|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| CoR-BG |  |  |

**BG**

**СВЪРЗВАНЕ НА РЕГИОНИТЕ И ГРАДОВЕТЕ ЗА ПО-СИЛНА ЕВРОПА**

**ПЛАН ЗА КОМУНИКАЦИЯТА ПРЕЗ 2016 г.**

# **Контекст**

В своята [**комуникационна стратегия за периода 2015-2020 г.**](http://www.toad.cor.europa.eu/AgendaDocuments.aspx?pmi=RmFYXXWy9u/rX9gNAmENUi8gZIggfXu7WPJeH5l+95Y=&ViewDoc=true), Европейския комитет на регионите (КР) изтъкна необходимостта от възстановяване на връзката на Европа с нейните граждани чрез целенасочени двупосочна комуникация между местното и регионалното равнище и институциите на ЕС, и чрез засилено сътрудничество с Европейската комисия, Европейския парламент и Съвета.

Двете основни **целеви аудитории** на КР в областта на комуникацията са европейските регионални и местни власти и лицата, отговорни за вземането на решенията в институциите на ЕС. **Целта** на комуникацията е да подпомага чрез приобщаващ и стратегически подход политическата дейност на КР като интегриран компонент на целия процес на насочване на политиката и да укрепва ролята на КР в защита на териториалното сближаване и гражданското участие в ЕС. Чрез комуникацията си КР дава израз на нуждите и проблемите на регионите и градовете, използва този ресурс в законодателната работа и развива силни политически послания към Европейския парламент, Съвета на ЕС и Европейската комисия.

В стратегията се признава ключовата роля на **членовете на КР** за комуникацията на тема Европа чрез техните политически дейности и се поставя акцент върху развиването на двупосочна „мрежа от мрежи“. На първо място, това включва **интегриране и засилване на достъпа** до съществуващи средства за комуникация и инструменти за по-добро съгласуване на равнище институции на ЕС. На второ място, това трябва да се постигне посредством **нов интерфейс за членовете на КР** и участието им в местни мрежи и в комуникационните дейности на информационните бюра на Европейския парламент, представителствата на Европейската комисия и информационните центрове Europe Direct в държавите членки, както и на регионалните и местните власти и техните сдружения.

Петгодишната стратегия ще се осъществява чрез **годишни комуникационни планове**, които определят ограничен брой тематични приоритети, отразяващи политическите приоритети на КР, тематичните приоритети на неговите комисии и комуникационните дейности на политическите групи в КР, както и тези, установени като част от сътрудничеството на КР с другите институции на ЕС, а именно Европейският парламент и Европейската комисия.

# **Комуникация относно политическите приоритети на КР за периода 2015-2020 г.**

Комуникационните дейности на КР ще отразяват **петте политически приоритети на КР** за периода 2015-2020 г., приети през юни 2015 г.:

1) чисто начало за европейската икономика;

2) териториално измерение на свързаните с европейското законодателство въпроси;

3) по-опростена и по-добре свързана Европа;

4) стабилност и сътрудничество в рамките на Европейския съюз и извън него;

5) Европа на гражданите е Европа на бъдещето.

Дирекция „Комуникация“ ще осигурява **подходящо отразяване на законодателната работа и институционалните дейности** в тези пет приоритетни области и ще гарантира наличието на ключова информация относно становища и институционални инициативи посредством интегрирано използване на най-подходящите инструменти за комуникация. Подходящият медиен микс ще бъде определен чрез използване на пресслужбата на КР, аудио-визуални медийни услуги, прояви, уебсайт, социални медии и публикации, и като се вземат предвид новинарската стойност, политическата и институционалната значимост, както и потенциалните целеви групи.

Наред с този основен ангажимент за осъществяване на институционална комуникация, за постигането на ясни политически и комуникационни цели чрез координиран подход ще бъдат осъществени ограничен брой по-мащабни комуникационни кампании. Те ще обхванат тематичните приоритети на КР за 2016 г.

# **Целенасочени комуникационни кампании**

Въпреки че ще бъдат обхванати и съответните дейности на членовете на КР, средствата ще бъдат съсредоточени върху ограничен брой политически теми, които се очаква да бъдат от особено значение през 2016 г. Темите са посочени в по-широкия списък на подтемите в политическите приоритети на КР, свързани са с работната програма на Комисията и се считат за области с потенциал за отразяване от медиите и за съответен консултативен принос „отдолу нагоре“. По-специално, членовете на КР ще бъдат подкрепяни да участват по-активно в комуникационните дейности в държавите членки, в които ще се търси по-тясно сътрудничество и партньорство с другите институции на Европейския съюз. Комуникационните кампании ще бъдат разработени от специализирани междуведомствени екипи. За 2016 г. се предлагат следните тематични кампании:

## **Насърчаване на създаването на работни места, растежа и инвестициите в европейските градове и региони**

Тази кампания произтича от необходимостта от целенасочени публични и частни инвестиции за стимулиране на създаването на работни места и растеж, както и за насърчаването на икономическата, социалната и екологичната устойчивост за всички региони и градове в ЕС. Подобрените транспортни връзки и цифрови и енергийни мрежи, както и споделянето на опит и добри практики, могат да допринесат за конкурентоспособността на градовете и регионите, а оттам и на ЕС като цяло. В комуникационните дейности ще се използват становища на КР, проучвания, семинари, конференции, публикации и свързани с тях съобщения и дейности и ще приключат със 7-ата европейска среща на високо равнище на регионите и градовете в Братислава на 8 и 9 юли 2016 г.

## **Подчертаване на териториалното измерение на бюджета на ЕС в контекста на междинния му преглед**

Едно от най-важните послания на КР към другите институции на ЕС е, че териториалното измерение на бюджета на ЕС е от значение. Европейската комисия ще представи междинния преглед на настоящата многогодишна финансова рамка до края на 2016 г. В този контекст комуникационните дейности на КР ще подкрепят политическата и законодателната дейност на КР и ще подчертаят необходимостта от включване на регионалните и местните органи когато се изразходват средства на ЕС за местни проекти. Най-вероятно комуникационните дейности в това отношение ще достигнат връхната си точка през втората половина на 2016 г.

## **Подкрепа за глобалната стабилност чрез регионално и местно сътрудничество**

Неотдавнашните дебати — включително за бежанската криза — още веднъж доказаха, че в днешния взаимосвързан свят Европа трябва да намери общи решения на общи предизвикателства. Регионите и градовете могат да помогнат за справянето с тези предизвикателства в областта на миграцията, изменението на климата, търговската политика (ТПТИ), разширяването и политиката на съседство, а КР ще продължи да развива своята законодателна работа по тези въпроси. Освен това КР ще задълбочи сътрудничеството си с представителите на местните и регионалните власти в страните от Южното и Източното съседство на ЕС чрез асамблеите ARLEM и CORLEAP и ще развива глобално ориентирани дейности заедно с регионалните и местните органи и техните представителни организации, мрежи и сдружения, като например Конвента на кметовете на ЕС, Конгреса на Съвета на Европа, Организацията на обединените нации (ПРООН), Програмата на ООН за населените места – UN-HABITAT) и др. През 2016 г. комуникационните дейности на европейско и на местно равнище ще спомогнат за повишаване на осведомеността по тези въпроси сред заинтересованите страни и обществеността и за насърчаване на обмена на добри практики.

За всяка от тези целенасочени кампании ще бъде разработен набор от комуникационни инструменти, като:

* информационни пакети на всички езици за членовете на КР, включващи информационни фишове, презентации, инфографики и видеоклипове по трите тематични кампании. Този информационен пакет е разработен и се разпространява в сътрудничество с националните делегации за подпомагане на членовете на в тяхната местна политическа дейност и за информиране на обществеността и заинтересованите страни. Те ще включват текстове за медиите (с използване на разказвачески техники), материали за споделяне в социалните мрежи и аудиовизуални материали;
* медийни дейности (връзки с пресата, аудиовизуални разкази за различни целеви групи, медийни партньорства);
* стратегии за използване на социалните медии;
* ключови събития (конференции на КР, 7-а среща на високо равнище на регионите и градовете и др.).

Подробен преглед на дейностите, предложени във връзка с общите приоритети, както и за тематичните кампании, е направен в Приложение I. Тематичните кампании ще бъдат планирани с помощта на следните основни етапи:

* описание за регионалните и местните власти;
* описание за институциите на ЕС;
* график за 2016 г.;
* основни комуникационни дейности.

# **Иновациите в комуникационните услуги и дейности на КР през 2016 г.**

В настоящата глава е представено кратко описание на общите комуникационни дейности и услуги, които са на разположение на членовете и администрацията на КР. Описанието е съсредоточено върху новите услуги и подходи, които ще се прилагат през 2016 г. За всяка комуникационна дейност ще се прилага интегрирано оценяване на микс от най-подходящи комуникационни инструменти. При необходимост комуникацията ще бъде насочена и към непредвидени теми с новинарска стойност, влияещи върху дневния ред на ЕС и този на местните и регионалните власти.

**Връзки с пресата и медиите**

Броят на служителите в пресцентъра беше увеличен през 2015 г. и ще отразява всички дейности на комисиите на КР, както и основните национални медийни „пазари“ (пресата в UK, FR, IT, ES, PL, DE, AT, BE, EU). От 2016 г. нататък **предварителното планиране се засилва чрез нов медиен график**, който ще включва информация от всички служби и политически групи (съобщения за медиите, пресконференции, посещения на журналисти, медийни пакети и др.). Медийният график ще бъде непосредствено и проактивно свързан с политическите и законодателните програми на институциите на ЕС.

**Медийните партньорства** с една европейска и с национални информационни агенции и обществените радио- и телевизионни оператори ще бъдат оценени и доразвити чрез включване на регионални телевизионни (CIRCOM) и радио мрежи.

Докладчиците на КР ще останат сред основните клиенти на услугата, която ще **диверсифицира и разшири покритието** на различните етапи от изготвянето и приемането на становища. Освен това екипът на пресслужбата ще се стреми да идентифицира оратори от КР, които биха могли да бъдат помолени да вземат участие в комуникационни дейности, свързани с най-важните институционални приоритети.

По-силните **взаимодействия с институционални партньори** като Европейския парламент и ЕИБ създадоха значителни възможности за съвместна комуникация през 2015 г. и те ще бъдат по-задълбочено разработени през 2016 г. Освен тива КР ще проведе редица семинари за представители на регионални медии в сътрудничество с Европейския парламент, Съвета и Европейската комисия.

Аудиовизуалните канали на КР ще бъдат използвани в още по-голяма степен в подкрепа на разказването на истории отдолу-нагоре, като ще се дава думата на членове и на други местни и регионални заинтересовани страни по различните приоритетни теми.

**Прояви**

През 2016 г. **четирите ключови прояви на КР** – конференцията във връзка с програмата за градовете през май в Амстердам, срещата на високо равнище на КР в Братислава през юли, Дните на отворените врати и EuroPCom през октомври в Брюксел, както и **трите други тематични конференции на КР**, които ще се проведат в рамките на пленарните сесии на КР през април, юни и декември – ще осигурят изпълнена с прояви програма и ще изискват значителна вътрешна и външна координация. И накрая, комуникационният потенциал на външните заседания на комисиите на КР ще бъде оползотворен по-добре.

Отдел „Прояви“ ще продължи да бъде домакин на около **80 други прояви** и ще посрещне **600 групи посетители** в сградата на КР. Повечето дейности се извършват в тясно сътрудничество с членовете на КР, другите институции на ЕС – по-специално Европейската комисия и по-конкретно комуникационните служби, отговарящи за комуникацията с обществеността (граждански диалози и информационните центрове Europe Direct) – както и с регионални и местни власти и сдружения. В хода на този процес отделът ще доразвие интерактивността на проявите и обхвата им в интернет. През 2016 г., след пилотна фаза през 2014-2015 г., ще се прилага **ново решение относно проявите на местно равнище**, при което ще се търси засилено участие на членовете на КР и местните институции.

**Онлайн комуниация, социални медии и публикации**

През 2016 г. ще бъде разработена и приложена **стратегия за цифровите и социалните медии** с цел насърчаване на двустранната комуникация в подбрани дейности, като ще бъде създадена и управлявана общност на базата на подходяща социална медийна платформа и ще бъде повишена видимостта на уебсайта на КР. Разработването на стратегия за цифровите и социалните медии ще включва кодекс за поведение и насоки за служителите, допринасящи за акаунтите на КР в социалните медии.

През годината ще бъде разработен и подробен план за комуникация в социалните медии. Twitter, LinkedIn и Facebook ще бъдат основните социални платформи, които ще бъдат използвани, както и сайтове на КР за „видео“ връзка (YouTube и FlickR). Дейностите в социалните медии ще бъдат насочени основно към становища, заседания и прояви на КР. Ще бъдат развити по-задълбочени партньорства с Европейската комисия и Европейския парламент за популяризиране на дейностите на КР. Ще бъде заделен бюджет за спонсорирани публикации в LinkedIn и за популяризиране на туитове.

В допълнение към прилагането на комуникационния план за уебсайта, неговата ежедневна поддръжка и актуализация, през 2016 г. ще бъдат осъществени редица големи проекти, включително преход към уебсайт с **адаптивен дизайн**, внедряване на инструмент за импортиране на **преводи** и реорганизация на раздела за проявите, с цел улесняване на достъпа до съдържанието. Ще бъде изготвен план за популяризиране на уебсайта на КР с цел привличане на нови посетители и изграждане на лоялност. Той ще се основава на ново позициониране на електронния бюлетин в резултат от анкета сред ползвателите, което ще бъде описано подробно в стратегията за цифровите и социалните медии, дейности в социалните медии, кампании за привличане и повишаване на видимостта чрез оптимизация на търсенето и рекламиране в търсачки, с бюджет за спонсорирани връзки в Google (Adwords и др.), както и преработване на някои раздели на сайта.

Едновременно с това ще бъде преработен дизайнът на уебсайта на КР въз основа на стратегията за цифровите и социалните медии, поради факта, че SharePoint 2010 е остарял и поради разработването на подход на уебсайт, основан на мобилна комуникация. Езиковата политика на уебсайта също ще бъде преразгледана в този контекст.

По отношение на базата данни за разпространение, съществуващият инструмент ще бъде изведен от употреба през 2016 г. и ще бъде заменен от друг.

След вземането на решение за новия графичен знак на КР ще бъде подготвено и приложено **графично оформление**. Новата визуална идентичност на КР ще се въвежда постепенно в съществуващите продукти през цялата 2016 г. За да се хармонизират комуникациите на КР и да се повиши тяхното въздействие, за комисиите ще бъде разработен продуктов каталог със силен цифров акцент (т.е., брошури, листовка, плакат, Powerpoint презентации и др.), който те ще могат да използват, за да се представят и да отразяват консултативната си дейност, заседанията и проявите си.

През 2016 г. ще бъде разработена **нова стратегия за цифровите и печатните публикации**. Приоритет ще се дава на издаването на нови продукти, засилващи взаимодействията между продуктите в интернет и тези на хартия. В партньорство със службата за публикации ще се провеждат анкети във връзка с ключови публикации и резултатите ще се използват в помощ на постигането на целите за засилена цифровизация и оптимално използване на отпечатването при поискване. В началото на 2016 г. ще бъде разработен онлайн инструмент за анимация, въз основа на брошурата „Политическите приоритети на Европейски комитет на регионите за периода 2015-2020 г.“, който ще се използва в съществуващите цифрови платформи и за представяния пред посетители. Основното печатно издание на КР – бюлетинът „Региони и градове“ – ще бъде оценено през февруари по отношение на формата и редакционната му политика.

# **Оценка и определяне на въздействието**

Напредъкът в осъществяването на този комуникационен план ще се наблюдава непрекъснато на три равнища от Дирекция „Комуникация“ на КР, в тясно сътрудничество със създадената през септември 2015 г. Група от комуникатори в КР:

* доставката на комуникационните продукти и услуги, посочени в предходните глави (във връзка с посочените цели);
* ефикасността на продуктите и услугите;
* цялостното въздействие на комуникационните дейности върху възприемането на КР от основните целеви аудитории.

Резултатите от този процес на наблюдение ще бъдат представени в Годишния доклад за комуникацията за 2016 г., който ще бъде внесен в Бюрото през първото полугодие на 2017 г.

За измерване на ефективността на различните инструменти и канали е разработен набор от **показатели за оперативни резултати**. Списъкът на показателите е представен в Приложение II.

**Въздействието** ще се оценява въз основа на проучвания на възприемането за измерване на оценката на ползвателите спрямо прецизни ориентири, определени по-долу.

През януари/февруари 2016 г. Дирекция „Комуникация“ ще извърши **оценка** на база фокусни групи, която да послужи като основа за оценяването на въздействието на комуникационния план за 2015 г. (15 структурирани качествени интервюта с вътрешни и външни заинтересовани страни, както и с членове на КР, и онлайн анкета с цел да бъдат събрани най-малко 200 отговора). Подобна процедура за оценка ще бъде приложена неколкократно в началото на 2017 г., за да се измери въздействието на комуникационните дейности сред основните целеви аудитории. Резултатите ще бъдат свързани и с анализа, извършен през първата половина на 2015 г. като част от процеса на разработване на стратегията за периода 2015-2020 г. Освен това оценките на специфични комуникационни дейности като информационни пакети, дейности за пресата/медиите, прояви, интернет и онлайн инструменти ще бъдат извършени със съответните целеви групи (членове на КР, журналисти, участници, ползватели на уебсайта).

В **интервютата** (въз основа на извадка, съставена от членове на КР, представители на институционалните партньори от ЕС и регионални/местни заинтересовани страни) ще се измери възприемането на комуникационните дейности (осведоменост, участие, оценка), и по-специално на трите тематични кампании.

В **онлайн анкетата** регионалните и местните заинтересовани страни (включително членовете) ще бъдат приканени да уточнят дали

* са чували или виждали комуникационни дейности по трите тематични кампании (цел: 50%, без нулева стойност);
* считат, че КР в качеството му на орган влияе на политическия процес в ЕС от местна/регионална гледна точка (цел: средна оценка от 3,5 по петобална скала; нулева стойност за 2015 г.: 3,15);
* намират оставяните от КР комуникационни з услуги и инструменти за полезни.

Онлайн проучването ще включва също и някои въпроси относно текстовото описание, формата и средствата, използвани в комуникацията на КР.

# **Ресурси и бюджет**

Планът за комуникация 2016 г. ще бъде осъществена със средства, подобни на наличните в предходни години. Дирекция „Комуникация“ понастоящем разполага с персонал от 51 души. Комуникационните дейности се координират с други дирекции и със секретариатите на със политическите групи.

Годишният оперативен бюджет се запазва в размер на 1,9 милиона евро.

Подробна разбивка на бюджета по бюджетни редове и области на дейност ще бъде представена на CAFA в началото на 2016 г.

**Приложения: 3**

**ПРЕДЛОЖЕНИЕ**

**Членовете на Бюрото се приканват да одобрят настоящия документ.**

**ПриложениеI — Преглед на конкретните действия в областта на комуникацията през 2016 г.**

**Съобщения за пресата и медиите**

* Разработване и разпространение на **информационни пакети за членовете на КР**;
* Разпространяване в Брюксел и местната преса и медии на поредица от **„местни истории от ЕС“**, разработена с докладчиците на КР и секретариатите на политическите групи във връзка подготовката и приемането на редица избрани становища на КР и събития, както и информация, събрана от регионалните и местните органи, например относно проектите, получаващи финансиране от ЕС, трансграничното сътрудничество и добрите практики в публичната администрация;
* Разработване и прилагане на дейности, насочени към **пресата и медиите**, във връзка с трите тематични кампании в сътрудничество с Европейския парламент, Съвета на ЕС и Европейската комисия, както и в сътрудничество с медийни партньори в страните от ARLEM и CORLEAP страни във връзка с конкретна комуникация относно глобалното сътрудничество;
* По-нататъшно развитие на съществуващия подход на медийни партньорства с националните новинарски агенции и проучване на възможностите за разработване на нови партньорства с национални и европейски телевизионни и радио мрежи;
* Публикуване на информация за трите тематични кампании в един или няколко броя на **списанието на КР „Региони и градове в Европа“** (първата половина на 2016 г.).

**Прояви**

* Организиране на 4-а годишна конференция на КР за финансирането и инвестициите успоредно с пленарната сесия на КР през май 2016 г. в Брюксел, съвместно с Европейската инвестиционна банка (ЕИБ) и Организацията за икономическо сътрудничество и развитие (ОИСР);
* Организиране на **конференция на високо равнище на тема „Програма на ЕС за градовете“** на 30 и 31 май 2016 г. в Амстердам успоредно с изнесено заседание на Бюрото на КР и външен семинар на комисия COTER, и като част от нидерландското председателство на Съвета на ЕС и в сътрудничество с нидерландската делегация в КР и Сдружението на нидерландските общини (VNG);
* Организиране на 7-а европейска среща на високо равнище на регионите и градовете под наслова „Свързване на регионите и градовете в Европа – хора, места и ресурси“ на 8 и 9 юли 2016 г. в Братислава, съвместно със самоуправляващ се регион Братислава и град Братислава и като част от словашкото председателство на Съвета на ЕС;
* Организиране на **14-а европейска седмица на регионите и градовете – Дни на отворените врати** между 10 и 13 октомври 2016 г. в Брюксел, съвместно с ГД „Регионална и селищна политика“ на Европейската комисия и над 180 града и региона от ЕС, посветена на тема от политиката на сближаване на ЕС, съчетана с над 180 местни прояви в държавите членки, и в сътрудничество с местни власти, информационни центрове Europe Direct и други;
* Организиране на **7-а европейска конференция за публична комуникация (EuroPCom)** на тема „свързване на европейските дебати“ (очаква се потвърждение) през октомври 2016 г., в сътрудничество с Европейската комисия, Европейския парламент, Съвета на ЕС, словашкото председателство на Съвета на ЕС и Европейския икономически и социален комитет;
* Организиране на **три конференции в сградите на КР по избрани тематични приоритети**, успоредно с пленарните сесии на КР и в сътрудничество със съответните генерални дирекции на Европейската комисия и други заинтересовани страни;
* Използване на съществуващи и нови комуникационни дейности на местните и регионалните власти и техните сдружения, информационните центрове Europe Direct, европейските представителства на Комисията в държавите членки и информационните бюра на Европейския парламент, и внасяне на предложение членовете на КР да вземат участие в най-малко 20 прояви на местно равнище под формата на **диалози с гражданите или между заинтересованите страни** през цялата година по този тематичен приоритет.

**Онлайн комуникация, социални медии и публикации**

* Създаване на уебсайт „водеща тема“ за трите тематични кампании, въз основа на модела на интернет документалистиката;
* Представяне на оценка на **онлайн курса на КР от 2015 г. на тема „Региони, институции на ЕС и процеса на определяне на политиките“** и подготвяне, в най-добрия случай в сътрудничество с Европейската комисия, Европейския парламент и други институции, на второто му издание през октомври 2016 г. като принос към изграждането на капацитет на регионалните и местните власти;
* Посвещаване на **отделни броеве на електронния бюлетин на КР** на трите тематични кампании, които ще бъдат популяризирани чрез уебсайтовете на Европейския парламент и Европейската комисия;
* Разработване и прилагане на конкретни **стратегия и план за социалните медии** за трите комуникационни кампании. Twitter, LinkedIn и Facebook ще бъдат основните социални платформи, които ще бъдат използвани, заедно със сайтове на КР за „видео“ връзка (YouTube и FlickR). Дейностите в социалните медии, ще се съсредоточат върху случаи, като например приемане на становища на КР и мероприятия, провеждани в сътрудничество с Европейската комисия и Европейския парламент. За популяризирането на дейностите на КР ще бъдат създадени партньорства със съответните действащи лица в социалните медии по трите тематични приоритета. Ще бъде заделен бюджет за спонсорирани публикации в LinkedIn и за популяризиране на туитове.
* Разработване на **поредица от осем инфографики** за трите тематични кампании (първата половина на 2016 г.);
* Разработване на ограничен брой **графични елементи** във връзка с трите тематични кампании и **подчертаване на комуникационния приоритет** в различни публикации на КР (списание на КР, брошури, информационни страници);
* Разработване на специално печатно или онлайн издание, например електронна книга, по този тематичен приоритет.

**Приложение II — Показатели за резултатите**

**Връзки с пресата и медиите**

* Цел: 70 % от становищата на КР, обхванати от някоя от дейностите на ЕС, национални и регионални медии (настоящ процент: неизвестен);
* Цел: клиповете на КР генерират средно по 100 клика.

**Прояви**

* Цел: 50% от организираните конференции да бъдат свързани с двата тематични приоритета (няма данни за предходни години);
* Цел: 20% от Дните на отворените врати и семинарите и местните прояви да бъдат свързани с трите тематични приоритета (няма данни за предходни години);
* Цел: в проявите на КР в Брюксел и по места най-малко 50% от участниците да са представители на регионални и местни власти или на регионални служби (няма данни за предходни години).

**Цели по отношение на комуникацията в интернет и социалните мрежи**

* Броят на последователите на КР в Twitter да се увеличи с 20% (настоящ брой: 15 297), във Facebook – с 15% (настоящ брой лайкове: 5 272) и в LinkedIn – с 10% (настоящ брой: 3 348);
* Годишният брой на уникалните посещения на сайта на КР да се увеличи с 5% (понастоящем: 301 000), а броят на годишните посещения – с 4% (понастоящем: 484 000);
* Уебсайтовете на тематичните приоритети да генерират 1 500 посещения месечно;
* Цел: в онлайн курса на КР да се запишат 10 000 участника (настоящ брой: 7 300);
* Уебсайтът на КР ще генерира метаданни, за да помага на посетителите да извличат съдържание, свързано с тематичния приоритет (важни факти, становища, видеоматериали, брошури и др.);
* Ще бъде избран и внедрен инструмент за наблюдение на влиянието на КР в социалните медии. Той ще бъде определен в бъдещата стратегия за цифрови и социални комуникации.

**Цели по отношение на публикациите**

* 70% или повече от публикациите да останат тясно свързани с приоритетите на кампаниите през 2016 г. (чрез планиране на публикациите за две години напред);
* 100 % от основните публикации на КР да се публикуват онлайн, както и на уебсайта на КР, отоне един друг орган на ЕС/мрежа/заинтересовани страни (книжарницата на ЕС, агенциите на ЕС, европейските асоциации и мрежи) чрез съгласуване на онлайн разпространението;
* Отпечатването на публикации да се намали с 10%;
* Цифровото разпространение на публикации да се увеличи с 10%;
* За избягване на натрупването на излишни количества, към цялата вътрешна продукция да се прилага подходът на отпечатване при поискване; 70% от комуникационните продукти на комисиите да бъдат оптимизирани;

**Приложение III — структура, задачи и персонал на дирекция „Комуникация“**

Дирекция „Комуникация“ (Г) управлява различните средства за комуникация на КР като връзки с медиите, конференции и прояви, цифрова комуникация, включително онлайн комуникация и социални медии и публикации. я работят общо 51 служители (21 AD, 21 AST, 2 END, 7 CA). Ръководството на дирекцията (2 AD, 4 AST, 1 CA) включва и екип за наблюдение на бюджета за комуникация. Трите отдела на Дирекцията изпълняват следните задачи с посочените служители:

* **Пресцентър и връзки с медиите (Г.1):** отделът (10 AD, 3 AST, 2 CA) предоставя подкрепя на членовете и службите на КР чрез връзки с пресата и медиите и аудиовизуални услуги. Той се състои от екип от служители от пресслужбата и аудиовизуален екип за производство и разпространение на видеозаписи и снимки.
* **Отдел Г.2 – Прояви** (6 AD, 7 AST, 2 END) подпомага членовете и службите на КР чрез организирането на събития и се състои от един екип за организиране на ежегодната европейска седмица на регионите и градовете, екип за конференции и екип на службата за посетители.
* **Отдел Г.3 – Социални и цифрови медии, публикации:** отделът (3 AD, 7 AST, 4 CA) подкрепя членовете и службите на КР чрез комуникация в социалните и цифровите медии, публикации и графичен дизайн, и се състои от два екипа, съответно за социалните и цифровите медии и за публикациите.

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