|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| CoR-PL**PL** |  |  |

Bruksela, 5 października 2015 r.

**163. POSIEDZENIE PREZYDIUM
EUROPEJSKIEGO KOMITETU REGIONÓW**

**– 12 PAŹDZIERNIKA 2015 R. –**

|  |
| --- |
| **PUNKT 6****Przywrócenie więzi między Europą i jej obywatelami:nawiązanie dialogu między poziomem lokalnym i unijnym****Strategia komunikacyjna Europejskiego Komitetu Regionówna lata 2015–2020***Dokument przedłożony przez sekretarza generalnego* |

**DO DECYZJI**

**NOTATKA
DLA CZŁONKÓW PREZYDIUM
EUROPEJSKIEGO KOMITETU REGIONÓW**

**– POSIEDZENIE Z 12 PAŹDZIERNIKA 2015 R. –**

|  |
| --- |
| **Punkt 6****Przywrócenie więzi między Europą i jej obywatelami:nawiązanie dialogu między poziomem lokalnym i unijnym****Strategia komunikacyjna Europejskiego Komitetu Regionów na lata 2015–2020** |

# **Wprowadzenie**

Obywatele europejscy odczuwają w codziennym życiu coraz większy wpływ polityk UE. Choć ogólnie „czują się Europejczykami”, to jednocześnie często skarżą się na brak informacji i wiedzy na temat metod działania UE, a większość z nich nie ma zaufania do instytucji unijnych. Lokalni i regionalni przywódcy polityczni stoją wobec tego dylematu, gdyż wdrażają polityki UE, jak i wpływają na nie, a jednocześnie kształtują politykę w swoich okręgach wyborczych. W tym kontekście **komunikacja UE musi dążyć do przywrócenia zaufania obywateli do UE**, a podmioty regionalne i lokalne mogą odegrać kluczową rolę w całym procesie. Na Europejskim Komitecie Regionów (KR) spoczywa uzasadnione zadanie przejęcia części odpowiedzialności za realizację tego procesu.

Istnieje wyraźna potrzeba **lepiej skoordynowanego, otwartego, dwustronnego i partycypacyjnego podejścia do komunikacji** w celu przywrócenia więzi obywateli z instytucjami UE. W grudniu 2014 r. KR przygotował szereg długoterminowych zaleceń dla wszystkich instytucji UE w opinii z inicjatywy własnej „Przywrócenie więzi między Europą i jej obywatelami”[[1]](#footnote-1), w której uwzględniono zmianę kontekstu instytucjonalnego po wyborach do Parlamentu Europejskiego. W opinii postrzegającej komunikację UE z obywatelami jako wspólny obowiązek wszystkich instytucji unijnych KR zobowiązuje się do poprawy komunikacji na temat Europy we współpracy z władzami lokalnymi i regionalnymi oraz z ich pomocą. Pozostałe instytucje UE uznają tę konkretną rolę KR-u jako zgromadzenia reprezentującego miasta i regiony UE i są gotowe do zacieśniania współpracy międzyinstytucjonalnej.

W tym kontekście KR przygotuje nową pięcioletnią strategię komunikacyjną, która odzwierciedli wspomnianą powyżej opinię oraz rezolucję w sprawie priorytetów politycznych na lata 2015–2020, przyjętą w czerwcu 2015 r. W rezolucji wskazano pięć kluczowych priorytetów:

1. Nowy początek dla gospodarki europejskiej: tworzenie miejsc pracy i generowanie trwałego wzrostu gospodarczego w miastach i regionach, by zapewnić obywatelom lepszą jakość życia.
2. Znaczenie terytorialnego wymiaru prawodawstwa UE: należy działać w interesie obywateli, niezależnie od tego, gdzie chcą mieszkać i pracować.
3. Prostsza, lepiej połączona Europa: przywracanie więzi z obywatelami i przedsiębiorstwami na szczeblu lokalnym i regionalnym.
4. Stabilność i współpraca w obrębie Unii Europejskiej i poza nią: wspieranie sąsiadów Unii w ich dążeniu do wartości europejskich.
5. Europa obywateli jest Europą jutra: wzmacnianie perspektywicznych partnerstw między Unią Europejską a jej obywatelami.

Priorytety te zostaną uwzględnione w nowej strategii komunikacyjnej. Ponadto „przywrócenie więzi” jest także rozumiane jako umożliwienie obywatelom wypowiedzenia się w wielu dziedzinach polityki, które są kształtowane przez UE. W tym celu nowa strategia komunikacyjna powinna opierać się na demokracji uczestniczącej i podejściu uwzględniającym wielopoziomowe sprawowanie rządów.

Ponadto komunikacja będzie strategicznym narzędziem działań politycznych KR-u: m.in. wesprze planowanie, przygotowywanie i monitorowanie prac konsultacyjnych Komitetu w kluczowych obszarach tematycznych, w których **KR i Parlament Europejski** będą ściślej ze sobą współpracować, zwłaszcza w odniesieniu do planu inwestycyjnego dla Europy, strategii „Europa 2020” i europejskiego semestru, unii energetycznej, mobilności pracowników, jednolitego rynku cyfrowego, migracji i rozwoju obszarów wiejskich.

Z myślą o zapewnieniu większej spójności działań w zakresie komunikacji między instytucjami UE, KR **wzmocni** również **kontakty z Komisją Europejską**, dążąc do większej synergii, np. dzięki zaproponowaniu systematycznego udziału członków KR-u i komisarzy w dialogu z obywatelami na poziomie lokalnym.

Wreszcie, wdrażanie strategii komunikacyjnej będzie **wspólną odpowiedzialnością** wszystkich poziomów instytucjonalnych. Strategia będzie odzwierciedlać wyjątkową specyfikę KR-u i wykorzystywać ją w kontekście instytucjonalnym dzięki zasadom **bliskości i reprezentatywności**. Ponadto strategia będzie realizowana zgodnie z zasadami **odpowiedzialności i przejrzystości**, z uwzględnieniem politycznej i geograficznej różnorodności Komitetu.

# **Adresaci**

Choć ogólnym celem strategii komunikacyjnej KR-u jest poprawa postrzegania Unii Europejskiej przez obywateli, KR nie może skutecznie skierować swoich działań bezpośrednio do 500 mln obywateli, gdyż nie posiada takich zasobów finansowych i ludzkich. KR może wnieść wartość dodaną poprzez działania z zakresu komunikacji ukierunkowane na dwie główne grupy adresatów: **władze lokalne i regionalne oraz instytucje UE**. W odniesieniu do komunikacji z obywatelami, KR będzie polegać na własnych **członkach** oraz lokalnych i regionalnych podmiotach, które będą powielać i łączyć różne działania. Ponadto KR wykorzysta (istniejące i nowe) **uzgodnienia z innymi instytucjami UE**, np. poprzez współpracę z działami odpowiedzialnymi za komunikację w Komisji Europejskiej, Parlamencie Europejskim i Radzie UE.

* Władze lokalne i regionalne obejmują zarówno przedstawicieli politycznych i przywódców lokalnych i regionalnych organów administracji publicznej, jak również stowarzyszenia i sieci terytorialne. Są dwustronnym łącznikiem z 500 mln obywateli, gdyż z jednej strony odzwierciedlają na poziomie UE ich potrzeby i oczekiwania z perspektywy lokalnej, a z drugiej przekazują na poziomie lokalnym informacje na temat UE.
* **Instytucje UE** są równie istotną grupą adresatów prac konsultacyjnych KR-u, takich jak opinie i rezolucje. W tym wypadku priorytetowo traktowani są posłowie do Parlamentu Europejskiego i członkowie Komisji Europejskiej oraz grupy robocze w Radzie i posiedzenie związane z najważniejszymi obszarami działalności Komitetu.

W tym kontekście **prasa i partnerzy** **medialni** oraz inne zainteresowane strony odgrywają istotną rolę wiodących pośredników i propagatorów w zakresie powiązania KR z dwoma głównymi grupami adresatów.

**Członkowie KR-u** odgrywają kluczową rolę w strategii komunikacyjnej Komitetu. Są odpowiedzialni za przekazywanie informacji i stanowiska odzwierciedlającego na szczeblu UE lokalny punkt widzenia, a jednocześnie pełnią funkcję najważniejszych propagatorów przekazów instytucjonalnych Komitetu skierowanych do obywateli i instytucji UE (więcej informacji w pkt 6 „Udział członków KR-u w strategii komunikacyjnej”).

# **Cele**

„Przywrócenie więzi między Europą i jej obywatelami: nawiązanie dialogu między poziomem lokalnym i unijnym” stanowi główne przesłanie KR-u oraz cel wszystkich działań z zakresu komunikacji. Strategia komunikacyjna **polepszy prace konsultacyjne KR-u za pomocą ukierunkowanej komunikacji**. W przeszłości komunikacja często była ostatnim etapem w procesie politycznym KR-u. W przyszłości komunikacja będzie nie tylko dostarczać informacji na temat przeprowadzonych prac, lecz stanie się bardziej zintegrowaną częścią procesu politycznego, legislacyjnego i procesu podejmowania decyzji w Komitecie. Dzięki temu integrującemu i strategicznemu podejściu do komunikacji KR może umocnić swą rolę w ochronie spójności terytorialnej i promowaniu zaangażowania obywateli w UE.

Poprzez bardziej intensywne wykorzystanie zdecentralizowanej **komunikacji na szczeblu lokalnym** KR odnotuje i przedyskutuje potrzeby i oczekiwania wyrażone przez regiony i miasta. Wkład ten zostanie przekazany innym instytucjom UE za pośrednictwem narzędzi komunikacyjnych KR-u, a tym samym wywrze wpływ na ogólny plan działania UE. Aby zakończyć cykl i dowieść znaczenia oddolnego wkładu, należy informować szczebel lokalny o wpływie prac konsultacyjnych.

Dzięki komunikacji KR **wzmocni swoją współpracę z innymi instytucjami UE**. Celem jest podniesienie rangi politycznej i instytucjonalnej KR-u jako zgromadzenia europejskich regionów i miast oraz roli jego członków, zarówno w Brukseli, jak i na szczeblu lokalnym. Podkreślając wyjątkową, zakorzenioną lokalnie pozycję KR-u w unijnym procesie decyzyjnym, strategia komunikacyjna wzmacnia demokratyczne podwaliny oraz publiczne postrzeganie procesu, w którego centrum znajdują się obywatele. Na poziomie lokalnym, strategia komunikacyjna KR-u przyjmuje zintegrowane podejście z udziałem Parlamentu Europejskiego, Komisji Europejskiej, rotacyjnych prezydencji w Radzie oraz Rady UE, aby wzmocnić oddziaływanie wspólnych inicjatyw z zakresu komunikacji na temat działalności UE.

**Przywrócenie więzi między Europą i jej obywatelami:
nawiązanie dialogu między poziomem lokalnym i unijnym**

* *Parlament Europejski*
* *Rada Europejska*
* *Komisja Europejska*
* *Pozostałe instytucje i organy UE*
* *Zainteresowane podmioty UE
(biura regionalne, stowarzyszenia itp.)*

**UE**

**KR**

**Władze lokalne
i regionalne**

**OBYWATELE**

*Działalność KR-u w zakresie komunikacji pomaga:*

* *uwzględnić wkład szczebla lokalnego
i regionalnego na poziomie UE,*
* *stworzyć synergie i wzajemne podejście do informowania obywateli o Europie.*

*Działalność KR-u w zakresie komunikacji pomaga wzmocnić współpracę z innymi instytucjami europejskimi i zainteresowanymi stronami.*

*Działalność KR-u w zakresie komunikacji pomaga pokazać, jak uwzględniono wkład władz lokalnych i regionalnych na poziomie UE.*

*Działalność KR-u w zakresie komunikacji pomaga określić potrzeby i priorytety lokalne i regionalne.*

# **Wdrażanie**

Na podstawie pięcioletniej strategii, Sekretariat Generalny KR-u będzie sporządzać **roczne plany w dziedzinie komunikacji**, które będą zatwierdzane przez Prezydium KR-u. Każdy plan roczny zawiera ograniczoną liczbę priorytetów tematycznych na kolejny rok: określone zostaną **dwa lub trzy główne obszary**, w oparciu o program UE i zgodnie z potrzebami lokalnymi i regionalnymi. W odniesieniu do każdego wybranego obszaru przygotowana zostanie kampania KR-u łącząca oddolne konsultacje, prace legislacyjne, kampanie prasowe i medialne, wydarzenia, dialog w mediach społecznościowych itp. Zasoby komunikacyjne zostaną ukierunkowane przede wszystkim na te kampanie i będą obejmować wymierne cele. Ułatwi to także partnerstwo z innymi instytucjami UE, tak aby jasno sformułować przekazy skierowane do mediów i zainteresowanych stron oraz zwiększyć wpływ prac konsultacyjnych KR-u.

Sekretariat Generalny wzmocni **wewnętrzne struktury koordynacji** w celu zarządzania strategią komunikacyjną, opierając się również na pracach grup politycznych KR-u. Sekretariaty komisji KR-u w dwóch dyrekcjach legislacyjnych wyznaczą członków personelu odpowiedzialnych za kwestie komunikacji. Będą oni współpracować w ramach **grupy ds. komunikacji** z kolegami z Dyrekcji ds. Komunikacji, personelem odpowiedzialnym za komunikację w sekretariatach grupach politycznych oraz z innymi dyrekcjami. Coroczne kampanie oraz doraźne inicjatywy z zakresu komunikacji będą opracowywane i wdrażane właśnie na tym szczeblu. Opracowane zostanie wspólne dla całego Komitetu narzędzie planowania komunikacji z myślą o ułatwieniu wspomnianej koordynacji.

Obok prac nad strategią komunikacji zewnętrznej, Sekretariat Generalny przygotuje **plan komunikacji wewnętrznej** na nadchodzące lata. Celem jest poprawa wewnętrznego obiegu informacji dla pracowników KR-u, od nich i między nimi, a także zwiększenie ich zaangażowania na rzecz reprezentowania Komitetu. Plan komunikacji wewnętrznej będzie spójny z podejściem do komunikacji zewnętrznej. Do połowy 2016 r. wdrożony zostanie projekt KIKLOS[[2]](#footnote-2) – narzędzie informatyczne, które ułatwi strategiczne planowanie i monitorowanie najważniejszych priorytetów KR-u.

**KR i inne instytucje UE** zintensyfikują komunikację międzyinstytucjonalną w Brukseli oraz pogłębią ten proces na szczeblu lokalnym i będą dążyć do nawiązania **partnerstw dwustronnych**. Będzie to obejmować Parlament Europejski i jego biura informacyjne, Komisję Europejską i jej przedstawicielstwa oraz Centra informacyjne Europe Direct w państwach członkowskich, a także Sekretariat Rady. Nowe synergie i efekt skali powinny być wynikiem projektów pilotażowych, np. programów dla lokalnych i mieszkających w Brukseli dziennikarzy, wspólnych imprez zainteresowanych stron i wspólnych grup odwiedzających, łączenia platform komunikacji elektronicznej czy wymiany prelegentów podczas wielorakich wydarzeń lokalnych organizowanych przez instytucje UE i KR-u, w oparciu o doświadczenie zdobyte podczas podobnych wydarzeń. Na szczeblu politycznym KR będzie także powtarzać, wspierać i monitorować zalecenia i obszary działań, które przedstawił innym instytucjom w opinii z 2014 r. „Przywrócenie więzi między Europą i jej obywatelami”.

Mając na uwadze wpływ ogólnych działań UE z zakresu komunikacji, KR pragnie zasugerować, aby Komisja Europejska regularnie przeprowadzała **regionalne sondaże Eurobarometru**. Takie badanie zostało przeprowadzone po raz pierwszy w 2012 r. przy okazji corocznej międzyinstytucjonalnej Europejskiej Konferencji na temat Komunikacji w Sektorze Publicznym (EuroPCom), która jest koordynowana przez KR, a drugie zostało zaplanowane na październik 2015 r. Wartość regionalnych sondaży Eurobarometru dla UE, lokalnych polityków i ekspertów ds. komunikacji jest wyraźna i posłuży jako podstawa lepiej ukierunkowanych działań z zakresu komunikacji. Ponadto KR weźmie pod uwagę inne źródła informacji i platformy mediów (społecznościowych) w celu śledzenia postępów w debacie publicznej.

**Przewodniczący KR-u** podniesie rangę Komitetu oraz będzie odgrywać znaczącą rolę w partnerstwie międzyinstytucjonalnym i sporadycznie inicjować wspólne działania komunikacyjne. Sojusz polityczny z **posłami do Parlamentu Europejskiego („Friends of Regions”)** przybierze postać posiedzeń przy okazji sesji plenarnej Parlamentu Europejskiego w celu zacieśnienia bezpośrednich kontaktów z posłami do PE. **Przewodniczący** przeprowadzi również **misje rozpoznawcze** w celu wykorzystania i promowania zdolności inwestycyjnych miast i regionów oraz podniesienia rangi instytucjonalnej i politycznej KR-u. Niektóre z tych posiedzeń można by zorganizować przy udziale komisarzy UE lub posłów do Parlamentu Europejskiego. Przewodniczący włączy w te działania innych członków, jeśli będzie to stosowne i/lub konieczne.

**Przewodniczący komisji KR-u** będą również spotykać się regularnie ze swoimi odpowiednikami w Parlamencie Europejskim, aby omówić zmiany w dossier o pierwszorzędnym znaczeniu dla obu instytucji, w tym pokrewne działania z zakresu komunikacji. Środki te można by uzupełnić poprzez regularne kontakty i działania grup politycznych KR-u, ich przewodniczących i członków.

Wprowadzenie pięcioletniej strategii komunikacyjnej stwarza możliwość opracowania i wdrożenia uaktualnionej **szaty graficznej**, która będzie podstawą wszystkich działań z zakresu komunikacji. Celem jest osiągnięcie spójniejszej komunikacji, co doprowadzi do poprawy uznawania, większej wydajności i wyraźnego związku między stroną wizualną a najważniejszym przesłaniem tej strategii. Nowa szata obejmie przegląd koloru i czcionki, stworzenie wzorów przyjaznych dla użytkownika, wytycznych dotyczących wykorzystania rysunków i innych materiałów wizualnych itp.

# **Metody i narzędzia**

Strategia komunikacyjna na lata 2015–2020 określi główne priorytety dotyczące zasobów i inwestycji. Wdrażanie i wykorzystywanie narzędzi komunikacyjnych zostanie doprecyzowane w dorocznych planach z zakresu komunikacji. Poszczególne instrumenty będą stosowane w sposób skoordynowany i oparty na prowadzeniu kampanii oraz będą się wzajemnie uzupełniać. Kluczową cechą tych narzędzi komunikacyjnych KR-u, jeśli chodzi o technologie, wielojęzyczność i styl redakcji, będzie dostępność.

## **Kontakty z prasą i mediami**

Wykorzystując specyficzną wiedzę fachową, zakorzenienie w rzeczywistości lokalnej i swoje sieci, KR może wnieść wartość dzięki przedstawianiu sytuacji w **„rzeczywistym świecie”**. W ten sposób zasoby wiedzy i doświadczenia, jak również praktyczne przykłady robocze, mogą również zostać wykorzystane do wzmocnienia przesłania KR-u i stanowisk przedstawionych w opiniach. Dzięki rozwojowi techniki opowiadania KR wesprze swoich członków i ich sieci w dzieleniu się obserwacjami i zaleceniami z życia codziennego na temat spraw UE oraz włączy te uwagi do porządku obrad instytucji UE.

Służby prasowe KR-u zajmą się **mediami unijnymi w Brukseli** i nawiążą z nimi współpracę. Celem jest przedstawienie opinii KR-u i jego stanowiska w sprawach europejskich, wraz z prawdziwymi przykładami i interesującymi opowieściami z tej dziedziny. KR będzie inwestować w długoterminowe kontakty z wiodącymi dziennikarzami akredytowanymi w Brukseli, tak aby zapewnić pokrycie tych konkretnych tematów. W tym kontekście Dział Prasy będzie wyraźnie kształtować treść, tak aby odpowiadała ona potrzebom mediów, do których jest konkretnie skierowana. Oprócz przekazywania przesłania politycznego KR-u w mediach, relacje członków Komitetu mogą zwiększyć rangę instytucji.

Działania skupią się także na **specjalistycznej, lokalnej, regionalnej i krajowej prasie w państwach i regionach, z których pochodzą członkowie KR-u**. Dalej rozwijane będą dotychczasowe **narzędzia wykorzystywane w relacjach z prasą i mediami**, takie jak komunikaty prasowe, wywiady i artykuły, punkty do omówienia z prasą, programy dla mediów podczas imprez, konferencje prasowe, briefingi techniczne, wizyty prasowe i partnerstwa medialne. Ponadto, w stosownych przypadkach i w ścisłej współpracy z grupami politycznymi KR-u, nawiązane zostaną relacje z członkami KR-u, stowarzyszeniami, partnerami i przedstawicielstwami UE w państwach członkowskich, aby dzielić się pomysłami medialnymi i uzyskać wsparcie tych podmiotów w docieraniu z przekazem do mediów w ich krajach.

KR opracuje „Media Planner”, w którym będzie systematycznie wskazywać kluczowe daty i wydarzenia z terminarza UE. Będzie on służył do podejmowania strategicznych decyzji o tym, który moment będzie najlepszy, by KR przekazał swe przesłania polityczne mediom oraz politycznym zainteresowanym stronom. Aktualizowany co tydzień przesądzi o tym, czy rozpowszechnianie komunikatów prasowych jest adekwatnym narzędziem komunikacji. Inne narzędzia komunikacji, takie jak media społecznościowe i materiały audiowizualne, mogą być lepszą alternatywą bądź dobrym działaniem uzupełniającym komunikaty prasowe w dążeniach do dotarcia z przekazem KR-u do odbiorców. Mając to na uwadze służby prasowe KR-u będą inwestować w:

* regularne dwustronne i wielostronne nieformalne briefingi z udziałem działających w Brukseli korespondentów i unijnych dziennikarzy, zwłaszcza przed wydaniem przez KR istotnych deklaracji politycznych;
* ukierunkowane tworzenie sieci kontaktów, gdy gromadzą się unijni dziennikarze, np. w strefach dla mediów podczas szczytów UE czy przy okazji ważnych konferencji prasowych Komisji Europejskiej;
* wizyty dziennikarzy służące ich obecności na głównych wydarzeniach KR-u, w Brukseli i w kontekście imprez lokalnych;
* organizację związanych z poszczególnymi państwami wizyt prasowych w Brukseli dla dziennikarzy lokalnych i regionalnych, w powiązaniu z innymi instytucjami UE;
* ukierunkowane rozpowszechnianie komunikatów prasowych, jeżeli to możliwe w języku danego członka i z przekładem na inne odpowiednie języki UE;
* rozpowszechnianie informacji, w tym komunikatów prasowych, artykułów i filmów wideo poprzez media społecznościowe;
* nawiązanie partnerstw medialnych z unijną prasą, krajowymi agencjami prasowymi, mediami w państwach członkowskich i innymi stosownymi platformami;
* przygotowywanie przed każdą ważną konferencją, imprezą czy sesją plenarną lub po niej serwisów informacyjnych lub streszczeń wideo obejmujących wypowiedzi członków powiązane w ten czy inny sposób z sytuacją w ich gminie czy regionie.

## **Konferencje i inne imprezy**

Konferencje i inne imprezy KR-u będą wykorzystywane jako narzędzie komunikacji ze względu na cechującą je dynamikę, spontaniczność i udział wielu osób. Ułatwiają one bezpośredni dialog dotyczący priorytetów tematycznych KR-u, zapewniają wkład w prace konsultacyjne i uzupełniają inne narzędzia komunikacyjne. Zamierzony wynik imprez KR-u będzie jasno określany przed poszczególnymi imprezami, a wyciągnięte wnioski będą przekazywane stosownym odbiorcom i uwzględniane w rocznym sprawozdaniu na temat skutków opinii KR-u.

Lokalne imprezy i konferencje w regionach będą wykorzystywane do przekazywania informacji i przesłań od szczebla UE i zbierania informacji i przesłań od szczebla lokalnego **w ramach dwustronnej komunikacji**. Imprezy w Brukseli będą miały na celu omówienie kwestii na poziomie UE, które są przedmiotem zainteresowania przedstawicieli regionów i instytucji UE, a także przekazanie przesłań KR-u.

**Imprezy lokalne** będą służyć głównie gromadzeniu i omawianiu oddolnych spostrzeżeń lokalnych i regionalnych zainteresowanych stron. Stworzą umożliwiające aktywny udział forum do dyskusji nad rocznymi priorytetami politycznymi KR-u i w ten sposób zapewnią bezpośredni materiał do wykorzystania w pracach konsultacyjnych i podczas przygotowywania opinii. Będą one zasadniczo organizowane w okręgach wyborczych członków KR-u i przy ich pomocy, ze szczególnym uwzględnieniem regionu czy miasta sprawozdawcy oraz we współpracy z biurami informacyjnymi Parlamentu Europejskiego i przedstawicielstwami Komisji Europejskiej. Imprezy lokalne będą również okazją do przedstawienia sprawozdania z oddziaływania prac konsultacyjnych.

**Konferencje i inne imprezy na szczeblu UE** przyniosą nowy wkład dla instytucji UE dzięki przedstawieniu lokalnych i regionalnych potrzeb i priorytetów unijnym zainteresowanym stronom oraz dzieleniu się spostrzeżeniami i dyskutowaniu z nimi na ten temat. Zapewnią okazję do zaprezentowania i omówienia interesów lokalnych i regionalnych zainteresowanych stron, nawet jeśli dane kwestie nie znajdują się w programie instytucjonalnym UE. Prace konsultacyjne KR-u odniosą bezpośrednią korzyść nie tylko z konferencji organizowanych ze współpracy z władzami lokalnymi i regionalnymi i stowarzyszeniami, ale także z imprez organizowanych wspólnie z innymi instytucjami UE.

Znane marki KR-u, takie jak **Europejski Tydzień Regionów i Miast (OPEN DAYS)** oraz **Europejska Konferencja na temat Komunikacji w Sektorze Publicznym (EuroPCom)**, zostaną ocenione pod względem uzyskiwanych wyników, z wykorzystaniem głównych kryteriów takich jak ukierunkowanie na głównie priorytety polityczne, wartość dodana wnoszona przez KR do programu politycznego UE oraz gromadzenie wkładu od szczebla lokalnego i regionalnego, co ulepsza dyskusję i powiązania między lokalnymi i unijnymi zainteresowanymi stronami.

KR nadal będzie **gościć u siebie i współorganizować różnorodne imprezy** w swej siedzibie w Brukseli, lecz przyjmie w przyszłości bardziej selektywne podejście. Pierwszeństwo będą miały imprezy związane z rocznymi priorytetami w dziedzinie komunikacji, mogące doprowadzić do uzyskania istotnego wkładu do wykorzystania w kształtowaniu polityki UE.

Kontynuowany będzie **program** KR-u **dla odwiedzających**, przy czym większy nacisk zostanie położony na podkreślenie wpływu KR-u, jeśli chodzi o uwypuklanie lokalnych potrzeb na poziomie UE. W porozumieniu z innymi instytucjami UE rozważone zostaną możliwości oferowania określonym grupom bardziej wszechstronnego i zintegrowanego programu dla odwiedzających. Mówcom, którzy przyjmują grupy odwiedzających, regularnie oferowane będą szkolenia.

W celu zapewnienia powiązań między imprezami a cyklem politycznym każde działanie (lub seria imprez) powinno prowadzić do sporządzenia zestawu **wniosków i zaleceń** przedstawiających poglądy lokalnych i regionalnych zainteresowanych stron, które zostaną następnie omówione w odpowiedniej komisji KR-u, w Prezydium lub na sesji plenarnej.

## **Komunikacja za pośrednictwem internetu, media społecznościowe i publikacje**

Choć nie da się przewidzieć rozwoju mediów cyfrowych i internetowych na przestrzeni najbliższych pięciu lat, dostrzegalne są pewne trendy, do których KR będzie musiał się dostosować w najbliższej przyszłości: częstsze wykorzystywanie urządzeń mobilnych i dotykowych, nasilona bezpośrednia komunikacja między odbiorcami a instytucjami, tłumaczenie w czasie rzeczywistym, aktualizacje na bieżąco itd. W tym kontekście na początku 2016 r., na podstawie projektów pilotażowych przeprowadzonych w 2015 r., przedstawiona zostanie nowa strategia komunikacji cyfrowej KR-u.

**Strategia komunikacji cyfrowej** będzie ukierunkowana na treść do przekazania oraz będzie bazować na wkładzie poszczególnych dyrekcji. Będzie zakładać także dążenie do synergii z innymi instytucjami UE, tzn. hiperłącza między stronami internetowymi KR-u, Parlamentu Europejskiego i Komisji Europejskiej, wspólne inicjatywy w mediach społecznościowych oraz wzmocnienie współpracy redakcyjnej ze stowarzyszeniami krajowymi i regionalnymi oraz członkami KR-u. Pomoże to zapewnić treści o znaczeniu lokalnym dla platform i narzędzi cyfrowych KR-u, takich jak biuletyny elektroniczne, oraz umożliwi szersze rozpowszechnianie. KR będzie inwestować w poczytność swych wiadomości w formacie cyfrowym, opinii i rezolucji poprzez tworzenie narracji i ukierunkowaną komunikację wizualną: wykorzystywanie materiałów wideo, infografiki, krótszych i bardziej chwytliwych tekstów, opracowanie wytycznych redakcyjnych dla dostawców treści itd. W ten sposób zespół ds. mediów społecznościowych i cyfrowych oraz rzecznicy prasowi będą ściślej współpracować, aby opracowywać **silne przesłania i linie redakcyjne** w komunikacji cyfrowej. Zespół ds. mediów cyfrowych i społecznościowych będzie też zapewniać wsparcie i doradztwo dyrekcjom prac legislacyjnych, aby zmodernizować platformy konsultacyjne przy wsparciu wspólnych służb IT i z wykorzystaniem zewnętrznych zasobów technicznych.

**Strategia dotycząca mediów społecznościowych** KR-u zostanie znacznie rozbudowana w celu uzupełnienia ogólnej strategii komunikacyjnej i będzie stanowić kluczowy dwukierunkowy kanał komunikacji umożliwiający wymianę informacji między członkami KR-u, jego personelem, instytucjami UE, zainteresowanymi stronami, mediami i obywatelami. Narzędzia z zakresu mediów społecznościowych będą także wykorzystywane do prowadzenia dialogu z władzami lokalnymi i regionalnymi, co pomoże w zdobyciu oddolnego wkładu w działania konsultacyjne oraz zebraniu informacji i wieści z poziomu lokalnego i regionalnego, które KR następnie przekaże poziomowi unijnemu w powiązaniu z swymi priorytetami politycznymi, oraz co pozwoli przekazać regionom i miastom informacje zwrotne nt. postępów w pracach dla nich ważnych. Konta mediów społecznościowych zostaną skuteczniej zintegrowane ze stronami i platformami internetowymi, aby móc lepiej rozpowszechniać za ich pośrednictwem treści i przesłania KR-u zamieszczane w internecie. Nacisk zostanie położony na zachęcanie członków i pracowników KR-u do rozpowszechniania treści KR-u publikowanych w mediach społecznościowych poprzez ich własne kanały w tych mediach. Na początku realizacji strategii komunikacyjnej środki zostaną zainwestowane w testowanie różnych dostępnych narzędzi w celu określenia zestawu mediów społecznościowych najbardziej odpowiedniego dla KR-u. Zespół KR-u zajmujący się komunikacją określi najwłaściwszy format – na przykład artykuły, infografika oraz materiały audiowizualne – informowania poprzez różne kanały mediów społecznościowych.

**Zespoły ds. komunikacji on-line** KR-u będą pracować nad poprawą spójności wszystkich stron internetowych KR-u, platform on-line, oraz produktów cyfrowych, koncentrując swoje działania na kampaniach tematycznych raczej niż na pojedynczych produktach komunikacyjnych.

Wzmocniona zostanie także wewnętrzna komunikacja cyfrowa, dzięki możliwościom oferowanym przez nowe narzędzie zarządzania kontaktami o nazwie „Dynamics”, które ma zostać wdrożone w 2016 r. i które zoptymalizuje wykorzystywanie danych kontaktowych KR-u do celów komunikacyjnych. Powinno to doprowadzić do lepszego ukierunkowania komunikacji, wzmocnionej koordynacji i dobrego zarządzania przepływem pracy.

Jeżeli chodzi o **stronę internetową KR-u**, zaplanowanych zostało szereg inicjatyw mających dostosować narzędzia internetowe KR-u do potrzeb użytkowników – aktualizacja lub zmiana obecnego systemu zarządzania treścią w celu uwzględnienia najnowszych postępów technologii, ulepszenie strony zgodnie z zasadą „najpierw wersja mobilna”, nasilenie komunikacji wizualnej oraz uproszczona architektura informacji. Te zmiany techniczne zostaną najpierw przedłożone do zatwierdzenia i najprawdopodobniej będą wymagały wsparcia zewnętrznych usługodawców.

**Publikacje** oraz inne materiały informacyjne (drukowane lub w wersji do druku) będą stanowić integralną część priorytetowych kampanii tematycznych zgodnych z ogólną strategią; dotyczy to także materiałów bazowych (analiz, not faktograficznych itp.) redagowanych przez dyrekcje prac legislacyjnych KR-u.

W swej przyszłej strategii publikacyjnej KR w pełni wykorzysta **służby międzyinstytucjonalne**, umowy ramowe oraz usługi techniczne, takie jak archiwizacja, w tym te oferowane przez Urząd Publikacji Unii Europejskiej. Zwiększona zostanie ilość **publikacji cyfrowych kosztem publikacji drukowanych** i dalej rozwijana będzie usługa druku na życzenie.

Wreszcie, **bezpłatny** [**kurs on-line**](https://www.youtube.com/watch?v=JIIA-KTXjM0&feature=youtu.be) **(MOOC)** KR-u dotyczący regionów oraz instytucji i kształtowania polityki UE, to pierwszy w historii kurs on-line oferowany przez instytucję UE; będzie on dalej rozwijany jako innowacyjne narzędzie on-line w reakcji na zapotrzebowanie i zainteresowanie zgłoszone przez władze regionalne i lokalne. To nowe narzędzie ma umożliwić członkom KR-u jeszcze lepsze wypełnianie ich roli ambasadorów samorządów lokalnych i regionalnych.

# **Udział członków KR-u w realizacji strategii komunikacyjnej**

Członkowie KR-u odgrywają kluczową rolę w realizacji strategii komunikacyjnej Komitetu. Są oni łącznikiem między instytucjami UE a szczeblem lokalnym – dbają o to, by głos obywateli był słyszany w procesach kształtowania polityki UE, i przekazują obywatelom informacje z UE. Ponadto są one pierwszymi rzecznikami KR-u przekazującymi jego przesłanie instytucjonalne. W swych państwach członkowskich członkowie KR-u mogą odgrywać wiodącą rolę w mobilizowaniu i angażowaniu innych władz lokalnych i regionalnych.

Trzeba ich wspierać w wypełnianiu funkcji rzeczników obywateli w stosunkach z instytucjami UE. **Członkom KR-u** i administracjom w ich gminach czy regionach zapewnione **zostanie większe wsparcie**, w szczególności w przypadku lokalnych inicjatyw z zakresu komunikacji, oraz zachęcać się będzie do nasilenia kontaktów ze stowarzyszeniami czy sieciami terytorialnymi.

W szczególności w nowej strategii komunikacyjnej proponuje się wspierać członków KR-u w następujący sposób:

* W związku z nasileniem koordynacji między dyrekcjami prac legislacyjnych a Dyrekcją Komunikacji narzędzia komunikacyjne będą bardziej użyteczne dla sprawozdawców podczas przygotowywania projektów opinii i powiązanych z nimi konsultacji.
* Członkowie KR-u będą zachęcani do zwiększania widoczności swych działań w KR-ze, a w szczególności do uwidaczniania, jak udaje im się sprawić, by obawy i oczekiwania obywateli były uwzględniane w programie UE.
* Dzięki dalszemu dopracowaniu biuletynu elektronicznego KR-u członkowie KR-u będą mogli rozpowszechniać wieści i komunikaty KR-u (w prostym języku i formacie umożliwiającym ich przesłanie do dalszych adresatów), które będą mogli umieszczać w swych publikacjach, udostępniać lokalnej prasie lub rozpowszechniać za pośrednictwem mediów społecznościowych.
* Członkowie KR-u mogą być gospodarzami lokalnych imprez informacyjnych w swych okręgach wyborczych lub uczestniczyć w takich imprezach organizowanych przez Dyrekcję Komunikacji KR-u we współpracy ze stowarzyszeniami terytorialnymi lub innymi partnerami.

Członkowie KR-u nadal będą mogli korzystać z dotychczas oferowanego wsparcia z zakresu działań komunikacyjnych, takiego jak:

* możliwość zapraszania do Brukseli dziennikarzy z państw członkowskich,
* udział w konferencjach KR-u w roli prelegentów;
* wsparcie audiowizualne podczas obecności na posiedzeniach i imprezach KR-u;
* treści do mediów społecznościowych mające pomóc w promowaniu działań prowadzonych w KR‑ze;
* biuletyny elektroniczne, które mogą rozsyłać w ramach swej sieci kontaktów;
* spersonalizowane wizytówki członków KR-u;
* treści na stronie internetowej mające promować ich działania w KR-ze (profile członków, arkusze informacyjne dotyczące opinii itp.);
* drukowane broszury dotyczące różnorodnych zagadnień.

# **Ocena i oddziaływanie**

Wydajność i skuteczność strategii komunikacji będzie regularnie monitorowana, zwłaszcza pod kątem kryteriów jakościowych wskaźników i metod, z myślą o ocenie oddziaływania politycznego KR-u i dostosowania lub dopracowania rocznych planów działań w dziedzinie komunikacji. W związku z tym określone zostaną kluczowe wskaźniki skuteczności działania umożliwiające oszacowanie **oddziaływania politycznego oraz wpływu i skuteczności działań komunikacyjnych**. Dodatkowo przy ocenie poszczególnych działań wykorzystywane będą wskaźniki produktu i rezultatu.

W rocznych **sprawozdaniach oceniających** analizowane będzie oddziaływanie działań komunikacyjnych w roku poprzednim, a w pierwszej połowie 2018 r. przedstawiona zostanie ocena śródokresowa strategii wraz z zaleceniami. Końcowa ocena strategii powinna zostać przeprowadzona pod koniec 2020 r. Roczne sprawozdanie oceniające będzie opierać się głównie na analizie przeprowadzonej przez służby KR-u, natomiast w ocenie śródokresowej i końcowej wykorzystany zostanie także wkład zewnętrznego konsultanta oraz zastosowane zostaną metody jakościowe, a także umieści się strategię w szerszym kontekście komunikacji unijnej, np. na tle (regionalnych) badań Eurobarometru dotyczących opinii publicznej w całej UE.

Ocena **politycznego oddziaływania** działań KR-u obejmuje nie tylko strategię komunikacyjną; także dyrekcje prac legislacyjnych i ich pracownicy odpowiedzialni za koordynację i międzyinstytucjonalne działania następcze wniosą wkład, wykorzystując dotychczasowe doświadczenia związane z opracowywaniem rocznego sprawozdania na temat skutków opinii KR-u. W przyszłości sprawozdanie to będzie zawierać rozdział dotyczący rezultatów realizacji planu komunikacji KR-u.

Przy monitorowaniu strategii komunikacji wykorzystane zostaną trzy **kluczowe wskaźniki skuteczności działania**:

1. **wskaźnik oddziaływania** komunikacji posłuży do mierzenia odczuwalnego wpływu na realizację priorytetów politycznych KR-u;
2. **wskaźnik jakości** komunikacji przedstawi wyniki umożliwiające rozróżnienie pomiędzy poszczególnymi narzędziami komunikacji;
3. **wskaźnik wydajności** porówna koszty działań z uzyskanym oddziaływaniem.

**Oddziaływanie i jakość** strategii powinny być mierzone poprzez odzwierciedlenie, jak KR jest postrzegany przez głównych adresatów. Kluczowe wskaźniki skuteczności działania powinny czynić rozróżnienie między dwiema grupami adresatów:

1. politycy i urzędnicy władz lokalnych i regionalnych (w tym okręgi wyborcze członków KR-u), oraz
2. przedstawiciele innych instytucji UE.

Wskaźniki zostaną określone na podstawie wyników **rocznych badań postrzegania** KR-u wśród grup docelowych, co wymagać będzie skalowania i zestawiania danych. Ponadto trzeba będzie ustalić wartość wyjściową (punkt zero) dla roku 2015 oraz postępy oczekiwane w okresie realizacji strategii. Wartości wyjściowe będzie można po części określić na podstawie ankiet przeprowadzonych na początku 2015 r.

Dodatkowo do badań postrzegania KR-u stworzone zostanie **specjalne narzędzie** (dashboard) służące do jakościowej oceny ex post głównych narzędzi i działań, takich jak kontakty z mediami, imprezy, komunikacja internetowa i publikacje. Ponadto można będzie przeprowadzać regularne badania jakościowe w celu mierzenia reakcji na narzędzia, np. poprzez analizę nacechowania wycinków prasowych, ankiety dla uczestników po imprezach, dyskusje użytkowników portali internetowych itd., lub w celu skontrolowania aspektów jakościowych (np. dostępności, wielojęzyczności itp.). Badania jakościowe obejmują także badanie zadowolenia członków KR-u z oferowanych usług z zakresu komunikacji.

**Wskaźnik wydajności** obejmowałby monitorowanie zasobów (personel i budżet) przeznaczonych na narzędzia komunikacyjne w połączeniu z pomiarem zasięgu i oddziaływania. Wyniki mogłyby być wskazówką, czy potrzebne są zmiany w alokacji zasobów.

# **Zasoby**

Sekretariat Generalny KR-u będzie wdrażał tę nową strategię, która obejmie wszystkie dyrekcje, sekretariaty grup politycznych, ich członków i personel.

Strategia komunikacji bazuje na założeniu, że w najbliższych pięciu latach ogólnie **zachowane zostanie status quo, jeśli chodzi o obecnie przewidzianą wysokość środków na komunikację** (roczny budżet operacyjny w wysokości 1,8 mln EUR; 51 pracowników w Dyrekcji Komunikacji KR‑u oraz wsparcie personelu z innych dyrekcji i sekretariatów grup politycznych).

Przydział środków finansowych na poszczególne elementy będzie dostosowywany co roku, zależnie od ukierunkowania rocznego planu komunikacji. Wewnętrzny podział zasobów ludzkich może zostać dostosowany do zmieniających się uwarunkowań i dziedzin komunikacji.

**Roczne plany komunikacji** będą zawierały szczegółowy plan budżetowy, zatwierdzany co roku przez Prezydium KR-u. Plan komunikacji na 2016 r. zostanie przedstawiony Prezydium 2 grudnia 2015 r.

**Proponowane etapy**

* 2 grudnia 2015 r.: przyjęcie przez Prezydium KR-u planu komunikacji na 2016 r.
* listopad / grudzień 2016 r.: przyjęcie przez Prezydium KR-u planu komunikacji na 2017 r.
* listopad / grudzień 2017 r.: przyjęcie przez Prezydium KR-u planu komunikacji na 2018 r.
* połowa 2018 r.: ocena śródokresowa i przegląd strategii komunikacyjnej
* listopad / grudzień 2018 r.: przyjęcie przez Prezydium KR-u planu komunikacji na 2019 r.
* listopad / grudzień 2019 r.: przyjęcie przez Prezydium KR-u planu komunikacji na 2020 r.
* koniec 2020 r.: końcowa ocena strategii komunikacyjnej

\*

\* \*

**PROPOZYCJA**

**Członkowie Prezydium KR-u proszeni są o podjęcie decyzji w sprawie zaproponowanej strategii komunikacyjnej na lata 2015–2020.**

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

1. Opinia Komitetu Regionów „Przywrócenie więzi między Europą i jej obywatelami dzięki lepszej i intensywniejszej komunikacji na poziomie lokalnym”, (2015/C 019/09), sprawozdawca: Christophe Rouillon (FR/PES), [http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=CELEX:52014IR4460](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=CELEX%3A52014IR4460). [↑](#footnote-ref-1)
2. *Kiklos reprezentuje proces obracania się wokół jednego punktu centralnego.* [↑](#footnote-ref-2)