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

**Kako postići da Europska unija radi
za svoje građane?**

**Komunikacijski plan
Europskog odbora regija
za 2017. godinu**

Ovaj dokument predstavit će se Predsjedništvu Europskog odbora regija 7. prosinca 2017.

# **Kontekst**

Ovo je drugi godišnji plan koji Predsjedništvo Europskog odbora regija (OR) mora usvojiti kao dio svoje [**Komunikacijske strategije za razdoblje 2015. – 2020.**](http://www.toad.cor.europa.eu/AgendaDocuments.aspx?pmi=RmFYXXWy9u/rX9gNAmENUi8gZIggfXu7WPJeH5l+95Y=&ViewDoc=true) U njoj je istaknuta potreba da se Europa ponovno poveže sa svojim građanima preko usmjerene, dvosmjerne komunikacije koja je usredotočena na članove OR-a i u sinergiji s lokalnim i regionalnim vlastima te preko poboljšane suradnje s Europskom komisijom, Europskim parlamentom i Vijećem.

Kao i 2016. godine, u ovom se **Komunikacijskom planu** navodi ograničen broj tematskih prioriteta koji odražavaju političke prioritete OR-a za razdoblje od 2015. do 2020. godine, zajedno s tematskim prioritetima njegovih povjerenstava i komunikacijskih aktivnosti političkih skupina u OR-u. Nadalje, njime se uzima u obzir suradnja OR-a s drugim institucijama EU-a, posebno s Europskim parlamentom i Europskom komisijom.

Taj plan izrađen je u svjetlu preliminarnih rezultata Komunikacijskog plana za 2016. godinu, a njegova konačna verzija predstavit će se Predsjedništvu OR-a 22. veljače 2017. Proračunski aspekti tog plana predstavljeni su Povjerenstvu za financijske i administrativne poslove OR-a 14. studenog 2016. Neovisna ocjena učinka strategije i njezine provedbe provest će se tijekom 2017. godine za sastanak Predsjedništva u srpnju.

# **Komunikacija o političkim prioritetima OR-a za razdoblje 2015. – 2020.**

Komunikacijske aktivnosti OR-a odražavat će **pet političkih prioriteta OR-a za razdoblje 2015. – 2020.** koji su usvojeni u lipnju 2015. godine:

1. nov početak za europsko gospodarstvo;
2. teritorijalna dimenzija zakonodavstva EU-a;
3. jednostavnija, povezanija Europa;
4. stabilnost i suradnja u okviru Europske unije i izvan nje;
5. Europa građana Europa je budućnosti.

Uprava za komunikaciju osigurat će **odgovarajuće izvješćivanje o zakonodavnom radu i institucionalnim aktivnostima** u tih pet prioritetnih područja te će zahvaljujući integriranoj uporabi najprimjerenijih komunikacijskih sredstava za one aktivnosti koje imaju potencijala za ostvarivanje najvećeg učinka omogućiti dostupnost ključnih informacija o mišljenjima i drugim institucionalnim inicijativama. S obzirom na ograničena sredstva, ispravna kombinacija medija ostvarit će se uporabom OR-ovih službi za medije, audiovizualnih medija, događanja, internetskih stranica, društvenih medija i publikacija, uzimajući u obzir vrijednost objave, političku i institucionalnu važnost i potencijalne ciljne skupine utvrđene u strategiji.

Tijekom 2016. godine politički kontekst znatno se izmijenio. Konkretno, plenarno zasjedanje OR-a održano 11. listopada 2016. označilo je početak velike političke inicijative „[Razmišljanje o Europi. Sadašnjost i budućnost](https://toad.cor.europa.eu/ViewDoc.aspx?doc=obsolete%5CEN%5CCOR-2016-03179-02-00-PSP-TRA_EN.docx&docid=3192523)”, kojom se predviđa znatna promjena u komunikacijskim aktivnostima kojima su obuhvaćeni dijalozi s građanima, lokalna događanja i druge komunikacijske aktivnosti u kojima je ključno slušati građane na terenu i slati povratnu informaciju u Bruxelles. U kontekstu 60. obljetnice Ugovora iz Rima i razdoblja nakon nje političko vodstvo Europskog odbora regija želi vratiti povjerenje i izgraditi Europu koja je bliža građanima. To je glavna misao petogodišnje komunikacijske strategije „Ponovno povezivanje Europe s njezinim građanima uspostavljanjem dijaloga između lokalne razine i razine EU-a”.

S obzirom na zahtjeve provedbe „Razmišljanja o Europi”, to bi trebala postati zasebna prioritetna komunikacijska tema u cilju 5. političkog prioriteta. Budući da je većina konkretnih prednosti EU-a u ulaganjima, rastu i zapošljavanju, nov početak za europsko gospodarstvo bio bi tema u cilju 1. političkog prioriteta. A s obzirom na prevladavajuću zabrinutost građana zbog migracija i integracije izbjeglica, to bi trebalo postati trećom prioritetnom temom za komunikaciju.

# **Komunikacijske kampanje za 2017. godinu**

Iako će se izvješćivati i o relevantnim aktivnostima članova OR-a, sredstva će biti usmjerena na ograničen broj tema za koje se očekuje da će biti posebno važne u 2017. godini. s obzirom na političke prioritete OR-a i [Program rada Komisije za 2017.](http://ec.europa.eu/atwork/key-documents/index_en.htm) Kao i 2016. godine, pristup usmjeren na članove dovest će do pojačane podrške lokalnim aktivnostima u državama članicama, kao što su dijalozi s građanima. U tom će se pogledu dodatno razvijati postojeća suradnja i partnerstvo s institucijama Europske unije. Za svaku od triju kampanja u 2017. godini podnijet će se niz komunikacijskih alata preko operativnih planova, uključujući:

* informacijske pakete za članove OR-a kojima su obuhvaćeni retorika/izjave, primjeri projekata, kratke upute / informativni članci, prezentacije, infografike, videozapisi.
* aktivnosti medija i tiska, uključujući medijska partnerstva, novinarske seminare itd.;
* aktivnosti na internetu, audiovizualne aktivnosti i aktivnosti na društvenim medijima;
* ključna događanja, konferencije i seminare.

Detaljan pregled aktivnosti koje se predlažu za opće prioritete i tematske kampanje prikazan je u Dodatku I.

## **1. kampanja: razmišljanje o Europi – sadašnjost i budućnost**

Rezultat referenduma o izlasku Ujedinjene Kraljevine iz EU-a (tzv. Brexit) samo je jedan znak dosad neviđeno niske razine povjerenja građana u sposobnost Europske unije da ispuni njihova očekivanja. Potreba da se mišljenja građana poslušaju i uzmu u obzir ključna je te se nigdje ne može bolje organizirati kao na lokalnoj razini. „Komunikacija o Europi” u dvosmjernom uzlaznom postupku počinje u našim gradskim vijećnicama, a članovi OR-a logični su partneri koji to mogu omogućiti.

Taj komunikacijski prioritet postao je još važniji nakon zahtjeva koji je predsjednik Europskog vijeća Donald Tusk poslao predsjedniku OR-a u studenome 2016. godine, u kojemu od OR-a traži da izradi mišljenje o temi „Razmišljanje o Europi: glas regionalnih i lokalnih vlasti radi ponovne izgradnje povjerenja u Europsku uniju”. OR je pozitivno reagirao na taj zahtjev te se uključio u politički postupak koji vodi do usvajanja tog mišljenja 2018. godine, nakon opsežnog postupka savjetovanja u koji će biti uključeni građani.

OR je preko intenzivne suradnje s ostalim institucijama EU-a već dao argumente za bolje usklađen i strukturiran pristup za decentraliziranu komunikaciju i ostvario, primjerice, cilj „500 dijaloga s građanima do izbora za Europski parlament 2019. godine”, koji je predložio u svojem mišljenju o temi „Ponovno povezivanje građana s Europom” usvojenom u prosincu 2014. godine, koje sada postaje referentna točka za događanja koja organizira Europska komisija.

Tijekom 2017. godine, posebno u okviru mišljenja koje je zatražilo Europsko vijeće, OR će se više usredotočiti na takva lokalna događanja. OR će iskoristiti svoje sastanke koji se održavaju u državama članicama za aktivnosti dopiranja do građana te će podržati članove u organiziranju zasebnih dijaloga s građanima i raspravama u gradskim vijećnicama u njihovim izbornim jedinicama. Nadalje, članovi OR-a i njihovi zamjenici poticat će se na prisustvovanje događanjima trećih strana, posebno u suradnji s institucijama EU-a, ali i u cilju podizanja razine svijesti uoči izbora za Europski parlament 2019. godine. Kad god bude moguće, članovi OR-a ili njihovi zamjenici pozivat će se na suradnju s političkim vođama na razini EU-a te nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini kako bi pridonijeli raspravi o budućnosti EU-a.

Zabrinutost, potrebe i ambicije građana koji sudjeluju u tim lokalnim događanjima dijelit će se sa svim institucijama EU-a i nacionalnim partnerima preko komunikacijskih aktivnosti, mišljenja određenog za Europsko vijeće i uobičajenog zakonodavnog rada OR-a. Građani koji sudjeluju i žele biti obaviješteni o popratnim mjerama za dijaloge s građanima primit će povratnu informaciju u skladu s postojećim pravilima o zaštiti podataka.

## **2. kampanja: poticanje zapošljavanja, rasta i ulaganja u europske regije i gradove**

Ta je kampanja počela 2016. godine te će se nastaviti. Predstavlja potrebu da se regionalne i lokalne vlasti uključe u javna i privatna ulaganja, da se promiče gospodarska, društvena i teritorijalna kohezija za sve regije i gradove u EU-u te da se potiče razmjena i učenje o politikama u tom kontekstu. Rasprava o proračunu EU-a nakon 2020. godine razradit će se tijekom 2017. godine, a OR će predstaviti mišljenja regija i gradova o proračunu i zakonodavnim prijedlozima koji će slijediti, posebno u pogledu kohezijske politike i ruralnog razvoja.

U komunikacijskim aktivnostima iskoristit će se mišljenja, studije, seminari, konferencije i publikacije OR-a, a povezane poruke i aktivnosti doživjet će vrhunac tijekom 15. europskog tjedna regija i gradova (9. – 12. listopada), u prvom govoru predsjednika OR-a o temi „Stanje teritorija u Europskoj uniji: regije, gradovi i sela”. Operativni plan kojim je obuhvaćena ta kampanja s ključnim komunikacijskim prekretnicama za budućnost kohezijske politike i akcijski plan OR-a o ulaganjima bit će dogovoreni, čime će se zajamčiti veza s radom povjerenstava OR-a.

## **3. kampanja: podrška globalnoj stabilnosti u vidu regionalne i lokalne suradnje**

Rasprave o lokalnim dimenzijama vanjskih odnosa i politika EU-a nastavit će se tijekom 2017. godine. Migracije i integracija izbjeglica bit će neke od ključnih tema te kampanje, nadovezujući se na forum o integraciji iz prosinca 2016. godine te usvojena mišljenja OR-a o migracijskim pitanjima. Stalni migracijski tokovi, izazovi integracije i nestabilnost u istočnom i južnom susjedstvu EU-a i dalje predstavljaju izazov na svim razinama upravljanja. Građani s pravom očekuju da će Europa znatno pridonijeti slobodi, solidarnosti i sigurnosti u tom pogledu.

Još jednim važnim područjem mogu postati klimatske promjene i popratne mjere nakon konferencije COP 22. Na temelju tih i povezanih političkih područja i inicijativa OR će tijekom 2017. nastaviti sa svojim političkim aktivnostima i aktivnostima umrežavanja, posebno produbljujući svoju suradnju s regionalnim i lokalnim predstavnicima preko svojih skupština ARLEM-a i CORLEAP-a te drugih međunarodnih tijela i mreža.

Sastanak Predsjedništva na Malti u veljači 2017. bit će ključan datum za tu kampanju. Tijekom 2017., komunikacijske aktivnosti na razini EU-a i lokalnoj razini pridonijet će podizanju razine svijesti o tim pitanjima među dionicima i javnošću te će potaknuti razmjenu primjera dobre prakse. Bit će dogovoren operativni plan s ključnim komunikacijskim prekretnicama za tu kampanju, čime će se zajamčiti veza s radom povjerenstava OR-a.

# **Komunikacija OR-a za 2017. godinu: opće i inovativne aktivnosti**

Pristup „kampanje” koji je prvi put primijenjen 2016. godine i koji je trebao osigurati usredotočenost na ograničen broj tema u medijskim aktivnostima i događanjima zahtijevat će usmjereniji okvir tijekom 2017. U tom će pogledu dodjela zadaća za voditelje kampanja biti konkretnija te će obuhvaćati rad skupina u kampanji koje se sastoje od predstavnika različitih odjela. Potrebno je dodatno razviti skupinu komunikatora kako bi postala neslužbena mreža za razmišljanje, pregled stanja i dijeljenje rezultata komunikacijskih aktivnosti tijekom godine. Tijekom 2017. iskoristit će se rezerva od 10 % proračuna kako bi se ispitali inovativni pristupi u komunikaciji, npr. kombiniranjem različitih medija, kao i za vrednovanje vanjskog utjecaja.

Ovo će biti prioriteti za 2017. godinu te se predstavljaju po jedinicama:

**Odnosi s tiskom i drugim medijima**

U usluge su uključeni odnosi s tiskom i drugim medijima kojima upravlja tim službenika za odnose s medijima i audiovizualni tim za video i foto-produkciju i distribuciju. U suradnji s drugim uslugama i upravom, alat za planiranje komunikacije OR-a stalno se ažurira te objedinjuje sve komunikacijske aktivnosti tijekom razdoblja od nekoliko mjeseci. Službenici za odnose s medijima blisko surađuju s povjerenstvima OR-a, dopisnicima u Bruxellesu i medijima u jednoj zemlji ili više njih. Audiovizualni tim izrađuje audiovizualne materijale za medije i društvene medije. On prati glavne službene i informativne događaje OR-a i povezuje se s europskim, nacionalnim, regionalnim i lokalnim televizijskim kanalima. Prioriteti za 2017. uključuju:

* **Medijsko partnerstvo:** s obzirom na uspješnost postojećih partnerstava (Španjolska, Italija, Poljska), širenje zemljopisnog opsega na još jednu ili dvije zemlje i ispitivanje više kratkoročnih partnerstava povezanih s kampanjom ili događajima.
* **Posjeti novinara:** s obzirom na navedeni prioritet i ograničen proračun, posjeti novinara bit će usredotočeni na plenarne sjednice i glavna događanja (osobito ona za koje se smatra da imaju značajan komunikacijski potencijal u odnosu na članove).
* **Audiovizualna produkcija:** s obzirom na ograničen doseg pojedinačnih intervjua, smanjit će se broj produkcija i staviti naglasak na sažeta izvješća s plenarnih sjednica i na nove oblike informiranja, kao što su tematski dosjei o ograničenom broju mišljenja.

**Događanja:**

Dva tima za konferencije i tim za posjete osiguravaju koncepte, standarde kvalitete i savjete za planiranje događanja za službe OR-a i u kontekstu lokalnih događanja. Za lokalna događanja i konferencije kojima je OR domaćin, a koordiniraju ih vanjski organizatori, provodi se postupak koji uključuje sve službe OR-a. Tim za posjete bavi se zahtjevima za posjete, logističkim pripremama i planiranjem, koordinira tim javnih govornika i surađuje s odjelima usluga za posjetitelje drugih institucija EU-a. Prioriteti za 2017. uključuju:

* **Europski tjedan regija i gradova:** ponovno razmatranje formata uvodnog zasjedanja, razvijanje strategije objava za novi godišnji govor predsjednika OR-a „Stanje teritorija u Europskoj uniji: regije, gradovi i sela” i preusmjeravanje događanja u tematskom i organizacijskom smislu.
* **EuroPCom:** planiranje izdanja za 2017. u studenome umjesto u tjednu nakon Europskog tjedna regija i gradova, rad na većoj interaktivnosti i provedbi projekata s pomoću lokalnih vlasti u suradnji s delegacijama Europske komisije, informacijskih ureda Europskog parlamenta i informacijskih centara Europe Direct. Djelovanje OR-a potrebno je nadopuniti zaključcima i prijedlozima s konferencije EuroPCom.
* **Lokalna događanja / dijalozi s građanima:** pristup započet 2016. proširit će se, a suradnja s lokalnim vlastima i institucijama EU-a pojačati.

**Publikacije, društvena i digitalna komunikacija:**

Opće usluge uključuju povezivanje članova OR-a i njihovih općina s institucijama EU-a u Bruxellesu s pomoću širokog raspona kanala digitalnih i društvenih medija, kao i tiskanih i elektroničkih publikacija. Osim toga, digitalni sadržaj neprestano se razvija. Savjeti i razmjena u pogledu internetske komunikacije, društvenih medija i publikacija bit će dostupni članovima OR-a i njihovim kolegama u OR-u i institucijama EU-a. Prioriteti za 2017. uključuju:

* **Događanja na internetu:** ispitivanje novih mogućnosti za objavu događaja OR-a na internetu, uključujući interaktivnost sa sljedbenicima; izvući pouke iz masovnih otvorenih internetskih tečaja (MOOC) iz 2016. i pojačati suradnju s drugim institucijama EU-a u pogledu učenja preko interneta.
* **Publikacije:** digitalizacija časopisa „Regije i gradovi Europe” i objedinjenje s e-vijestima.
* **Vizualni identitet:** primjena novog grafičkog identiteta u svim publikacijama i postupno ukidanje svih neinstitucionalnih logotipa do sredine 2017.
* **Internet:** preoblikovanje početne internetske stranice i umetanje novog logotipa OR-a na sve stranice prema redoslijedu utemeljenom na posjećenosti stranice. Očekuje se priprema potpune revizije u 2018. koja će obuhvatiti povezane unutarnje radne postupke i integraciju vanjskih internetskih stranica.
* **Društveni mediji:** predstavljanje preporuka koje se odnose na društvene medije za članove OR-a, uključujući obuku, i pravila ponašanja za osoblje OR-a. Objedinjavanje službenih računa OR-a na različitim kanalima.

**Negativni prioriteti**

S obzirom na ugovorna sredstva, OR neće moći skretati pozornost na sve aktivnosti povezane sa svim temama na svim razinama. Bit će važno dodjeljivati sredstva u skladu s institucionalnim prioritetima i proračunom na temelju rezultata.

# **Vrednovanje i procjena učinka**

Nadzor i vrednovanje komunikacijskih aktivnosti u 2017. bit će konsolidirani i bolje integrirani. Postojeća izvješća o medijima, događanjima i internetskim objavama i rezultatima bit će usklađena u cilju podnošenja sveobuhvatnih mjesečnih izvješća upravi OR-a i političkim klubovima. Štoviše, posebni pregledi aktivnosti i alata kao što su informativni paketi, novinarske/medijske aktivnosti, događanja, mrežna i internetska sredstva provest će se među relevantnim ciljanim skupinama. Povezani pokazatelji navedeni su u Prilogu II.

Prije druge polovice 2017. provest će se **vanjska evaluacija** Komunikacijske strategije OR-a za razdoblje 2015. – 2020. s pomoću kombinacije internetske ankete i intervjua s ciljnim skupinama kako bi se procijenio učinak komunikacijskih planova za 2015. i 2016. i petogodišnje strategije.

U **internetskoj anketi** regionalne i lokalne dionike (uključujući članove) pitat će se:

* jesu li vidjeli/čuli za komunikacijske aktivnosti o trima tematskim kampanjama (cilj: 50 %, referentne vrijednosti nedostupne);
* smatraju li da OR kao tijelo utječe na proces politika EU-a iz lokalne/regionalne perspektive (cilj: prosječni rezultat 3,5 na ljestvici od 5; referentna vrijednost 2015.: 3,15);
* smatraju li korisnima komunikacijske usluge i alate koje osigurava OR.

U **intervjuima** (uzorak se sastoji od članova OR-a, institucijskih partnera EU-a i regionalnih/lokalnih dionika) procijenit će se kakav su dojam ostavile komunikacijske aktivnosti (osviještenost, sudjelovanje, vrednovanje), posebice tri tematske kampanje. Isti postupak ponovit će se u 2019.

# **Sredstva i proračun**

Komunikacijski plan za 2017. izradit će se s pomoću sredstava sličnih onima koja su bila dostupna prethodnih godina. Uprava za komunikaciju OR-a trenutačno ima 51 zaposlenika. Komunikacijske aktivnosti koordiniraju se s ostalim odjelima i tajništvima političkih klubova.

Godišnji operativni proračun u 2017. iznosit će 1 935 629 EUR i financirat će četiri linije proračuna:

* 439 850 EUR za organizaciju događaja (u Bruxellesu ili na decentraliziranim lokacijama) u partnerstvu s lokalnim i regionalnim vlastima, s njihovim udrugama i institucijama EU-a (proračunska linija 2542);
* 682 210 EUR za odnose s medijima s europskim, nacionalnim, regionalnim, lokalnim ili specijaliziranim medijima i partnerstva s audiovizualnim, pisanim ili radijskim medijima (proračunska linija 2600);
* 774 471 EUR za produkciju digitalnog sadržaja i distribuciju audiovizualnih, elektroničkih ili internetskih informacijskih potpora (proračunska linija 2602);
* 39 098 EUR za dokumentiranje i knjižnične troškove, uključujući pretplate na specijalizirane medije (proračunska linija 2622).

Detaljnija raspodjela proračuna prema proračunskim naslovima i području djelovanja predstavljena je Povjerenstvu za financijske i administrativne poslove (CFAA) 14. studenog 2016.

\*

\* \*

**Dodatak I. – Pregled posebnih komunikacijskih aktivnosti za 2017.**

**Tisak i mediji**

* Razrada **materijala za pripovijedanje usmjerenih na članove** koji stvarnim političarima omogućuju predstavljanje stvarnih priča o uspjehu stvarnih ljudi.
* Razrada i provedba usredotočenih **tiskovnih i medijskih aktivnosti o tematskim kampanjama** u suradnji s Europskim parlamentom, Vijećem EU-a i Europskom komisijom.
* Daljnja razrada postojećeg pristupa **medijskim partnerstvima** s nacionalnim novinskim agencijama i istraživanje mogućnosti razvijanja novih *ad hoc* partnerstava povezanih s organizacijom određenih događanja (npr. lokalnih događanja).
* Daljnja konsolidacija usluga novog **audiovizualnog tima** u smislu sinergija s uredima drugih institucija EU-a i odnosa s nacionalnim/regionalnim radiotelevizijskim stanicama.

**Događanja**

* Organizacija **lokalnih događanja** u okviru „[Promišljanja o EU-u – sadašnjost i budućnost](http://www.toad.cor.europa.eu/ViewDoc.aspx?doc=obsolete%5CEN%5CCOR-2016-03179-02-00-PSP-TRA_EN.docx&docid=3192523)”.
* Organizacija **15. europskog tjedna regija i gradova** od 9. do 12. listopada 2017. u Bruxellesu, u suradnji s GU REGIO te 180+ lokalnih događanja u regijama i gradovima EU-a. U tom okviru, prvo izvješće „Stanje teritorija u Europskoj uniji: regije, gradovi i sela” bit će predstavljeno kao nastavak na „Promišljanja o EU-u – sadašnjost i budućnost”.
* Zajedničko organiziranje i održavanje **događanja u prostorima OR-a** o pomno odabranim tematskim prioritetima, na primjer usporedno s plenarnim zasjedanjima OR-a i u suradnji s relevantnim glavnim upravama Europske komisije i ostalim dionicima.
* Organiziranje **8. europske konferencije o javnoj komunikaciji (EuroPCom)** o temi „Povezivanje europskih rasprava” (još nije potvrđeno) u studenome 2017. u suradnji s Europskom komisijom, Europskim parlamentom, Vijećem i Europskim gospodarskim i socijalnim odborom.
* Iskorištavanje postojećih i novih **komunikacijskih aktivnosti lokalnih i regionalnih vlasti i njihovih udruženja, suradnja s informacijskim centrima Europe Direct (EDIC), delegacijama Europske komisije u državama članicama i Uredom za informiranje Europskog parlamenta (EPIO)** te drugim mrežama.Razrada „poslovnih modela” i donošenje strateških usporedbi u cilju poticanja takve suradnje na tematskim i/ili geografskim razinama te predlaganje da svaki član OR-a tijekom godine sudjeluje u barem dvama lokalnim događanjima u obliku dijaloga građana ili dionika o ovoj prioritetnoj temi.

**Sadržaj na internetu, društvenim medijima i digitalni sadržaj**

* Provođenje digitalizacije publikacija kako je određeno **Strategijom o digitalnoj komunikaciji** koju je Predsjedništvo usvojilo 10. listopada 2016. Na temelju analize troškova informiranja i potrebe da se prošire materijali za nacionalna izaslanstva, časopis Regije i gradovi Europe (tisak) integrirat će se u sustav e-vijesti.
* Poboljšavanje učinka sadržaja na temelju **alata za praćenje društvenih medija i međuinstitucijskog internetskog statističkog alata**, koji će omogućiti praćenje učinka i stalno prilagođavanje sadržaja. Na početnoj stranici, pokraj dijela stranice o predsjedniku (na lijevoj strani) i o članovima (u sredini), prikazane aktivnosti obuhvaćat će najgledanije stavke iz vijesti, događanja, mišljenja itd. („sadržaj prilagođen korisniku”). Također će biti prikazane poveznice na internetske stranice političkih klubova.
* Određivanje funkcionalnih specifikacija i **grafičkog dizajna buduće internetske stranice OR-a**.
* Razradit će se nova serija **„digitalnih događanja”** prema modelu masovnih otvorenih internetskih tečajeva (MOOC) koji je proveden i evaluiran u 2015. i 2016.
* **Inovacije** će biti usmjerene na dopiranje do ciljnih skupina publike preko najprikladnijih kanala, kao što su društveni mediji, komunikacija e-poštom, internetske ili digitalne publikacije.

\*

\* \*

**Dodatak II. – Pokazatelji rezultata**

**Odnosi s tiskom i drugim medijima**

* Izvješća za medije sastavljat će se jedanput mjesečno ili nakon plenarnih sjednica i glavnih događanja, na kojima će postignuća biti predstavljena s obzirom na navode i objave u medijima, uključujući audiovizualne medije. Ta će izvješća također sadržavati kvalitativnu analizu po temama i zemljama.

**Događanja**

* Kao i do sada, rezultati i učinci glavnih događanja OR-a bit će dokumentirani u vrednovanjima i zapisnicima. Osim istraživanja o zadovoljstvu sudionika, procjene će uključivati informacije o učinku događanja OR-a, npr. u odnosu na popratne aktivnosti lokalnih administracija.

**Publikacije, internetski i društveni mediji**

* Mjesečna izvješća sastavljat će se jedanput mjesečno ili nakon plenarnih sjednica i glavnih događanja na kojima će postignuća biti predstavljena s obzirom na objave. Nadalje, postojeći i novi alati primijenit će se za bolje praćenje korištenja publikacijama OR-a i internetskim izvorima. U određenim prigodama provest će se namjenske evaluacije u cilju poboljšanja korisnosti tiskanih i internetskih publikacija OR-a.

\*

\* \*

**Dodatak III. – Struktura, zadaci i osoblje Uprave za komunikaciju**

Uprava za komunikaciju (D) upravlja raznim komunikacijskim alatima OR-a kao što su odnosi s medijima, konferencije i događaji, digitalna komunikacija, uključujući internetsku komunikaciju i društvene medije te publikacije. Ova uprava broji ukupno 51 članova osoblja (22 AD, 20 AST, 2 END, 7 CA). Upravljačka razina Uprave (2 AD, 3 AST, 1 CA) također obuhvaća tim za nadzor proračuna za komunikaciju. U trima odjelima Uprave navedeno osoblje zaduženo je za sljedeće zadatke:

* **Tisak i odnosi s medijima (D 1):** Odjel (10 AD, 3 AST, 2 CA) podupire članove i službe OR-a održavanjem odnosa s tiskom i medijima i pružanjem audiovizualnih usluga. Obuhvaća tim službenika za odnose s medijima i audiovizualni tim za video i foto-produkciju i distribuciju.
* **Odjel D 2 – Događanja:** Odjel (5 AD, 7 AST, 2 END) podupire članove i službe OR-a organiziranjem događaja te obuhvaća tim koji jedanput godišnje organizira Europski tjedan regija i gradova, tim za konferencije i tim za posjete.
* **Odjel D 3 – Društveni i digitalni mediji, publikacije:** Odjel (5 AD, 7 AST, 4 CA) podupire članove i službe OR-a na području komunikacija na društvenim i digitalnim medijima, publikacija i grafičkog dizajna. Sastoji se od dvaju timova koji se bave društvenim i digitalnim medijima i publikacijama.

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