|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| CoR-DA |  |  |

**DA**

Bruxelles, den 1. oktober 2015

**163. MØDE I DET EUROPÆISKE REGIONSUDVALGS PRÆSIDIUM**

– **12. OKTOBER 2015 –**

|  |
| --- |
| **PUNKT 6**  **GENETABLERING AF BÅNDET MELLEM EU OG BORGERNE:**  **DIALOG MELLEM DET LOKALE NIVEAU OG EU-NIVEAUET**  **DET EUROPÆISKE REGIONSUDVALGS KOMMUNIKATIONSSTRATEGI FOR 2015-2020**  *Forelagt af generalsekretæren* |

**TIL AFGØRELSE**

**NOTAT TIL MEDLEMMERNE AF DET EUROPÆISKE REGIONSUDVALGS PRÆSIDIUM**

**– Mødet den 12. oktober 2015 –**

|  |
| --- |
| **Punkt 6**  **Genetablering af båndet mellem EU og borgerne:**  **Dialog mellem det lokale niveau og EU‑niveauet**  **Det Europæiske Regionsudvalgs kommunikationsstrategi for 2015-2020** |

# **Indledning**

Borgerne i Europa mærker, hvorledes EU's politikker i stigende grad påvirker deres hverdag. Selv om de generelt opfatter sig selv som europæere, beklager de sig samtidig ofte over mangel på information om og forståelse af, hvordan EU fungerer, og de fleste har ingen tillid til EU-institutionerne. Regionale og lokale politiske ledere er konfronteret med dette dilemma, da de både er med til at gennemføre og påvirke EU’s politikker og samtidig udformer politikker i deres valgkredse. På denne baggrund må **EU’s kommunikation tage sigte på at genoprette borgernes tillid til EU**, og her kan de regionale og lokale aktører spille en afgørende rolle. Det er Det Europæiske Regionsudvalgs legitime rolle at bære sin del af ansvaret for denne opgave.

Der er et klart behov for en **bedre koordineret, åben, tovejs- og participatorisk tilgang til kommunikation** for at genskabe kontakten mellem borgerne og EU-institutionerne. I december 2014 fremsatte Regionsudvalget en række langsigtede anbefalinger til alle EU’s institutioner i sin initiativudtalelse om "Genetablering af båndet mellem EU og borgerne"[[1]](#footnote-1), der tager hensyn til den ændrede institutionelle kontekst efter valget til Europa-Parlamentet. I denne udtalelse, som anskuer EU-kommunikationen med borgerne som et fælles ansvar for alle EU-institutioner, erklærer Regionsudvalget sig rede til at forbedre kommunikationen om Europa sammen med og gennem de lokale og regionale myndigheder. De øvrige EU-institutioner anerkender denne særlige rolle, som tilkommer Regionsudvalget i dets egenskab af repræsentant for EU’s byer og regioner, og er villige til at styrke det interinstitutionelle samarbejde.

På denne baggrund vil Regionsudvalget anlægge en **ny femårig kommunikationsstrategi**, som afspejler den førnævnte udtalelse og resolutionen om Regionsudvalgets politiske prioriteter for 2015‑2020, som blev vedtaget i juni 2015. Denne resolution opstillede fem vigtige prioriteter:

1. En ny start for den europæiske økonomi: jobskabelse og bæredygtig vækst i byer og regioner for at sikre borgerne en bedre livskvalitet
2. Den territoriale dimension af EU-lovgivningen: varetagelse af borgernes interesser, uanset hvor de vælger at bo og arbejde
3. Et mere enkelt og tættere sammenknyttet Europa: genetablering af båndet mellem borgere og virksomheder på lokalt og regionalt niveau
4. Stabilitet og samarbejde både internt i og uden for Den Europæiske Union: støtte til vores naboer på deres vej mod europæiske værdier
5. Borgernes Europa er fremtidens Europa: styrkelse af fremtidsorienterede partnerskaber mellem Den Europæiske Union og borgerne.

Disse fem prioriteter vil blive afspejlet i den nye kommunikationsstrategi. Endvidere kan "Genetablering af båndet mellem borgerne og EU" også forstås således, at de får mulighed for at komme til orde på de mange politikområder, som EU har indflydelse på. For at opnå dette bør den nye kommunikationsstrategi baseres på deltagelsesdemokrati og en tilgang med forvaltning på flere myndighedsniveauer.

Endvidere vil kommunikation indgå strategisk i Regionsudvalgets politiske arbejde og blandt andet understøtte planlægningen, forberedelsen og opfølgningen af Regionsudvalgets rådgivende arbejde på de centrale arbejdsområder, hvor **Regionsudvalget og Europa-Parlamentet** har aftalt et tættere samarbejde, herunder navnlig investeringsplanen for Europa; Europa 2020-strategien og det europæiske semester; energiunionen; arbejdskraftmobilitet; det digitale indre marked; migration; udvikling af landdistrikterne.

For at skabe større sammenhæng i EU-institutionernes kommunikationsaktiviteter vil Regionsudvalget også **styrke forbindelserne med Kommissionen** ved at tilstræbe mere synergi f.eks. ved at foreslå systematisk inddragelse af RU-medlemmer og kommissærer i borgerdialoger på lokalt plan.

Endelig vil gennemførelsen af kommunikationsstrategien være et **fælles ansvar** for alle niveauer i institutionen. Den vil afspejle og gøre brug af Regionsudvalgets unikke karakteristika i den institutionelle konstruktion takket være udvalgets **nærhed og repræsentativitet**.Endelig vil strategien blive gennemført efter principperne om **ansvarlighed og gennemsigtighed** under hensyntagen til Regionsudvalgets politiske og geografiske diversitet.

# **Målgrupper**

Skønt det overordnede mål for Regionsudvalgets kommunikationsstrategi er at forbedre EU-borgernes syn på Den Europæiske Union, kan Regionsudvalget ikke målrette sine kommunikationsaktiviteter effektivt mod 500 millioner borgere, da det ikke har de økonomiske og menneskelige ressourcer til at gøre det. Regionsudvalget kan bidrage med en merværdi via kommunikationsaktiviteter rettet mod sine to vigtigste målgrupper: **de regionale og lokale myndigheder og EU-institutionerne**. I sin kommunikation med borgerne vil Regionsudvalget trække på sine **medlemmer** og lokale og regionale aktører, der vil fungere som formidlere og mellemled. Desuden vil Regionsudvalget gøre brug af sine (eksisterende og nye) **aftaler med de andre EU-institutioner, for eksempel** ved at samarbejde med Kommissionens, Europa-Parlamentets og Rådets kommunikationstjenester.

* **Regionale og lokale myndigheder** omfatter både politiske repræsentanter og ledere af lokale og regionale offentlige myndigheder samt territoriale sammenslutninger og netværk. De er kontaktled for 500 mio. borgere ved på den ene side at fremføre deres behov og forventninger på EU-niveau set ud fra et lokalt perspektiv og på den anden side formidle information om EU til det lokale plan.
* **EU-institutionerne** er lige så vigtige mål for Regionsudvalgets rådgivende arbejde via udtalelser og resolutioner. Her prioriteres medlemmerne af Europa-Parlamentet, Kommissionen og Rådets arbejdsgrupper samt møder relateret til Regionsudvalgets nøgleområder.

I denne sammenhæng spiller **presse- og mediepartnere** og andre aktører en vigtig rolle som førende mellemled og formidlere i Regionsudvalgets kontakt med sine to vigtigste målgrupper.

**Regionsudvalgets medlemmer** har en central rolle i Regionsudvalgets kommunikationsstrategi. Det er deres opgave at give input til EU i form af information og erklæringer, der afspejler lokale synspunkter, og samtidig er de de vigtigste videreformidlere af Regionsudvalgets institutionelle budskaber til borgerne og EU-institutionerne (mere herom i punkt 6 "Inddragelse af Regionsudvalgets medlemmer i kommunikationsstrategien").

# **Målsætninger**

"Genetablering af båndet mellem EU og borgerne ved at skabe en dialog mellem det lokale niveau og EU-niveauet" er det centrale budskab og formål med alle Regionsudvalgets kommunikationsaktiviteter. Kommunikationsstrategien vil **forbedre Regionsudvalgets rådgivende arbejde gennem målrettet kommunikation**.Førhen var kommunikation ofte det sidste trin i Regionsudvalgets politiske arbejde. Fremover vil Regionsudvalgets kommunikation ikke kun oplyse om det udførte arbejde, men i stedet blive en mere integreret del af Regionsudvalgets politiske, lovgivningsmæssige og beslutningstagende proces. Med denne inklusive og strategiske kommunikationstilgang vil Regionsudvalget kunne styrke sin rolle i forsvaret for territorial samhørighed og borgerinddragelse i EU.

Ved at gøre mere intensiv brug af decentraliseret **kommunikation på lokalt plan** vil Regionsudvalget notere sig og drøfte de behov og forventninger, som regioner og byer giver udtryk for. Regionsudvalgets kommunikationsværktøjer vil videregive dette input til EU’s øvrige institutioner og dermed påvirke den samlede EU-dagsorden. For at lukke cirklen og vise relevansen af bidrag fra civilsamfundet, skal effekten af det rådgivende arbejde rapporteres tilbage til det lokale niveau.

Ved hjælp af kommunikation vil Regionsudvalget **intensivere sit samarbejde med de øvrige EU‑institutioner**. Formålet er at profilere Regionsudvalget institutionelt og politisk som repræsentant for de europæiske regioner og byer og synliggøre dets medlemmers rolle, både i Bruxelles og på lokalt plan. Ved at fremhæve Regionsudvalgets unikke, lokalt forankrede plads i EU’s politikudformning, styrkes EU's demokratiske grundlag og offentlighedens opfattelse af en borgerdreven proces. På lokalt plan vil Regionsudvalgets kommunikationstilgang blive afstemt med Europa-Parlamentet, Kommissionen, EU’s roterende formandskaber og Rådet for opnå en større effekt af fælles kommunikationsinitiativer om EU’s virksomhed.

**Genetablering af båndet mellem EU og borgerne:**

**Dialog mellem det lokale niveau og EU-niveauet**

* *Europa-Parlamentet*
* *Det Europæiske Råd*
* *Kommissionen*
* *Øvrige EU-institutioner og -organer*
* *EU’s aktører (regionale kontorer, sammenslutninger osv.)*

**EU**

**RU**

**BORGERE**

*Regionsudvalgets kommunikation medvirker til at vise, hvordan der på EU-niveau er taget hensyn til inputtet fra det lokal og regionale niveau*

*Regionsudvalgets kommunikation medvirker til at:*

* *give et lokalt og regionalt input til EU‑niveauet*
* *udvikle synergiskabende og fælles tilgange til formidling af EU-information til borgerne*

*Regionsudvalgets kommunikation medvirker til at styrke samarbejdet med de øvrige EU-institutioner og aktører*

*Regionsudvalgets kommunikation medvirker til at kortlægge lokale og regionale behov og prioriteter*

**Lokale og regionale myndigheder**

# **Gennemførelse**

Med udgangspunkt i den femårige strategi vil Regionsudvalgets generalsekretariat udarbejde **årlige kommunikationsplaner**,som skal godkendes af Regionsudvalgets præsidium. Hver enkelt årlig plan opstiller et begrænset antal tematiske prioriteter for det kommende år: der fastlægges **to eller tre hovedtemaer** ud fra EU's dagsorden og de lokale/regionale behov. For hvert af de udvalgte temaer vil der blive udformet en RU-kampagne, som kombinerer høring af civilsamfundet, lovgivningsarbejde, presse og mediekampagner, arrangementer, dialog på de sociale medier osv. Kommunikationsressourcerne vil først og fremmest blive brugt på disse kampagner og omfatte målbare mål. Et sådant fokus vil bidrage til at lette samarbejdet med de øvrige EU-institutioner, målrette de budskaber, der er tiltænkt medier og aktører, og øge gennemslagskraften af Regionsudvalgets rådgivende arbejde.

Generalsekretariatet vil styrke de **interne koordineringsstrukturer** med henblik på at forvalte kommunikationsstrategien og i den forbindelse også udnytte aktiviteterne i Regionsudvalgets politiske grupper. Regionsudvalgets underudvalgssekretariater i de to direktorater for lovgivningsarbejde vil udvælge ansatte med ansvar for kommunikationsspørgsmål, som i en "**Kommunikationsgruppe**" skal arbejde sammen med ansatte i Direktoratet for Kommunikation og kommunikationsmedarbejdere fra de politiske gruppers sekretariater og andre direktorater. De årlige kampagner vil sammen med ad hoc-kommunikationsinitiativer blive udformet og gennemført på dette niveau. Der vil blive udviklet en "kommunikationsplanlægger", som bliver fælles for hele Regionsudvalget, for at lette denne koordinering.

Sideløbende med gennemførelsen af den eksterne kommunikationsstrategi vil generalsekretariatet udarbejde en **intern kommunikationsplan** for de kommende år. Målet er at forbedre den interne informationsstrøm til, fra og mellem Regionsudvalgets ansatte og styrke deres engagement i arbejdet med at repræsentere Regionsudvalget. Den interne kommunikation vil harmonere med den eksterne tilgang. KIKLOS[[2]](#footnote-2)-projektet – et it-værktøj, som vil bidrage til at lette den strategiske planlægning og opfølgning af Regionsudvalgets vigtigste prioriteter – vil blive gennemført i midten af 2016.

**Regionsudvalget og de øvrige EU-institutioner** vil intensivere den interinstitutionelle kommunikation i Bruxelles og videreføre denne proces på lokalt plan gennem **bilaterale partnerskaber**. Dette vil omfatte Europa-Parlamentet og det informationskontorer; Kommissionen og dens Europe Direct-informationscentre i medlemsstaterne; Rådets generalsekretariat. Ved hjælp af pilotprojekter – såsom programmer for lokale og Bruxellesbaserede journalister, fælles arrangementer for nøgleaktører og fælles besøgsgrupper, sammenkobling af platforme for onlinekommunikation, udveksling af talere til de talrige lokale arrangementer, som EU-institutionerne og Regionsudvalget organiserer – skulle der i lyset af erfaringerne fra lignende arrangementer kunne opnås nye synergier og stordriftsfordele På politisk plan vil Regionsudvalget også gentage, støtte og overvåge de anbefalinger og handlingsforslag til de øvrige institutioner, der er nævnt i udtalelsen fra 2014 "Genetablering af båndet mellem EU og borgerne".

Med hensyn til effekten af kommunikation om EU i almindelighed vil Regionsudvalget gerne foreslå, at Kommissionen regelmæssigt gennemfører **regionale Eurobarometerundersøgelser**. En sådan undersøgelse blev gennemført for første gang i 2012 i forbindelse med den årlige interinstitutionelle europæiske konference om offentlig kommunikation (EuroPCom), som er koordineret af Regionsudvalget, og der er planlagt endnu en til oktober 2015. Værdien af regionale Eurobarometerundersøgelser for EU, lokale politikere og kommunikationseksperter er indlysende og vil tjene som grundlag for mere målrettede kommunikationsaktiviteter. Desuden vil Regionsudvalget skele til andre informationskilder og (sociale) medieplatforme for at følge den offentlige debat.

**Regionsudvalgets formand** vil gøre Regionsudvalget mere synligt og spille en fremtrædende rolle i interinstitutionelle partnerskaber og lejlighedsvis tage initiativ til fælles kommunikationsaktiviteter. En politisk alliance med **medlemmerne af Europa-Parlamentet ("Friends of Regions")** vil blive opbygget i form af møder i tilknytning til Europa-Parlamentets plenarforsamling for at styrke de personlige kontakter med medlemmer af Europa-Parlamentet. **Formanden** vil også foretage **studierejser** for at tiltrække og fremme regioners og byers investeringskapacitet og for at profilere Regionsudvalget institutionelt og politisk. Nogle af disse møder kan afholdes i samarbejde med EU‑kommissærer eller medlemmer af Europa-Parlamentet. Formanden vil inddrage andre medlemmer, hvis det er relevant og/eller påkrævet.

**Formændene for Regionsudvalgets underudvalg** vil også jævnligt mødes med deres modparter i Europa-Parlamentet for at drøfte udviklingen i de to institutioners prioriterede sager og dertil knyttede kommunikationsaktiviteter. Dette kunne suppleres med regelmæssig inddragelse af og aktiviteter i Regionsudvalgets politiske grupper, deres formænd og medlemmer.

Lanceringen af den femårige kommunikationsstrategi skaber momentum for udvikling og indførelse af et forbedret **grafisk charter for Regionsudvalget**, der vil blive anvendt som grundlag for alle udvalgets kommunikationsaktiviteter. Formålet hermed er at nå frem til en mere sammenhængende kommunikationsform med henblik på bedre genkendelighed, mere effektivitet og en klar forbindelse mellem den grafiske repræsentation og de centrale budskaber i strategien. Det nye design vil indebære en revision af farve og skrifttype, indførelse af brugervenlige templates, retningslinjer for anvendelse af billeder og andre visuelle effekter osv.

# **Kanaler og værktøjer**

Mens kommunikationsstrategien for 2015-2020 vil fastsætte hovedprioriteterne for ressourcer og investeringer, vil den operationelle udrulning og anvendelse af kommunikationsværktøjerne blive beskrevet i detaljer i kommunikationsplanerne. De forskellige værktøjer vil blive anvendt på en koordineret og kampagneorienteret måde, så de gensidigt styrker hinanden. Tilgængelighed i relation til teknologi, flersprogethed og redigeringsstil vil blive et nøgletræk ved Regionsudvalgets kommunikationsværktøjer.

## Presse- og medierelationer

Regionsudvalget kan ved at bruge sin særlige ekspertise, sin lokale forankring og sine netværk tilføre en merværdi og bidrage med **historier fra det virkelige liv**. Den store viden og de rige erfaringer kan sammen med praktiske og velfungerende eksempler også anvendes til at underbygge de budskaber og holdninger, som udvalget giver udtryk for i sine udtalelser. Gennem bedre fortælleteknikker vil Regionsudvalget bistå sine medlemmer og deres netværk med at dele deres virkelighedsbaserede iagttagelser og anbefalinger vedrørende EU-spørgsmål og sætte dem på EU-institutionernes dagsorden.

Udvalgets pressetjeneste vil henvende sig til og stå i løbende kontakt med **EU-medier i Bruxelles**. Formålet er at udbrede kendskabet til Regionsudvalgets udtalelser og dets holdninger til EU-spørgsmål gennem virkelige eksempler og interessante historier fra lokalområdet. Udvalget vil investere i varige personrelationer med ledende journalister fra den akkrediterede presse i Bruxelles med henblik på at opnå mediedækning for konkrete historier. I den henseende vil pressetjenesten nøje forme indholdet, så det passer til behovene hos den pågældende mediemålgruppe. Ud over at bringe udvalgets politiske budskaber ud i medierne vil disse historier fra RU-medlemmerne kunne højne udvalgets profil.

Presseaktiviteterne vil også fokusere på **specialiserede, lokale, regionale og nationale medier i RU‑medlemmernes hjemlande og hjemregioner**. Eksisterende **værktøjer inden for presse- og medierelationer** som pressemeddelelser, interviews og artikler, talepunkter til pressen, medieprogrammer i forbindelse med arrangementer, pressekonferencer, tekniske briefings, presseture og mediepartnerskaber vil blive videreudviklet. Der vil desuden, hvor det er hensigtsmæssigt og i tæt samarbejde med de politiske grupper, blive etableret relationer til RU-medlemmer, organisationer, partnere og EU-repræsentationer i medlemsstaterne med henblik på at udveksle medieidéer og indhente støtte til formidlingen af budskaber i medier i hjemlandene.

Regionsudvalget vil udarbejde en "medieplanlægger", der systematisk identificerer vigtige politiske milepæle og arrangementer i EU-kalenderen. Den vil blive anvendt til at beslutte, hvornår det er strategisk bedst for udvalget at kommunikere sine politiske budskaber ud til medier og politiske aktører. Den vil blive opdateret hver uge og vil derfor blive bestemmende for, hvornår det er hensigtsmæssigt at anvende pressemeddelelser som kommunikationsværktøj. Andre kommunikationsværktøjer som sociale medier og audiovisuelt materiale kan være et bedre alternativ eller supplere en pressemeddelelse, når et RU-budskab skal formidles. På denne baggrund vil Regionsudvalgets pressetjeneste investere i:

* regelmæssige bilaterale og multilaterale uformelle briefings med korrespondenter og EU‑journalister, der har base i Bruxelles, navnlig forud for udvalgets vigtigste politiske statements;
* målrettet networking, hvor EU-journalisterne kommer, f.eks. i presseområder under EU-topmøder eller i forbindelse med vigtige pressekonferencer i Kommissionen;
* deltagelse af journalister i vigtige RU-arrangementer, i Bruxelles eller i forbindelse med lokale arrangementer;
* organisering af landespecifikke presseture til Bruxelles for lokale og regionale journalister i samarbejde med andre EU-institutioner;
* målrettet udsendelse af pressemeddelelser, så vidt muligt på medlemmets sprog og med oversættelse til andre relevante EU-sprog;
* udbredelse af information, herunder pressemeddelelser, artikler og videoer gennem de sociale mediers kanaler;
* indgåelse af mediepartnerskaber med EU-pressen, nationale nyhedsbureauer i medlemsstaterne og andre relevante platforme;
* udarbejdelse af video-newscasts/referater forud for eller efter vigtige konferencer/arrangementer og plenarforsamlinger med vægt på lokalt-inspirerede historier fra de enkelte medlemmer.

## Konferencer og arrangementer

RU-konferencer og -arrangementer vil fungere som kommunikationsværktøjer i kraft af deres dynamiske, ad hoc og participatoriske karakteristika. De fremmer personlig, ansigt‑til‑ansigt‑udveksling om udvalgets tematiske prioriteter, leverer input til det rådgivende arbejde og supplerer andre kommunikationsværktøjer. Det forventede resultat af udvalgets arrangementer vil blive klart defineret på forhånd, og de erfaringer, der høstes, vil blive videregivet til de relevante målgrupper og medtaget i Regionsudvalgets årlige effektrapport.

Lokale arrangementer og konferencer i regionerne vil blive brugt til dels at viderebringe budskaber fra EU-niveauet dels at samle budskaber fra det lokale niveau **i et tovejskommunikationsformat**. Arrangementer i Bruxelles vil have til formål at drøfte EU-spørgsmål af interesse for repræsentanter for regionerne og EU-institutionerne såvel som til at formidle Regionsudvalgets budskaber.

**Lokale arrangementer** vil fokusere på at indsamle og debattere lokale erfaringer blandt lokale og regionale aktører. Oprettelse af deltagerfora for Regionsudvalgets årligt fastsatte tematiske prioriteter vil bidrage direkte til det rådgivende arbejde og udarbejdelsen af udtalelser. Disse fora vil hovedsagelig blive organiseret i og med hjælp fra RU-medlemmernes bagland med særligt fokus på ordførerens region eller by og i samarbejde med Europa-Parlamentets informationskontorer og Europa-Kommissionens repræsentationer. Lokale arrangementer vil også give mulighed for at rapportere om det rådgivende arbejdes effekt.

**Arrangementer og konferencer på EU-niveau** vil skabe nyt input til EU-institutionerne ved at præsentere de lokale og regionale behov og prioriteringer for EU-aktører og dele og drøfte disse spørgsmål med dem. De vil blive den kanal, hvorigennem lokale og regionale aktørers interesser bliver hørt og debatteret, selv om de ikke står på EU's interinstitutionelle dagsorden. Regionsudvalgets rådgivende arbejde vil ikke kun drage direkte fordel af konferencer, som arrangeres i samarbejde med regionale og lokale myndigheder og sammenslutninger, men også af arrangementer, der afholdes i fællesskab med andre EU-institutioner.

Stærke RU-brands som **den europæiske uge for regioner og byer (OPEN DAYS)** og **den europæiske konference om offentlig kommunikation (EuroPCom)** vil blive vurderet på grundlag af deres resultater, og hovedkriterierne - så som fokus på vigtige politiske prioriteter, udvalgets tilførelse af merværdi til EU's politiske dagsorden og indsamlingen af input fra det lokale og regionale plan, som styrker diskussionerne og forbindelserne mellem lokale aktører og EU-aktører - vil blive taget i betragtning.

Regionsudvalget vil fortsat være **medarrangør eller vært for forskellige arrangementer** i sin bygning i Bruxelles, men vil blive mere kræsen med udvælgelsen i fremtiden. Arrangementer med tilknytning til de årlige kommunikationsprioriteter, eller som kan resultere i relevant input til EU's beslutningstagning, vil få højest prioritet.

Regionsudvalgets **program for besøgende** vil fortsætte, men med et skarpere fokus på udvalgets evne til at formidle lokale behov til EU-niveauet. Muligheden for at tilbyde mere omfattende og integrerede besøgsprogrammer for specifikke målgrupper vil blive undersøgt i samarbejde med de andre EU‑institutioner. Medarbejdere, der modtager og taler for besøgsgrupper, vil med regelmæssige mellemrum blive tilbudt efteruddannelse.

For at sikre forbindelsen mellem arrangementer og den politiske proces bør de enkelte aktiviteter (eller aktivitetsrækker) føre til et sæt **konklusioner og anbefalinger**, der udtrykker lokale og regionale aktørers synspunkter og som efterfølgende kan blive diskuteret i det relevante underudvalg, i præsidiet eller på plenarforsamlingen.

## Web-baseret kommunikation, sociale medier og publikationer

Skønt det er umuligt at forudsige, hvordan digitale medier og onlinemedier vil udvikle sig i de kommende fem år, er der nogle tendenser, som Regionsudvalget vil skulle tilpasse sig i den nærmeste fremtid: øget brug af mobilt udstyr og berøringsudstyr, direkte kontakt mellem publikum og institutionerne, straksoversættelse, løbende opdatering osv. I den forbindelse vil Regionsudvalget lancere en ny strategi for digital kommunikation i begyndelsen af 2016, der vil bygge på de eksperimenter og pilotprojekter, som har været gennemført i 2015.

**Strategien for digital kommunikation** vil blive indholdsorienteret og baseret på input fra de forskellige direktorater. Den vil omfatte bestræbelser på at skabe synergier med andre EU‑institutioner, f.eks. gennem links på tværs mellem Regionsudvalgets, Europa-Parlamentets og Kommissionens websteder, fælles initiativer på de sociale medier og øget redaktionelt samarbejde med regionale og nationale sammenslutninger og RU-medlemmer. Dette vil bidrage til, at lokalt indhold finder vej til udvalgets digitale platforme og værktøjer (f.eks. e-nyhedsbreve), samt have en formidlingsforstærkende effekt. Regionsudvalget vil investere i at gøre sine digitale budskaber, udtalelser og resolutioner lettere at læse gennem "story-telling" og målrettet visuel kommunikation: brug af videomateriel, infografik, kortere og mere fængende tekster, udarbejdelse af redaktionelle retningslinjer til indholdsleverandører m.m. Det team, der tager sig af de sociale og digitale medier, vil arbejde tæt sammen med pressemedarbejderne om at **udvikle stærke budskaber og redaktionelle retningslinjer** for digital kommunikation. Teamet for sociale og digitale medier vil også tilbyde råd og vejledning til direktoraterne for lovgivningsarbejde med henblik på en modernisering af de rådgivende platforme med støtte fra de fælles IT-tjenester og eksterne tekniske ressourcer.

**Regionsudvalgets strategi for de sociale medier** vil blive udviklet betydeligt som supplement til den generelle kommunikationsstrategi og vil blive anvendt som en vigtig tovejskommunikationskanal til informationsudveksling mellem RU-medlemmer og udvalgets ansatte, EU-institutioner, aktører, medier og borgere. De sociale mediers muligheder kan også bruges til at skabe dialog med lokale og regionale myndigheder, som vil bidrage til indsamling af lokalt input til det rådgivende arbejde samt historier fra det lokale og regionale niveau, som Regionsudvalget efterfølgende kan videreformidle til EU-niveauet i tilknytning til sine tematiske prioriteter, og rapporterer tilbage til regioner og byer om EU-fremskridt på områder, der har disses interesse. De sociale medier vil blive integreret mere effektivt i websteder og onlineplatforme for bedre at fungere som videreformidlere af udvalgets onlineindhold og budskaber. Der vil blive lagt vægt på, at medlemmer og ansatte tilskyndes til at udbrede RU-indhold via deres egne kanaler på de sociale medier. I kommunikationsstrategiens startfase vil ressourcer blive investeret i afprøvning af de forskellige metoder, der er til rådighed, med henblik på at finde frem til det mest hensigtsmæssige mix for Regionsudvalget på de sociale midler. Udvalgets kommunikationsteam vil vælge det mest hensigtsmæssige format – f.eks. artikler, infografik og audiovisuelt materiale – til kommunikationen via de sociale mediers kanaler.

**Regionsudvalgets onlineteam** vil arbejde på at forbedre sammenhængen mellem udvalgets websteder, onlineplatforme og digitale produkter ved at centrere sin indsats om tematiske kampagner snarere end om isolerede kommunikationsprodukter.

Den interne digitale kommunikation vil blive udbygget: udvalget vil drage fordel af de features, som findes i det **nye kontaktforvaltningsværktøj "Dynamics"**, som indføres i 2016 og som vil optimere udvalgets brug af kontakter til kommunikationsformål. Dette skulle føre til mere målrettet kommunikation, øget koordination og en god workflowstyring.

Når det gælder **Regionsudvalgets websteder**, er der flere forskellige initiativer i støbeskeen, som skal tilpasse udvalgets onlineværktøjer til brugernes behov: opgradering eller udskiftning af det nuværende system til forvaltning af indhold, så det kommer til at afspejle den teknologiske udvikling, forbedring af webstederne på grundlag af "mobile first"-princippet, mere visuel kommunikation og forenklet informationsstruktur. Disse tekniske udviklingsaspekter vil blive forelagt til godkendelse og vil sandsynligvis kræve støtte fra eksterne tjenesteudbydere.

**Publikationer** og andre (trykte eller printbare) informationsprodukter vil indgå som en integreret del af de tematisk prioriterede kampagner i overensstemmelse med den overordnede strategi, herunder dokumentation (studier, faktablade m.m.), som udarbejdes af udvalgets direktorater for lovgivningsarbejde.

Med tanke på den fremtidige publikationspolitik vil Regionsudvalget også fuldt ud udnytte **interinstitutionelle tjenester**, rammekontrakter og tekniske tjenester (f.eks. arkivering), herunder de tjenester, som tilbydes af EU's publikationskontor. Mængden af **digitale publikationer** vil blive forøget **i forhold til** mængden af **trykte publikationer**, og print-on-demand vil blive udviklet yderligere.

Endelig vil Regionsudvalgets gratis [**onlinekursus**](https://www.youtube.com/watch?v=JIIA-KTXjM0&feature=youtu.be) **(MOOC)** om regioner, EU-institutioner og politikudformning – det første onlinekursus udbudt af en EU-institution nogensinde – blive videreudviklet som et innovativt onlineværktøj, der kan opfylde krav om information og interessetilkendegivelser fra de lokale og regionale myndigheder. Dette nye værktøj skal yderligere forbedre RU-medlemmernes muligheder for at varetage deres funktion som "ambassadører" for det lokale og regionale niveau.

# **Inddragelse af RU-medlemmer i kommunikationsstrategien**

RU-medlemmer spiller en betydningsfuld rolle for gennemførelsen af kommunikationsstrategien. De udgør en tovejsforbindelse mellem EU-institutionerne og det lokale niveau, idet de dels er borgernes talerør i EU's beslutningstagning, dels formidler EU-erfaringer, når de er hjemme. De er desuden i front, når det gælder udbredelsen af Regionsudvalgets institutionelle budskaber. I deres respektive medlemsstater kan RU-medlemmer spille en ledende rolle i forbindelse med mobilisering og inddragelse af andre lokale og regionale myndigheder.

RU-medlemmer skal støttes i deres funktion som borgernes talerør over for EU-institutionerne. **RU‑medlemmerne** og deres hjemadministrationer **vil modtage mere støtte**, navnlig til lokale kommunikationsinitiativer, og det er planen at tilskynde til mere udveksling med territoriale sammenslutninger/netværk.

Den nye kommunikationsstrategi foreslår navnlig følgende støtte til medlemmerne:

* I kraft af et tættere samarbejde mellem direktoraterne for lovgivningsarbejde og kommunikationsdirektoratet vil Regionsudvalgets kommunikationsværktøjer blive til større nytte for ordførerne under udarbejdelsen af deres forslag til udtalelse og høringsprocessen i den forbindelse.
* RU-medlemmer vil blive opfordret til at slå på tromme for deres arbejde i udvalget, herunder ikke mindst vise, hvordan de har sat borgernes bekymringer og forventninger på EU's dagsorden.
* Videreudvikling af Regionsudvalgets nuværende e-nyhedsbrev vil sætte medlemmerne i stand til at formidle nyheder og budskaber i et ligefremt sprog og i et letformidleligt format, som kan integreres i deres publikationer, deles med lokale pressekontakter eller udsendes via af deres egne kanaler på de sociale medier.
* Medlemmerne kan være vært for eller deltage i lokale kommunikationsarrangementer i baglandet, som organiseres af udvalgets kommunikationsdirektorat i samarbejde med territoriale sammenslutninger og/eller andre partnere.

Eksisterende kommunikationsbistand til RU-medlemmerne vil fortsætte:

* muligheden for at indbyde journalister fra deres hjemland til Bruxelles;
* deltagelse som talere på Regionsudvalgets konferencer;
* audiovisuel bistand, når de deltager i udvalgets møder og arrangementer;
* indhold på de sociale medier, som understøtter deres arbejde i udvalget;
* e-nyhedsbreve, som de kan udsende til deres egne netværk;
* personaliserede RU-visitkort;
* websiteindhold, der fremmer deres RU-aktiviteter (medlemsprofil, faktablade om udtalelser osv.);
* trykte brochurer om forskellige emner.

# **Evaluering og effekt**

Kommunikationsstrategiens effektivitet vil løbende blive overvåget, navnlig ved hjælp af kvalitative indikatorer og metoder, for at vurdere Regionsudvalgets politiske gennemslagskraft og for at finjustere eller ændre de årlige kommunikationsplaner. I dette øjemed vil der blive fastsat centrale præstationsindikatorer til at måle den **politiske gennemslagskraft og kommunikationens effekt og effektivitet**.Disse vil blive understøttet af resultatindikatorer for de forskellige kommunikationsaktiviteter.

Årlige **evalueringsrapporter** vil undersøge effekten af kommunikationsaktiviteter i det foregående år, mens en midtvejsevaluering af strategien vil blive offentliggjort i første halvdel af 2018 sammen med anbefalinger. Den endelige evaluering af strategien vil blive gennemført i slutningen af 2020. Mens den årlige evalueringsrapport især vil blive baseret på en analyse, der udføres af Regionsudvalgets tjenester, vil midtvejsevalueringen og den endelige evaluering også blive baseret på input fra en ekstern konsulent og omfatte brugen af kvalitative metoder samt placere strategien i en bredere EU‑kommunikationskontekst, dvs. at strategien også vil blive vurderet på baggrund af (regionale) Eurobarometerundersøgelser af befolkningens holdning i hele EU.

Vurderingen af RU-aktiviteternes **politiske gennemslagskraft** går længere end til kommunikationsstrategien: direktoraterne med lovgivningsarbejde og disses ansatte med ansvar for koordination og interinstitutionel opfølgning skal bidrage på grundlag af de allerede indhøstede erfaringer med udarbejdelsen af udvalgets årlige effektrapport. Sidstnævnte vil fremover også komme til at indeholde et kapitel om resultaterne af Regionsudvalgets kommunikationsplan.

Tre **nøglepræstationsindikatorer** vil blive anvendt i forbindelse med overvågningen af kommunikationsstrategien:

1. **en indikator for** kommunikationens **effekt** vil måle den perceptuelle effekt på opfyldelsen af Regionsudvalgets politiske prioriteringer;
2. **en indikator for** kommunikationens **kvalitet** vil vise resultaterne på en måde, så der skelnes mellem de forskellige kommunikationsværktøjer;
3. **en effektivitetsindikator** vil sammenligne de omkostninger, der er knyttet til aktiviteterne, med deres effekt.

Strategiens **effekt** og **kvalitet** bør måles ved at kortlægge, hvordan Regionsudvalget opfattes af sine vigtigste målgrupper. De centrale præstationsindikatorer bør skelne mellem to målgrupper:

1. politikere og embedsmænd i de lokale og regionale forvaltninger (herunder RU-medlemmernes specifikke bagland) og
2. repræsentanter for de andre EU-institutioner.

Indikatorerne bør fastsættes på grundlag af resultaterne af de **årlige undersøgelser vedrørende** målgruppernes **opfattelse**, hvilket vil kræve både måling og dataindsamling. Der vil desuden skulle fastsættes en referenceværdi (eller en nulværdi) for 2015, og de fremskridt, som skal gøres i strategiens løbetid, skal defineres. Referenceværdien kan til dels hentes i de undersøgelser, der er gennemført i begyndelsen af 2015.

Ud over disse perceptuelle undersøgelser vil der blive etableret en **oversigtstavle** med henblik på kvantitativ opfølgning af de vigtigste værktøjer og aktiviteter, såsom medierelationer, arrangementer, onlinekommunikation og publikationer. Herudover kan der gennemføres kvalitativ research med henblik på at måle reaktionen på værktøjer, f.eks. analyser af tonen i presseklip, undersøgelser af deltagere i et arrangement, efter at det har fundet sted, brugerpaneler i webportaler osv., eller for at tjekke kvalitative aspekter (f.eks. tilgængelighed, flersprogethed o. lign.). Den kvalitative research inkluderer også en undersøgelse af, hvor tilfredse RU-medlemmer har været med de tilbudte kommunikationstjenester.

Endelig bør **effektivitetsindikatoren** omfatte overvågning af ressourcer (personale og budget), som anvendes på kommunikationsværktøjer og kombinationer af disse i forhold til deres udbredelse og effekt. Resultater kan anvendes som indikator for ændringer i tildeling af ressourcer.

# **Ressourcer**

Regionsudvalgets generalsekretariat vil gennemføre denne nye strategi under inddragelse af alle direktorater, sekretariaterne for alle de politiske grupper og udvalgets medlemmer og personale.

Kommunikationsstrategien er blevet udformet under forudsætning af **generel status quo i forhold til de nuværende kommunikationsressourcer** i de næste fem år (anslået årligt driftsbudget på 1,8 mio. EUR; 51 ansatte i Regionsudvalgets kommunikationsdirektorat plus støttepersonale i andre tjenester og i de politiske gruppers sekretariater).

De endelige bevillinger vil blive afstemt år for år mellem de forskellige enheder alt efter fokus i de pågældende årlige kommunikationsplaner. Den interne fordeling af menneskelige ressourcer kan tilpasses udviklingen inden for de enkelte kommunikationsområder og særlige forhold.

De **årlige kommunikationsplaner** vil indeholde et deltaljeret budget, som hvert år skal godkendes af Regionsudvalgets præsidium. Kommunikationsplanen for 2016 vil blive forelagt præsidiet den 2. december 2015.

**Foreslået tidsplan**

* 2. december 2015: RU-præsidiets vedtagelse af kommunikationsplanen for 2016
* November/december 2016: RU-præsidiets vedtagelse af kommunikationsplanen for 2017
* November/december 2017: RU-præsidiets vedtagelse af kommunikationsplanen for 2018
* Medio 2018: midtvejsevaluering og revision af kommunikationsstrategien
* November/december 2018: RU-præsidiets vedtagelse af kommunikationsplanen for 2019
* November/december 2019: RU-præsidiets vedtagelse af kommunikationsplanen for 2020
* Ultimo 2020: endelig evaluering af kommunikationsstrategien

\*

\* \*

**FORSLAG**

**Præsidiet opfordres til at træffe beslutning om den foreslåede kommunikationsstrategi for 2015‑2020.**

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

1. Regionsudvalgets udtalelse – Genetablering af båndet mellem EU og borgerne – mere og bedre kommunikation på lokalt niveau, (2015/C 019/09), ordfører: Christophe Rouillon (FR/PES),  
    <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DA/TXT/?uri=CELEX:52014IR4460>. [↑](#footnote-ref-1)
2. *KIKLOS står for en revolverende proces omkring et centralt punkt.* [↑](#footnote-ref-2)