|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| CoRLogo_DA |  |  |

**Samarbejde i partnerskaber  
for et lokalt Europa**

**Kommunikationsplan  
for Det Europæiske Regionsudvalg  
for 2018**

# **Generel og politisk baggrund**

"Jeg er helt overbevist om, at mistroen til EU vil blive erstattet af et ønske om EU, hvis vi imødekommer borgernes forventninger.[[1]](#footnote-1)"

Det Europæiske Regionsudvalg (RU) følger en kommunikationsstrategi, som er baseret på princippet om "at genskabe forbindelsen mellem EU og dets borgere gennem målrettet tovejskommunikation, hvis omdrejningspunkt er RU's medlemmer". Dermed udvikler udvalget sine kommunikationsaktiviteter i et partnerskab og samarbejde med et "netværk af netværk", som omfatter udvalgets medlemmer, sammenslutninger og lokale og regionale myndigheder og deres netværk på den ene side og EU-institutionerne, især Europa-Parlamentet, Kommissionen og Rådet, og deres netværk på den anden side. Kommunikationsplanen indgår i RU's kommunikationsstrategi for 2015-2020 og fastlægger et begrænset antal prioriteter og mål tillige med de værktøjer, kanaler og ressourcer, der skal bruges til at gennemføre dem.

**Den politiske baggrund**

Det Europæiske Regionsudvalgs kommunikationsaktiviteter præsenterer udvalgets politiske arbejde for EU-institutionerne og fungerer som talerør for og synliggør folkevalgte lokale og regionale repræsentanter og EU-borgere. Udvalgets kommunikation, som er forankret i RU‑underudvalgenes politiske arbejde, skal være "medlemscentreret", idet det anerkendes, at udvalgets medlemmer er dets mest værdifulde kommunikationsaktiv. Medlemmer og eventuelle fremtidige medlemmer bør let kunne finde svaret på spørgsmålet: "Hvad får jeg ud af det?" (ud fra et politisk synspunkt). Endvidere danner EU's dagsorden og den seneste tids udvikling baggrund for målrettede kommunikationstiltag, politiske tiltag og arrangementer. 2018 er det sidste hele år i EU-institutionernes mandatperiode inden valget til Europa‑Parlamentet i 2019, og RU's politiske aktiviteter og kommunikationsaktiviteter vil blive fremlagt med tanke på tre centrale udfordringer:

* **Europas fremtid:** Debatten om EU's fremtid vil sandsynligvis fortsætte på forskellige niveauer. Den relevante udtalelse fra regionsudvalget forventes at blive vedtaget i oktober 2018 og kan give anledning til yderligere politisk debat, f.eks. i forbindelse med RU's 8. europæiske topmøde for regioner og byer, der forventes afholdt i starten af 2019 inden Det Europæiske Råds møde i Sibiu den 9. maj 2019. De relevante kommunikationsaktiviteter skal ikke blot gøre 2018-udtalelsen synlig; de skal også udformes og gennemføres inden for en længere tidshorisont.
* **Den flerårige finansielle ramme (FFR):** Den politiske dagsorden for 2018 vil være præget af Kommissionens forslag til den flerårige finansielle ramme for EU-27 efter 2020, som forventes at foreligge i maj. Forslaget vil give anledning til offentliggørelsen af en række lovgivningsforslag til EU-finansiering efter 2020 inden for stort set alle EU's politikområder. Visse af disse, såsom samhørighedspolitikken, udvikling af landdistrikterne og forskning, er afgørende for de regionale og lokale myndigheders offentlige investeringer. Aftalen om den flerårige finansielle ramme og Europa-Parlamentets og Rådets forslag til lovgivning forventes ikke at foreligge før starten af 2019 og kan endda blive udsat til 2020. Der er behov for omfattende politisk arbejde og sammenhængende kommunikation hen over en periode, der strækker sig til efter 2019.
* **Valget til Europa-Parlamentet i 2019:** 2018 kommer til at handle om forberedelserne til valgkampagnerne i forbindelse med valget til Europa-Parlamentet i juni 2019. Arbejdet med udformningen af det såkaldte ”ground game”, dvs. gennemførelsen af en interinstitutionel informationskampagne i 2018, er allerede indledt. Denne informationskampagne giver RU en lang række politiske muligheder og kommunikationsmuligheder i 2018 og i starten af 2019 for at positionere sig som partner til Europa-Parlamentet i lighed med andre EU-institutioner, således at udvalgets medlemmer kan bidrage til at fremme valgdeltagelsen.

Kommunikationsplanen for 2018 indeholder betragtninger om formandens ønske om at øge udvalgets rolle og indflydelse baseret på større synlighed og øget samarbejde og kommunikation, navnlig med regionale og lokale myndigheder og deres europæiske sammenslutninger.

**Midtvejsevaluering af RU's kommunikationsstrategi for 2015-2020**

RU's kommunikationsstrategi for 2015-2020 blev evalueret i 2017. Evalueringen, som blev udført af en ekstern konsulent, bekræftede tilgangen i strategien og anbefalede en række forbedringer, navnlig:

* bedre brug af kommunikation som katalysator for organisatoriske ændringer, f.eks. øget målretning af de begrænsede ressourcer mod vigtige prioriteter, bedre formidling af kampagnens tilgang og fastsættelse af målbare målsætninger
* revision af "kommunikationsstyringen" internt i udvalget, f.eks. ved mere effektiv formidling af vigtige budskaber og forenkling af beslutningsprocedurerne
* afprøvning af nye værktøjer og tilgange, f.eks. "styring" af kampagner i form af mere effektiv integrering af kampagnernes budskaber og øget brug af kommunikation på tværs af medier
* styrkelse af forbindelserne mellem intern og ekstern kommunikation.

Planen er udarbejdet i lyset af den foreløbige rapport om 2017-kommunikationsplanen, hvis endelige version vil blive forelagt for RU's præsidium den 20. marts 2018. De budgetmæssige aspekter af denne plan blev forelagt for RU's Udvalg for Finansielle og Administrative Anliggender den 13. november 2017 og skal vedtages endeligt af budgetmyndigheden.

# **2018-kommunikationskampagnerne**

Det Europæiske Regionsudvalgs kommunikationsaktiviteter består af tre kampagner, som udgør et integreret sæt af værktøjer og kanaler, der skal forbedre synligheden og gennemslagskraften af udvalgets lovgivningsarbejde. Med henblik herpå udarbejder kampagnelederne detaljerede handlingsplaner og leder teams på tværs af tjenestegrene, som gennemfører handlingsplanerne og overvåger deres resultater. Kampagnernes temaer og formidlingen heraf er fastlagt ud fra klare kriterier. Navnlig følgende:

* De har potentiale til aktiv inddragelse af udvalgets medlemmer.
* De kan fremhæve RU's indflydelse på EU-politikker og udvalgets merværdi i den forbindelse.
* De hænger sammen med RU's politiske arbejde inden for underudvalgenes prioriterede områder.
* De samler en bred vifte af EU-institutioner og interessenter på lokalt og regionalt niveau.

De enkelte kampagners kommunikationsværktøjer og aktiviteter fastsættes i "handlingsplaner", der kan omfatte:

* informationspakker til RU-medlemmer og interessenter baseret på en "storytelling"-tilgang, som beskriver bedste praksis på lokalt niveau; informationspakkerne indeholder narrativer/vejledende synspunkter, projekteksempler, briefinger/faktablade, præsentationer, infografikker, videoclips,
* medie- og presseaktiviteter, herunder mediepartnerskaber, journalistseminarer osv.,
* web-, audiovisuelle og SoMe-aktiviteter og eventuel relevant uddannelse,
* centrale arrangementer, konferencer og seminarer.

Handlingsplanen og de tilhørende værktøjer vil blive udarbejdet og opdateret alt efter den skiftende politiske dagsorden og udvalgets og underudvalgenes tematiske prioriteter. Medlemmer, som har været og/eller er ordførere for spørgsmål i forbindelse med disse kampagner, bør inddrages aktivt, herunder ved at rapportere tilbage til underudvalgene om kampagnerne.

## **Kampagne 1: Regioner, byer og lokale myndigheder, som arbejder for Europas fremtid**

***"****Europa kan ikke opbygges uden borgerne: Vi må arbejde sammen med dem om at skabe Europas fremtid, fordi Europa er deres fremtid."*[[2]](#footnote-2)

**Baggrund**

På nuværende tidspunkt er tidshorisonten for debatten om EU-27's fremtid perioden frem til 2025. Debatten har været præget af vedtagelsen af Kommissionens hvidbog om Europas fremtid[[3]](#footnote-3) i foråret 2017 og vil sandsynligvis fortsætte i 2018. Som led i køreplanen frem til valget til Europa-Parlamentet i 2019, som formanden for Kommissionen, Jean‑Claude Juncker, præsenterede i sin tale om Unionens tilstand den 13. september 2017[[4]](#footnote-4), foreslog han at afholde "Debatter om Europas fremtid i parlamenter, byer og regioner". I sin tale om Unionens tilstand den 10. oktober 2017 foreslog RU's formand Karl‑Heinz Lambertz at afholde "debatter i vores lokale og regionale forsamlinger" og "arbejde sammen (med EU-institutionerne) om at sikre, at Unionen er i direkte kontakt med borgerne."[[5]](#footnote-5) Den 18. oktober 2017 fastsatte Donald Tusk, formand for Det Europæiske Råd, vigtige datoer for drøftelserne om Europas fremtid mellem statsoverhovederne og regeringerne i 2018 og fremover.

**Strategi og mål**

Kampagnen er en udløber af den tidligere "Overvejelser om Europa"-kampagne og skal præsentere regionale og lokale interesser i debatten om Europas fremtid ved at fremhæve RU's lovgivningsarbejde i denne henseende, navnlig den relevante udtalelse, som udvalget forventes at vedtage i 2018. "Borgerdialoger", der afholdes af RU-medlemmer og bidrager til informationskampagnen op til valget til Europa-Parlamentet i 2019, vil være det vigtigste kommunikationsmiddel. Omfang, rækkevidde og virkning af de dertil knyttede aktiviteter vil blive øget ved hjælp af digitale medier og andre medier, såsom mobilapplikationer, onlineundersøgelser, undersøgelser, konferencer, faktablade osv. RU's medlemmer og suppleanter vil blive opfordret til at deltage i tredjepartsarrangementer på lokalt plan, f.eks. afholdt af de regionale parlamenter og forsamlinger eller EU-institutionerne og europæiske sammenslutninger, og til at arbejde sammen med europæiske, nationale, regionale og lokale politiske ledere. Der vil blive lagt særlig vægt på unge, og formaterne vil blive udarbejdet sammen med f.eks. Europa-Parlamentet. Kvantitativt er det kampagnens mål:

* at afholde 100 borgerdialoger med deltagelse af 150 RU-medlemmer, som når ud til 10.000 borgere i 27 medlemsstater
* at generere 40.000 svar på onlineundersøgelsen fra alle de 27 medlemsstater
* at bidrage til 50 debatter afholdt af regionale/lokale forsamlinger eller europæiske sammenslutninger
* at indlede et aktivt interinstitutionelt samarbejde om Kommissionens borgerdialoger og med medlemmer af Europa-Parlamentet, som inviteres til udvalgets lokale arrangementer, og RU-medlemmer, der deltager i andre EU-institutioners arrangementer
* at gennemføre en repræsentativ offentlig opinionsundersøgelse i regionerne, som bør foretages af Eurobarometer
* direkte at underrette 500 lokale ledere om RU-formandens tale om Unionens tilstand (oktober 2018) og aktivt tilskynde dem til interaktion og deltagelse
* at nå ud til 700 kommunikationseksperter fra EU-institutionerne, regionerne og byerne
* at informere 2 000 kandidater til valget til Europa-Parlamentet i 2019 om RU's rolle i og indflydelse på EU's politiske beslutningsproces (november 2018-april 2019)
* at sørge for, at 1 000 lokale, regionale, nationale og europæiske politiske ledere deltager i topmødet for regioner og byer (foråret 2019).

Milepæle

* første halvdel af 2018: en række debatter med repræsentanter for europæiske og nationale sammenslutninger af regionale og lokale myndigheder
* midt i 2018: rapport om RU's borgerdialoger
* aktiv RU-deltagelse i informationskampagnen op til valget til Europa-Parlamentet i 2019
* vedtagelse af udvalgets udtalelse "Overvejelser om Europas fremtid"
* 9. oktober: tale om "Unionens tilstand – byernes og regionernes perspektiv"
* andre drøftelser, herunder i forbindelse med RU's generalforsamlinger, om vigtige punkter på "Ledernes dagsorden" (Det Europæiske Råd)
* november 2018: 9. europæiske konference om offentlig kommunikation (EuroPCom); præsentation af RU's informationsmateriale til valget til Europa-Parlamentet i 2019
* første kvartal 2019: 8. europæiske topmøde for regioner og byer.

## **Kampagne 2: Investeringer i bæredygtig vækst og arbejdspladser i alle regioner, byer og lokalområder**

*"Målene for Europa er kun troværdige, hvis de underbygges af betydelige ressourcer.*[[6]](#footnote-6)*"*

**Baggrund**

Forslaget til den flerårige finansielle ramme (FFR) for EU-27 efter 2020 i maj 2018 vil blive fulgt af en række forslag til lovgivning om de respektive EU-midler og -programmer. Især de europæiske struktur- og investeringsfonde udgør en væsentlig kilde til offentlige investeringer på lokalt niveau og inddrager regioner og byer i gennemførelsen heraf. De europæiske struktur- og investeringsfonde tegner sig for over 50 % af de offentlige investeringer i EU. Fremtiden for Den Europæiske Fond for Strategiske Investeringer og for finansielle instrumenter, der er relevante for de regionale og lokale myndigheder, vil desuden blive drøftet i 2018 og efterfølgende. Endelig vil frugten af RU's arbejde med offentlige investeringer, udvalgets samarbejde med Den Europæiske Investeringsbank og dets rolle i EU's dagsorden for byerne blive høstet.

**Strategi og mål**

Formålet med denne kampagne er at sikre aktiv inddragelse af regionale og lokale myndigheder i forhandlingerne om EU's fremtidige finanser og disses retsgrundlag. Den rettidige vedtagelse af sidstnævnte står på spil på grund af den usikkerhed, der følger af, at Det Forenede Kongerige træder ud af EU i marts 2019. Et reduceret EU-budget og en forsinket vedtagelse af den næste flerårige finansielle ramme og EU's midler efter 2020 vil få alvorlige konsekvenser for offentlige investeringer på regionalt og lokalt niveau. Ud over den aktive formidling af RU's politiske arbejde i denne henseende vil de vigtigste kommunikationsaktiviteter omfatte opbygning af koalitioner med en bred vifte af interessenter med henblik på at sikre rettidig vedtagelse af stærk, effektiv og forenklet EU-finansiering efter 2020 med henblik på at fremme økonomisk, social og territorial samhørighed og afbalanceret og bæredygtig udvikling for alle regioner, byer og landdistrikter. Kampagnen vil også sikre, at de lokale og regionale myndigheder høres i drøftelserne om socialpolitikken (den europæiske søjle for sociale rettigheder, Den Europæiske Socialfond osv.).

"Samhørighedsalliancen", der vil blive videreført i 2018, danner grundlag for disse aktiviteter. Kvantitativt er det kampagnens mål:

* i samarbejde med EU-institutionerne, europæiske sammenslutninger og regionale kontorer at inddrage 20.000 lokale interessenter aktivt i arrangementer, der vedrører fremtiden for EU's finanser og programmer
* at afholde en række konferencer på højt niveau for lokale ledere om prioriterede emner med forbindelse til fremtiden for EU's finanser set fra et lokalt synspunkt
* at drøfte RU's holdning til fremtiden for EU's finansiering med opstillede kandidater til valget til Europa-Parlamentet i 2019 (november 2018-april 2019).

**Milepæle**

* 15. januar-23. februar: 3. RU-onlinekursus (MOOC) om "regioner, byer og EU‑finansiering"
* (datoer skal bekræftes): RU-konferencer om FFR og lovgivningsforslag efter 2020 om samhørighedspolitikken, udvikling af landdistrikterne, rammeprogrammet for forskning og innovation osv.; fælles konference med EIB, OECD og Kommissionen
* drøftelser, herunder på RU's plenarforsamlinger, om vigtige punkter på "Ledernes dagsorden", herunder med de skiftende rådsformandskaber om FFR-relaterede spørgsmål
* 8.-11. oktober: 16. europæiske uge for regioner og byer.

## **Kampagne 3: EU's regioner, byer og lokale myndigheder som forandringsaktører**

*"Unionen er den eneste vej, hvis Europa skal kunne løfte de udfordringer i det 21. århundrede, der påvirker lokalbefolkningernes liv i byerne og regionerne. Vores tilgang er enkel: Vi skal opbygge Europa nedefra ved at inddrage de europæiske borgere."*[[7]](#footnote-7)

**Baggrund**

De europæiske regioner og byer skaber forandring og innovation. Borgerne forventer, at deres lokale og regionale ledere løser de aktuelle udfordringer og udnytter de aktuelle muligheder, der er forbundet med globalisering, klimaforandringer, energiomlægning, den cirkulære økonomi, ungdomsarbejdsløshed, demografiske ændringer, integration af migranter osv. Den europæiske integration afhænger også af lokal viden, og det giver mening at indsamle viden om lokale løsninger. EU-institutionerne bør i højere grad systematisk tage højde for lokal politisk rådgivning og fremme politisk læring mellem regioner og byer. Kampagnen vil derfor fokusere på at forbedre EU's politiske beslutningsproces baseret på lokal viden inden for områder som:

* klimaindsats: modvirkning af klimaforandringer (f.eks. energieffektivitet), klimatilpasning (herunder nedbringelse af og modstandsdygtighed mod katastroferisici), byalliancer og ‑diplomati vedrørende klimaspørgsmål (såsom COP24 og Borgmesteraftalen (Global Covenant of Mayors))
* bæredygtig udvikling: gennemførelse af EU's interne dagsorden for bæredygtig udvikling (European Action for Sustainability) og FN's mål for bæredygtig udvikling (primært mål 11: "Gør byerne rummelige, sikre, modstandsdygtige og bæredygtige"), miljørisici (f.eks. luftforurening, affald), miljømæssig bæredygtighed (f.eks. havforvaltning), ressourceeffektivitet (herunder den cirkulære økonomi) og byalliancer og -diplomati vedrørende bæredygtig udvikling, såsom "Mayors for Economic Growth" (borgmestre for økonomisk vækst)
* rummelige samfund: lovlig og ulovlig migration, integration og social samhørighed, herunder integration af indvandrere, bekæmpelse af radikalisering, hjælp til unge og marginaliserede grupper og eksterne politikker og bydiplomati med henblik på at håndtere årsagerne til migration, såsom Nicosia Initiative (Nicosia-initiativet) og "Regions and Cities for Development" (regioner og byer for udvikling).

**Strategi og mål**

Denne kampagne viser regioner, byer og lokale myndigheder, som tager skridt til at finde praktiske løsninger og imødegå problemer på EU-niveau, som betyder noget for borgerne. Den bør understrege værdien af styring på flere niveauer i forbindelse med EU's politiske beslutningsproces ved at fremhæve lokale politiske løsninger, bedste praksis og innovation. I forbindelse hermed vil den rigdom af knowhow, der er indsamlet af RU's medlemmer og europæiske sammenslutninger af regionale og lokale myndigheder, blive høstet gennem relevante kommunikationsaktiviteter. Endvidere vil RU intensivere samarbejdet med repræsentationer for regioner i Bruxelles og fremme udveksling mellem de forskellige EU‑programmer, som giver mulighed for samarbejde mellem regioner og byer, herunder med nabolande og internationale organisationer og sammenslutninger.

Denne kampagne vil, som udstillingsvindue for bedste praksis, tilskynde til "storytelling" og dermed forstærke den medlemscentrerede tilgang. Ved hjælp af eksempler på innovation og en bottom-up-tilgang kan regionsudvalget og dets medlemmer demonstrere begreber som styring på flere niveauer, bydiplomati og decentraliseret udviklingssamarbejde. Dette fokus indebærer, at RU's udenrigspolitiske aktiviteter kan lægges ind under kampagnen, i det omfang de fokuserer på at fremme klimaindsatsen, tilskynde til bæredygtig udvikling og håndtere de udfordringer, der er forbundet med migration. Kvantitativt er det kampagnens mål:

* i samarbejde med EU-institutionerne, europæiske sammenslutninger og regionale kontorer at inddrage 2.000 lokale interessenter aktivt i arrangementer, der vedrører "mere rummelige, sikre, modstandsdygtige og bæredygtige europæiske regioner og byer"
* at afholde en række konferencer på højt niveau for 200 lokale ledere om prioriterede emner med forbindelse til "mere rummelige, sikre, modstandsdygtige og bæredygtige europæiske regioner og byer"
* at informere 2.000 kandidater til valget til Europa-Parlamentet i 2019 om RU's holdning til "mere rummelige, sikre, modstandsdygtige og bæredygtige europæiske regioner og byer" (november 2018-april 2019).

**Milepæle**

* (datoer skal bekræftes): konferencer og kommunikationsværktøjer udviklet i samråd med regioner, byer og sammenslutninger heraf om politikudvikling og bedste praksis på lokalt niveau, herunder med nabolande og internationale organisationer
* drøftelser, herunder på RU's plenarforsamlinger, om vigtige punkter på "Ledernes dagsorden", herunder med de skiftende rådsformandskaber
* 21.-25. maj: Grøn uge
* 13. oktober: UNISDR's internationale dag for katastrofereduktion
* 3.-14. december: FN's klimakonference (COP24), Katowice, Polen.

## **Anden institutionel kommunikation**

Ud over de tre kampagner vil passende dækning af det lovgivningsmæssige arbejde og andre institutionelle aktiviteter sikre, at de informationskilder, som ventes at have størst gennemslagskraft, er tilgængelige. Denne dækning omfatter f.eks. RU's deltagelse i det europæiske år for kulturarv og samarbejdet med EU-institutionerne og europæiske regioner og byer i denne henseende. I betragtning af de begrænsede ressourcer vil mediemixet for aktiviteter, der ikke er en del af kampagnerne, blive fastsat gennem brug af RU's pressetjeneste, audiovisuelle medier, arrangementer, udvalgets websted, sociale medier og publikationer, under hensyntagen til nyhedsværdien, den politiske og institutionelle relevans og potentialet for RU's målgrupper.

Det kan være hensigtsmæssigt at minde om den "standardpakke" af kommunikationsprodukter og -tjenester i forbindelse med lovgivningsarbejdet, der er udvalgets kerneområde. I forbindelse med et almindeligt udvalgsmøde kan standardpakken omfatte en orientering eller en pressemeddelelse, et webopslag og, i forbindelse med de enkelte udtalelser, en folder i standardformat med mulighed for, at ordføreren kan invitere medierne. I forbindelse med en undersøgelse eller et afholdt arrangement omfatter den et webopslag. Eksempler og succeshistorier kan hentes af alle i det webbaserede register "Europe in my region" (Europa i min region).

# **Overvågning og evaluering**

Rækkevidden og resultaterne af RU's kommunikationsaktiviteter overvåges ved hjælp af et system af månedlige og årlige rapporter om kommunikationsplanerne og den indledende evaluering, midtvejsevalueringen og den endelige evaluering af kommunikationsstrategien for 2015-2020, der fokuserer på kommunikationsværktøjernes og -kanalernes virkning og omkostningseffektivitet. Overvågningssystemet undersøger følgende aspekter:

* Presse- og medierelationer: Der udarbejdes på månedlig basis eller efter plenarforsamlinger og nøglearrangementer 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:Resultaterne og virkningerne af centrale RU-arrangementer dokumenteres ved hjælp af evalueringer og protokoller. Ved siden af undersøgelser af deltagernes tilfredshed vil førstnævnte inkludere information om RU-arrangementernes gennemslagskraft, f.eks. med hensyn til opfølgningsaktiviteter, der gennemføres af lokale myndigheder.
* Publikationer, onlinemedier og sociale medier:Der udarbejdes på månedlig basis eller efter plenarforsamlinger og nøglearrangementer rapporter, der fremviser resultaterne med hensyn til dækning på internettet og sociale medier. Endvidere bruges redskaber til bedre at følge med i anvendelsen af RU's publikationer og onlinekilder. Ved givne lejligheder vil der blive foretaget specifikke evalueringer for at forbedre anvendeligheden af RU's papir- og webpublikationer.

Som opfølgning på midtvejsevalueringen i 2017 er det planen at udarbejde mere dybdegående månedlige rapporter baseret på indikatorer, der giver mulighed for kvalitativ vurdering af de forskellige værktøjer og kanaler.

Med henblik på at sikre, at kommunikationsaktiviteterne er attraktive for medlemmerne og tilpasset til deres behov, bør en uformel mindre gruppe af medlemmer yde rådgivning på ad hoc-basis (eksempelvis som i forbindelse med EuroPCom-arrangementet). De månedlige rapporter vil også fortsat blive forelagt for ordføreren for kommunikation under Udvalget for Finansielle og Administrative Anliggender samt til den interne kommunikationsgruppe, der blev nedsat i oktober 2015.

# **Ressourcer og budget**

Direktoratet for Kommunikation forvalter RU's forskellige kommunikationsværktøjer såsom medierelationer, konferencer og arrangementer, digital kommunikation, herunder webbaseret kommunikation, sociale medier og publikationer. Direktoratets tre kontorer har i alt 51 ansatte (22 AD, 20 AST, 2 udsendte nationale eksperter, 7 kontraktansatte). Direktoratets ledelse (2 AD, 3 AST) omfatter også et team, der fører tilsyn med budgettet for kommunikation. En stor del af direktoratets personale vil fokusere på de tre kommunikationskampagner. Den månedlige rapportering om kommunikation vil blive udvidet til også at omfatte rapportering om udnyttelsen af personaleressourcer.

For så vidt angår driftsbudgettet, vil kommunikationsplanen for 2018 råde over de samme ressourcer som i tidligere år, nemlig omkring 1.898.531 EUR. Forudsat at budgettet for 2018 vedtages af budgetmyndigheden i overensstemmelse hermed, fordeles det på tre budgetposter:

* 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 audiovisuelt, elektronisk eller webbaseret informationsmateriale (budgetkonto 2602).

En stor del af driftsbudgettet vil blive koncentreret om de tre prioriteter for kommunikationen, og den resterende del om andre institutionelle spørgsmål. Som i 2017 vil en budgetreserve på 10 % blive brugt til at afprøve innovative kommunikationstilgange.

**Bilag:**

**Midtvejsevaluering af RU's kommunikationsstrategi for 2015-2020**

Midtvejsevalueringen blev gennemført i perioden juni-august 2017 med det formål at undersøge, om strategiens interventionslogik fungerer, og eventuelt justere den til anden del af mandatperioden. På grundlag af en interinstitutionel rammekontrakt om "Konsekvensanalyse, evaluering og evalueringsrelaterede tjenester inden for kommunikationsaktiviteter" (PO/2016-06/01) fik en ekstern konsulent, PPMI-Arctik, som er et litauisk-belgisk konsortium, i maj 2017 til opgave at besvare følgende spørgsmål:

1. Virkning: Hvilken indflydelse har gennemførelsen af strategien på RU's kommunikationsaktiviteter?
2. Effektivitet: På hvilken måde er RU's kommunikationsværktøjer og -kanaler forskellige med hensyn til deres omkostningseffektivitet?
3. Tilpasning/revision: Hvilke anbefalinger kan der fremsættes med hensyn til en eventuel tilpasning eller revision af strategien for 2017-2020?

Den valgte metode omfattede en evaluering af en onlineundersøgelse (369 svar, heraf 29 % fra regionale/lokale myndigheder, 15 % fra europæiske sammenslutninger/netværk, 10 % fra EU-institutionerne og 8 % fra repræsentanter for medier) og gennemførelse af interview med en fokusgruppe bestående af RU-medlemmer (3), personale i Direktoratet for Kommunikation (6), personale/ledelse i andre direktorater (5) og kabinetterne (3) og de politiske grupper (5) samt kommunikationseksperter fra EU-institutionerne og regionale interessenter (14).

Den endelige rapport blev forelagt for RU's bestyrelse, de politiske grupper og kommunikationsgruppen den 11. september, og [sammenfatninger af rapporten på alle officielle EU-sprog og de ti anbefalinger](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) blev offentliggjort på RU's websted i oktober. Konklusionerne og anbefalingerne kan sammenfattes som følger:

* Set ud fra eksterne interessenters synspunkt lader det til, at gennemførelsen af strategien har haft betydelige og positive virkninger, eftersom målgrupperne bekræfter, at der er tale om en mere sammenhængende og rummelig tilgang til formidlingen af kommunikationsprodukter og -værktøjer. Der lader desuden til at være enighed i RU's målgruppe om, at organisationen har mere at tilbyde end udtalelser, og at bottom-up-kommunikationen i forhold til EU-institutionerne kan forbedres yderligere. Det gælder navnlig RU's omdømme, hvor opfattelsen er, at udvalget i beskedent omfang har forstærket sin rolle som et organ med indflydelse på EU's beslutningsproces.
* På den anden side konkluderede den eksterne konsulent ud fra interne interview, at der er forskellige opfattelser af, hvad der bør være rammerne for RU's kommunikationsaktiviteter. Især deles opfattelsen af, at kommunikation bør være en integreret del af det politiske arbejde, ikke af alle internt i RU, og repræsentanter for to tankegange, henholdsvis "tilbage til udgangspunktet" og "lokal indsats", foreslog at lægge vægt på henholdsvis at "formidle budskaber" og "lytte til borgerne/de regionale myndigheder". Med hensyn til planlægning og overvågning anerkender den eksterne konsulent, at der er sket fremskridt, og foreslår en række forbedringer, herunder øget inddragelse af alle tjenestegrene og politiske grupper i udarbejdelsen af de årlige kommunikationsplaner, mere gennemsigtig fordeling og sammenlægning af ressourcer på forhånd og et overvågningssystem, der fokuserer på resultater frem for dækning.
* Med hensyn til værktøjerne og kanalerne og målgruppernes opfattelse og forventninger konkluderer konsulenten, at webstedet får den hidtil langt højeste score. En række sammenligninger understreger forskellige værktøjers omkostningseffektivitet, herunder med hensyn til deres dækning. Med hensyn til beregningerne i denne henseende skal det imidlertid bemærkes, at indsamlingen af data om dækning i pressen, på internettet og på de sociale medier først begyndte midt i 2016 og kræver yderligere overvejelser. Derudover kan drøftelserne om omkostningseffektivitet og resultat-/virkningsindikatorer på tværs af værktøjer inden for offentlig og politisk kommunikation i bedste fald betragtes som "foreløbige": Der findes ingen generelle "virkningsindikatorer", der tillader brugbare sammenligninger. Den eksterne konsulent foreslår således, at sådanne indikatorer bør fastsættes af udvalget selv, idet der tages højde for politiske og øvrige prioriteter.

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

1. Seeing Europe from the local perspective, tale ved Karl-Heinz Lambertz, formand for Det Europæiske Regionsudvalg, om Unionens tilstand regionernes og byernes perspektiv, 10.10.2017, findes online på: <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, tale ved Karl-Heinz Lambertz, 10.10.2017, nævnt ovenfor. [↑](#footnote-ref-2)
3. Kommissionens hvidbog om Europas fremtid, EU-27 i 2025: overvejelser og scenarier, af 1.3.2017, COM(2017)2025, findes online på: <https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/white_paper_on_the_future_of_europe_en.pdf> [↑](#footnote-ref-3)
4. Vind i sejlene, Jean-Claude Junckers tale om Unionens tilstand, 13.9.2017, findes online på: <http://europa.eu/rapid/press-release_SPEECH-17-3165_da.htm>. [↑](#footnote-ref-4)
5. Seeing Europe from the local perspective, tale ved Karl-Heinz Lambertz, 10.10.2017, nævnt ovenfor. [↑](#footnote-ref-5)
6. Seeing Europe from the local perspective, tale ved Karl-Heinz Lambertz, 10.10.2017, nævnt ovenfor. [↑](#footnote-ref-6)
7. Seeing Europe from the local perspective, tale ved Karl-Heinz Lambertz, 10.10.2017, nævnt ovenfor. [↑](#footnote-ref-7)