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

**CS**

**PROPOJENÍ REGIONŮ A MĚST PRO SILNĚJŠÍ EVROPU**

**KOMUNIKAČNÍ PLÁN NA ROK 2016**

# **Souvislosti**

Ve své [**komunikační strategii na období 2015 – 2020**](http://www.toad.cor.europa.eu/AgendaDocuments.aspx?pmi=RmFYXXWy9u/rX9gNAmENUrZ5LsN/yTLUDtmFpjfwh5s=&ViewDoc=true) Evropský výbor regionů (VR) zdůraznil potřebu znovu spojit Evropu s jejími občany prostřednictvím cílené obousměrné komunikace mezi místní a regionální úrovní a orgány EU a prostřednictvím posílené spolupráce s Evropskou komisí, Evropským parlamentem a Radou.

Dvěma hlavními **cílovými skupinami** pro komunikaci VR jsou evropské regionální a místní orgány a subjekty s rozhodovací pravomocí v orgánech EU. **Cílem** komunikace je podpořit inkluzivním a strategickým přístupem politickou činnost VR jako nedílná součást celého procesu politického řízení a posílit roli VR při obraně územní soudržnosti a zapojení občanů EU. VR za využití komunikace informuje o potřebách a problémech regionů a měst, předává je jako vstupní údaje pro legislativní práci a vysílá silné politické signály Evropskému parlamentu, Radě EU a Evropské komisi.

Tato strategie vyslovuje uznání tomu, že **členové VR** hrají klíčovou roli v informování „o Evropě“ za využití svých politických aktivit. Jejím záměrem je vytvořit „síť sítí“, která se bude vyznačovat dvěma aspekty: zaprvé bude **integrovat a rozšiřovat dostupnost** existujících komunikačních prostředků a nástrojů využitím lepší koordinace na úrovni orgánů EU. Zadruhé toho bude dosahovat prostřednictvím **nového rozhraní pro členy VR** a jejich zapojením do místních sítí a komunikačních činností informačních kanceláří Evropského parlamentu, zastoupení Evropské komise, informačních středisek Europe Direct v členských státech, stejně jako místních a regionálních orgánů a jejich sdružení.

Pětiletá strategie bude prováděna prostřednictvím **ročních komunikačních plánů**, které vytyčí omezený počet tematických priorit, které odrážejí politické priority VR, tematické priority jeho komisí a komunikační aktivity politických skupin ve VR, jakož i priority stanovené v rámci spolupráce VR s ostatními orgány EU, tj. Evropským parlamentem a Evropskou komisí.

# **Komunikování politických priorit VR pro období 2015–2020**

Komunikační činnosti VR budou odrážet **pět politických priorit VR** pro období 2015 – 2020, které byly stanoveny v červnu 2015.

1) nový začátek pro evropskou ekonomiku;

2) územní rozměr legislativních otázek EU;

3) jednodušší, lépe propojená Evropa;

4) stabilita a spolupráce v rámci Evropské unie i mimo ni;

5) budoucí Evropa je Evropou občanů.

Ředitelství pro komunikaci zajistí **dostatečné pokrytí legislativní práce a institucionální činnosti** v uvedených pěti prioritních oblastech a zajistí dostupnost klíčových informací o stanoviscích a institucionálních iniciativách a využije k tomu integrovaným způsobem nejvhodnější komunikační nástroje. Skladba mediálních zdrojů bude definována za využití tiskového oddělení VR, audiovizuálních médií, akcí, internetových stránek, sociálních médií a publikací a s přihlédnutím k informačnímu potenciálu, politickému a institucionálnímu významu a potenciálním cílovým skupinám.

Vedle tohoto základního úsilí zaměřeného na plnění komunikačních úkolů se bude provádět omezený počet širších komunikačních kampaní s cílem dosáhnout jasných politických a komunikačních cílů prostřednictvím koordinovaného přístupu. Tyto kampaně se budou týkat tematických priorit VR na rok 2016.

# **Cílené komunikační kampaně**

Budou pokryty relevantní činnosti členů VR, přičemž zdroje se soustředí na omezený počet politických témat, u nichž se očekává, že budou mít v roce 2016 zvláštní význam. Tato témata jsou uvedena v širším seznamu dílčích témat v oblasti politických priorit VR, souvisí s pracovním programem Komise a jsou považována za oblasti s potenciálem pro pokrytí sdělovacími prostředky a odpovídající konzultativní přínosy směřující zdola nahoru. Členové VR budou zejména podpořeni v tom, aby se aktivněji podíleli na komunikačních činnostech v členských státech, kde budeme usilovat o užší spolupráci a partnerství s ostatními orgány Evropské unie. Komunikační kampaně budou navrhovány zvláštními meziútvarovými týmy pro vedení kampaní. Pro rok 2016 se navrhují následující tematické kampaně:

## **Posílení zaměstnanosti, růstu a investic v evropských městech a regionech**

Motivem této kampaně je nutné zaměření soukromých a veřejných investic na posílení zaměstnanosti a růstu a podporu hospodářské, sociální a environmentální udržitelnosti ve všech regionech a městech EU. Lepší dopravní spojení a digitální a energetické sítě i sdílení zkušeností a osvědčených postupů může přispět ke konkurenceschopnosti měst a regionů, tedy i EU jako celku. Aktivity v oblasti komunikace budou využívat stanoviska VR, studie, semináře, konference, publikace. Související poselství a činnosti vyvrcholí u příležitosti 7. Evropského summitu regionů a měst, jenž proběhne v Bratislavě ve dnech 8. a 9. července 2016.

## **Zdůrazňování územního rozměru rozpočtu EU v rámci přezkumu v polovině období**

Jedním z nejvýznamnějších poselství VR ostatním institucím EU je, že významný je územní rozměr rozpočtu EU. Evropská komise předloží přezkum v polovině období stávajícího víceletého finančního rámce do konce roku 2016. V této souvislosti komunikační činnosti VR budou podporovat politické a legislativní činnosti VR a zdůrazní potřebu zapojit regionální a místní orgány při vynakládání finančních prostředků EU na místní projekty. Je velmi pravděpodobné, že komunikační aktivity v tomto ohledu vyvrcholí v druhém pololetí roku 2016.

## **Podpora globální stability prostřednictvím regionální a místní spolupráce**

Nedávné diskuse – včetně té o uprchlické krizi – znovu prokázaly, že ve vzájemně propojeném světě Evropa musí najít společná řešení společných problémů. Regiony a města mohou pomoci řešit tyto výzvy v oblasti migrace, změny klimatu, obchodní politiky (TTIP), politiky rozšíření sousedství. VR bude i nadále rozvíjet své legislativní činnosti v této oblasti. VR navíc bude prohlubovat spolupráci s regionálními a místními představiteli s EU sousedících jižních a východních zemí prostřednictvím shromáždění ARLEM a CORLEAP a rozvíjet své celosvětově orientované činnosti spolu s místními a regionálními orgány a jejich zastupitelskými orgány, sítěmi a sdruženími, jako jsou Pakt starostů a primátorů EU, Kongres Rady Evropy, Organizace spojených národů (UNDP, UN-HABITAT, UNEP) atd. V roce 2016 pak komunikační činnosti jak na úrovni EU, tak místní úrovni pomohou zvýšit povědomí o těchto otázkách mezi zúčastněnými stranami a veřejností a podpoří výměnu osvědčených postupů.

Pro každou z těchto cílených kampaní se bude vyvíjet soubor komunikačních nástrojů, např.:

* informační balíčky pro členy VR ve všech jazycích EU včetně informačních přehledů, prezentací, infografiky a videoklipů ke třem tematickým kampaním. Tento informační balíček je navržen a šířen ve spolupráci s národními delegacemi a jeho účelem je pomáhat poslancům při jejich politické práci a informovat veřejnost a zúčastněné strany. Budou zahrnovat tiskové texty (s použitím techniky vyprávění příběhu), materiál ke sdílení na sociálních médiích a audiovizuální materiál;
* mediální aktivity (tiskové zprávy, audiovizuální příběhy pro různé cílové skupiny, mediální partnerství);
* strategie sociálních médií;
* klíčové události (konference VR, 7. summit regionů a měst atd.).

Podrobný přehled činností navrhovaných k obecným prioritám i tematickým kampaním, je uveden v dodatku I. Plánování tematických kampaní bude provedeno na základě těchto milníků:

* narativ regionálním a místním orgánům;
* narativ orgánům EU;
* načasování 2016;
* hlavní komunikační aktivity.

# **Inovace v oblasti komunikačních služeb a činností VR v roce 2016**

V této kapitole je uveden stručný popis obecných komunikačních činností a služeb VR, které jsou k dispozici členům VR a administrativě. Popis se soustředí na nové služby a přístupy, které se mají zavést v roce 2016. Pro každou komunikační činnost se integrovaně posoudí nejvhodnější skladba komunikačních nástrojů. V případě potřeby se komunikace také bude věnovat nečekaným mediálně zajímavým tématům, jež mají dopad na agendu EU a místní a regionální orgány.

**Vztahy s tiskem a médii**

Počet zaměstnanců tiskového oddělení se v roce 2015 zvýšil. Oddělení bude pokrývat všechny činnosti komisí VR, jakož i hlavní „trhy“ médií v členských státech (tisk UK, FR, IT, ES, PL, DE, AT, BE, EU). Od roku 2016 bude **posílené dlouhodobé plánování prostřednictvím nového plánovače** **médií** zahrnovat vstupy od všech útvarů a politických skupin (tiskové zprávy, tiskové konference, tiskové cesty, mediální kity atd.). Plánovač médií bude úzce a proaktivně spjat s politickou a legislativní agendou orgánů EU.

Bude vyhodnoceno a dále rozvinuto **mediální partnerství** s jednou evropskou a vnitrostátní zpravodajskou agenturou a vysílací stanicí veřejné služby, a to včetně regionálních televizních (CIRCOM) a rozhlasových sítí.

Zpravodajové VR budou nadále patřit k hlavním zákazníkům útvaru, který bude **diverzifikovat a rozšiřovat pokrytí** různých fází vypracování a přijetí stanovisek. Kromě toho se tiskové oddělení bude snažit najít řečníky VR, kteří by mohli být vyzváni ke komunikační činnosti související s nejvýznamnějšími institucionálními prioritami.

Silnější **synergie s institucionálními partnery**, jako jsou Evropský parlament a EIB přinesly významné příležitosti ke společné komunikaci v roce 2015 a budou v roce 2016 dále rozvíjeny. Kromě toho VR uspořádá řadu seminářů pro zástupce regionálních sdělovacích prostředků ve spolupráci s Evropským parlamentem, Radou a Evropskou komisí.

**Audiovizuální kanály** VR budou i dále využívány k podpoře příběhů sdílených zdola nahoru a poskytnou hlas členům a dalším zainteresovaným stranám na místní a regionální úrovni v souvislosti s různými prioritními tématy.

**Akce**

V roce 2016 proběhnou **čtyři klíčové akce VR** – konference o městské agendě v květnu v Amsterdamu, summit VR v Bratislavě v červenci, Open Days a konference EuroPCom v říjnu v Bruselu. Dále to budou **tři tematické konference VR**, které se budou konat v návaznosti s plenárními zasedáními VR v dubnu, červnu a prosinci). Komunikace zaručí úplnou agendu akcí a bude vyžadovat významnou úroveň vnitřní a vnější koordinace. Bude také lépe využit komunikační potenciál výjezdních schůzí komisí VR.

Oddělení pro pořádání akcí bude i nadále pořádat asi **80 akcí, jež jdou nad rámec statutu**, a v prostorách VR přivítá **600 skupin návštěvníků**. Většina činností se provádí v úzké spolupráci se členy VR, dalšími institucemi EU – zejména Evropskou komisí, specificky s komunikační službou odpovídající za komunikaci s veřejností (občanský dialog a informační střediska Europe Direct) – a s místními a regionálními orgány a jejich sdruženími. Přitom se bude dále rozvíjet interaktivní rozměr akcí a jejich dosah v on-line prostoru. V roce 2016 se po pilotní fázi v letech 2014–2015 plně uplatní **nové rozhodnutí o místních akcích**, přičemž budeme usilovat o širší zapojení členů VR a místních institucí.

**On-line komunikace, sociální média a publikace**

V roce 2016 bude vyvinuta a uplatněna **strategie pro digitální a sociální média** se záměrem podporovat obousměrnou komunikaci prostřednictvím vybraných činností, vytvářet a spravovat komunitu na vhodné platformě sociálních médií a zviditelnit internetové stránky VR. Vývoj strategie digitálních a sociálních médií bude zahrnovat kodex chování a pokyny pro zaměstnance přispívající na účty VR na sociálních médiích.

V průběhu roku bude také vyvinut a rozpracován plán komunikace prostřednictvím sociálních médií. Hlavními používanými sociálními platformami budou sítě Twitter, LinkedIn a Facebook, dále bude VR používat stránky pro „videokomunikaci“ (YouTube a Flickr). Aktivity na sociálních médiích se zaměří především na stanoviska, schůze a akce VR. Dále se bude rozvíjet partnerství s Evropskou komisí a Evropským parlamentem při podpoře činnosti VR. Budou stanoveny prostředky na placené příspěvky na LinkedIn a sponzorované tweety.

Kromě provádění plánu komunikace pro internetovou stránku, denní údržbu a aktualizace proběhne na internetových stránkách VR v roce 2016 několik významných projektů: mimo jiné dojde k posunu směrem k uplatnění **reaktivního návrhu stránek**, zavedení nástroje pro import **překladů** a reorganizaci části o akcích, aby se usnadnilo vyhledávání obsahu. Proběhne také plán propagace stránek VR, který by měl zaujmout nové návštěvníky a podpořit konverzi a věrnost. Bude založen na **novém umístění e-Zpravodaje v návaznosti na průzkum mezi uživateli, který probíhá a bude podrobně rozpracován ve strategii digitálních a sociálních médií**, aktivitách na sociálních sítích, kampaních získávání a zviditelnění prostřednictvím optimalizace internetových vyhledávačů a inzerce na jejich stránkách. Budou stanoveny prostředky na sponzorované odkazy (Google AdWords atd.). Některé části těchto stránek budou modernizovány.

Souběžně **budou stránky VR přepracovány** na základě strategie digitálních a sociálních médií s ohledem na zastaralost SharePointu 2010 a rozvoj přístupu na internetové stránky z mobilních zařízení. V této souvislosti bude rovněž posouzena jazyková úprava stránek VR.

Co se týče databáze šíření, bude stávající nástroj v roce 2016 postupně vyřazen a nahrazen novým.

V návaznosti na rozhodnutí o novém logu VR bude vypracován a zaveden jednotný **grafický styl**. Nová vizuální identita VR se postupně v průběhu roku 2016 bude uplatňovat na existujících produktech. S cílem harmonizovat komunikace VR a zvýšit jeho dopad bude pro komise vypracován **katalog produktů** se silným zaměřením na digitální rozměr (brožury, letáky různého rozsahu, poutače, powerpointové prezentace atd.), které mohou využít jako prostředek k prezentaci a použít k informování o své poradní činnosti, schůzích, akcích.

Na počátku roku 2016 bude vypracována **nová strategie pro digitální a tištěné publikace**. Přednost dostane vydávání nových produktů, které posílí synergii internetových a papírových produktů. V partnerství s Úřadem pro úřední tisky se uskuteční průzkum o klíčových publikacích a výsledky budou využity v zájmu většího využití digitalizace a optimálního využívání tisku na vyžádání. Počátkem roku 2016 bude vyvinut internetový animační nástroj na základě brožury „Politické priority Evropského výboru regionů na období 2015 – 2020“, který bude možné využít na různých existujících digitálních platformách a prezentacích pro návštěvníky. V únoru bude vyhodnocena hlavní tištěná publikace VR, informační zpravodaj „Region a města“ z hlediska formátu a edičního zaměření.

# **Vyhodnocení a posouzení dopadů**

Pokrok při provádění tohoto komunikačního plánu bude průběžně monitorován na třech úrovních ředitelství VR pro komunikaci, v úzké spolupráci se skupinou komunikátorů VR zřízenou v září 2015:

* dodávání komunikačních produktů a služeb uvedených v předchozích kapitolách (ve vztahu k uvedeným cílům);
* účinnost těchto produktů a služeb;
* celkový dopad komunikační činnosti na vnímání VR v publiku hlavních cílových skupin.

Výsledky tohoto monitorování budou prezentovány ve výroční zprávě za rok 2016, která bude předložena předsednictvu v prvním pololetí roku 2017.

Bude vyvinuta sada **ukazatelů provozního výkonu** k měření účinnosti různých nástrojů a informačních kanálů. Jejich seznam je uveden v příloze II.

**Dopad** se bude posuzovat na základě průzkumů vnímání, které budou měřit hodnocení uživatelů ve srovnání s přesnými základními hodnotami definovanými níže.

V lednu a únoru 2016 ředitelství pro komunikaci provede **hodnocení** zaměřené na zájmové skupiny, které poslouží jako základ pro posouzení dopadu komunikačního plánu na rok 2015 (15 strukturovaných kvalitativních rozhovorů s interními a externími zúčastněnými stranami a členy VR a internetový průzkum se záměrem získat minimálně 200 odpovědí). Podobný postup hodnocení se bude opakovat počátkem roku 2017, kdy se bude měřit dopad komunikace v hlavních cílových skupinách. Výsledky týkající se analýzy provedené v první polovině roku 2015 budou rovněž součástí procesu přípravy strategie na období 2015 – 2020. Kromě toho hodnocení zvláštních komunikačních činností, jako jsou informační balíčky, tiskové a mediální události, internet a on-line nástroje, budou prováděna u příslušné cílové skupiny (tj. členové VR, novináři, účastníci, uživatelé internetových stránek).

Při **pohovorech** (vycházejících ze vzorku složeného ze členů VR, evropských institucionálních partnerů a regionálních či místních subjektů) budeme zkoumat přijímání komunikační aktivity (informovanost, zapojení, hodnocení), a to zejména u tří tematických kampaní.

V **on-line průzkumu** místních a regionálních zúčastněných stran (včetně členů) budeme zjišťovat, zda

* viděli / slyšeli naše komunikační aktivity ke třem tematickým kampaním (cíl: 50 %, výchozí hodnota není k dispozici);
* považují VR za instituci ovlivňující politický postup EU z místní nebo regionální perspektivy (cíl: průměrný výsledek 3,5 na stupnici pěti, výchozí hodnota v roce 2015 je 3,15);
* považují komunikační služby a nástroje poskytované VR za užitečné.

On-line průzkum bude rovněž zahrnovat několik otázek týkajících se narativu, formátu a nástrojů komunikace VR.

# **Zdroje a rozpočet**

Komunikační plán na rok 2016 bude proveden s prostředky odpovídajícími prostředkům dostupných v předchozích letech. Ředitelství pro komunikaci VR v současnosti zaměstnává 51 lidí. Komunikační činnosti jsou koordinovány s ostatními útvary a sekretariáty politických skupin.

Roční provozní rozpočet zůstává ve výši 1,9 milionu EUR.

Podrobný rozpis rozpočtu v členění podle jednotlivých rozpočtových okruhů a oblastí činnosti bude CAFA předložen na začátku roku 2016.

**Přílohy: 3**

**NÁVRH**

**Žádáme členy předsednictva, aby tento dokument schválili.**

**Příloha I – přehled specifických komunikačních aktivit v roce 2016**

**Tisk a média**

* vyvíjet a distribuovat **informační balíčky pro členy VR**;
* šířit v Bruselu a místním tisku a sdělovacích prostředcích řadu **„místních příběhů EU“** vypracovanou ve spolupráci se zpravodaji VR a sekretariáty politických skupin a týkající se přípravy a přijetí určitého počtu stanovisek VR a akcí, jakož i informace získané regionálními a místními orgány, například o projektech, které získaly finanční prostředky z EU, přeshraniční spolupráci a výměně osvědčených postupů ve veřejné správě;
* vyvíjet a provádět cílené **aktivity v oblasti tisku a médií** pro tři tematické kampaně ve spolupráci s Evropským parlamentem, Radou EU a Evropskou komisí a ve spolupráci s mediálními partnery zemí ARLEM a CORLEAP pro specifickou komunikaci ohledně globální spolupráce;
* dále rozvíjet stávající přístup k **mediálnímu partnerství s vnitrostátními zpravodajskými agenturami** a prozkoumat možnosti vytváření nových partnerství s vnitrostátními a evropskými televizními a rozhlasovými sítěmi;
* představit tři tematické kampaně v jednom nebo několika vydáních **časopisu „Regiony a města Evropy“** (první pololetí roku 2016).

**Akce**

* uspořádat 4. výroční konferenci **VR o finančních a investičních otázkách** v návaznosti na plenární zasedání VR v Bruselu v květnu 2016 spolu s Evropskou investiční bankou (EIB) a Organizací pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (OECD);
* uspořádat **konferenci na vysoké úrovni na téma městská agenda EU** ve dnech 30. a 31. května 2016 v Amsterdamu současně s výjezdní schůzí předsednictva VR a výjezdním seminářem komise COTER a jako součást nizozemského předsednictví Rady EU a ve spolupráci s nizozemskou delegací ve VR a Sdružením nizozemských obcí (VNG);
* uspořádat **7. evropský summit regionů a měst** s názvem „Propojujeme evropské regiony a města: lidi, místa a zdroje“ ve dnech 8. a 9. července 2016 v Bratislavě společně se samosprávným krajem Bratislava a městem Bratislava jako součást slovenského předsednictví Rady EU;
* uspřádat **14. Evropský týden regionů a měst – OPEN DAYS** ve dnech 10. – 13. října 2016 v Bruselu se zástupci GŘ REGIO Evropské komise a 180 a více regionů a měst EU na téma související s politikou soudržnosti EU v kombinaci se 180 a více místních akcí v členských státech a ve spolupráci s místními orgány, informačními středisky Europe Direct (EDIC) a dalšími;
* uspořádat **7. evropskou konferenci o komunikaci s veřejností (EuroPCom)** na téma „Propojení evropských debat“ (bude potvrzeno) v říjnu 2016 ve spolupráci s Evropskou komisí, Evropským parlamentem, Radou EU, slovenským předsednictvím Rady EU a Evropským hospodářským a sociálním výborem;
* uspořádat **tři konference v prostorách VR o vybraných tematických prioritách** v návaznosti na plenární zasedání VR ve spolupráci s příslušnými generálními ředitelstvími Evropské komise a dalšími zúčastněnými stranami;
* využívat stávající i nové komunikační činnosti místních a regionálních orgánů a jejich sdružení, informačních středisek Europe Direct, zastoupení Evropské komise v členských státech a informačních kanceláří Evropského parlamentu (EPIO), přičemž navrhujeme, aby se členové VR zúčastnili přinejmenším **20 místních akcí ve formě dialogu občanů či zúčastněných stran** v průběhu roku k této tematické prioritě.

**On-line komunikace, sociální média a publikace**

* vytvořit internetovou stránku **„příběh dne“** pro tři tematické kampaně založenou na internetové dokumentaristice;
* předložit hodnocení **on-line kursu VR z roku 2015 na téma „Regiony, instituce EU a tvorba politik“** a připravit, v ideálním případě ve spolupráci s Evropskou komisí, Evropským parlamentem a dalšími institucemi, druhý běh v říjnu 2016 jako příspěvek k budování kapacit místních a regionálních orgánů;
* zaměřit určitá **vydání elektronického zpravodaje VR** na tři tematické kampaně, které budou prosazovány prostřednictvím Evropského parlamentu a Evropské komise;
* vypracovat a provádět konkrétní **strategii sociálních médií a komunikační plán** pro tyto tři tematické kampaně. Hlavními používanými sociálními platformami budou sítě Twitter, LinkedIn a Facebook, dále bude VR používat stránky pro „videokomunikaci“ (YouTube a Flickr). Činnosti v sociálních médiích budou zaměřeny na události, jako jsou přijetí stanovisek VR nebo akce, které jsou pořádány ve spolupráci s Evropskou komisí a Evropským parlamentem. Ustaví se partnerství s relevantními aktéry na sociálních médiích k tematickým prioritám a podpoře činnosti VR. Budou stanoveny zdroje na sponzorované příspěvky na LinkedIn a sponzorované tweety;
* vypracovat **soubory osmi infografik** ke třem tematickým kampaním (v první polovině roku 2016);
* vytvořit určitý počet **grafických prvků** týkajících se tří tematických kampaní a **zdůraznit komunikační prioritu** v různých publikacích VR (časopisy, brožury, informační přehledy);
* vypracovat **zvláštní tištěné nebo on-line publikace**, jako je elektronická kniha pro tematické priority.

**Příloha II – výkonové ukazatele**

**Vztahy s tiskem a médii**

* cíl: 70 % stanovisek VR pokryto na Unii zaměřenými, vnitrostátními nebo regionálními médii (stávající procentní podíl není znám);
* cíl: videoklipy VR generující průměrně 100 kliknutí.

**Akce**

* cíl: 50 % pořádaných konferencí s vazbou na dvě tematické priority (není srovnání s předchozími roky);
* cíl: 20 % workshopů OPEN DAYS s vazbou na tři tematické priority (není srovnání s předchozími roky);
* cíl: akce VR v Bruselu a na místní úrovni přivítají nejméně 50 % účastníků zastupujících regionální a místní orgány nebo regionálních úřady (není srovnání s předchozími roky).

**Cíle komunikace on-line a v sociálních médiích**

* VR by měl mít o 20 % více sledujících subjektů na Twitteru (nyní je to 15 297), o 15 % na Facebooku (nyní 5 272 lajků) a o 10% na LinkedIn (nyní 3 348);
* 5% zvýšení počtu návštěv stránek VR, které proběhnou jednou ročně (nyní 301 000) a 4% zvýšení počtu návštěv ročně (nyní 484 000);
* stránky tematických priorit s návštěvností 1 500 měsíčně;
* cíl: počet registrovaných účastníků on-line kursu na téma „Regiony, instituce EU a tvorba politik“ v roce 2016 dosáhne 10 000 (nyní 7300);
* na internetových stránkách VR budou metadata, která návštěvníkům pomohou získat informace týkající se tematických priorit (významné prvky, stanoviska, videa, brožury atd.);
* bude vybrán a zaveden nástroj pro sledování uplatnění VR v sociálních médiích. Bude definován v nadcházející digitální a sociální strategii.

**Publikační cíle**

* 70 % nebo více publikací bude nadále úzce souviset s prioritami kampaně 2016 (pomocí pololetního publikačního plánování);
* 100 % hlavních publikací VR bude zveřejněno on-line a také na internetových stránkách VR a přinejmenším jedním dalším orgánem EU/sítí/zúčastněnou stranou (EU knihkupectvím, agenturou EU, sdružením nebo sítí EU) prostřednictvím on-line distribuční koordinace;
* tisk publikací v papírové podobě se sníží o 10 %;
* digitální publikace se zvýší o 10 %;
* bude se využívat tisk na vyžádání u celé vnitřní produkce, aby se předešlo zbytečnému hromadění zásob; 70% zeštíhlení produktů komisní komunikace.

**Příloha III – struktura, úkoly a personál ředitelství pro komunikaci**

Ředitelství pro komunikaci (D) spravuje různé komunikační nástroje VR, jako jsou vztahy se sdělovacími prostředky, konference a akce, digitální komunikace včetně elektronické komunikace a sociálních médií a publikace. Zaměstnává celkem 51 zaměstnanců (21 AD, 21 AST, 2 END, 7 CA). Vedení ředitelství (2 AD, 4 AST, 1 CA) zahrnuje také tým dohledu nad rozpočtem komunikace. Tři oddělení ředitelství plní následující úkoly s uvedeným počtem zaměstnanců:

* **Tiskoví pracovníci a vztahy se sdělovacími prostředky (D1):** toto oddělení (10 AD, 3 AST, 2 CA) podporuje členy VR a služby za využití vztahů s tiskem a médii a audiovizuálních služeb. Je tvořeno skupinou tiskových pracovníků a audiovizuálním týmem pro video a fotoprodukci a distribuci.
* **Oddělení D.2 – akce:** toto oddělení (6 AD, 7 AST, 2 END) podporuje členy VR a služby organizováním akcí a zahrnuje i tým organizující každoroční Evropský týden regionů a měst, tým konferencí a tým služeb návštěvníkům.
* **Oddělení D.3 – Sociální a digitální média, publikace:** toto oddělení (3 AD, 7 AST, 4 CA) podporuje členy VR a služby za využití komunikace v sociálních a digitálních médiích, publikací a grafického designu. Skládá se ze dvou týmů, které se zabývají sociálními a digitálními médii a publikacemi.

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