|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| CoR-HU |  |  |

**HU**

Brüsszel, 2015. október 5.

**A RÉGIÓK EURÓPAI BIZOTTSÁGA ELNÖKSÉGÉNEK 163. ÜLÉSE**

**– 2015. OKTÓBER 12. –**

|  |
| --- |
| **6. PONT****Az Európa és polgárai közötti kapcsolat újraépítése: párbeszéd létrehozása a helyi és az uniós szint között** **A Régiók Európai Bizottsága 2015–2020 közötti időszakra szóló kommunikációs stratégiája***Előterjesztő: a főtitkár* |

**HATÁROZATHOZATALRA**

**FELJEGYZÉS A RÉGIÓK EURÓPAI BIZOTTSÁGA ELNÖKSÉGI TAGJAI SZÁMÁRA**

**– 2015. OKTÓBER 12-I ÜLÉS –**

|  |
| --- |
| **6. pont****Az Európa és polgárai közötti kapcsolat újraépítése: párbeszéd létrehozása a helyi és az uniós szint között** **A Régiók Európai Bizottsága 2015–2020 közötti időszakra szóló kommunikációs stratégiája** |

# **Bevezető**

Az európai polgárok érzik az uniós politikák mindennapi életükre gyakorolt növekvő hatását. Jóllehet általában „európainak érzik magukat”, ugyanakkor gyakori panasz az információk hiánya és hogy nem értik az EU működését, és a többség egyáltalán nem bízik az uniós intézményekben. E dilemmával szembesülnek a regionális és helyi politikai vezetők, mivel az uniós szakpolitikák végrehajtói és befolyásolói, de egyidejűleg saját választókörzetükben is alakítják a politikát. Mindezek tükrében **az uniós kommunikációnak a polgárok EU-ba vetett bizalmának az újraépítését kell célként kitűznie**, és e tekintetben a regionális és helyi szereplők kritikus szerepet játszhatnak. A Régiók Európai Bizottságának (RB) legitim szerepe, hogy e feladattal kapcsolatban vállalja a felelősség rá eső részét.

A polgárok és az uniós intézmények közötti kapcsolat újraépítéséhez egyértelműen **jobban összehangolt, nyílt, kétirányú és részvételen alapuló kommunikációs megközelítésre** van szükség. Az RB 2014 decemberében több, valamennyi uniós intézménynek szóló hosszú távú ajánlást sorolt fel *Az Európa és polgárai közötti kapcsolat újraépítése* című saját kezdeményezésű véleményében[[1]](#footnote-1), amely figyelembe veszi az európai parlamenti választások utáni megváltozott intézményi környezetet. A véleményben, amely a polgárokkal folytatott uniós kommunikációt valamennyi uniós intézmény közös feladataként kezeli, az RB kijelenti, hogy elkötelezett az Európára vonatkozó kommunikáció helyi és regionális önkormányzatokkal, illetve azokon keresztül történő javítása mellett. A többi uniós intézmény elismeri ezt az RB által az uniós városok és régiók képviselőjeként betöltött különleges szerepet, és hajlandók erősíteni az intézményközi együttműködést.

Ezzel összefüggésben az RB egy **új, ötéves kommunikációs stratégiát** fog kidolgozni, amely a fent említett véleményt és a 2015–2020-as időszakra szóló politikai prioritásokról szóló, 2015 júniusában elfogadott állásfoglalását tükrözi. Ez az állásfoglalás öt fő prioritást azonosított:

1. Új lendület az európai gazdaságnak: munkahelyteremtés és fenntartható növekedés kialakítása a városokban és régiókban az emberek életminőségének javítása érdekében.
2. Az uniós jogalkotás területi dimenziója: a polgárok érdekében kell tevékenykedni, függetlenül attól, hol kívánnak élni és dolgozni.
3. Egyszerűbb, jobban összekapcsolódó Európa: a polgárok és a vállalkozások közötti kapcsolat helyreállítása helyi és regionális szinten.
4. Stabilitás és együttműködés az Európai Unión belül és kívül: szomszédaink támogatása az európai értékek felé vezető útjukon.
5. A polgárok Európája a jövő Európája: az Európai Unió és az uniós polgárok közötti jövőorientált partnerségek megerősítése.

Az új kommunikációs stratégia ezt az öt prioritást fogja tükrözni. Ezenfelül a polgárokkal való „kapcsolat újraépítése” kifejezést abban az értelemben is használjuk, hogy beleszólást kapnak azon a számos szakpolitikai területen, amelyet az EU befolyásol. Ennek eléréséhez az új kommunikációs stratégiának a részvételi demokrácián és többszintű kormányzás megközelítésén kell alapulnia.

Ezenfelül a kommunikációt stratégiailag, az RB politikai munkájának részeként fogjuk felhasználni: támogatni fogja többek között az RB által azokon a fő tematikus területeken végzett konzultatív munka megtervezését, előkészítését és nyomon követését, amelyek tekintetében **az RB és az Európai Parlament** szorosabb együttműködésben állapodtak meg – ezek konkrétan az európai beruházási terv, az Európa 2020 stratégia és az európai szemeszter, az energiaunió, a munkaerő-piaci mobilitás, az egységes digitális piac, a migráció és a vidékfejlesztés.

Az uniós intézmények közötti kommunikációs tevékenységek nagyobb fokú egységességének biztosítása érdekében az RB **erősíteni fogja az Európai Bizottsággal kialakított kapcsolatot** is, oly módon, hogy több szinergiát keres, például javaslatot tesz az RB-tagok és a biztosok módszeres bevonására a polgárokkal helyi szinten folytatott párbeszédekbe.

Végezetül a kommunikációs stratégia végrehajtása **megosztott felelősség** lesz, amely az intézmény valamennyi szintjét érinti. Tükrözni fogja és ki fogja használni az intézményi felálláson belül az RB egyedülálló jellemzőit, amelyek **polgárközeliségének és reprezentativitásának** köszönhetők.Végezetül a stratégiát az **elszámoltathatóság** és az **átláthatóság** elveinek megfelelően fogjuk végrehajtani, figyelembe véve az RB politikai és földrajzi sokszínűségét.

# **Célközönségek**

Jóllehet az RB kommunikációs stratégiájának általános célja annak javítása, ahogyan az uniós polgárok Európai Uniót látják, az RB nem tudja eredményesen közvetlenül 500 millió polgárra koncentrálni kommunikációs tevékenységeit, mivel ehhez hiányoznak a pénzügyi és emberi erőforrásai. Az RB a két fő célközönségének szóló kommunikációs tevékenységeivel teremthet értéktöbbletet, amelyek **a regionális és helyi önkormányzatok, valamint az uniós intézmények**. A polgárokkal folytatandó kommunikáció terén az RB **tagjaira** és a helyi és regionális érdekelt felekre fog támaszkodni, akik multiplikátorként és összekötőként fognak közreműködni. Ezenfelül az RB ki fogja használni **a többi uniós intézménnyel fennálló** (meglévő és új) **megállapodását, például** oly módon, hogy együttműködik az Európai Bizottság, az Európai Parlament és az Európai Unió Tanácsának kommunikációs szolgálataival.

* A **regionális és helyi önkormányzatok** magukban foglalják a helyi és regionális közigazgatások politikai képviselőit és vezetőit, valamint a területi szövetségeket és hálózatokat. Ezek alkotják az 500 millió polgárral való kétirányú kapcsolatot, amelynek keretében egyrészt uniós szinten képviselik a polgárok helyi nézőpontból megfogalmazott szükségleteit és elvárásait, másrészt pedig az EU-ra vonatkozó információkat adnak át a helyi szintnek.
* Az **uniós intézmények** egyformán fontos célpontjai az RB véleményekben és állásfoglalásokban tükröződő konzultatív munkájának. E téren elsőbbséget kapnak az Európai Parlament képviselői, az Európai Bizottság, valamint a Tanácsnak az RB kulcsterületeihez kapcsolódó munkacsoportjai és ülései.

Ezzel összefüggésben fontos szerepet játszanak a **sajtó- és médiapartnerek** és más érdekelt felek mint az RB-t a két fő célközönséggel összekapcsoló vezető közvetítők és multiplikátorok.

Az **RB tagjai** központi szerepet játszanak az RB kommunikációs stratégiájában. Ők felelnek a helyi nézőpontot tükröző információk és nyilatkozatok uniós szinten való megjelenítéséért, és egyúttal ők az RB polgároknak és uniós intézményeknek szóló intézményi üzeneteinek legfontosabb multiplikátorai (lásd bővebben „Az RB-tagok részvétele a kommunikációs stratégiában” című 6. részben).

# **Célkitűzések**

„Az Európa és polgárai közötti kapcsolat újraépítése: párbeszéd létrehozása a helyi és az uniós szint között” – az RB valamennyi kommunikációs tevékenységének ez a kulcsfontosságú üzenete és értelme. A kommunikációs stratégia **a célzott kommunikáció révén javítani fogja az RB konzultatív munkáját**.A kommunikáció a múltban gyakran az RB politikai folyamatának utolsó szakasza volt. A jövőben az RB kommunikációja nemcsak az elvégzett munkáról fog tájékoztatást nyújtani, hanem az RB politikai, jogalkotási és döntéshozatali folyamatának szervesebb részévé fog válni. Az RB ezzel az inkluzív és stratégiai kommunikációs megközelítéssel meg tudja erősíteni a területi kohézió védelmében és a polgárok EU-ba való bevonásában betöltött szerepét.

Az RB a decentralizált **kommunikáció helyi szinten** történő intenzívebb alkalmazása révén meg fogja ismerni és meg fogja vitatni a régiók és a városok által kinyilvánított igényeket és elvárásokat. Az RB kommunikációs eszközei ezt az inputot eljuttatják a többi uniós intézménynek, és így az EU teljes napirendjét befolyásolják. A kör bezárása és az alulról felfelé irányuló input relevanciájának bizonyítása érdekében a konzultatív munka hatásáról visszajelzést kell adni a helyi szintnek.

Az RB a kommunikáció révén meg fogja **erősíteni az Európai Unió többi intézményével való együttműködését**. A cél az RB intézményi és politikai súlyának növelése Európa régióinak és városainak közgyűléseként, valamint tagjai szerepének növelése, Brüsszelben és helyi szinten egyaránt. Az RB által az uniós politikai döntéshozatalban betöltött egyedülálló, helyi kötődésű pozíció kiemelése révén megerősíthetjük egy polgárok által vezérelt folyamat demokratikus bázisát és nyilvános megítélését. Az RB kommunikációja helyi szinten – az Európai Parlamenttel, az Európai Bizottsággal, az egymást váltó uniós elnökségekkel és az EU Tanácsával együttesen – integrált megközelítést fog követni annak érdekében, hogy erősítse az EU tevékenységeire vonatkozó közös kommunikációs kezdeményezések hatását.

**Az Európa és polgárai közötti kapcsolat újraépítése:**

**párbeszéd létrehozása a helyi és az uniós szint között**

* *Európai Parlament*
* *Európai Tanács*
* *Európai Bizottság*
* *További uniós intézmények és szervek*
* *Uniós érdekelt felek (regionális irodák, szövetségek stb.)*

**EU**

**RB**

**POLGÁROK**

*Az RB kommunikációja segít:*

* *a helyi és regionális input uniós szintre való eljuttatásában*
* *az Európa polgárok felé történő kommunikálására irányuló szinergikus és kölcsönös megközelítések kialakításában*

*Az RB kommunikációja segít megerősíteni az együttműködést a többi európai intézménnyel és érdekelt féllel*

*Az RB kommunikációja segít megmutatni, hogy hogyan vették figyelembe uniós szinten a helyi és regionális inputokat*

*Az RB kommunikációja segít a helyi és regionális szükségletek és prioritások feltérképezésében*

**Helyi és regionális önkormányzatok**

# **Végrehajtás**

Az RB főtitkársága egy ötéves stratégia alapján **éves kommunikációs terveket** fog készíteni, amelyeket az RB elnöksége fog jóváhagyni. Minden éves terv korlátozott számú tematikus prioritást határoz meg az elkövetkező évre: **két vagy három fő témát** határozunk meg, az EU napirendje alapján és összhangban a helyi/regionális igényekkel. Az egyes kiválasztott témák mindegyikére vonatkozóan RB-kampányt fogunk létrehozni, amely alulról felfelé történő konzultációt, jogalkotási munkát, sajtó- és médiakampányokat, rendezvényeket, közösségi médiában folytatott párbeszédeket stb. foglal majd magában. A kommunikációs forrásokat elsősorban e kampányokra fogjuk összpontosítani, és mérhető célokat fogunk kitűzni. Ez az összpontosítás segíti majd a többi uniós intézményhez fűződő partnerséget, a médiának és az érdekelt feleknek szánt üzenetek világos kialakítását, valamint az RB által végzett konzultatív munka hatásának növelését.

A főtitkárság a kommunikációs stratégia kezelése érdekében meg fogja erősíteni a **belső koordinációs struktúrákat**, építve az RB politikai csoportjainak a tevékenységeire is. A konzultatív munkákkal foglalkozó két igazgatóságon működő RB-s szakbizottsági titkárságok ki fogják jelölni a kommunikációs ügyekért felelős munkatársakat, akik egy **„kommunikátori csoportban”** együtt fognak dolgozni a kommunikációs igazgatóság munkatársaival, valamint a politikai csoportok titkárságainak és a többi igazgatóságnak a kommunikációs munkatársaival. Az éves kampányok kialakítására és megvalósítására az eseti kommunikációs kezdeményezésekkel együtt e szinten kerül sor. Ezen összehangolás elősegítése érdekében egy közös, az egész RB-t átfogó **„kommunikációtervezőt”** fogunk kidolgozni.

A főtitkárság a külső kommunikációs stratégia bevezetésével párhuzamosan **belső kommunikációs tervet** határoz meg az elkövetkező évekre. A cél a belső információáramlások javítása az RB személyzetének tagjai között, valamint az RB képviselete iránti elkötelezettségük növelése. A belső kommunikációs terv összhangban lesz a külső megközelítéssel. 2016 közepére valósul meg a KIKLOS[[2]](#footnote-2) projekt, egy informatikai eszköz, amely segíteni fog az RB kiemelt prioritásainak stratégiai tervezésében és nyomon követésében.

**Az RB és a többi uniós intézmény** fel fogja gyorsítani Brüsszelben az intézményközi kommunikációt, sőt ezt a folyamatot továbbviszi helyi szinten, és **kétoldalú partnerségeken** fog munkálkodni. Ez magában fogja foglalni az Európai Parlamentet és tájékoztatási irodáit; az Európai Bizottságot, annak képviseleteit és a tagállamokban működő Europe Direct tájékoztató irodákat; valamint a Tanács titkárságát. A kísérleti projektek, pl. a helyi és brüsszeli újságíróknak szervezett programok, az érdekelt felek közös rendezvényei és a közös látogatói csoportok, az online kommunikációs platformok összekapcsolása, egymás felszólalóinak meghívása az uniós intézmények és az RB által szervezett több helyi rendezvényre a hasonló rendezvényeken szerzett tapasztalatok alapján – mindez minden bizonnyal új szinergiákhoz és a méretekből eredő hozadékhoz vezet majd. Az RB politikai szinten meg fogja ismételni, támogatni fogja és nyomon fogja követni „Az Európa és polgárai közötti kapcsolat újraépítése” című 2014-es véleményben említett, a többi intézménynek szóló ajánlásokat és cselekvési pontokat is.

Általában az uniós kommunikáció hatását illetően az RB szeretné javasolni, hogy az Európai Bizottság hajtson végre rendszeresen **regionális Eurobarométer-felméréseket**. Ilyen felmérést 2012-ben hajtottak végre először, a nyilvános kommunikációról szóló éves intézményközi európai konferencia (EuroPCom) alkalmából, amelyet az RB koordinál, a másodikat pedig 2015 októberére ütemezték be. A regionális Eurobarométer-felmérések által az EU, a helyi politikusok és kommunikációs szakértők számára nyújtott érték egyértelmű, és azok a jobban célzott kommunikációs tevékenységek alapjául fognak szolgálni. Ezen túlmenően az RB a nyilvános vita követése érdekében más információforrásokat és (közösségi) médiaplatformokat is figyelembe vesz majd.

**Az RB elnöke** növelni fogja az RB ismertségét, kiemelkedő szerepet fog játszani az intézményközi partnerségekben, és alkalmanként közös kommunikációs tevékenységeket fog kezdeményezni. Politikai szövetséget fogunk kovácsolni az **európai parlamenti képviselőkkel („a régiók barátai”)** az Európai Parlament plenáris üléseihez kapcsolódó ülések formájában, hogy erősítsük az európai parlamenti képviselőhöz fűződő személyes kapcsolatokat. **Az elnök tényfeltáró küldetésekre** is vállalkozni fog, hogy növelje és előmozdítsa a régiók és városok beruházási kapacitásait, és növelje az RB intézményi és politikai elismertségét. E találkozók egy részét uniós biztosokkal vagy európai parlamenti képviselőkkel partnerségben is meg lehetne szervezni. Az elnök – amennyiben célszerű vagy szükséges – más tagokat is bevon.

**Az RB szakbizottságainak elnökei** szintén rendszeresen találkozni fognak európai parlamenti partnereikkel, hogy megvitassák a két intézmény számára kiemelten fontos ügyek alakulását, ezen belül a kapcsolódó kommunikációs tevékenységeket. Ezt kiegészíthetik az RB politikai csoportjainak, azok elnökeinek és tagjainak rendszeres szerepvállalása és tevékenységei.

Az ötéves kommunikációs stratégia elindítása megadja a lendületet az **RB** korszerűsített **arculati kézikönyvének** kialakításához és végrehajtásához, amelyet valamennyi kommunikációs tevékenységének alapjaként fogunk felhasználni. Ennek célja a kommunikáció koherensebb formájának elérése, amely jobb elismertséghez, nagyobb hatékonysághoz és a vizuális stílus és a stratégia kulcsfontosságú üzenetei közötti világos kapcsolathoz fog vezetni. Az új grafikai megjelenés magában fogja foglalni a színek és betűtípusok felülvizsgálatát, felhasználóbarát sablonok készítését, a képek és más vizuális elemek használatára vonatkozó iránymutatásokat stb.

# **Csatornák és eszközök**

A 2015–2020-as időszakra szóló kommunikációs stratégia az erőforrások és a beruházás szempontjából fogja meghatározni a fő prioritásokat, a kommunikációs eszközök operatív bevezetését és felhasználását pedig az éves kommunikációs tervek fogják részletezni. A különböző eszközöket összehangolt, kampányokon alapuló módon fogjuk felhasználni, és azok kölcsönösen erősíteni fogják egymást. Az RB kommunikációs eszközeinek egyik fő jellemzője a hozzáférhetőség lesz, a technológiák, a soknyelvűség és a szerkesztési stílus szempontjából.

## Sajtó- és médiakapcsolatok

Az RB sajátos tapasztalatainak, helyi kötődésének és hálózatainak kihasználásával értéktöbbletet biztosíthat azáltal, hogy a **„való világból” vett történetekkel** szolgál. Ilyen módon a tudás és tapasztalatok tárháza, valamint a gyakorlati példák is felhasználhatók az RB véleményeiben rögzített üzeneteinek és álláspontjainak megerősítésére. Az RB a történetek elbeszélésére szolgáló technikák fejlesztésével segíteni fog tagjainak és hálózatuknak a valóságon alapuló, uniós ügyekre vonatkozó észrevételeik és ajánlásaik megosztásában, és azok uniós intézmények napirendjére való felvételében.

Az RB sajtószolgálata meg fogja szólítani a **brüsszeli uniós médiát**, és együtt fog működni azzal. A cél az RB uniós témákra vonatkozó véleményeinek és nézeteinek kommunikálása, valós példákkal és a terepről vett érdekes történetekkel szemléltetve. Az RB be fog fektetni az akkreditált brüsszeli sajtó vezető újságíróival való személyes hosszú távú kapcsolatokba annak érdekében, hogy elérje, hogy foglalkozzanak e konkrét történetekkel. E tekintetben a sajtószolgálat egyértelműen úgy fogja alakítani a tartalmat, hogy illeszkedjen a konkrétan megcélzott média szükségleteihez. Azon túlmenően, hogy eljuttatják az RB politikai üzeneteit a médiához, ezekben az RB-tagoktól származó történetekben benne rejlik annak a lehetősége is, hogy növeljék az intézmény ismertségét.

A sajtótevékenységek **az RB-tagok országaiban és régióiban működő, szakosodott helyi, regionális és nemzeti médiára** is összpontosítani fognak. Tovább fogjuk fejleszteni a meglévő **sajtó- és médiakapcsolati eszközöket**, így a sajtóközleményeket, interjúkat és cikkeket, a felszólalások sajtó számára összefoglalt pontjait, a rendezvények médiaprogramjait, a sajtókonferenciákat, technikai tájékoztatókat, sajtókirándulásokat és médiapartnerségeket. Továbbá adott esetben, szoros együttműködésben az RB politikai csoportjaival, kapcsolatot létesítünk az RB tagjaival, szövetségekkel, partnerekkel és tagállami uniós képviseletekkel, hogy megosszuk a médiára vonatkozó elképzeléseket, és támogatásukat kérjük ahhoz, hogy saját országukban üzeneteket juttassunk el a médiába.

Az RB készíteni fog egy „médiatervezőt”, amely módszeresen azonosítani fogja az uniós naptár kulcsfontosságú politikai mérföldköveit és eseményeit. Ezt annak stratégiai eldöntésére fogjuk felhasználni, hogy az RB mikor tudja a legjobban kommunikálni politikai üzeneteit a média és a politikai érdekelt felek felé. A hetente naprakésszé tett eszköz segítségével fogunk dönteni a sajtóközlemények mint kommunikációs eszközök kiadásának célszerűségéről. Az RB üzenetének eljuttatására törekedve jobb alternatívát jelenthetnek vagy kiegészítő szerepet játszhatnak más kommunikációs eszközök, mint például a közösségi média és audiovizuális anyagok. Az RB sajtószolgálata mindezt szem előtt tartva be fog fektetni a következőkbe:

* rendszeres kétoldalú és multilaterális informális tájékoztatók brüsszeli tudósítók és uniós újságírók számára, különösen az RB jelentős politikai nyilatkozatai előtt;
* célzott hálózatépítés, amelynek keretében összegyűlnek az uniós újságírók, pl. a média számára kialakított területek az uniós csúcstalálkozók vagy kulcsfontosságú európai bizottsági sajtókonferenciák alatt;
* újságírói látogatások, hogy részt vegyenek az RB fő rendezvényein, Brüsszelben vagy helyi rendezvények keretében;
* valamely országra összpontosuló sajtókirándulások szervezése Brüsszelbe regionális és helyi újságírók számára, más uniós intézményekkel karöltve;
* sajtóközlemények célzott körbeküldése, lehetőség szerint az érintett RB-tag anyanyelvén és más érintett uniós nyelvekre lefordítva;
* tájékoztató anyagok, köztük sajtóközlemények, cikkek és videók közzététele a közösségi média csatornáin keresztül;
* médiapartnerségek létrehozása az uniós sajtóval, nemzeti hírügynökségekkel, tagállami médiával és más megfelelő platformokkal;
* minden fontos konferencia/esemény vagy plenáris ülés előkészítéseképpen vagy nyomonkövetéseképpen videóhírműsorok/összefoglalók készítése, amelyben az egyes tagok helyi ihletésű történetei jelennek meg.

## Konferenciák és rendezvények

Az RB konferenciái és rendezvényei dinamikus, eseti és részvételi jellemzőik miatt kommunikációs eszközként fognak szolgálni. Megkönnyítik az RB tematikus prioritásaival kapcsolatos személyes cserét, inputot biztosítanak a konzultatív munkákhoz, és kiegészítik az egyéb kommunikációs eszközöket. Az RB-rendezvények kívánt eredményét világosan meg fogjuk előzetesen határozni, és a levont tanulságokat tovább fogjuk adni az érintett célközönségeknek, valamint szerepeltetni fogjuk az éves RB-s hatásjelentésben.

A régiókban tartott helyi rendezvényeket és konferenciákat arra fogjuk felhasználni, hogy uniós szintről üzeneteket adjunk tovább az alsóbb szinteknek, és üzeneteket gyűjtsünk a helyi szinttől, **kétirányú kommunikációs forma felhasználásával**. A brüsszeli rendezvények célja a régiók és uniós intézmények képviselői érdeklődésére számot tartó ügyek uniós szinten történő megvitatása, valamint az RB üzeneteinek eljuttatása lesz.

A **helyi rendezvények** előterében a helyi és regionális érdekelt felek alulról felfelé irányuló meglátásainak összegyűjtése és megvitatása áll majd. Az RB éves tematikus prioritásaival foglalkozó részvételi fórumok létrehozása révén az érdekelt felek közvetlenül közre fognak működni a konzultatív munkában és a vélemények elkészítésében. Ezeket főként az RB-tagok választókörzeteiben, a választókörzetek segítségével fogjuk megszervezni, külön összpontosítva az előadók régiójára vagy városára, együttműködve az Európai Parlament tájékoztatási irodáival és az Európai Bizottság képviseleteivel. A helyi rendezvények a konzultatív munka hatásáról való beszámolásra is lehetőséget fognak adni.

**Az uniós szintű rendezvények és konferenciák** új inputot generálnak majd az uniós intézmények számára azáltal, hogy megismertetik a helyi és regionális szükségleteket és prioritásokat az uniós érdekelt felekkel, és megosztják és megvitatják velük e kérdéseket. Ezek lesznek azok a csatornák, amelyeken keresztül meghallgatják és megvitatják a helyi és regionális érdekelt felek érdekeit, még ha azok nem is részei az uniós intézményi napirendnek. Az RB konzultatív munkái szempontjából nemcsak a regionális és helyi önkormányzatokkal és szövetségekkel együttműködésben szervezett konferenciák lesznek közvetlenül hasznosak, hanem a más uniós intézményekkel közös rendezvények is.

Az erőteljes RB-márkák, így **a régiók és városok európai hete (OPEN DAYS)** és **a nyilvános kommunikációról szóló európai konferencia (EuroPCom)** eredményeit értékelni fogjuk, figyelembe véve a fő kritériumokat, például a kiemelt politikai prioritásokra való összpontosítást, az RB által az uniós politikai napirendhez nyújtott hozzáadott értéket és a helyi és regionális input összegyűjtését, amely erősíti a helyi és uniós érdekelt felek közötti vitákat és kapcsolatokat.

Az RB brüsszeli helyiségeiben továbbra is **házigazdája lesz** különféle rendezvényeknek, vagy **közösen szervez különféle rendezvényeket**, de a jövőben jobban fog válogatni. Elsőbbséget fogunk adni az éves kommunikációs prioritásokkal összefüggő, illetve az olyan rendezvényeknek, amelyekben benne rejlik annak a lehetősége, hogy releváns inputhoz vezessenek az uniós politikai döntéshozatal tekintetében.

Az RB **látogatói programja** folytatódni fog, határozottabban összpontosítva annak kiemelésére, hogy az RB milyen hatást ért el a helyi igények uniós szintre emelése kapcsán. A többi uniós intézménnyel karöltve meg fogjuk vizsgálni annak a lehetőségeit, hogy meghatározott célcsoportoknak átfogóbb és integráltabb látogatói programokat kínáljunk fel. A látogatócsoportokat fogadó előadók számára rendszeres képzési lehetőségeket fogunk javasolni.

A rendezvények és a politikai ciklus közötti kapcsolat garantálása érdekében minden tevékenységnek (vagy rendezvénysorozatnak) **megállapításokhoz és ajánlásokhoz** kell vezetnie, amelyek a helyi és regionális érdekelt felek nézeteinek adnak hangot, és amelyeket a későbbiekben a vonatkozó RB-s szakbizottsági, elnökségi vagy plenáris ülésen fognak megvitatni.

## Webalapú kommunikáció, közösségi média és kiadványok

Noha lehetetlen előre jelezni, hogy hogyan alakul majd a digitális és online média a következő öt évben, létezik néhány trend, amelyhez az RB-nek a közeljövőben alkalmazkodnia kell majd: a mobil és érintőképernyős eszközök fokozott használata, a hallgatóságok és intézmények közötti közvetlen kapcsolat fokozódása, azonnali fordítás, útközbeni frissítések stb. Ezzel összefüggésben 2016 elején a 2015-ben végrehajtott próbák és kísérleti projektek eredményeképpen új digitális kommunikációs stratégiát indítunk el az RB számára.

A **digitális kommunikációs stratégia** tartalomvezérelt lesz, és a különféle igazgatóságoktól származó inputon fog alapulni. Ez magában fogja foglalni a más uniós intézményekkel való szinergiák keresését, vagyis az RB, az Európai Parlament és az Európai Bizottság honlapjai közötti kereszthivatkozásokat, a közösségi médiával kapcsolatos közös kezdeményezéseket, valamint a nemzeti és regionális szövetségekkel és az RB tagjaival való szerkesztői együttműködés bővítését. Ezek segíteni fognak az RB digitális platformjaiba és eszközeibe – így a helyi tartalommal rendelkező elektronikus hírlevelekbe – való bevitelben, és a terjesztés tekintetében multiplikátorként fognak működni. Az RB be fog fektetni digitális üzeneteinek, véleményeinek és állásfoglalásainak olvashatóvá tételébe, történetek elmesélése és célzott vizuális kommunikáció útján: ez videoanyagok, infografika, rövidebb és figyelemfelkeltőbb szövegek, a tartalomszolgáltatóknak szóló szerkesztői iránymutatások készítését foglalja magában. Ilyen módon a közösségi és digitális médiával foglalkozó csoport és a sajtófelelősök szorosan együtt fognak munkálkodni annak érdekében, hogy a digitális kommunikációhoz **erőteljes üzeneteket és szerkesztési irányvonalakat alakítsanak ki**. A közösségi és digitális médiával foglalkozó csoport támogatást és tanácsadást fog nyújtani a konzultatív munkával foglalkozó igazgatóságoknak is, a konzultatív fórumok közös IT-szolgálatok és külső technikai erőforrások támogatásával való korszerűsítése érdekében.

Az **RB közösségi médiára vonatkozó stratégiáját** jelentősen fejleszteni fogjuk, hogy kiegészítse az általános kommunikációs stratégiát, és azt kulcsfontosságú kétirányú kommunikációs csatornaként fogjuk felhasználni az RB-tagok és a személyzet, az uniós intézmények, az érdekelt felek, a média és a polgárok közötti információcseréhez. A közösségi média eszközeit arra is fel fogjuk használni, hogy párbeszédet hozzunk létre a helyi és regionális önkormányzatokkal, ami segíteni fog a konzultatív munkához szükséges alulról felfelé irányuló input és a regionális és helyi szintről származó történetek összegyűjtésében, amelyeket azután az RB uniós szinten tovább fog adni kiemelt témáival kapcsolatban, és visszajelzést fog adni a régióknak és a városoknak az érdeklődésükre számot tartó kérdésekkel kapcsolatos uniós fejleményekről. A honlapokba és online platformokba hatékonyabban fogjuk beépíteni a közösségi oldalakon fenntartott profilokat, hogy jobban szolgáljanak az RB online tartalmainak és üzeneteinek hordozóiként. Hangsúlyt kap majd a tagok és alkalmazottak arra való ösztönzése, hogy az RB közösségi médiabeli tartalmait saját közösségi médiabeli csatornáikon keresztül is terjesszék. A kommunikációs stratégia elején erőforrásokat fektetünk be a rendelkezésre álló különféle eszközök tesztelésébe, hogy meghatározzuk az RB számára legmegfelelőbb közösségimédia-mixet. Az RB kommunikációs csoportja meg fogja határozni a különféle közösségi médiabeli csatornákon folytatandó kommunikáció legmegfelelőbb formáit, amelyek lehetnek pl. cikkek, infografika és audiovizuális anyagok.

Az **RB online csoportjai** dolgozni fognak azon, hogy javítsák az RB valamennyi honlapjának, online platformjának és digitális termékének egységességét, oly módon, hogy tevékenységét a tematikus kampányokra fogja összpontosítani, nem pedig elszigetelt kommunikációs termékekre.

Javítani fogjuk a belső digitális kommunikációt: az RB élvezni fogja a **„Dynamics”** elnevezésű **új kapcsolatkezelő eszköz** előnyeit, amelyet 2016-ban vezetnek be, és amely optimalizálni fogja az RB kapcsolatainak kommunikációs célokra történő igénybevételét. Mindennek célzottabb kommunikációhoz, fokozott koordinációhoz és a munkafolyamatok jó irányításához kell vezetnie.

Ami az **RB honlapját** illeti, több kezdeményezést tervezünk, hogy a felhasználók igényeihez igazítsuk az RB online eszközeit: idetartozik a jelenlegi tartalomkezelő rendszer korszerűsítése vagy megváltoztatása, hogy tükrözze a technológiák fejlődését, az oldal(ak) javítása az „első a mobil” elv alapján, fokozott vizuális kommunikáció és egyszerűsített információs architektúra. E technikai fejlesztéseket először benyújtjuk jóváhagyásra, és minden valószínűség szerint külső szolgáltatók támogatását fogják igényelni.

A **kiadványok** és más (nyomtatott/nyomtatható) információs termékek az általános stratégiával összhangban a tematikus prioritásokkal foglalkozó kampányok szerves részei lesznek – ideértve az RB konzultatív munkákkal foglalkozó igazgatóságai által szerkesztett dokumentumokat (tanulmányok, tájékoztatók stb.).

A kiadványokkal kapcsolatos jövőbeli politikájához az RB teljes mértékben ki fogja használni az **intézményközi szolgáltatásokat**, keretszerződéseket, valamint technikai szolgáltatásokat is, így például az irattárazást, beleértve az EU Kiadóhivatala által kínált szolgáltatásokat. Növelni fogjuk **a digitális kiadványok nyomtatott kiadványokhoz viszonyított arányát**, és tovább fogjuk fejleszteni az igény szerinti nyomtatást.

Végezetül innovatív online eszközként tovább fogjuk fejleszteni az RB régiókkal, uniós intézményekkel és az uniós politika kialakításával foglalkozó, **ingyenes** [**online tanfolyamát**](https://www.youtube.com/watch?v=JIIA-KTXjM0&feature=youtu.be) (**MOOC**) – amely az első, uniós intézmény által kínált online tanfolyam –, hogy megfeleljen a regionális és helyi önkormányzatok információs igényeinek és az általuk kinyilvánított érdeklődésnek. Ennek az új eszköznek az a célja, hogy még jobban megerősítse az RB-tagok pozícióját a helyi és regionális szint „nagyköveteként” játszott szerepkörük betöltése során.

# **Az RB-tagok részvétele a kommunikációs stratégiában**

Az RB tagjai központi szerepet játszanak a kommunikációs stratégia végrehajtásában. Ők alkotják az uniós intézmények és a helyi szint közötti kétirányú kapcsolatot, hallhatóvá teszik a polgárok hangját az uniós politika kialakításában, és hazatérve megosztják az uniós meglátásokat. Ezenfelül ők az RB intézményi üzeneteinek első szószólói. Az RB-tagok tagállamukban vezető szerepet vállalhatnak más helyi és regionális önkormányzatok mozgósításában és bevonásában.

Az RB-tagokat támogatni kell a polgárok uniós intézményekkel való kapcsolatában szószólóként betöltött szerepükben. **Az RB-tagok** és hazai intézményeik nagyobb **támogatást fognak kapni**, különösen a helyi kommunikációs kezdeményezésekhez, ugyanakkor ösztönözni fogjuk a területi szövetségekkel/hálózatokkal való fokozottabb cserekapcsolatokat.

Az új kommunikációs stratégia különösen a következő támogatást javasolja az RB-tagok számára:

* A konzultatív munkával foglalkozó igazgatóságok és a kommunikációs igazgatóság közötti szorosabb koordináció révén az RB kommunikációs eszközei jobban ki fogják szolgálni az előadókat véleménytervezeteik előkészítése és az azokkal kapcsolatos konzultációs folyamat során.
* Az RB-tagokat arra fogjuk biztatni, hogy növeljék munkájuk ismertségét az RB-ben, és különösen arra, hogy szemléltessék, hogyan érték el, hogy a polgárok problémái és elvárásai felkerüljenek az EU napirendjére.
* A jelenlegi RB-s elektronikus hírlevél további fejlesztése révén a tagok képesek lesznek arra, hogy egyszerű nyelven és könnyen továbbítható formátumban terjesszenek híreket és RB-üzeneteket, amelyeket elhelyezhetnek kiadványaikban, megoszthatnak helyi sajtókapcsolatokkal, vagy saját közösségi médiabeli csatornáikon keresztül terjeszthetnek.
* Az RB-tagok választókörzeteikben helyi kommunikációs rendezvények házigazdái lehetnek vagy ilyen rendezvényeken vehetnek részt, amelyeket az RB kommunikációs igazgatósága szervez a területi szövetségekkel és/vagy más partnerekkel partnerségben.

Az RB-tagok meglévő kommunikációs támogatása továbbra is rendelkezésre áll:

* a saját országukból érkező újságírók meghívásának lehetősége Brüsszelbe;
* felszólalóként részt vehetnek az RB-konferenciákon;
* az RB ülésein és rendezvényein való részvételük során audiovizuális támogatást kapnak;
* közösségi médiabeli tartalmak, az RB-ben végzett munkájuk előmozdítása érdekében;
* elektronikus hírlevelek, amelyeket körbeküldhetnek saját hálózataikban;
* személyes RB-névjegykártyák;
* honlaptartalom RB-tevékenységeik előmozdítása érdekében (tagok profilja, véleményadatlapok stb.);
* nyomtatott ismertetők különféle témákról.

# **Értékelés és hatás**

A kommunikációs stratégia hatékonyságát és eredményességét rendszeresen nyomon fogjuk követni, különös tekintettel a minőségi mutatókra és módszerekre, hogy értékeljük az RB politikai hatását, és finomhangoljuk vagy módosítsuk az éves kommunikációs terveket. E célból **a politikai hatás, a kommunikációs hatás és a hatékonyság** mérésére alkalmas, kulcsfontosságú teljesítménymutatókat fogunk meghatározni.Ezeket a különböző kommunikációs tevékenységekre vonatkozó output- és eredménymutatók fogják alátámasztani.

Az éves **értékelési jelentések** az előző évi kommunikációs tevékenységek hatását fogják vizsgálni, a stratégia félidős értékelését pedig 2018 első felében fogjuk előterjeszteni, ajánlásokkal együtt. A stratégia végső értékelését 2020 végén kell elvégezni. Míg az éves értékelési jelentés főként az RB szolgálatai által elvégzett elemzésen alapul majd, a félidős és a végső értékelés egy külső tanácsadó inputjára is támaszkodni fog, és kvalitatív módszerek alkalmazását, valamint a stratégiának az uniós kommunikáció tágabb keretébe való belehelyezését, pl. az EU-szerte elvégzett (regionális) Eurobarométer közvélemény-kutatások adta háttérrel való összevetését is magában foglalja majd.

Az RB-tevékenységek **politikai hatásának** mérése túlmutat a kommunikációs stratégián; ebben a konzultatív munkával foglalkozó igazgatóságok és a koordinációért és intézményközi nyomon követésért felelős munkatársaik fognak közreműködni, az RB éves hatásjelentésének elkészítése során szerzett, meglévő tapasztalatokra építve. A jövőben ez utóbbi jelentés tartalmazni fog egy, az RB kommunikációs tervének eredményeiről szóló fejezetet.

A kommunikációs stratégia nyomon követéséhez **három kulcsfontosságú teljesítménymutatót** fogunk alkalmazni:

1. a kommunikációs **hatásmutató** az RB politikai prioritásainak elérésére gyakorolt, érzékelt hatást fogja mérni;
2. a kommunikációs **minőségi mutató** az eredményeket oly módon ismerteti majd, hogy lehetőség legyen a különböző kommunikációs eszközök közötti differenciálásra;
3. a **hatékonysági mutató** a tevékenységekhez kapcsolódó költségeket azok hatásával fogja összehasonlítani.

A stratégia **hatását** és **minőségét** annak feltérképezésével kell mérni, hogy az RB fő célcsoportjainak milyen képe van az RB-ről. A kulcsfontosságú teljesítménymutatóknak a következő két célcsoport között kell különbséget tenniük:

1. politikusok és a regionális és helyi önkormányzatok (ezen belül az RB-tagok konkrét választókörzeteinek) tisztségviselői, valamint
2. a többi uniós intézmény képviselői.

A mutatókat a célcsoportok körében végzett, azok **vélekedésére vonatkozó éves felmérések** eredményei alapján állapítanánk meg, ami szükségessé fogja tenni a skálázást és az adatok összeállítását. Ezenfelül meg kell állapítani egy 2015-re vonatkozó kiinduló értéket (vagy zéróértéket), valamint a stratégia időtartama alatt elérendő előrehaladást. Ez a kiinduló érték részben rendelkezésre áll a 2015 elején végrehajtott felmérésekből.

A vélekedést vizsgáló felméréseken túlmenően egy **eredménytáblát** fogunk létrehozni a főbb eszközök és tevékenységek – így a médiakapcsolatok, rendezvények, online kommunikáció és kiadványok – számszerű nyomon követése céljából. Ezen túlmenően rendszeres minőségi kutatás végezhető az eszközökre adott reakció mérésére, ilyen pl. a sajtóhírek hangnemének elemzése, a rendezvényeket követő felmérések a résztvevők körében, a webportál felhasználóinak panelje stb., illetve a kvalitatív szempontok ellenőrzésére (pl. hozzáférhetőség, soknyelvűség stb.). A kvalitatív kutatás magában foglalja az RB-tagok felkínált kommunikációs szolgáltatásokkal való elégedettségének felmérését is.

Végezetül a **hatékonysági mutató** magában foglalná a kommunikációs eszközökbe fektetett erőforrások (személyzet és költségvetés) nyomon követését és ennek az eszközök hatására vonatkozó mérésekkel való kombinálását. Az eredmények az erőforrások elosztását illetően szükséges változtatásokkal kapcsolatban adnának jelzéseket.

# **Források**

Ezt az új stratégiát az RB főtitkársága fogja végrehajtani, valamennyi igazgatóság, a politikai csoportok titkárságainak, tagjainak és munkatársainak bevonásával.

A kommunikációs stratégia azt a feltételezést alapul véve készült, hogy a következő öt évben **a jelenlegi kommunikációs erőforrások összességében változatlanok maradnak** (1,8 millió euró összegű becsült éves működési költségvetés; az RB kommunikációs igazgatóságán 51 munkatárs, valamint támogató munkatársak a többi szolgálatnál és a politikai csoportok titkárságain).

A pénzeszközök különböző egységek közötti felosztását minden évben kiigazítjuk, attól függően, hogy mire összpontosítanak az egyes éves kommunikációs tervek. Az emberi erőforrások belső elosztása hozzáigazítható a kibontakozó kommunikációs területekhez és sajátosságokhoz.

Az **éves kommunikációs tervek** részletes költségvetési tervet fognak tartalmazni, amelyet minden évben az RB Elnökségének kell jóváhagynia. A 2016-os kommunikációs tervet 2015. december 2-án fogják az RB Elnöksége elé terjeszteni.

**Javasolt mérföldkövek**

* 2015. december 2.: A 2016-os kommunikációs terv RB Elnöksége általi elfogadása.
* 2016. november/december: A 2017-es kommunikációs terv RB Elnöksége általi elfogadása.
* 2017. november/december: A 2018-as kommunikációs terv RB Elnöksége általi elfogadása.
* 2018 közepe: A kommunikációs stratégia félidős értékelése és felülvizsgálata.
* 2018. november/december: A 2019-es kommunikációs terv RB Elnöksége általi elfogadása.
* 2019. november/december: A 2020-as kommunikációs terv RB Elnöksége általi elfogadása.
* 2020 vége: A kommunikációs stratégia végső értékelése.

\*

\* \*

**JAVASLAT**

**Kérjük az RB Elnökségének tagjait, hogy határozzanak a fentiekben javasolt, 2015–2020-as időszakra szóló kommunikációs stratégiáról.**

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

1. A Régiók Bizottsága véleménye: Az Európa és polgárai közötti kapcsolat újraépítése – több és jobb helyi szintű kommunikáció; (2015/C 019/09), előadó: Christophe Rouillon (FR/PES), <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/?uri=CELEX:52014IR4460> [↑](#footnote-ref-1)
2. *A KIKLOS egy centrális pont körül zajló körfolyamatot képez le.* [↑](#footnote-ref-2)