|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| CoRLogo_PL |  |  |

**Partnerska współpraca  
na rzecz Europy w wymiarze lokalnym**

**Plan komunikacji  
Europejskiego Komitetu Regionów  
na rok 2018**

# **Ogólny zarys i kontekst polityczny**

„Jestem głęboko przekonany, że właśnie spełnienie oczekiwań obywateli jest drogą do zastąpienia nieufności wobec UE pragnieniem Europy”[[1]](#footnote-1).

Europejski Komitet Regionów (KR) zakłada podejście komunikacyjne oparte na zasadzie „przywrócenia więzi obywateli z Europą w drodze ukierunkowanej, dwustronnej komunikacji skupionej na jego członkach”. W związku z powyższym KR opracowuje swoje działania komunikacyjne na zasadzie partnerstwa i współpracy z „siecią sieci” obejmującą z jednej strony członków KR-u, stowarzyszenia i władze lokalne i regionalne oraz ich sieci, a z drugiej instytucje UE, w szczególności Parlament Europejski, Komisję Europejską i Radę oraz sieci działające w ich ramach. W kontekście strategii komunikacyjnej KR-u na lata 2015–2020 w niniejszym planie komunikacji wskazano ograniczoną liczbę priorytetów i celów, a także narzędzi, kanałów i zasobów potrzebnych do ich osiągnięcia.

**Kontekst polityczny**

W drodze komunikacji KR przedstawia swoją pracę polityczną w odniesieniu do instytucji UE oraz umożliwia wyłonionym w wyborach przedstawicielom lokalnym i regionalnym oraz obywatelom zabranie głosu, a także zapewnia im widoczność. Konieczne jest zapewnienie, aby komunikacja KR-u oparta na pracy politycznej jego poszczególnych komisji była „skupiona na członkach”, w uznaniu faktu, że członkowie KR-u stanowią najcenniejszy atut komunikacyjny Komitetu. Zarówno obecni, jak i przyszli członkowie powinni z łatwością znajdować odpowiedź na pytanie „Co na tym zyskam?” (z politycznego punktu widzenia). Ponadto agenda UE i ostatnie wydarzenia zapewniają kontekst dla ukierunkowanych działań komunikacyjnych, inicjatyw politycznych i imprez. Rok 2018 to ostatni pełny rok bieżącej kadencji instytucji UE przed wyborami europejskimi w 2019 r., a polityczna i komunikacyjna działalność KR-u będzie się wiązała z trzema głównymi wyzwaniami:

* **Przyszłość Europy:** najprawdopodobniej debata na temat przyszłości UE będzie kontynuowana na rozmaitych szczeblach. Oczekuje się, że przyjęcie stosownej opinii KR-u nastąpi w październiku 2018 r., przy czym może ona inspirować dalsze dyskusje polityczne, w szczególności w świetle 8. Europejskiego Szczytu Regionów i Miast KR-u planowanego na początek 2019 r. przed posiedzeniem Rady Europejskiej w Sybinie w dniu 9 maja 2019 r. Stosowne działania komunikacyjne muszą nie tylko zapewnić widoczność opinii opublikowanej w 2018 r., ale także mieścić się i być realizowane w ramach szerszego horyzontu czasowego.
* **Wieloletnie ramy finansowe (WRF):** agenda polityczna na rok 2018 będzie zdominowana przez wniosek Komisji Europejskiej w sprawie WRF dla UE27 po roku 2020, który ma zostać przedstawiony w maju. W jego następstwie zostanie opublikowany szereg wniosków ustawodawczych w sprawie finansowania UE po roku 2020, które obejmą praktycznie wszystkie obszary polityki UE. Niektóre z nich, takie jak polityka spójności, rozwój obszarów wiejskich oraz działalność badawcza, mają pierwszorzędne znaczenie dla inwestycji publicznych dokonywanych przez władze regionalne i lokalne. Na chwilę obecną porozumienia w sprawie WRF oraz wniosków ustawodawczych Parlamentu Europejskiego i Rady nie można się spodziewać przed początkiem 2019 r., z możliwością przedłużenia tego procesu nawet na 2020 r. Niezbędne jest zapewnienie znacznego wysiłku politycznego oraz spójnej komunikacji w okresie wykraczającym poza rok 2019.
* **Wybory europejskie w 2019 r.:** w 2018 r. będą przygotowywane kampanie w związku z wyborami europejskimi planowanymi na czerwiec 2019 r. Już teraz rozpoczęto opracowywanie działań w ramach tzw. marketingu wyborczego w formie międzyinstytucjonalnej kampanii mającej na celu podnoszenie świadomości w 2018 r. Kampania oferuje szeroki zakres możliwości politycznych i komunikacyjnych w 2018 r. i na początku 2019 r., w ramach których KR mógłby zająć stanowisko partnera Parlamentu Europejskiego w taki sam sposób jak inne instytucje UE, aby członkowie KR-u mogli pomagać w zachęcaniu obywateli do udziału w wyborach.

Plan komunikacji na rok 2018 uwzględnia ambicje przewodniczącego w zakresie zwiększenia znaczenia i wpływu KR-u w oparciu o większą widoczność i wzmocnioną współpracę i komunikację, w szczególności z władzami regionalnymi i lokalnymi oraz ich europejskimi stowarzyszeniami.

**Śródokresowa ocena strategii komunikacyjnej KR-u na lata 2015–2020**

W 2017 r. dokonano oceny strategii komunikacyjnej KR-u na lata 2015–2020. W sprawozdaniu przedstawionym przez zewnętrzny podmiot oceniający potwierdzono przyjęte podejście i zalecono szereg usprawnień, w szczególności:

* lepsze wykorzystywanie komunikacji jako katalizatora zmian organizacyjnych, na przykład przez zwiększoną koncentrację ograniczonych zasobów na kluczowych priorytetach, lepszy przekaz podejścia przyjętego w ramach kampanii oraz określanie wymiernych celów;
* dokonanie przeglądu „zarządzania komunikacją” w ramach KR-u, na przykład przez skuteczniejsze opracowanie kluczowego przekazu i uproszczenie procedur podejmowania decyzji;
* testowanie nowych narzędzi i strategii, na przykład kampanii „ramowych” w formie skuteczniejszej integracji powiązanych wiadomości i większego wykorzystywania komunikacji cross-mediowej;
* umocnienie powiązań między komunikacją wewnętrzną i zewnętrzną.

Plan sporządzono w kontekście sprawozdania wstępnego dotyczącego planu komunikacji na rok 2017, którego ostateczna wersja zostanie zaprezentowana Prezydium KR-u w dniu 20 marca 2018 r. Aspekty budżetowe tego planu przedstawiono Komisji Spraw Finansowych i Administracyjnych KR-u w dniu 13 listopada 2017 r. i podlegają ostatecznemu przyjęciu przez ten organ budżetowy.

# **Kampanie komunikacyjne przewidziane na rok 2018**

KR realizuje swoje działania komunikacyjne za pośrednictwem trzech kampanii obejmujących zintegrowany zestaw narzędzi i kanałów w celu zwiększenia widoczności i wpływu prac legislacyjnych zgromadzenia. W tym celu zarządzający kampaniami opracowują szczegółowe plany działania i kierują pracami zespołów, których członkowie pochodzą z różnych służb i które zajmują się realizacją kampanii i monitorowaniem ich efektów. Tematy poszczególnych kampanii oraz schematy ich realizacji zostały opracowane przy zastosowaniu jasno sprecyzowanych kryteriów. W szczególności kampanie:

* mogą potencjalnie prowadzić do aktywnego zaangażowania i uczestnictwa członków KR-u;
* mogą uwydatnić wpływ KR-u oraz zapewnianą przez niego wartość dodaną w odniesieniu do polityki UE;
* mają związek z pracami politycznymi KR-u w zakresie priorytetowych obszarów działania komisji;
* zbliżają do siebie większą liczbę instytucji UE oraz zainteresowanych podmiotów na szczeblu regionalnym i lokalnym.

Narzędzia i działania komunikacyjne w ramach poszczególnych kampanii zostaną określone w „planach działania”, które mogą obejmować:

* pakiety informacyjne dla członków KR-u i zainteresowanych podmiotów w oparciu o podejście „narracyjne” uwydatniające dobre praktyki na szczeblu lokalnym. Pakiety będą zawierały historie i schematy narracji, opisy projektów, noty informacyjne, prezentacje, infografiki, wideoklipy itp.;
* działalność medialną i prasową, w tym partnerstwa medialne, seminaria dla dziennikarzy itp.;
* działalność internetową, audiowizualną i prowadzoną w ramach portali społecznościowych oraz, w stosownych przypadkach, szkolenia w tym zakresie;
* kluczowe imprezy, konferencje i seminaria.

Plany działania i powiązane narzędzia zostaną opracowane i zaktualizowane w świetle bieżącej agendy politycznej i priorytetów tematycznych KR-u oraz jego komisji. Należy zapewnić aktywne uczestnictwo członków, którzy byli lub są sprawozdawcami ds. kwestii podejmowanych w kampaniach, w tym w zakresie przekazywania komisjom sprawozdań z przeprowadzonych kampanii.

## **Kampania nr 1: Praca regionów, miast i władz lokalnych na rzecz przyszłości Europy**

„Europy nie da się zbudować bez jej obywateli – musimy współpracować z nimi, aby ukształtować przyszłość Europy, ponieważ Europa jest ich przyszłością”[[2]](#footnote-2).

**Kontekst i uzasadnienie**

Tocząca się obecnie dyskusja dotycząca przyszłości UE27 określa horyzont czasowy do roku 2025. Dyskusję ukształtowała biała księga Komisji Europejskiej w sprawie przyszłości Unii Europejskiej[[3]](#footnote-3) przedstawiona wiosną 2017 r. i najprawdopodobniej dyskusja będzie kontynuowana w 2018 r. W ramach planu działania do wyborów europejskich w 2019 r. przedstawionego w orędziu na temat stanu Unii w dniu 13 września 2017 r.[[4]](#footnote-4) przewodniczący Komisji Europejskiej Jean-Claude Juncker zasugerował odbycie debat poświęconych „przyszłości Europy” w parlamentach, miastach i regionach. W swym orędziu na temat stanu Unii wygłoszonym dnia 10 października 2017 r. przewodniczący KR-u, Karl-Heinz Lambertz, zaproponował odbycie „debat w ramach naszych lokalnych i regionalnych zgromadzeń” oraz „współpracę (z instytucjami UE) w celu zapewnienia bezpośredniego kontaktu Unii z jej obywatelami”.[[5]](#footnote-5) W dniu 18 października 2017 r. przewodniczący Rady Europejskiej, Donald Tusk, określił kluczowe terminy dla odbycia dyskusji w sprawie przyszłości Europy między szefami państw i rządów w roku 2018 r. i w latach kolejnych.

**Podejście strategiczne i wyznaczone cele**

Kampania stanowi kontynuację poprzedniej kampanii pt. „Rozważania nad Europą”, a jej celem jest zaprezentowanie interesów regionalnych i lokalnych w debacie na temat przyszłości Europy przez uwydatnienie prac legislacyjnych KR-u w tym kontekście, w szczególności związanej z tą kwestią opinii KR-u, która ma zostać przyjęta w 2018 r. Głównym środkiem komunikacji będą „dialogi obywatelskie” prowadzone przez członków KR‑u i wnoszące wkład w kampanię mającą na celu podnoszenie świadomości w zakresie wyborów europejskich, które odbędą się w 2019 r. Planowane jest zwiększenie zakresu, zasięgu i oddziaływania powiązanych działań poprzez wykorzystanie mediów cyfrowych i innych środków przekazu, takich jak aplikacje mobilne, ankiety internetowe, badania, konferencje i noty informacyjne itp. Członkowie KR-u i ich zastępcy będą zachęcani do udziału w imprezach organizowanych przez podmioty trzecie na szczeblu lokalnym, prowadzonych np. w parlamentach i zgromadzeniach regionalnych lub przez instytucje UE i europejskie stowarzyszenia, a także do współdziałania z przywódcami politycznymi na szczeblu unijnym, krajowym, regionalnym i lokalnym. Szczególna uwaga zostanie poświęcona młodzieży i – we współpracy z takimi podmiotami jak np. Parlament Europejski – zostaną opracowane rozmaite formaty działalności. Pod względem ilościowym kampania ma następujące cele:

* odbyć 100 dialogów obywatelskich z udziałem 150 członków KR-u, docierając do 10 tys. obywateli w 27 państwach członkowskich;
* uzyskać 40 tys. odpowiedzi ze wszystkich 27 państw członkowskich w ramach ankiety internetowej;
* wnieść wkład w 50 debat organizowanych przez zgromadzenia regionalne lub lokalne bądź stowarzyszenia na szczeblu europejskim;
* zaangażować się w aktywną współpracę międzyinstytucjonalną w ramach Dialogów Obywatelskich Komisji Europejskiej oraz współdziałać z posłami do Parlamentu Europejskiego, zapraszając ich do udziału w lokalnych wydarzeniach organizowanych przez KR, a także przewidując uczestnictwo członków KR-u w wydarzeniach prowadzonych przez inne instytucje UE;
* przeprowadzić reprezentatywne badanie opinii publicznej w regionach, najlepiej przy wykorzystaniu Eurobarometru;
* bezpośrednio poinformować 500 lokalnych przywódców na temat orędzia przewodniczącego KR-u o stanie Unii (październik 2018 r.) i aktywnie zachęcać ich do interakcji i zaangażowania;
* dotrzeć do 700 ekspertów ds. komunikacji z instytucji UE, regionów i miast;
* poinformować 2000 kandydatów ubiegających się o mandat w wyborach europejskich w 2019 r. na temat roli KR-u oraz jego wpływu na kształtowanie polityki UE (listopad 2018 r. – kwiecień 2019 r.);
* zaangażować do 1000 lokalnych, regionalnych, krajowych i unijnych przywódców politycznych do udziału w Szczycie Regionów i Miast (wiosna 2019 r.).

Istotne etapy:

* pierwsza połowa 2018 r.: szereg debat z przedstawicielami europejskich i krajowych stowarzyszeń władz regionalnych i lokalnych;
* połowa 2018 r.: sprawozdanie w sprawie dialogów obywatelskich KR-u;
* aktywny udział KR-u w kampanii na rzecz podnoszenia świadomości w zakresie wyborów europejskich w 2019 r.;
* przyjęcie opinii KR-u w sprawie przyszłości Europy;
* 9 października: orędzie pt. „Stan Unii z perspektywy regionów i miast”;
* inne debaty, w tym w ramach sesji plenarnych KR-u, na temat kluczowych zagadnień ujętych w Agendzie przywódców Rady Europejskiej;
* listopad 2018 r.: 9. Europejska Konferencja na temat Komunikacji w Sektorze Publicznym (EuroPCom); prezentacja zestawu informacyjnego KR-u opracowanego z myślą o wyborach europejskich w 2019 r.;
* pierwszy kwartał 2019 r.: 8. Europejski Szczyt Regionów i Miast.

## **Kampania nr 2: Inwestycja w zrównoważony wzrost i miejsca pracy we wszystkich regionach, miastach i samorządach lokalnych**

„Ambicji projektu europejskiego, jeśli ma on być wiarygodny, muszą towarzyszyć znaczące środki”[[6]](#footnote-6).

**Kontekst i uzasadnienie**

W następstwie przedstawionego w maju 2018 r. wniosku w sprawie wieloletnich ram finansowych UE (WRF) na okres po 2020 r. zostanie zaprezentowany szereg wniosków ustawodawczych regulujących odpowiednie fundusze i programy UE. W szczególności europejskie fundusze strukturalne i inwestycyjne stanowią istotne źródło inwestycji publicznych na szczeblu lokalnym, a w ich wdrażanie zaangażowane są regiony i miasta, których władze są odpowiedzialne za ponad 50% inwestycji publicznych na terenie UE. Ponadto przyszłość Europejskiego Funduszu na rzecz Inwestycji Strategicznych oraz odpowiednich instrumentów finansowych dostępnych dla władz regionalnych i lokalnych będzie przedmiotem dyskusji w 2018 r. oraz w kolejnych latach. Wreszcie prace KR-u przyniosą efekty w zakresie inwestycji publicznych, współpracy z Europejskim Bankiem Inwestycyjnym oraz roli KR-u w opracowaniu agendy miejskiej dla UE.

**Podejście strategiczne i wyznaczone cele**

Celem kampanii jest zapewnienie aktywnego uczestnictwa władz regionalnych i lokalnych w negocjacjach przyszłych finansów UE oraz ich fundamentów prawnych. Ze względu na niepewność związaną z opuszczeniem UE przez Zjednoczone Królestwo do marca 2019 r. terminowe przyjęcie tych fundamentów jest zagrożone. Zmniejszony budżet UE i opóźnione przyjęcie kolejnych WRF i finansowania UE po roku 2020 miałyby poważne konsekwencje dla inwestycji publicznych na szczeblu regionalnym i lokalnym. Oprócz aktywnego przekazu na temat prac politycznych KR-u w tym kontekście najważniejsze działania komunikacyjne będą obejmowały budowanie koalicji z szerokim wachlarzem zainteresowanych stron w celu zapewnienia terminowego przyjęcia solidnego, skutecznego i uproszczonego finansowania UE po roku 2020, wspierającego spójność gospodarczą, społeczną i terytorialną oraz zrównoważony i stały rozwój wszystkich regionów, miast i obszarów wiejskich. Celem kampanii jest również zapewnienie, aby głos władz lokalnych i regionalnych został usłyszany w debatach na temat polityki społecznej (europejski filar praw socjalnych, Europejski Fundusz Społeczny itp.).

Sojusz na rzecz spójności, który będzie kontynuowany w 2018 r., służy jako podstawa dla tych działań. Pod względem ilościowym kampania ma następujące cele:

* we współpracy z instytucjami UE, europejskimi stowarzyszeniami i urzędami na szczeblu regionalnym zaangażować 20 tys. lokalnych zainteresowanych stron w udział w wydarzeniach dotyczących przyszłości finansów i programów UE;
* przeprowadzić szereg konferencji na wysokim szczeblu dla lokalnych przywódców w zakresie priorytetowych zagadnień związanych z przyszłością finansów UE z perspektywy lokalnej;
* podjąć dialog z kandydatami ubiegającymi się o mandat w wyborach europejskich w 2019 r. w zakresie wizji KR-u dotyczącej przyszłości finansowania UE (listopad 2018 r. – kwiecień 2019 r.);

**Istotne etapy**

* 15 stycznia – 23 lutego: 3. kurs internetowy KR-u (masowy, otwarty kurs internetowy) pt. „Środki UE dla regionów i miast”;
* (daty do ustalenia) konferencje KR-u na temat WRF i wniosków ustawodawczych na okres po roku 2020 w sprawie polityki spójności, rozwoju obszarów wiejskich, programu ramowego w zakresie badań naukowych i innowacji itp.; konferencja współorganizowana z EBI, OECD i Komisją Europejską;
* debaty, w tym w ramach sesji plenarnych KR-u, na temat kluczowych zagadnień ujętych w Agendzie przywódców, w tym w ramach rotacyjnych prezydencji w Rady Europejskiej w sprawie kwestii związanych z WRF;
* 8–11 października: 16. Europejski Tydzień Regionów i Miast.

## **Kampania nr 3: Regiony, miasta i władze lokalne UE jako inicjatorzy zmian**

„Unia to jedyny sposób pozwalający Europie na stawienie czoła wyzwaniom XXI wieku mającym wpływ na życie lokalnej ludności naszych miast i regionów.Nasze podejście jest proste: budować Europę od podstaw przy udziale europejskich obywateli”[[7]](#footnote-7).

**Kontekst i uzasadnienie**

Europejskie regiony i miasta stanowią miejsca, w których dokonują się zmiany i innowacje. Obywatele oczekują od lokalnych i regionalnych przywódców zapewnienia rozwiązań dla bieżących problemów napotykanych w takich dziedzinach jak globalizacja, zmiana klimatu, transformacja energetyczna, gospodarka o obiegu zamkniętym, zatrudnienie młodzieży, przemiany demograficzne, integracja migrantów itp. oraz wykorzystywania możliwości powstających w tym zakresie. Ponadto integracja europejska zależy również od wiedzy lokalnej, zatem zasadne jest jej gromadzenie w odniesieniu do lokalnych rozwiązań. Instytucje UE powinny bardziej systematycznie uwzględniać lokalne wskazówki w zakresie polityki oraz ułatwiać poszerzanie wiedzy na temat polityki w ramach regionów i miast. Celem kampanii będzie zatem skupienie uwagi na usprawnieniu procesu kształtowania polityki w UE w oparciu o doświadczenia lokalne w takich obszarach, jak:

* działania w dziedzinie klimatu: łagodzenie zmiany klimatu (np. efektywność energetyczna), przystosowanie się do zmiany klimatu (w tym zmniejszanie ryzyka związanego z klęskami żywiołowymi i zwiększanie odporności), sojusze miast i dyplomacja w zakresie kwestii klimatycznych (w tym COP 24 i Światowe Porozumienie Burmistrzów);
* zrównoważony rozwój: transpozycja wewnętrznego programu działań UE na rzecz zrównoważonego rozwoju (europejskie działania na rzecz zrównoważonego rozwoju) oraz celów zrównoważonego rozwoju opracowanych przez ONZ (w szczególności celu 11: „Uczynić miasta i osiedla ludzkie bezpiecznymi, stabilnymi, zrównoważonymi oraz sprzyjającymi włączeniu społecznemu”), zagrożenia środowiskowe (np. zanieczyszczenie powietrza, odpady), zrównoważenie środowiskowe (np. zarządzanie oceanami), efektywne gospodarowanie zasobami (w tym gospodarka o obiegu zamkniętym) oraz sojusze miast i dyplomacja w zakresie zrównoważonego rozwoju np. „Inicjatywa burmistrzów na rzecz zrównoważonego rozwoju”;
* społeczeństwa integracyjne: legalna i nieuregulowana migracja, integracja i spójność społeczna, w tym integracja migrantów, przeciwdziałanie radykalizacji, pomoc na rzecz młodzieży i grup zmarginalizowanych oraz polityka zewnętrzna i dyplomacja miast w celu stawienia czoła podstawowym przyczynom migracji, w tym inicjatywa z Nikozji oraz „Inicjatywa regionów i miast na rzecz rozwoju”.

**Podejście strategiczne i wyznaczone cele**

Kampania przedstawia działania regionów, miast i władz lokalnych w celu zapewnienia praktycznych rozwiązań i uporania się z problemami na szczeblu UE mającymi znaczenie dla społeczeństwa. Powinna wyrażać wartość wielopoziomowego sprawowania rządów dla procesu kształtowania polityki UE przez uwydatnienie rozwiązań politycznych, dobrych praktyk i działań innowacyjnych na szczeblu lokalnym. W tym kontekście przy zastosowaniu odpowiednich działań komunikacyjnych zgromadzona zostanie rozległa wiedza specjalistyczna zebrana przez członków KR-u oraz europejskie stowarzyszenia i sieci działające w ramach władz regionalnych i lokalnych. Ponadto KR wzmocni współpracę z przedstawicielami władz regionalnych w Brukseli i ułatwi wymiany między poszczególnymi programami UE umożliwiającymi współpracę regionów i miast, w tym z krajami sąsiadującymi oraz organizacjami i stowarzyszeniami o zasięgu międzynarodowym.

Jako wzorzec dobrych praktyk kampania będzie zachęcać do „narracji”, umacniając przy tym podejście ukierunkowane na członków. Przy wykorzystaniu przykładów innowacji i podejścia oddolnego KR i jego członkowie mogą zaprezentować koncepcje takie jak wielopoziomowe sprawowanie rządów, dyplomacja miast oraz zdecentralizowana współpraca na rzecz rozwoju. Takie podejście oznacza, że działania zewnętrzne KR-u będą wpisane w kampanię w zakresie, w jakim skupiać się będą na promowaniu działań w dziedzinie klimatu, zachęcaniu do zrównoważonego rozwoju i rozwiązywaniu problemów związanych z migracją. Pod względem ilościowym kampania ma następujące cele:

* we współpracy z instytucjami UE, europejskimi stowarzyszeniami i urzędami na szczeblu regionalnym zaangażować 2 tys. lokalnych zainteresowanych stron w udział w wydarzeniach dotyczących zadbania o to, „by uczynić regiony i miasta UE bezpiecznymi, stabilnymi, zrównoważonymi oraz sprzyjającymi włączeniu społecznemu”;
* przeprowadzić szereg konferencji na wysokim szczeblu dla 200 lokalnych przywódców w zakresie priorytetowych zagadnień związanych z zadbaniem o to, „by uczynić regiony i miasta UE bezpiecznymi, stabilnymi, zrównoważonymi oraz sprzyjającymi włączeniu społecznemu”;
* poinformować 2 tys. kandydatów ubiegających się o mandat w wyborach europejskich w 2019 r. na temat wizji KR-u dotyczącej zadbania o to, „by uczynić regiony i miasta UE bezpiecznymi, stabilnymi, zrównoważonymi oraz sprzyjającymi włączeniu społecznemu” (listopad 2018 r. – kwiecień 2019 r.).

**Istotne etapy**

* (daty do ustalenia) konferencje i narzędzia komunikacyjne opracowane we współpracy z regionami, miastami i ich stowarzyszeniami w odniesieniu do kształtowania polityki i najlepszych praktyk lokalnych, w tym przy udziale krajów sąsiadujących i organizacji międzynarodowych;
* debaty, w tym w ramach sesji plenarnych KR-u, na temat kluczowych zagadnień ujętych w Agendzie przywódców, w tym w ramach rotacyjnych prezydencji w Rady Europejskiej;
* 21–25 maja: Zielony Tydzień;
* 13 października: Międzynarodowy Dzień Ograniczania Skutków Katastrof Naturalnych organizowany przez Biuro ONZ ds. Zmniejszania Ryzyka Związanego z Klęskami Żywiołowymi;
* 3–14 grudnia: konferencja ONZ w sprawie zmiany klimatu (COP 24) w Katowicach (Polska).

## **Pozostałe obszary komunikacji na szczeblu instytucjonalnym**

Oprócz omówionych trzech kampanii odpowiedni przekaz dotyczący prac legislacyjnych oraz innych działań instytucjonalnych zapewni dostępność źródeł informacji potencjalnie mających największe oddziaływanie. Powyższe działania obejmują np. zaangażowanie KR-u w ramach Europejskiego Roku Dziedzictwa Kulturowego oraz współpracę z instytucjami UE oraz regionami i miastami w tym zakresie. Z uwagi na ograniczone zasoby kombinacja kanałów medialnych wykorzystywanych do przekazu działań wykraczających poza realizację kampanii zostanie określona przy udziale służb prasowych KR-u, z zastosowaniem mediów audiowizualnych, strony internetowej, portali społecznościowych i publikacji, a także przy uwzględnieniu wartości informacyjnej, znaczenia politycznego i instytucjonalnego oraz potencjalnych odbiorców docelowych KR-u.

Może być przydatne przywołanie „standardowego pakietu” produktów i usług komunikacyjnych w zakresie prac legislacyjnych, które stanowią podstawową działalność KR-u. W odniesieniu do standardowego posiedzenia komisji obejmowałoby to relację lub komunikat prasowy, wpis na stronie internetowej oraz, w zakresie poszczególnych opinii, broszurę w standardowym formacie umożliwiającą sprawozdawcy zaproszenie mediów. W przypadku badania lub organizowanego wydarzenia obejmowałoby to wpis na stronie internetowej. Przykłady i udane przedsięwzięcia będą gromadzone na dostępnej dla wszystkich stronie internetowej „Europa w moim regionie”.

# **Monitorowanie i ocena**

Zasięg i rezultaty komunikacji KR-u są monitorowane za pomocą systemu comiesięcznych i corocznych sprawozdań dotyczących planów komunikacji oraz bazowej, śródokresowej i końcowej oceny strategii komunikacyjnej na lata 2015–2020, które skupiają się na oddziaływaniu i oszczędności kosztowej wykorzystywanych narzędzi i kanałów komunikacyjnych. W ramach systemu monitorowania badane są następujące aspekty:

* Kontakty z prasą i mediami: sprawozdania dotyczące mediów są sporządzane w odstępach miesięcznych, a także w następstwie sesji plenarnych i kluczowych wydarzeń; prezentowane są w nich osiągnięcia w zakresie wzmianek w mediach i zasięgu, w tym za pomocą mediów audiowizualnych. W sprawozdaniach uwzględniane są również analizy jakościowe według tematyki oraz państwa.
* Wydarzenia: efekty i wpływ wydarzeń KR-u są dokumentowane za pomocą ocen i procedur. Oprócz badań satysfakcji uczestników oceny obejmują informacje na temat wpływu wydarzeń KR-u, np. w odniesieniu do działań następczych podejmowanych przez organy administracji na szczeblu lokalnym.
* Publikacje oraz media internetowe i portale społecznościowe: sprawozdania dotyczące mediów są sporządzane w odstępach miesięcznych lub w następstwie sesji plenarnych i kluczowych wydarzeń; prezentowane są w nich osiągnięcia w zakresie zasięgu w internecie oraz na portalach społecznościowych. Ponadto stosowane są narzędzia w celu lepszego monitorowania wykorzystywania publikacji i źródeł internetowych KR‑u. W określonych sytuacjach będą przeprowadzane dedykowane oceny w celu usprawnienia przydatności publikacji KR-u wydawanych na nośnikach papierowych oraz w internecie.

W następstwie śródokresowej oceny w 2017 r. planowane jest opracowanie bardziej szczegółowych comiesięcznych sprawozdań w oparciu o wskaźniki zapewniające ocenę jakościową poszczególnych narzędzi i kanałów.

W celu zapewnienia atrakcyjności działań komunikacyjnych dla członków oraz dostosowania tych działań do ich potrzeb niewielka nieformalna grupa członków będzie udzielać porad na zasadzie doraźnej (na przykład tak jak w przypadku wydarzenia EuroPCom). Comiesięczne sprawozdania w dalszym ciągu będą przedkładane sprawozdawcy ds. komunikacji Komisji Spraw Finansowych i Administracyjnych KR-u, a także wewnętrznej grupie pełnomocników ds. komunikacji powołanej w październiku 2015 r.

# **Zasoby i budżet**

Dyrekcja ds. Komunikacji zarządza rozmaitymi narzędziami komunikacyjnymi KR-u, w tym kontaktami z mediami, konferencjami i wydarzeniami, komunikacją elektroniczną, również za pośrednictwem witryny internetowej i portali społecznościowych, a także publikacjami. Jej trzy działy zatrudniają 51 pracowników etatowych (22 AD, 20 AST, 2 END, 7 CA). Kierownictwo dyrekcji (2 AD, 3 AST) zajmuje się też nadzorem nad budżetem na cele komunikacyjne. Istotna część personelu dyrekcji zajmować się będzie prowadzeniem trzech zaplanowanych kampanii. Comiesięczna sprawozdawczość w zakresie komunikacji zostanie rozszerzona o sprawozdania dotyczące wykorzystania zasobów ludzkich.

W odniesieniu do budżetu operacyjnego plan komunikacji na rok 2018 zostanie zrealizowany przy wykorzystaniu podobnych zasobów jak w latach poprzednich, tj. rzędu 1 898 531 EUR. O ile budżet na rok 2018 zostanie przyjęty w proponowanym kształcie przez organ budżetowy, zostanie on podzielony na trzy pozycje budżetowe:

* 439 850 EUR na organizację wydarzeń (w Brukseli lub w lokalizacjach zdecentralizowanych) we współpracy z władzami lokalnymi i regionalnymi, ich stowarzyszeniami oraz instytucjami UE (pozycja budżetowa 2542);
* 682 210 EUR na kontakty z mediami europejskimi, krajowymi, regionalnymi, lokalnymi lub specjalistycznymi oraz partnerstwa w ramach audiowizualnych, pisemnych i radiowych środków przekazu (pozycja budżetowa 2600);
* 774 471 EUR na opracowywanie treści cyfrowych oraz dystrybucję audiowizualnych, elektronicznych lub internetowych materiałów informacyjnych (pozycja budżetowa 2602).

Istotna część budżetu operacyjnego zostanie przeznaczona na realizację trzech priorytetów komunikacyjnych, a pozostała część będzie skoncentrowana na innych kwestiach instytucjonalnych. Podobnie jak w roku 2017 r. 10% rezerwy dla każdej pozycji budżetowej zostanie przeznaczone na rzecz badania innowacyjnych strategii komunikacyjnych.

**Załącznik:**

**Śródokresowa ocena strategii komunikacyjnej KR-u na lata 2015–2020**

Śródokresowa ocena przeprowadzona od czerwca do sierpnia 2017 r. miała na celu zweryfikowanie poprawnego funkcjonowania logiki interwencji w ramach strategii i ewentualne jej dostosowanie na okres drugiej części mandatu. Na podstawie międzyinstytucjonalnej umowy ramowej pt. „Świadczenie usług oceny skutków i innych ocen oraz usług powiązanych w zakresie działań komunikacyjnych” (PO/2016-06/01) w maju 2017 r. zatrudniono zewnętrzny podmiot oceniający PPMI-Arctik (konsorcjum litewsko-belgijskie) w celu znalezienia odpowiedzi na następujące pytania:

1. Skuteczność: Jaki wpływ ma realizacja strategii na komunikację KR-u?
2. Wydajność: W czym różnią się od siebie narzędzia i kanały komunikacyjne KR-u pod względem oszczędności kosztowej?
3. Dostosowanie/korekta: Jakie zalecenia można wydać w odniesieniu do ewentualnego dostosowania lub korekty strategii na lata 2017–2020?

Wybrana metoda obejmowała ocenę ankiety internetowej (369 odpowiedzi, z czego 29% pochodziło od władz regionalnych lub lokalnych, 15% od europejskich stowarzyszeń lub sieci, 10% od instytucji UE i 8% od przedstawicieli środków przekazu) oraz wywiady z grupą dyskusyjną składającą się z członków KR-u (3), pracowników Dyrekcji ds. Komunikacji (6), pracowników/personelu zarządzającego innych dyrekcji (5) i rad (3) oraz grup politycznych (5), jak również ekspertów ds. komunikacji pochodzących z instytucji UE i regionalnych zainteresowanych stron (14).

Ostateczne sprawozdanie zostało przedstawione Radzie Dyrektorów Komitetu Regionów oraz grupie pełnomocników ds. komunikacji dnia 11 września, a [streszczenia sprawozdania we wszystkich językach urzędowych UE oraz 10 zaleceń](file:///C:/Users/apart/AppData/shr-presse-cdr/Dir%20D/2018%20Communication%20Plan/Draft%20of%20Plan/CoR%20Communication%20Plan%202018%20draft%2016%20Oct%202017.doc) podano do wiadomości publicznej na stronie internetowej KR-u w październiku. Podsumowanie wniosków i zaleceń przedstawia się następująco:

* Z perspektywy zewnętrznych zainteresowanych stron wydaje się, że realizacja strategii ma znaczący wpływ i przynosi pozytywne skutki, jako że grupy docelowe potwierdzają bardziej spójne i integracyjne podejście do rozpowszechniania produktów i narzędzi komunikacyjnych. Ponadto odbiorcy KR-u wydają się zgodni co do tego, że organizacja może zaoferować więcej niż tylko opinie, a komunikacja oddolna wobec szczebla UE wciąż mogłaby zostać usprawniona. Odnosi się to w szczególności do reputacji KR-u, który postrzegany jest jako organ, który nieznacznie zwiększył swą rolę jako podmiot mający wpływ na proces kształtowania polityki UE.
* Z drugiej strony na podstawie wewnętrznych wywiadów oceniający stwierdzili istnienie dosyć różnorodnego postrzegania sposobu kształtowania komunikacji KR-u. W szczególności wewnątrz KR-u pogląd, że komunikacja powinna stanowić integralny element pracy politycznej, podzielany przez wszystkich, a dwie szkoły myślenia, określane jako obozy „powrotu do podstaw” i „działań na szczeblu lokalnym”, sugerują koncentrację wysiłków, odpowiednio, na „forsowaniu opinii” i „słuchaniu obywateli/władz regionalnych”. W zakresie planowania i monitorowania oceniający uznają dokonane postępy i proponują szereg usprawnień, w tym większe zaangażowanie wszystkich służb i grup politycznych w przygotowywanie rocznych planów komunikacji, większą przejrzystość w zakresie przydziału i wykorzystywania zasobów bezpośrednich i system monitorowania bardziej skupiony na efektach niż na zasięgu działania.
* W zakresie narzędzi i kanałów oraz postrzegania i oczekiwań grup docelowych oceniający stwierdzają, że strona internetowa otrzymuje zdecydowanie najwyższe noty. W szeregu porównań wskazano oszczędność kosztową poszczególnych narzędzi, w tym w odniesieniu do zasięgu. Jednakże w kontekście obliczeń dokonanych w tym zakresie należy pamiętać, że gromadzenie danych na temat zasięgu przekazu prasowego, internetowego oraz portali społecznościowych rozpoczęło się dopiero w połowie 2016 r. i wciąż wymaga dalszej refleksji. Ponadto debata na temat oszczędności kosztowej oraz wskaźników wyników i wpływu w zakresie poszczególnych narzędzi w ramach komunikacji publicznej i politycznej może być postrzegana wyłącznie jako „praca w toku” – nie istnieją „wskaźniki wpływu” pozwalające na rzetelne porównania. W efekcie oceniający sugerują, że takie wskaźniki powinny zostać określone przez samą organizację z uwzględnieniem priorytetów politycznych i innych.

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

1. „Seeing Europe from the local perspective” – orędzie z dnia 10 października 2017 r. o stanie Unii z perspektywy regionów i miast wygłoszone przez przewodniczącego Europejskiego Komitetu Regionów Karla-Heinza Lambertza; tekst dostępny online: <http://cor.europa.eu/en/about/president/Documents/The%20State%20of%20the%20European%20Union%20-%20the%20view%20of%20Regions%20and%20Cities/Seeing%20Europe%20from%20the%20local%20perspective-EN.pdf>. [↑](#footnote-ref-1)
2. „Seeing Europe from the local perspective” – orędzie wygłoszone przez Karla-Heinza Lambertza w dniu 10 października 2017 r., op. cit. [↑](#footnote-ref-2)
3. Komisja Europejska (2017): Biała księga w sprawie przyszłości Europy. Refleksje i scenariusze dotyczące przyszłości UE-27 do 2025 r.; COM(2017) 2025, z dnia 1 marca 2017 r.; tekst dostępny online: <https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/white_paper_on_the_future_of_europe_en.pdf>. [↑](#footnote-ref-3)
4. „Wiatr w żagle” – orędzie na temat stanu Unii wygłoszone przez Jean-Claude’a Junckera w dniu 13 września 2017 r.; tekst dostępny online: <http://europa.eu/rapid/press-release_SPEECH-17-3165_pl.htm>. [↑](#footnote-ref-4)
5. „Seeing Europe from the local perspective” – orędzie wygłoszone przez Karla-Heinza Lambertza w dniu 10 października 2017 r., op. cit. [↑](#footnote-ref-5)
6. „Seeing Europe from the local perspective” – orędzie wygłoszone przez Karla-Heinza Lambertza w dniu 10 października 2017 r., op. cit. [↑](#footnote-ref-6)
7. „Seeing Europe from the local perspective” – orędzie wygłoszone przez Karla-Heinza Lambertza w dniu 10 października 2017 r., op. cit. [↑](#footnote-ref-7)