunikation:**

Tjenesterne omfatter sammenkobling af RU-medlemmerne og deres byer/regioner med EU‑institutionerne i Bruxelles med anvendelse af en bred vifte af digitale og SoMe-kanaler samt trykte og elektroniske publikationer. Dertil kommer, at det digitale indhold konstant udvikles. Der vil blive tilbudt rådgivning om og udveksling af webbaseret kommunikation, sociale medier og publikationer til RU-medlemmerne og personale i RU og EU‑institutionerne. 2017-prioriteterne vil omfatte:

* **Onlinearrangementer:** Afprøve yderligere muligheder for onlineudbredelse af RU's arrangementer, herunder interaktivitet med onlinefølgere. Drage lære af onlinekurserne i 2016 (MOOC) og konsolidere samarbejdet med andre EU-institutioner om onlineundervisning.
* **Publikationer:** Digitalisering af magasinet "Regions and Cities of Europe" og konsolidering med e-nyhedsbrevene.
* **Visuel identitet:** Anvende de nye grafiske retningslinjer på alle publikationer og udfase alle ikkeinstitutionelle logoer inden midten af 2017.
* **Web:** Nyt design til hjemmesiden, og anvendelse af det nye RU-logo på alle sider vil blive efterfulgt af trafikbaseret prioritering af siderne. Der forberedes en gennemgribende revision i 2018, herunder de relevante interne workflows og integration af eksternaliserede websider.
* **Sociale medier:** SoMe-anbefalinger til RU's medlemmer, herunder undervisning, og adfærdskodeksen for RU's personale vil blive indført. RU's officielle konti på de forskellige kanaler vil blive konsolideret.

**Negative prioriteter**

I betragtning af ressourcebegrænsningen vil RU ikke være i stand til at skabe opmærksomhed om enhver aktivitet, om ethvert emne og på ethvert niveau. Ressourcerne vil skulle allokeres på grundlag af institutionelle prioriteter og resultatbaseret budgetlægning.

# **Evaluering og konsekvensanalyse**

I 2017 vil overvågningen og evalueringen af kommunikationsaktiviteterne blive konsolideret og bedre integreret. De eksisterende rapporter om medier, arrangementer og onlineudbredelse og -resultater vil blive harmoniseret med henblik på at levere samlede månedlige rapporter til RU's ledelse og de politiske grupper. Derudover vil specifikke undersøgelser af aktiviteter og redskaber, såsom infopakker, medie- og presseaktiviteter, arrangementer, web- og online-værktøjer, blive gennemført under inddragelse af de relevante målgrupper. De relevante indikatorer beskrives i bilag II.

Inden anden halvdel af 2017 vil der blive gennemført en **ekstern evaluering** af RU's kommunikationsstrategi for 2015-2020, som vil kombinere en onlinerundspørge og interviews med målgrupper, med henblik på vurdere virkningen af kommunikationsplanerne for 2015 og 2016 og femårsstrategien.

I **onlinerundspørgen** vil regionale og lokale interessenter (inkl. medlemmerne) blive spurgt,

* om de har set eller hørt om kommunikationsaktiviteterne i forbindelse med de tre tematiske kampagner (mål: 50 %, ingen nulstilling);
* om de opfatter RU som et organ, der har indflydelse på EU's politiske beslutningsproces set i et lokalt og regionalt perspektiv (mål: gennemsnitligt resultat: 3,5 ud af en skala på 5; nulstilling i 2015: 3,15);
* om de mener, at de kommunikationstjenester og -værktøjer, som RU stiller til rådighed, er nyttige.

I **interviewene** (et udsnit af RU-medlemmer, partnere fra andre EU-institutioner samt regionale og lokale interessenter) vil det blive vurderet, hvordan kommunikationsaktiviteterne og især de tre tematiske kampagner er blevet opfattet (opmærksomhed, engagement, evaluering). Dette vil blive gentaget 2019.

# **Ressourcer og budget**

Kommunikationsplanen for 2017 vil råde over de samme ressourcer som i tidligere år. RU's Direktorat for Kommunikation har i dag 51 ansatte. Kommunikationsaktiviteterne koordineres med andre tjenestegrene og de politiske gruppers sekretariater.

I 2017 vil det operationelle årsbudget være på 1.935.629 EUR fordelt på fire budgetkonti:

* 439.850 EUR til afholdelse af arrangementer (i eller uden for Bruxelles) i samarbejde med lokale og regionale myndigheder, disses sammenslutninger eller andre EU‑institutioner (budgetkonto 2542);
* 682.210 EUR til relationerne til medier (europæiske, nationale, regionale, lokale eller specialiserede) og partnerskaber med audiovisuelle eller skrevne medier samt radio (budgetkonto 2600);
* 774.471 EUR til produktion af digitalt indhold og distribution af informationsmæssig støtte på audiovisuelle medier, elektroniske eller webbaserede medier (budgetkonto 2602);
* 39.098 EUR til udgifter til dokumentation og bibliotek, inkl. abonnementer på specialiserede medier (budgetkonto 2622).

En detaljeret oversigt over budgettet, opdelt efter konto og aktivitetsområde, blev forelagt for UFAA den 14. november 2016.

\*

\* \*

**Bilag I – Oversigt over specifikke kommunikationsaktiviteter i 2017**

**Presse og medier**

* Udvikling af **"medlems-centreret" materiale, der fortæller en historie,** for at sætte rigtige politikere i stand til at præsentere rigtige succeshistorier for rigtige mennesker.
* Udvikling og gennemførelse af **presse- og medieaktiviteter med fokus på de tematiske kampagner** i samarbejde med Europa-Parlamentet, Rådet og Kommissionen.
* Videreudvikling af den eksisterende tilgang til **mediepartnerskaber** med nationale nyhedsbureauer og udforskning af mulighederne for at udvikle nye ad hoc-partnerskaber i forbindelse med organiseringen af særlige arrangementer (såsom lokale arrangementer).
* Yderligere konsolidering af de tjenester, der ydes af det nye **AV-team**, hvad angår synergier med kontorerne i øvrige EU-institutioner og relationer til nationale/regionale tv-stationer.

**Arrangementer**

* Organisering af **lokale arrangementer** som led i "[Refleksioner over Den Europæiske Union – nu og fremover](http://www.toad.cor.europa.eu/ViewDoc.aspx?doc=obsolete%5CDA%5CCOR-2016-03179-02-00-PSP-TRA_DA.docx&docid=3192523)".
* Organisere den **15. europæiske uge for regioner og byer** fra den 9. til den 12. oktober 2017 i Bruxelles, sammen med Kommissionens GD for Regionalpolitik og Bypolitik og mere end 180 lokale arrangementer i regioner og byer i EU. I denne sammenhæng vil den første rapport om "De europæiske territoriers tilstand: regioner, byer og landsbyer" blive fremlagt som en opfølgning til "Refleksioner over den Europæiske Union – nu og fremover".
* Medarrangere og huse **arrangementer i RU's bygninger** om nøje udvalgte tematiske prioriteter i umiddelbar forbindelse med RU's plenarforsamlinger og i samarbejde med relevante GD'er i Kommissionen og andre interessenter.
* Afholde den **8. europæiske konference om offentlig kommunikation (EuroPCom)** om emnet "sammenkobling af europæiske debatter" (skal bekræftes) i november 2017 i samarbejde med Kommissionen, Europa-Parlamentet, Rådet og Det Europæiske Økonomiske og Sociale Udvalg.
* Gøre brug af **lokale og regionale myndigheders og deres sammenslutningers eksisterende og nye kommunikationsaktiviteter, samarbejde med "Europe Direct"-informationscentrene, Kommissionens repræsentationskontorer i medlemsstaterne, Europa-Parlamentets informationskontorer** og andre netværk.Opstille modeller og foretage strategiske sammenligninger med henblik på at fremme et sådant samarbejde på tematisk og/eller geografisk niveau og foreslå, at hvert RU‑medlem deltager i mindst to lokale arrangementer i form af borger- eller interessentdialoger i årets løb om denne tematiske prioritet.

**Online-kommunikation, sociale medier og digitalt indhold**

* Færdiggøre digitaliseringen af publikationer som fastlagt i den **Strategi om Digital Kommunikation,** som præsidiet vedtog den 10. oktober 2016. På baggrund af en analyse af omkostningernes omfang og behovet for at styrke materialer til de nationale delegationer, vil papirmagasinet Regioner og Byer blive indarbejdet i e‑nyhedsbrevssystemet.
* Forbedre virkningen af indhold på baggrund af **et værktøj, hvormed man kan følge med i de sociale medier, og et interinstitutionelt webbaseret statistisk værktøj**, hvilket gør det muligt at følge virkningen og løbende justere indholdet. På startsiden vil de aktiviteter, der vises (bortset fra afsnittet om formanden (venstre side) og medlemmerne (i midten)), være de mest sete punkter fra nyheder, arrangementer, meninger mv. ("brugerdrevet indhold"). Der vil endvidere blive inkluderet links til de politiske grupper websider.
* Definere de funktionelle specifikationer og **det grafiske design for RU's kommende webside**.
* Udvikle en yderligere serie af **"digitale arrangementer"**, hvor der bruges modellen for online-masselæringskurset (MOOC), der er blevet gennemført og vurderet i 2015 og 2016.
* **Innovationernes** formål er at nå ud til målgrupperne via de mest hensigtsmæssige kanaler, hvad enten det er de sociale medier, e-mailkommunikation, internettet eller digitale publikationer.

\*

\* \*

**Bilag II – Outputindikatorer**

**Presse og medierelationer**

* Der vil på en månedlig basis eller efter plenarforsamlinger og nøglearrangementer blive udarbejdet medierapporter, der fremviser resultaterne med hensyn til medieomtale og ‑dækning, herunder gennem audiovisuelle medier. Disse rapporter vil endvidere indeholde kvalitative analyser efter tema og land.

**Arrangementer**

* Som det hidtil har været tilfældet, vil resultaterne og virkningerne af centrale RU‑arrangementer blive dokumenteret ved hjælp af evalueringer og protokoller. Ved siden af undersøgelser af deltagernes tilfredshed vil førstnævnte inkludere information om RU-arrangementernes gennemslagskraft, f.eks. mht. opfølgningsaktiviteter, der gennemføres af lokale myndigheder.

**Publikationer, online-medier og sociale medier**

* Der vil på en månedlig basis eller efter plenarforsamlinger og nøglearrangementer blive udarbejdet månedsrapporter, der fremviser resultaterne med hensyn til dækning. Endvidere vil eksisterende og nye redskaber blive brugt til bedre at følge med i anvendelsen af RU's publikationer og onlinekilder. Ved givne lejligheder vil der blive foretaget specifikke evalueringer for at styrke anvendeligheden af RU's papir- og webpublikationer.

\*

\* \*

**Bilag III – Struktur, opgaver og personale i Direktoratet for Kommunikation**

Direktoratet for Kommunikation (D) forvalter RU's forskellige kommunikationsværktøjer såsom medierelationer, konferencer og arrangementer, digital kommunikation, herunder web-baseret kommunikation, sociale medier og publikationer. Direktoratet har i alt 51 ansatte (22 AD, 20 AST, 2 udsendte nationale eksperter, 7 kontraktansatte). Direktoratets ledelse (2 AD, 3 AST, 1 kontraktansat) omfatter også et team, der fører tilsyn med budgettet for kommunikation. Direktoratets tre kontorer varetager følgende opgaver med det anførte personale:

* **Pressemedarbejdere og forbindelser til medierne (D.1):** Dette kontor (10 AD, 3 AST, 2 kontraktansatte) yder støtte til RU's medlemmer og tjenestegrene i form af presse- og medierelationer og audiovisuelle tjenester. Det omfatter et team af pressemedarbejdere og et audiovisuelt team til produktion og distribution af videoer og fotos.
* **Kontor D.2 – Arrangementer:** Dette kontor (5 AD, 7 AST, 2 udsendte nationale eksperter) yder støtte til RU's medlemmer og tjenestegrene ved at tilrettelægge arrangementer, og det omfatter et team, der organiserer den årlige europæiske uge for regioner og byer, et konferenceteam og et besøgstjenesteteam.
* **Kontor D.3 – Sociale og digitale medier og publikationer:** Dette kontor (5 AD, 7 AST, 4 kontraktansatte) yder støtte til RU's medlemmer og tjenestegrene i form af kommunikation på de sociale og digitale medier, publikationer og grafisk design, og det omfatter et team for de sociale og digitale medier og et team for publikationer.

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