**NL**

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

Brussel, 5 oktober 2015

**163e VERGADERING VAN HET BUREAU VAN HET EUROPEES COMITÉ VAN DE REGIO'S**

– **12 OKTOBER 2015** –

|  |
| --- |
| **PUNT 6****Europa weer dicht bij de burger brengen: een dialoog tot stand brengen tussen het lokale en het EU-niveau** **Communicatiestrategie van het Europees Comité van de Regio's 2015-2020***Ingediend door de secretaris-generaal* |

**VOOR BESLUIT**

**NOTA VOOR DE LEDEN VAN HET BUREAU VAN HET EUROPEES COMITÉ VAN DE REGIO'S**

**– VERGADERING VAN 12 OKTOBER 2015 –**

|  |
| --- |
| **Punt 6****Europa weer dicht bij de burger brengen: een dialoog tot stand brengen tussen het lokale en het EU-niveau** **Communicatiestrategie van het Europees Comité van de Regio's 2015-2020** |

# **Inleiding**

De burgers in Europa voelen de toenemende impact van het EU-beleid op hun dagelijks leven. Hoewel zij zich over het algemeen wel "Europeaan voelen", klagen zij vaak over het gebrek aan informatie over en inzicht in de werking van de EU en heeft de meerderheid van hen geen vertrouwen in de EU-instellingen. Dat stelt regionale en lokale politieke leiders voor een dilemma, aangezien zij het EU-beleid uitvoeren en beïnvloeden, maar tegelijkertijd het beleid in hun eigen kiesdistrict vormgeven. Tegen die achtergrond **moet de communicatie van de EU tot doel hebben het vertrouwen van de burgers in de EU te herstellen**, en regionale en lokale actoren kunnen in dat opzicht een cruciale rol spelen Het Europees Comité van de Regio's (CvdR) heeft de legitieme rol zijn deel van de verantwoordelijkheid voor deze taak op zijn schouders te nemen.

Er is duidelijk behoefte aan een **beter gecoördineerde, open, participatieve communicatie-aanpak** **in twee richtingen** om de burgers weer dicht bij de EU-instellingen te brengen. In december 2014 stelde het CvdR een lijst van langetermijnaanbevelingen aan alle EU-instellingen samen in zijn initiatiefadvies over *Europa weer dicht bij de burger brengen*[[1]](#footnote-1), waarin rekening wordt gehouden met de veranderde institutionele context na de verkiezingen van het Europees Parlement. In het advies, waarin de communicatie van de EU met de burgers als gedeelde verantwoordelijkheid van alle EU-instellingen wordt beschouwd, verklaart het CvdR dat het zich wil inzetten om de communicatie over Europa met en via lokale en regionale overheden te verbeteren. De overige EU-instellingen erkennen deze specifieke rol van het CvdR als vertegenwoordiger van de Europese steden en regio's en zijn bereid om de interinstitutionele samenwerking te versterken.

In die context zal het CvdR een **nieuwe vijfjarige communicatiestrategie** uitwerken waarin het bovengenoemde advies en zijn resolutie over de beleidsprioriteiten voor 2015-2020, die in juni 2015 werd aangenomen, worden weerspiegeld. In deze resolutie werden vijf kernprioriteiten aangemerkt:

1. een nieuw begin voor de Europese economie: banen en duurzame groei in steden en regio's scheppen om burgers een betere levenskwaliteit te bieden;
2. de territoriale dimensie van EU-wetgeving: de belangen van de burgers behartigen, waar zij ook willen wonen en werken;
3. een eenvoudiger, meer onderling verbonden Europa: burgers en bedrijven op lokaal en regionaal niveau weer met elkaar verbinden;
4. stabiliteit en samenwerking binnen en buiten de Europese Unie: onze buurlanden de weg naar Europese waarden helpen bewandelen;
5. het Europa van de burgers is het Europa van de toekomst: versterken van toekomstgerichte partnerschappen tussen de Europese Unie en haar burgers.

Deze vijf prioriteiten zullen worden weerspiegeld in de nieuwe communicatiestrategie. Bovendien wordt onder "de burgers dichterbij brengen" ook begrepen dat zij een stem krijgen in de talrijke beleidsdomeinen waarop de EU invloed uitoefent. Daartoe moet de nieuwe communicatiestrategie gebaseerd zijn op een aanpak die uitgaat van participatieve democratie en meerlagig bestuur.

Bovendien zal communicatie strategisch worden ingezet in het kader van de politieke werkzaamheden van het CvdR. Ze zal onder meer de planning, voorbereiding en follow-up van de advieswerkzaamheden van het CvdR ondersteunen op de essentiële thematische gebieden waarvoor **het CvdR en het Europees Parlement** een nauwere samenwerking zijn overeengekomen: het investeringsplan voor Europa, de Europa 2020-strategie en het Europees semester, de energie-unie, arbeidsmobiliteit, de digitale eengemaakte markt, migratie en plattelandsontwikkeling.

Om voor meer samenhang in de communicatieactiviteiten tussen de EU-instellingen te zorgen, zal het CvdR ook **de banden met de Europese Commissie aanhalen** door te streven naar meer synergieën, bijvoorbeeld door voor te stellen om de leden van het CvdR en de commissarissen systematisch te betrekken bij de dialogen met de burger op het lokale niveau.

Tot slot zal de tenuitvoerlegging van de communicatiestrategie een **gedeelde verantwoordelijkheid** zijn waarbij alle niveaus van de instelling betrokken zullen zijn. De unieke kenmerken van het CvdR binnen het institutionele landschap, die het ontleent aan zijn **nabijheid en representativiteit,** zullen erin worden weerspiegeld en worden benut.Tot slot zal de strategie worden uitgevoerd volgens de beginselen van **verantwoordingsplicht en transparantie,** waarbij rekening zal worden gehouden met de politieke en geografische diversiteit van het CvdR.

# **Doelgroepen**

Hoewel de communicatiestrategie van het CvdR in hoofdzaak de manier waarop de EU-burgers naar de Europese Unie kijken moet verbeteren, kan het CvdR zijn communicatieactiviteiten niet effectief rechtstreeks op 500 miljoen burgers toespitsen, aangezien het daar niet de nodige financiële en personele middelen voor heeft. Het CvdR kan een meerwaarde bieden via communicatieactiviteiten die zijn toegespitst op zijn belangrijkste twee doelgroepen: **de regionale en lokale overheden en de instellingen van de EU**. Voor zijn communicatie met de burgers zal het CvdR vertrouwen op zijn **leden** en lokale en regionale belanghebbenden die als doorgeefluik en contactpunt zullen fungeren. Voorts zal het CvdR gebruikmaken van zijn (bestaande en nieuwe) **regelingen met de andere EU-instellingen, bijvoorbeeld** door samen te werken met de communicatiediensten van de Europese Commissie, het Europees Parlement en de Raad van de EU.

* Tot de **regionale en lokale overheden** worden zowel politieke vertegenwoordigers en leiders van lokale en regionale overheidsinstellingen als territoriale verenigingen en netwerken gerekend. Zij zorgen voor de wederzijdse koppelingen met de 500 miljoen burgers, enerzijds door hun behoeften en verwachtingen vanuit een plaatselijk perspectief op EU-niveau te vertegenwoordigen en anderzijds door informatie over de EU naar het lokale niveau door te geven.
* De **EU-instellingen** vormen eveneens een belangrijke doelgroep voor de advieswerkzaamheden van het CvdR, dat adviezen en resoluties uitwerkt. In dat verband gaat de aandacht in eerste instantie uit naar de leden van het Europees Parlement, de Europese Commissie en de werkgroepen en bijeenkomsten van de Raad die verband houden met de kerndomeinen van het CvdR.

In die context spelen **partners en andere belanghebbenden in de pers en de media** een belangrijke rol als toonaangevende tussenpersonen en doorgeefluiken om het CvdR in contact te brengen met de twee belangrijkste doelgroepen.

De **leden van het CvdR** spelen een centrale rol in de communicatiestrategie van het CvdR. Zij zijn verantwoordelijk voor het aanbrengen van informatie en verklaringen die het lokale standpunt op EU-niveau vertegenwoordigen en fungeren tegelijkertijd als belangrijkste doorgeefluik voor de institutionele boodschappen van het CvdR voor de burgers en de EU-instellingen (meer hierover in paragraaf 6 "Betrokkenheid van de leden van het CvdR bij de communicatiestrategie").

# **Doelstellingen**

"Europa weer dicht bij de burger brengen door een dialoog tot stand te brengen tussen het lokale en het EU-niveau" vormt de kernboodschap van en reden achter alle communicatieactiviteiten van het CvdR. De communicatiestrategie zal **de advieswerkzaamheden van het CvdR verbeteren via gerichte communicatie.** In het verleden was communicatie vaak de laatste fase van het beleidsproces van het CvdR. In de toekomst zal de communicatie van het CvdR niet alleen informatie verschaffen over de verrichte werkzaamheden, maar steeds meer een wezenlijk onderdeel gaan uitmaken van het politieke, wetgevende en besluitvormingsproces van het CvdR. Via deze inclusieve, strategische aanpak van communicatie kan het CvdR een sterkere rol spelen in het verdedigen van de territoriale samenhang en de betrokkenheid van de burgers bij de EU.

Door intensiever gebruik te maken van gedecentraliseerde **communicatie op het lokale niveau** zal het CvdR de behoeften en verwachtingen die door de regio's en de steden worden geuit in aanmerking nemen en bespreken. Met de communicatiehulpmiddelen van het CvdR zal die inbreng aan andere EU-instellingen worden doorgegeven en zo de globale agenda van de EU beïnvloeden. Om de cirkel te sluiten en het belang van bottom-upinbreng aan te tonen, dienen de effecten van de advieswerkzaamheden opnieuw aan het lokale niveau te worden gemeld.

Via communicatie zal het CvdR **zijn samenwerking met de andere EU-instellingen versterken.** Op die manier moeten het institutionele en politieke profiel van het CvdR als college van de Europese regio's en steden en de rol van zijn leden, zowel in Brussel als op het lokale niveau, worden opgekrikt. Door de unieke, lokaal verankerde positie van het CvdR in de beleidsvorming in de EU te benadrukken, versterkt de communicatie de democratische basis en de publieke perceptie van een door de burgers aangestuurd proces. Op het lokale niveau zal voor een geïntegreerde aanpak van de communicatie van het CvdR worden gekozen, samen met het Europees Parlement, de Europese Commissie, de roterende EU-voorzitterschappen en de Raad van de EU, om de impact van gezamenlijke communicatie-initiatieven op de activiteiten van de EU te versterken.

**Europa weer dicht bij de burger brengen:**

**een dialoog tot stand brengen tussen het lokale en het EU-niveau**

* *Europees Parlement*
* *Europese Raad*
* *Europese Commissie*
* *De overige instellingen en organen van de EU*
* *EU-belanghebbenden (regionale bureaus, verenigingen enz.)*

**EU**

**CvdR**

**Lokale en regionale overheden**

**BURGERS**

*De communicatie van het CvdR helpt om:*

* *lokale en regionale inbreng naar het EU-niveau te brengen*
* *synergieën en gezamenlijke aanpakken tot stand te brengen om over Europa te communiceren met de burgers*

*De communicatie van het CvdR helpt om de samenwerking met de andere Europese instellingen en belanghebbenden te versterken*

*De communicatie van het CvdR helpt om aan te tonen op welke manier rekening werd gehouden met de lokale en regionale inbreng op EU-niveau*

*De communicatie van het CvdR helpt om de lokale en regionale behoeften en prioriteiten in kaart te brengen*

# **Uitvoering**

Op basis van de vijfjarenstrategie zal het secretariaat-generaal van het CvdR **jaarlijkse communicatieplannen** uitwerken die door het bureau van het CvdR moeten worden gevalideerd. In elk jaarplan wordt een beperkte reeks thematische prioriteiten voor het komende jaar vastgesteld: er worden **twee of drie grote thema's** gekozen op basis van de EU-agenda en in overeenstemming met de lokale/regionale eisen. Voor elk van de geselecteerde thema's wordt een CvdR-campagne opgezet waarin raadplegingen aan de basis, wetgevende werkzaamheden, campagnes in de pers en de media, evenementen, dialogen in de sociale media enzovoort worden gecombineerd. De communicatiemiddelen worden hoofdzakelijk op deze campagnes toegespitst en bevatten meetbare streefdoelen. Door de middelen te concentreren, kan het partnerschap met de andere EU-instellingen worden bevorderd, om de boodschappen voor de media en de belanghebbenden duidelijk te structureren en de effecten van de advieswerkzaamheden van het CvdR te vergroten.

Het secretariaat-generaal zal **interne coördinatiestructuren** versterken met het oog op het beheer van de communicatiestrategie, hetgeen eveneens een hefboomwerking zal hebben op de activiteiten van de politieke fracties van het CvdR. De secretariaten van de CvdR-commissies in de twee wetgevende directoraten zullen medewerkers aanstellen die verantwoordelijk zullen zijn voor communicatieaangelegenheden en in een **"groep van communicatoren"** zullen samenwerken met collega's van het directoraat Communicatie, de communicatiemedewerkers van de secretariaten van de politieke fracties en andere directoraten. De jaarlijkse campagnes zullen samen met ad-hoc-communicatie-initiatieven op dit niveau van een kader worden voorzien en worden uitgevoerd. Er wordt een gedeelde "communicatieplanner" voor het volledige CvdR in het leven geroepen om deze coördinatie te bevorderen.

Parallel aan de uitrol van de externe communicatiestrategie zal het secretariaat-generaal een **intern communicatieplan** voor de komende jaren uitwerken. Dat plan moet de interne informatiestromen naar, van en tussen de medewerkers van het CvdR verbeteren en hun inzet als vertegenwoordigers van het CvdR versterken. Het interne communicatieplan zal aansluiten op de externe aanpak. Het KIKLOS[[2]](#footnote-2)-project, een IT-instrument dat de strategische planning en follow-up van de belangrijkste prioriteiten van het CvdR moet helpen bevorderen, zal tegen medio 2016 worden ingevoerd.

**Het CvdR en de andere EU-instellingen** zullen de interinstitutionele communicatie in Brussel naar een hoger niveau tillen en dit proces op het lokale niveau nog verder doortrekken, en werk maken van **bilaterale partnerschappen**. Daarbij zullen het Europees Parlement en de voorlichtingsbureaus, de Europese Commissie, haar vertegenwoordigingen en informatiecentra van Europe Direct in de lidstaten en het Raadssecretariaat worden betrokken. Proefprojecten, zoals programma's voor lokale en in Brussel gevestigde journalisten, gezamenlijke evenementen voor belanghebbenden en gezamenlijke bezoekersgroepen, een onderlinge koppeling van onlinecommunicatieplatformen, uitwisseling van sprekers voor de talrijke lokale evenementen die door de EU-instellingen en het CvdR worden georganiseerd, op basis van de ervaring die werd opgedaan bij soortgelijke evenementen, zouden tot nieuwe synergieën en schaaleffecten moeten leiden. Op het politieke niveau zal de CvdR ook de in het advies van 2014, getiteld "Europa weer dicht bij de burger brengen", vermelde aanbevelingen en werkpunten voor de andere instellingen herhalen, ondersteunen en controleren.

Om de EU-communicatie in het algemeen te verbeteren, zou het CvdR willen voorstellen dat de Europese Commissie regelmatig **regionale Eurobarometer-enquêtes** verricht. In 2012 werd voor het eerst een dergelijke enquête gehouden, ter gelegenheid van de jaarlijkse interinstitutionele Europese Conferentie over publieksvoorlichting (EuroPCom), die door het CvdR wordt gecoördineerd, en in oktober 2015 is een tweede enquête gepland. De waarde van regionale Eurobarometer-enquêtes voor de EU, lokale politici en voorlichtingsdeskundigen is duidelijk en zal de basis vormen voor beter gerichte communicatieactiviteiten. Daarnaast zal het CvdR rekening houden met andere informatiebronnen en (sociale)mediaplatforms om de maatschappelijke discussies te volgen.

**De voorzitter van het CvdR** zal het profiel van het CvdR verhogen en een prominente rol spelen in interinstitutionele partnerschappen en bij gelegenheid gezamenlijke communicatieactiviteiten opzetten. Er zal een politieke alliantie met de **leden van het Europees Parlement ("Vrienden van de regio's")** worden gesmeed in de vorm van bijeenkomsten in de marge van de plenaire zittingen van het Europees Parlement om de persoonlijke contacten met de leden van het Europees Parlement te versterken. **De voorzitter** zal ook **onderzoeksmissies** uitvoeren om de investeringscapaciteiten van regio's en steden te onderbouwen en te bevorderen en om de institutionele en politieke positie van het CvdR te versterken. Sommige van die bijeenkomsten zouden samen met EU-commissarissen of leden van het Europees Parlement kunnen worden georganiseerd. De voorzitter zal waar passend en/of nodig andere leden hierbij betrekken.

**De voorzitters van de CvdR-commissies** zullen eveneens regelmatig bijeenkomen met hun tegenhangers in het Europees Parlement om de ontwikkelingen in prioritaire dossiers voor beide instellingen te bespreken, met inbegrip van de eraan gerelateerde communicatieactiviteiten. Deze bijeenkomsten zouden kunnen worden aangevuld met de regelmatige participatie en de activiteiten van de politieke fracties van het CvdR, hun voorzitters en hun leden.

De lancering van de vijfjarige communicatiestrategie zorgt voor de nodige stimulans om een bijgewerkte **stijlgids voor het CvdR** te ontwikkelen en in te voeren die als basis zal dienen voor al zijn communicatieactiviteiten. Zo moet een meer samenhangende communicatie ontstaan, die tot een betere herkenning, meer efficiëntie en een duidelijk verband tussen de visuele stijl en de kernboodschappen van de strategie moet leiden. In het kader van de nieuwe huisstijl zullen de kleuren en lettertypes worden herzien, gebruiksvriendelijke sjablonen worden aangemaakt, richtsnoeren worden opgesteld voor het gebruik van afbeeldingen en ander grafisch materiaal enzovoort.

# **Kanalen en hulpmiddelen**

Terwijl de communicatiestrategie voor 2015-2020 de belangrijkste prioriteiten op het gebied van middelen en investeringen zal bevatten, zullen de operationele uitrol en het gebruik van de communicatiehulpmiddelen in detail worden beschreven in de jaarlijkse communicatieplannen. De verschillende hulpmiddelen zullen op een gecoördineerde manier worden gebruikt, door middel van campagnes, en zullen elkaar onderling versterken. Toegankelijkheid wordt een van de belangrijkste kenmerken van de communicatiehulpmiddelen van het CvdR en zal tot uiting komen in de gebruikte technologie, meertaligheid en de redactionele stijl.

## Betrekkingen met de pers en de media

Door zijn specifieke deskundigheid, plaatselijke verankering en netwerken aan te wenden, kan het CvdR een meerwaarde bieden door **verhalen uit de "echte wereld"** aan te dragen. Op die manier kunnen de schat aan kennis en ervaring en de voorbeelden uit de praktijk worden ingezet om de boodschappen en standpunten die het CvdR in zijn adviezen uit, kracht bij te zetten. Door verteltechnieken te ontwikkelen, zal het CvdR zijn leden en hun netwerk helpen om hun op hun bevindingen gebaseerde opmerkingen en aanbevelingen over EU-kwesties te delen en ze op de agenda van de EU-instellingen te laten opnemen.

De persdiensten van het CvdR zullen zich richten tot en contacten leggen met **EU-media in Brussel**. Het is de bedoeling om de adviezen van het CvdR en zijn standpunten over EU-onderwerpen mee te delen, geïllustreerd met echte voorbeelden en interessante verhalen van op het terrein. Het CvdR zal investeren in persoonlijke langetermijnrelaties met toonaangevende journalisten van de geaccrediteerde pers in Brussel om deze specifieke verhalen onder de aandacht te brengen. De persdienst zal de inhoud in dat verband duidelijk vormgeven om hem af te stemmen op de behoeften van de specifiek daartoe aangesproken media. Deze verhalen van leden van het CvdR brengen niet alleen de politieke boodschappen van het CvdR over in de media, maar kunnen de instelling ook meer zichtbaarheid geven.

De persactiviteiten zullen eveneens worden toegespitst op **gespecialiseerde** **lokale, regionale en nationale media in de landen en regio's van de leden van het CvdR**. De bestaande **hulpmiddelen voor de betrekkingen met de pers en de media**, zoals perscommuniqués, interviews en artikels, spreekpunten voor de pers, mediaprogramma's op evenementen, persconferenties, technische briefings, persreizen en mediapartnerschappen, zullen verder worden ontwikkeld. Waar passend zullen er, in nauwe samenwerking met de politieke fracties van het CvdR, eveneens betrekkingen tot stand worden gebracht met leden van het CvdR, verenigingen, partners en EU-vertegenwoordigingen in de lidstaten om media-ideeën uit te wisselen en hun steun te vragen om boodschappen te verspreiden in de media in hun respectieve landen.

Het CvdR zal een "mediaplanner" uitwerken die automatisch belangrijke politieke mijlpalen en gebeurtenissen op de EU-kalender zal identificeren. Deze planner zal worden gebruikt om op strategische wijze te beslissen op welk moment het CvdR zijn politieke boodschappen het beste met de media en met politieke belanghebbenden kan delen. De mediaplanner wordt elke week bijgewerkt en bepaalt of het verstandig is om een perscommuniqué te verspreiden als communicatiehulpmiddel. Andere communicatiehulpmiddelen, zoals sociale media en audiovisueel materiaal, kunnen soms beter zijn als alternatief voor of aanvulling op een perscommuniqué om de boodschap van het CvdR over te brengen. Het voorgaande indachtig, zullen de persdiensten van het CvdR investeren in:

* regelmatige bilaterale en multilaterale informele briefings met correspondenten in Brussel en EU-journalisten, in het bijzonder voorafgaand aan belangrijke beleidsverklaringen van het CvdR;
* gericht netwerken op plekken waar EU-journalisten bijeenkomen, bijvoorbeeld in mediazalen tijdens EU-toppen of op belangrijke persconferenties van de Europese Commissie;
* het bezoek van journalisten om belangrijke evenementen van het CvdR bij te wonen, in Brussel en in de context van lokale evenementen;
* de organisatie van op specifieke landen toegespitste persreizen naar Brussel voor regionale en lokale journalisten, in samenspraak met andere EU-instellingen;
* de doelgerichte verspreiding van perscommuniqués, zo mogelijk in de taal van het betrokken CvdR-lid, met vertalingen in andere relevante talen van de EU;
* het verspreiden van informatie (waaronder perscommuniqués, artikelen en video's) via socialemediakanalen;
* mediapartnerschappen die tot stand moeten worden gebracht met de pers in de EU, nationale nieuwsagentschappen, de media in de lidstaten en andere relevante platforms;
* de productie van videonieuwsuitzendingen/overzichten in de aanloop naar of follow-up van elke belangrijke conferentie/evenement of plenaire zitting, waarin lokaal geïnspireerde verhalen van individuele leden aan bod moeten komen.

## Conferenties en evenementen

De conferenties en evenementen van het CvdR zullen als communicatiehulpmiddel dienen vanwege hun dynamische, participatieve en ad-hoc-karakter. Zij bevorderen persoonlijke gedachtewisselingen over de thematische prioriteiten van het CvdR, leveren inbreng voor advieswerkzaamheden en vormen een aanvulling op andere communicatiehulpmiddelen. Het beoogde resultaat van CvdR-evenementen zal duidelijk vooraf worden vastgesteld, en de lessen die eruit worden getrokken, zullen worden doorgegeven aan de relevante doelgroepen en worden opgenomen in het jaarlijkse effectverslag van het CvdR.

Lokale evenementen en conferenties in de regio's zullen worden gebruikt om boodschappen van het EU-niveau over te brengen op de lagere niveaus en boodschappen van het lokale niveau te verzamelen **met behulp van een communicatiestructuur die in twee richtingen werkt.** Op evenementen in Brussel zullen kwesties die van belang zijn voor vertegenwoordigers van de regio's en voor de EU instellingen op EU-niveau kunnen worden besproken en kunnen boodschappen van het CvdR worden overgebracht.

Bij **lokale evenementen** zal de nadruk liggen op het vergaren en bespreken van bottom-upinzichten afkomstig van lokale en regionale belanghebbenden. Door participatieforums op te zetten over de jaarlijkse thematische prioriteiten van het CvdR, kunnen deze een rechtstreekse bijdrage leveren aan de advieswerkzaamheden en de voorbereiding van adviezen. Zij zullen hoofdzakelijk worden georganiseerd in en met de hulp van de kiesdistricten van de leden van het CvdR, waarbij bijzondere nadruk zal komen te liggen op de regio of stad van de rapporteurs, en in samenwerking met de voorlichtingsbureaus van het Europees Parlement en de vertegenwoordigingen van de Europese Commissie. Lokale evenementen zullen eveneens de gelegenheid bieden om verslag uit te brengen over de effecten van de advieswerkzaamheden.

**Evenementen en conferenties op EU-niveau** zullen nieuwe input leveren voor de EU-instellingen doordat de lokale en regionale behoeften en prioriteiten er worden voorgesteld aan belanghebbenden in de EU en deze kwesties met hen worden gedeeld en besproken. Zij zullen als kanaal fungeren waarlangs de belangen van lokale en regionale belanghebbenden kunnen worden gehoord en besproken, zelfs als deze niet op de institutionele agenda van de EU staan. De advieswerkzaamheden van het CvdR zullen niet alleen rechtstreeks voordeel halen uit conferenties die in samenwerking met regionale en lokale overheden en verenigingen worden georganiseerd, maar ook uit gezamenlijke evenementen met andere EU-instellingen.

Sterke CvdR-merken zoals de **Europese Week van de regio's en de steden (OPEN DAGEN)** en de **Europese Conferentie over publieksvoorlichting (EuroPCom)** zullen worden geëvalueerd wat hun resultaten betreft, waarbij de belangrijkste criteria, zoals de aandacht voor belangrijke politieke prioriteiten, de meerwaarde van het CvdR voor de politieke agenda van de EU en het verzamelen van lokale en regionale inbreng die de discussies en banden tussen lokale belanghebbenden en belanghebbenden op EU-niveau versterkt, in aanmerking zullen worden genomen.

Het CvdR zal **verscheidene evenementen blijven organiseren of mede-organiseren** in zijn gebouwen in Brussel, maar zal in de toekomst selectiever te werk gaan. Evenementen die verband houden met de jaarlijkse communicatieprioriteiten en die het potentieel hebben om relevante input op te leveren voor de beleidsvorming in de EU zullen de prioriteit krijgen.

Het **bezoekersprogramma** van het CvdR zal worden voortgezet, waarbij duidelijker zal worden benadrukt welke invloed het CvdR heeft op het aankaarten van de lokale behoeften op EU-niveau. Samen met de andere EU-instellingen zal worden onderzocht of er meer uitgebreide en geïntegreerde bezoekersprogramma's kunnen worden aangeboden aan specifieke doelgroepen. Sprekers die bezoekersgroepen verwelkomen, zullen regelmatig de kans krijgen om opleidingen te volgen.

Om te waarborgen dat de evenementen verband houden met de beleidscyclus, dient elke activiteit (of reeks evenementen) tot een reeks **conclusies en aanbevelingen** te leiden waarin de standpunten van lokale en regionale belanghebbenden worden geuit, die vervolgens in de relevante commissie, in het bureau of tijdens de zitting van het CvdR zullen worden besproken.

## Online communicatie, sociale media en publicaties

Hoewel onmogelijk kan worden voorspeld hoe digitale en onlinemedia de komende vijf jaar zullen evolueren, zijn er een aantal trends op te merken waaraan het CvdR zich in de nabije toekomst zal moeten aanpassen: er wordt steeds meer gebruikgemaakt van mobiele toestellen en toestellen met een aanraakscherm, de verbinding tussen publiek en instellingen is steeds directer, updates kunnen onderweg worden binnengehaald enzovoort. In die context zal er begin 2016 een nieuwe strategie voor digitale communicatie voor het CvdR worden gelanceerd, als resultaat van de in 2015 uitgevoerde experimenten en proefprojecten.

De **strategie voor digitale communicatie** zal gericht zijn op inhoud en gebaseerd worden op de inbreng van de verschillende directoraten. Deze strategie zal onder meer het streven naar synergieën met andere EU-instellingen omvatten, bijvoorbeeld met wederzijdse links tussen de websites van het CvdR, het Europees Parlement en de Europese Commissie, gezamenlijke initiatieven op sociale media en de intensivering van de redactionele samenwerking met nationale en regionale verenigingen en CvdR-leden. Zij zullen lokale inhoud kunnen leveren die kan worden gebruikt voor de digitale platforms en hulpmiddelen van het CvdR, zoals elektronische nieuwsbrieven, en als doorgeefluik voor de verspreiding ervan fungeren. Het CvdR zal investeren in de leesbaarheid van zijn digitale boodschappen, adviezen en resoluties via verteltechnieken en gerichte visuele communicatie: het gebruik van videomateriaal, infografieken, kortere en pakkendere teksten, het opstellen van redactionele richtsnoeren voor diegenen die inhoud aanleveren enz. Het team voor sociale media en digitale communicatie zal zo nauw samenwerken met de persvoorlichters om **krachtige boodschappen en redactionele richtlijnen** voor digitale communicatie te ontwikkelen. Het team voor sociale media en digitale communicatie zal ook ondersteuning en advies verstrekken aan de wetgevende directoraten om zo de adviesplatforms te moderniseren, met de steun van de gezamenlijke IT-diensten en externe technische hulpmiddelen.

De **socialemediastrategie van het CvdR** zal sterk worden ontwikkeld als aanvulling op de algemene communicatiestrategie en zal worden gebruikt als belangrijk tweerichtingscommunicatiekanaal voor de uitwisseling van informatie tussen de leden van het CvdR en zijn medewerkers, EU-instellingen, belanghebbenden, media en burgers. Hulpmiddelen op het gebied van sociale media zullen eveneens worden gebruikt om een dialoog tot stand te brengen met lokale en regionale overheden, hetgeen zal helpen om aan de basis inbreng te verzamelen voor de advieswerkzaamheden en verhalen te bundelen van de regionale en lokale niveaus, die het CvdR vervolgens op het EU-niveau zal doorgeven in verband met zijn prioritaire thema's, en om terug te koppelen naar de regio's en de steden over de vorderingen van de EU ten aanzien van vraagstukken die hen aanbelangen. Sociale media zullen doeltreffender in de websites en onlineplatforms worden geïntegreerd opdat zij beter als drager voor online-inhoud en -boodschappen van het CvdR kunnen dienen. De nadruk zal komen te liggen op het aansporen van leden en werknemers om de socialemedia-inhoud van het CvdR te verspreiden via hun eigen socialemediakanalen. Aan het begin van de communicatiestrategie zullen middelen worden geïnvesteerd in he testen van de verschillende beschikbare hulpmiddelen om de meest geschikte mix van sociale media voor het CvdR te bepalen. Het communicatieteam van het CvdR zal bepalen welk formaat het meest geschikt is (bijvoorbeeld artikels, infografieken en audiovisueel materiaal) voor de communicatie via de verschillende socialemediakanalen.

De **onlineteams van het CvdR** zullen zich inzetten om de onderling samenhang van alle CvdR-websites, onlineplatforms en digitale producten te verbeteren door te werken rond thematische campagnes en niet zozeer rond afzonderlijke communicatieproducten.

De interne digitale communicatie zal worden verbeterd: het CvdR zal profiteren van de functies van het **nieuwe hulpmiddel voor contactenbeheer**, **"Dynamics"**, – dat in 2016 zal worden geïmplementeerd – dat het gebruik van CvdR-contacten voor communicatiedoeleinden zal optimaliseren. Dit zou moeten leiden tot een meer gerichte communicatie, een betere coördinatie en een goed beheer van de workflows.

Voor de **website van het CvdR** zijn er verschillende initiatieven gepland om de onlinehulpmiddelen van het CvdR af te stemmen op de behoeften van de gebruikers: het huidige contentmanagementsysteem voor contactbeheer upgraden of aanpassen in het licht van de technologische ontwikkelingen, de site(s) verbeteren op basis van het principe "mobiel eerst", meer visuele communicatie en eenvoudigere informatiearchitectuur. Deze technische ontwikkelingen zullen eerst ter goedkeuring worden voorgelegd en zullen waarschijnlijk ondersteuning van externe dienstverlening vergen.

**Publicaties** en andere (gedrukte/drukklare) informatieproducten zullen een integraal deel uitmaken van de thematische prioriteitscampagnes, in overeenstemming met de globale strategie – met inbegrip van de documentatie (studies, factsheets enz.) die door de CvdR-directoraten voor wetgevende werkzaamheden wordt opgesteld.

Voor zijn toekomstige publicatiebeleid zal het CvdR ook maximaal gebruikmaken van **interinstitutionele diensten,** raamovereenkomsten en technische diensten zoals archivering, bijvoorbeeld de diensten die worden aangeboden door het Publicatiebureau van de EU. De verhouding tussen **digitale publicaties en gedrukte publicaties** zal worden verhoogd en er zal verder werk worden gemaakt van drukken op aanvraag.

Tot slot zal de **gratis** [**onlinecursus**](https://www.youtube.com/watch?v=JIIA-KTXjM0&feature=youtu.be)  van het CvdR **(MOOC**) over de regio's, de EU-instellingen en beleidsvorming, de eerste door een EU-instelling aangeboden onlinecursus ooit, verder worden ontwikkeld als innovatief onlinehulpmiddel om een antwoord te bieden op de informatiebehoeften van en de belangen geuit door regionale en lokale overheden. Dit nieuwe hulpmiddel moet de leden van het CvdR nog meer mogelijkheden bieden om hun rol als "ambassadeur" van het lokale en regionale niveau te vervullen.

# **Betrokkenheid van de CvdR-leden bij de communicatiestrategie**

De leden van het CvdR spelen een centrale rol in de tenuitvoerlegging van de communicatiestrategie. Zij zorgen voor het tweerichtingsverkeer tussen de EU-instellingen en het lokale niveau, laten de stem van de burger klinken in de beleidsvorming van de EU en delen inzichten van de EU met de achterban thuis. Bovendien zijn zij het die als eersten de institutionele boodschappen van het CvdR uitdragen. In hun lidstaat kunnen de leden van het CvdR een leidende rol spelen in het mobiliseren en betrekken van andere lokale en regionale overheden.

De leden van het CvdR moeten ondersteund worden in hun rol als woordvoerder voor hun burgers bij de contacten met de EU-instellingen. De **leden van het CvdR zullen meer ondersteuning krijgen** , net als de overheid in hun thuisland, in het bijzonder voor lokale communicatie-initiatieven. Tegelijkertijd zullen meer uitwisselingen met de territoriale verenigingen/netwerken worden aangemoedigd.

Met de nieuwe communicatiestrategie worden meer specifiek de volgende maatregelen voorgesteld om de CvdR-leden te ondersteunen:

* Met een nauwere coördinatie tussen de wetgevende directoraten en het directoraat Communicatie zullen de communicatiehulpmiddelen van het CvdR de rapporteurs beter kunnen dienen bij de voorbereiding van en het overleg over hun ontwerpadviezen.
* De leden van het CvdR zullen worden aangemoedigd om hun werkzaamheden in het CvdR sterker onder de aandacht te brengen en om in het bijzonder aan te tonen hoe zij de bezorgdheden en verwachtingen van de burgers op de EU-agenda hebben geplaatst.
* Door de huidige elektronische nieuwsbrief van het CvdR verder te ontwikkelen, zullen de leden nieuws en boodschappen van het CvdR in begrijpelijke taal en in een formaat dat zo kan worden doorgestuurd in hun publicaties kunnen opnemen, met lokale contacten in de pers kunnen delen of kunnen verspreiden via hun eigen socialemediakanalen.
* De leden van het CvdR kunnen lokale communicatie-evenementen houden in hun kiesdistricten of aan zulke evenementen deelnemen die worden georganiseerd door het directoraat Communicatie van het CvdR in partnerschap met territoriale verenigingen en/of andere partners.

De bestaande ondersteuning voor CvdR-leden op het gebied van communicatie zal worden voortgezet:

* de mogelijkheid om journalisten uit hun thuisland uit te nodigen in Brussel;
* hun participatie als sprekers op CvdR-conferenties;
* audiovisuele ondersteuning tijdens hun deelname aan CvdR-bijeenkomsten en -evenementen;
* socialemedia-inhoud om hun werkzaamheden bij het CvdR te promoten;
* elektronische nieuwsbrieven die zij in hun eigen netwerken kunnen verspreiden;
* gepersonaliseerde CvdR-visitekaartjes;
* website-inhoud om hun CvdR-activiteiten te promoten (ledenprofielen, factsheets over adviezen enz.);
* papieren folders over allerhande onderwerpen.

# **Evaluatie en effecten**

De efficiëntie en doeltreffendheid van de communicatiestrategie zal regelmatig worden gecontroleerd, in het bijzonder aan de hand van kwalitatieve indicatoren en methoden, om de politieke impact van het CvdR na te gaan en de jaarlijkse communicatieplannen te optimaliseren of te wijzigen. Daartoe zullen kernprestatie-indicatoren worden vastgesteld om de **politieke effecten, de communicatie-effecten en de efficiëntie** te meten**.** Deze indicatoren zullen worden onderbouwd met output- en resultaatindicatoren voor de verschillende communicatieactiviteiten.

In jaarlijkse **evaluatieverslagen** zullen de effecten van de communicatieactiviteiten van het voorgaande jaar worden bekeken, terwijl er in de eerste helft van 2018 een tussentijdse evaluatie van de strategie zal worden voorgesteld, samen met aanbevelingen. De slotevaluatie van de strategie dient te worden verricht aan het eind van 2020. Hoewel het jaarlijkse evaluatieverslag hoofdzakelijk gebaseerd zal zijn op een analyse verricht door de CvdR-diensten, zal bij de tussentijdse en de slotevaluatie ook rekening worden gehouden met inbreng van een externe consultant en zal bij deze evaluaties ook worden gebruikgemaakt van kwalitatieve methoden, bijvoorbeeld in het licht van (regionale) Eurobarometer-enquêtes naar de publieke opinie in de gehele EU.

Om de **politieke effecten** van de activiteiten van het CvdR te meten, moet verder worden gekeken dan de communicatiestrategie; de wetgevende directoraten en hun medewerkers die instaan voor de coördinatie en de interinstitutionele follow-up zullen ook een bijdrage leveren op basis van de bestaande ervaring bij het opstellen van het jaarlijkse impactverslag van het CvdR. In de toekomst zal dat verslag ook een hoofdstuk over de resultaten van het communicatieplan van het CvdR bevatten.

Met het oog op het toezicht op de communicatiestrategie zullen drie **kernprestatie-indicatoren** worden toegepast:

1. de **indicator voor de effecten** van de communicatie zal de waargenomen effecten op de verwezenlijking van de beleidsprioriteiten van het CvdR meten;
2. de **indicator voor de kwaliteit** van de communicatie zal resultaten geven aan de hand waarvan communicatiehulpmiddelen van elkaar kunnen worden onderscheiden;
3. de **efficiëntie-indicator** zal de kosten van de activiteiten toetsen aan de effecten ervan.

De **effecten** en de **kwaliteit** van de strategie dienen te worden gemeten door in kaart te brengen hoe het CvdR wordt gezien door zijn belangrijkste doelgroepen. In de kernprestatie-indicatoren dient een onderscheid te worden gemaakt tussen de twee doelgroepen:

1. politici en ambtenaren van regionale en lokale overheden (met inbegrip van de specifieke kiesdistricten van de CvdR-leden) enerzijds en
2. vertegenwoordigers van de andere EU-instellingen anderzijds.

De indicatoren zouden worden vastgesteld op basis van de resultaten van **jaarlijkse perceptie-enquêtes** bij de doelgroepen, waarvoor schaalvergroting en gegevensbundeling nodig zullen zijn. Voorts zullen een referentiewaarde (of nulmeting) voor 2015 en de in de loop van de strategie te verwezenlijken vorderingen moeten worden vastgesteld. Dat referentiescenario kan deels uit enquêtes worden gehaald die begin 2015 werden verricht.

Naast de perceptie-enquêtes zal er een **dashboard** worden ontworpen voor een kwantitatieve follow-up van belangrijke hulpmiddelen en activiteiten, zoals relaties met de media, evenementen, onlinecommunicatie en publicaties. Daarnaast kan regelmatig kwalitatief onderzoek worden verricht om de reactie op de hulpmiddelen te meten, bijvoorbeeld door de toon in persberichten te analyseren, na evenementen enquêtes af te nemen bij de deelnemers, gebruikerspanels op te richten voor webportalen enzovoort, of om kwalitatieve aspecten te controleren (zoals toegankelijkheid, meertaligheid enzovoort). Het kwalitatieve onderzoek omvat ook een tevredenheidsenquête door CvdR-leden over de aangeboden communicatiediensten.

De **efficiëntie-indicator** zou tot slot het toezicht omvatten op de aan communicatiehulpmiddelen bestede middelen (personeel en begroting) en de manier waarop zij werden gecombineerd met de statistieken over het bereik en de effecten ervan De resultaten zouden aangeven of er eventueel wijzigingen moeten worden aangebracht in de toewijzing van de middelen.

# **Middelen**

Het secretariaat-generaal van het CvdR zal deze nieuwe strategie uitvoeren en zal alle directoraten, secretariaten en leden van de politieke fracties en medewerkers hierbij betrekken.

Bij de uitwerking van de communicatiestrategie werd uitgegaan van **een globale status-quo in vergelijking met de huidige middelen voor communicatie** voor de komende vijf jaar (geraamde jaarlijkse operationele begroting van 1,8 miljoen euro; 51 medewerkers in het directoraat Communicatie van het CvdR, plus ondersteunend personeel in andere diensten en de secretariaten van de politieke fracties).

De financiële toewijzingen aan de verschillende eenheden zullen elk jaar worden bijgesteld, naargelang van de aandachtspunten van elk jaarlijks communicatieplan. De interne verdeling van personele middelen kan worden aangepast aan de evoluerende communicatiedomeinen en specifieke situaties.

De **jaarlijkse communicatieplannen** zullen een gedetailleerd begrotingsplan omvatten dat elk jaar door het bureau van het CvdR moet worden goedgekeurd. Het communicatieplan voor 2016 zal op 2 december 2015 worden voorgesteld aan het bureau.

**Voorgestelde mijlpalen**

* 2 december 2015: goedkeuring van het communicatieplan voor 2016 door het bureau van het CvdR
* november/december 2016: goedkeuring van het communicatieplan voor 2017 door het bureau van het CvdR
* november/december 2017: goedkeuring van het communicatieplan voor 2018 door het bureau van het CvdR
* medio 2018: tussentijdse evaluatie en herziening van de communicatiestrategie
* november/december 2018: goedkeuring van het communicatieplan voor 2019 door het bureau van het CvdR
* november/december 2019: goedkeuring van het communicatieplan voor 2020 door het bureau van het CvdR
* Eind 2020: slotevaluatie van de communicatiestrategie

\*

\* \*

**VOORSTEL**

**De leden van het bureau van het CvdR wordt verzocht om een besluit te nemen over de voorgestelde communicatiestrategie voor 2015-2020.**

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

1. Advies van het Comité van de Regio’s — Europa weer dicht bij de burger brengen: de behoefte aan meer en betere communicatie op lokaal niveau, (2015/C 019/09), Rapporteur: Christophe Rouillon (FR/PES), <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/TXT/?uri=CELEX:52014IR4460> [↑](#footnote-ref-1)
2. *KIKLOS is een proces dat om een centraal punt draait.* [↑](#footnote-ref-2)