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

**SAVIENOT REĢIONUS UN PILSĒTAS, LAI SPĒCINĀTU EIROPU**

**KOMUNIKĀCIJAS PLĀNS 2016. GADAM**

**LV**

# **Vispārīga informācija**

Eiropas Reģionu komiteja savā [**Komunikācijas stratēģijā 2015.–2020. gadam**](http://www.toad.cor.europa.eu/AgendaDocuments.aspx?pmi=RmFYXXWy9u%2frX9gNAmENUi8gZIggfXu7WPJeH5l+95Y%3d&ViewDoc=true) uzsvēra nepieciešamību savienot Eiropu un tās pilsoņus, izmantojot mērķtiecīgu divpusēju komunikāciju starp vietējo un reģionālo līmeni un ES iestādēm, ciešāku sadarbību ar Eiropas Komisiju, Eiropas Parlamentu un Padomi.

Divas galvenās RK komunikācijas **mērķauditorijas** daļas ir Eiropas reģionālās un vietējās pašvaldības un ES iestāžu lēmumu pieņēmēji. Komunikācijas **mērķis** ir ar iekļaujošu un stratēģisku pieeju atbalstīt RK politisko darbu, kas ir dziļi saistīts ar visu politikas virzīšanas procesu, kā arī stiprināt RK lomu teritoriālās kohēzijas atbalsta jomā un veicināt iedzīvotāju iesaistīšanos Eiropas Savienības darbā. Ar komunikācijas palīdzību RK dod iespēju uzzināt par reģionu un pilsētu vajadzībām un problēmām, tā šo informāciju integrē likumdošanas darbā un veido stingru politisko vēstījumu Eiropas Parlamentam, ES Padomei un Eiropas Komisijai.

Šajā stratēģijā ir atzīts, ka **RK locekļi** ar savu politisku darbību īsteno vienu no svarīgākajām lomām komunikācijā par Eiropu — šīs stratēģijas mērķis ir veidot divvirzienu “tīklu tīklu”. Tā pirmais mērķis ir, uzlabojot koordināciju ES iestāžu līmenī, **integrēt un uzlabot** esošo komunikācijas līdzekļu **pieejamību**. Otrais mērķis — to panākt ar **RK locekļiem paredzētas jaunas saskarnes** palīdzību un viņus iesaistot vietējos tīklos un komunikācijas pasākumos, ko veic Eiropas Parlamenta informācijas biroji, Eiropas Komisijas pārstāvniecības un Europe direct informācijas centri dalībvalstīs, kā arī reģionālās un vietējās pašvaldības un to apvienības.

Piecu gadu stratēģija tiks īstenota ar **gada komunikācijas plānu** palīdzību, kuros tiks ietverts noteikts skaits tematisko prioritāšu, kas atspoguļos RK politiskās prioritātes, tās komisiju tematiskās prioritātes un politisko grupu komunikācijas pasākumus Reģionu komitejā, kā arī tos komunikācijas pasākumus, kas izriet no RK sadarbības ar citām ES iestādēm: Eiropas Parlamentu un Eiropas Komisiju.

# **Komunikācija par RK politikas prioritātēm 2015.–2020. gadam**

RK komunikācijas pasākumi atspoguļos visas **piecas RK** politikas prioritātes 2015. –2020. gadam, kuras tika pieņemtas 2015. gada jūnijā:

1) Jauns starts Eiropas ekonomikai;

2) Teritoriālā dimensija ES tiesību aktos;

3) Vienkāršāka, vairāk savienota Eiropa;

4) Stabilitāte un sadarbība Eiropas Savienībā un ārpus tās;

5) Nākotnes Eiropa ir pilsoņu Eiropa.

Komunikācijas direkcija rūpēsies par to, lai **likumdošanas darbs un institucionālie pasākumi tiktu pienācīgi atspoguļoti** saistībā arī šīm piecām prioritārajām jomām, kā arī nodrošinās pamatinformācijas pieejamību par atzinumiem un institucionālajām iniciatīvām, integrēti izmantojot vispiemērotākos komunikācijas līdzekļus. Tiks izmantoti dažādi plašsaziņas līdzekļu vēlamajā apmērā: RK preses dienesti, audiovizuālie plašsaziņas līdzekļi, pasākumi, tīmekļa vietne, sociālie plašsaziņas līdzekļi un publikācijas, un vērā tiks ņemta ziņu svarīgums, politiskā un institucionālā nozīmība, kā arī potenciālā mērķauditorija.

Līdztekus šīm pamata saistībām — iestādes komunikācijas pienākumu veikšanai — tiks īstenots noteikts skaits plašāku komunikācijas kampaņu, lai ar koordinētas pieejas palīdzību sasniegtu skaidrus politiskus un komunikatīvus mērķus. Šīs kampaņas aptvers RK 2016. gada tematiskās prioritātes.

# **Mērķtiecīgas komunikācijas kampaņas**

Lai gan tiks segta arī RK locekļu darbība, resursi tiks koncentrēti uz noteiktu skaitu tādu politisko jautājumu, kas varētu būt īpaši svarīgi 2016. gadā. Šie temati ir uzskaitīti plašākā RK politisko prioritāšu apakštematu sarakstā, tie ir saistīti ar Komisijas darba programmu un uzskatīti par tādiem, kam piemīt mediatizācijas potenciāls un kurus būtu lietderīgi izmantot augšupvērsta konsultatīva procesa veicināšanai. RK locekļi tiks mudināti aktīvāk iesaistīties komunikācijas pasākumos dalībvalstīs — šajā nolūkā tiks meklētas iespējas ciešākai sadarbībai un partnerībai ar citām Eiropas Savienības iestādēm. Komunikācijas kampaņas veidos īpašas dienestu sadarbības kampaņu veidošanas grupas. 2016. gadā tiek ierosināts rīkot sekojošās tematiskās kampaņas.

## **Nodarbinātības, izaugsmes un ieguldījumu veicināšana Eiropas reģionos un pilsētās**

Šīs kampaņas loģiskais pamats ir nepieciešamība pievērsties privātām un publiskām investīcijām, lai veicinātu nodarbinātību, izaugsmi, ekonomikas, sociālo un vides ilgtspēju visos ES reģionos un pilsētās. Uzlaboti transporta savienojumi un digitālie un enerģijas tīkli, kā arī dalīšanās ar pieredzi un labāko praksi var veicināt pilsētu un reģionu un līdz ar to visas ES konkurētspēju. Komunikācijas pasākumos tiks izmantoti RK atzinumi, pētījumi, semināri, konferences un publikācijas, kā arī saistītie vēstījumi. Šo pasākumu kulminācijas brīdis būs 2016. gada 8. un 9. jūlijā Bratislavā paredzētais 7. Eiropas Reģionu sammits.

## **ES budžeta teritoriālā dimensija tā vidusposma pārskatīšanas kontekstā**

Viens no RK un ES iestāžu svarīgākajiem vēstījumiem ir tas, ka ES budžeta teritoriālā dimensija ir svarīga. Eiropas Komisija līdz 2016. gada beigām veiks pašreizējās daudzgadu finanšu shēmas vidusposma pārskatīšanu. Šajā kontekstā RK komunikācijas pasākumi tiks vērsti uz RK politiskā un likumdošanas darba atbalstu un izcels nepieciešamību iesaistīt reģionālās un vietējās pašvaldības, kad ES līdzekļi tiek izmantoti vietējiem projektiem. Visticamāk, ka aktīvākā komunikācija par šo tematu notiks 2016. gada otrajā pusē.

## **Atbalsts globālai stabilitātei ar reģionālās un vietējās sadarbības palīdzību**

Nesen notikušās debates, kurās citu tematu vidū tika apspriesta arī bēgļu krīze, pierādīja, ka savstarpēji saistītā pasaulē Eiropai ir jāatrod vienoti risinājumi kopīgām problēmām. Reģioni un pilsētas var palīdzēt atrisināt šīs problēmas migrācijas, klimata pārmaiņu, tirdzniecības politikas (TTIP), paplašināšanās un kaimiņattiecību politikas jomā, un RK turpinās likumdošanas darbu šajās jomās. RK padziļinās arī sadarbību ar ES dienvidu un austrumu kaimiņvalstu reģionālajiem un vietējiem pārstāvjiem ar ARLEM un CORLEAP asambleju palīdzību un veidos globāli orientētus pasākumus kopā ar reģionālajām un vietējām pašvaldībām un tās pārstāvošajām organizācijām, tīkliem un apvienībām, piemēram, ar ES Pilsētas mēru paktu, Eiropas Padomes kongresu, ANO (UNDP, UN-HABITAT, UNEP) u. c. 2016. gada komunikācijas pasākumi ES un vietējā līmenī palīdzēs palielināt ieinteresēto personu un sabiedrības informētību par šiem tematiem un stiprinās labas prakses apmaiņu.

Katrai no šīm mērķtiecīgajām kampaņām tiks sagatavoti instrumenti, piemēram:

* RK locekļiem paredzēti informatīvie materiāli visās ES valodās, tostarp faktu lapas, prezentācijas, infografika un videoklipi par trijām informatīvajām kampaņām. Šie informatīvie materiāli tiks sagatavoti un izplatīti sadarbībā ar valstu delegācijām ar mērķi palīdzēt locekļiem īstenot viņu politisko darbu un informēt sabiedrību un ieinteresētās personas. Tie ietvers presei paredzētus tekstus (izmantojot stāstījuma veidošanas paņēmienus), sociālos plašsaziņas līdzekļos izplatāmus vēstījumus un audiovizuālos materiālus;
* plašsaziņas līdzekļu pasākumi (sadarbība ar presi, audiovizuālu stāstījumu veidošana dažādām mērķgrupām, plašsaziņas līdzekļu partnerības);
* plašsaziņas līdzekļu stratēģijas;
* svarīgākie pasākumi (RK konferences, 7. Eiropas Reģionu un pilsētu samits u. c.).

Detalizēts to pasākumu pārskats, kas ierosināti vispārējo prioritāšu un tematisko kampaņu saistībā ir sniegts I pielikumā. Tematisko kampaņu plāna pamatā būs šādi pieturas punkti:

* reģionālajām un vietējām pašvaldībām paredzēts vēstījums;
* ES iestādēm paredzēts vēstījums;
* 2016. gada grafiks;
* Galvenie komunikācijas pasākumi.

# **Ar RK komunikācijas pakalpojumiem un pasākumiem saistītie jauninājumi 2016. gadā**

Šajā punktā īsi aprakstīti RK vispārējie komunikācijas pasākumi un pakalpojumi, kas ir pieejami RK locekļiem un administrācijai. Aprakstā galvenokārt minēti jaunie pakalpojumi un risinājumi, ko paredzēts ieviest 2016. gadā. Saistībā ar katru komunikācijas pasākumu integrēti tiks novērtēts, kāds ir vispiemērotākais komunikācijas līdzekļu kopums. Vajadzības gadījumā komunikācija pievērsīsies arī neparedzētiem atspoguļošanas vērtiem tematiem, kam ir ietekme uz ES programmu un vietējām un reģionālajām pašvaldībām.

**Attiecības ar presi un plašsaziņas līdzekļiem**

Preses dienesta darbinieku skaits 2015. gadā ir palielināts, lai aptvertu visu RK komisiju darbību un lielāko dalībvalstu plašsaziņas līdzekļu tirgu (UK, FR, IT, ES, PL, DE, AT, BE, EU prese) . No 2016. gada sāksies **iepriekšējās plānošanas uzlabošana**, ko **nodrošinās jaunais plašsaziņas plānotājs**, kurš aptvers visu dienestu un politisko grupu sagatavotos materiālus (paziņojumi presei, preses konferences, preses pārstāvju braucieni, materiālu komplekti plašsaziņas līdzekļiem utt.). Plašsaziņas plānotājs būs cieši un proaktīvi saistīts ar ES iestāžu politisko un leģislatīvo programmu.

Tiks novērtētas un paplašinātas **partnerības** ar vienu Eiropas ziņu aģentūru un dalībvalstu ziņu aģentūrām un sabiedriskajām raidorganizācijām, tostarp reģionālajiem televīzijas (CIRCOM) un radio tīkliem.

RK ziņotāji arī turpmāk bieži izmantos šo pakalpojumu, kas **dažādos un paplašinās** dažādo atzinuma sagatavošanas un pieņemšanas posmu **atspoguļošanu**. Preses dienests meklēs RK referentus, kurus var lūgt piedalīties komunikācijas pasākumos, kas saistīti ar svarīgākajām iestādes prioritātēm.

Tā kā palielināta **sinerģija ar institucionālajiem partneriem**, piemēram, Eiropas Parlamentu un EIB, 2015. gadā pavērās būtiskas kopīgās komunikācijas iespējas, kas 2016. gadā tiks izmantotas vēl vairāk. Sadarbībā ar Eiropas Parlamentu, Padomi un Eiropas Komisiju RK arī rīkos vairākus seminārus reģionālo plašsaziņas līdzekļu pārstāvjiem.

RK **audiovizuālie kanāli** arī turpmāk tiks izmantoti, lai atbalstītu augšupēju vēstīšanu, kas Komitejas locekļiem un citām vietējām un reģionālajām ieinteresētajām personām paver iespēju paust viedokli par dažādiem prioritāriem tematiem.

**Pasākumi**

2016. gadā **četri nozīmīgie RK pasākumi** — konference par pilsētvides attīstības programmu Amsterdamā, jūlijā paredzētais RK samits Bratislavā, oktobrī paredzētās Open Days un EuroPCom Briselē, kā arī **trīs citas RK tematiskās konferences**, kas notiks vienlaikus ar RK plenārsesiju aprīlī, jūnijā un decembrī, — nodrošinās, ka pasākumu programma būs piesātināta, un tādēļ būs vajadzīga augsta līmeņa iekšējā un ārējā koordinācija. Visbeidzot, labāk tiks izmantotas komunikācijas iespējas, saistītas ar RK komisiju izbraukuma sanāksmēm.

Pasākumu nodaļa arī turpmāk rīkos apmēram **80 Reglamentā neparedzētus pasākumus** un RK telpās uzņems **600 apmeklētāju grupas**. Vairums pasākumu tiek rīkoti ciešā sadarbībā ar RK locekļiem, citām ES iestādēm — it īpaši Eiropas Komisiju, konkrēti, ar komunikācijas dienestiem, kas atbild par saziņu ar iedzīvotājiem (Pilsoņu dialogi un Europe Direct informācijas centri), — kā arī ar vietējām un reģionālajām pašvaldībām un apvienībām. To darot, nodaļa veltīs vairāk pūļu, lai pasākumi kļūtu interaktīvi un uzrunātu vairāk interesentu tiešsaistē. 2016. gadā — pēc izmēģinājuma posma 2014.–2015. gadā — tiks īstenots **jaunais lēmums par vietējiem pasākumiem**, un RK locekļi un vietējās iestādes tiks lūgti iesaistīties šā lēmuma īstenošanā.

**Komunikācija tiešsaistē, sociālie plašsaziņas līdzekļi un publikācijas**

**Digitālo un sociālo plašsaziņas līdzekļu stratēģija** tiks izstrādāta un īstenota 2016. gadā ar mērķi divvirzienu komunikāciju veicināt ar noteiktiem pasākumiem, izveidojot un pārvaldot kopienu atbilstošā sociālo plašsaziņas līdzekļu platformā un palielinot RK tīmekļa vietnes pamanāmību. Izstrādātajā digitālo un sociālo plašsaziņas līdzekļu stratēģijā būs iekļauts rīcības kodekss un pamatnostādnes tiem darbiniekiem, kas papildina RK kontus sociālajos plašsaziņas līdzekļos.

Gada laikā tiks arī izstrādāts un precizēts plāns attiecībā uz komunikāciju sociālajos plašsaziņas līdzekļos. Galvenokārt tiks izmantotas tādas sociālās platformas kā Twitter, LinkedIn un Facebook tīkli, kā arī RK “video” pieslēguma vietnes (You Tube un FlickR). Darbība sociālajos plašsaziņas līdzekļos galvenokārt būs vērsta uz RK atzinumiem, sanāksmēm un pasākumiem. Lai popularizētu RK pasākumus, tiks paplašinātas partnerības ar Eiropas Komisiju un Eiropas Parlamentu. Sponsorētiem sludinājumiem LinkedIn un popularizētiem tvītiem tiks piešķirti budžeta līdzekļi.

Līdztekus komunikācijas plānam, kas saistīts ar tīmekļa vietni, un tās ikdienas apkopei un atjaunināšanai RK tīmekļa vietnē 2016. gadā tiks īstenoti vairāki lieli projekti, tostarp pāreja uz **reaģēt spējīgu tīmekļa vietni**, **tulkojumu** importēšanas rīka izmantošana un pasākumu sadaļas reorganizācija, lai atvieglotu informācijas iegūšanu. Tiks īstenots RK tīmekļa vietnes popularizēšanas plāns ar mērķi piesaistīt jaunus apmeklētājus un veicināt pievēršanos šai vietnei un lojalitāti. Plāna pamatelementi ir **jauns e-biļetena novietojums, reaģējot uz lietotāju aptauju, kas tiek veikta un kas tiek sīki atspoguļota digitālo un sociālo plašsaziņas līdzekļu stratēģijā**, darbība sociālajos plašsaziņas līdzekļos, piesaistīšanas un reklāmas kampaņas, optimizējot meklētājprogrammas un tajās izvēršot reklāmu, kura jāfinansē no sponsorētajām Google saitēm (AdWords utt.) atvēlētā budžeta, un dažu tīmekļa vietnes sadaļu pārveide.

Tā kā SharePoint 2010 noveco un tiek veidota uz mobiliem lietojumiem balstīta pieeja tīmekļa vietnes veidošanā, vienlaikus paredzēts **pārveidot RK tīmekļa vietni**, ņemot vērā digitālo un sociālo plašsaziņas līdzekļu stratēģiju. Šajā saistībā tiks novērtēta arī tīmekļa vietnes valodu politika.

Saistībā ar datubāzē esošās informācijas izplatīšanu jānorāda, ka pašlaik lietotā programmatūra 2016. gadā pakāpeniski tiks aizstāta ar jaunu.

Saskaņā ar lēmumu par jauno RK logotipu tiks sagatavota un ieviesta **grafiskā harta**. RK jaunā vizuālā identitāte 2016. gadā pakāpeniski parādīsies uz pašreizējiem produktiem. Lai saskaņotu RK komunikāciju un palielinātu tās ietekmi, komisiju vajadzībām tiks izveidots **produktu katalogs** ar spēcīgu digitālo ievirzi, un šos produktus (piemēram, brošūras, reklāmas lapiņas, saliekamos stendus, Powerpoint prezentācijas utt.) tās var izmantot, lai informētu par sevi un konsultatīvo darbu/sanāksmēm/pasākumiem.

2016. gada sākumā tiks izstrādāta **jauna digitālo un drukāto publikāciju stratēģija**. Prioritāte būs tādu jaunu produktu sagatavošana, kas palielina tiešsaistes produktu un papīra produktu sinerģiju. Sadarbībā ar Publikāciju biroju tiks veiktas aptaujas par nozīmīgākajām publikācijām, un rezultāti tiks izmantoti, lai palīdzētu sasniegt tādus mērķus kā digitalizācijas izvēršana un drukāšana, iespējami vadoties no pieprasījuma. 2016. gada sākumā, izmantojot brošūru “Eiropas Reģionu komitejas politiskās prioritātes 2015.–2020. gadam” tiks izveidots tīmekļa rīks animācijai, un šo rīku izmantos dažādās esošajās digitālajās platformās un apmeklētājiem paredzētās prezentācijās. RK nozīmīgākā iespieddarba, biļetena “Reģioni un pilsētas”, formāts un redakcijas nostāja tiks izvērtēta februārī.

# **Novērtējums un ietekmes izvērtēšana**

Minētā komunikācijas plāna īstenošanas norisi RK Komunikācijas direkcija pastāvīgi uzraudzīs trijos līmeņos, cieši sadarbojoties ar RK komunikatoru grupu, kas izveidota 2015. gada septembrī:

* iepriekšējās nodaļās minēto komunikācijas produktu un pakalpojumu nodrošināšana (saistībā ar minētajiem mērķiem);
* produktu un pakalpojumu efektivitāte;
* komunikācijas pasākumu vispārējā ietekme uz RK tēlu galvenajās mērķauditorijās.

Šā uzraudzības procesa rezultāti tiks izklāstīti 2016. gada gadskārtējā komunikācijas ziņojumā, ar ko Biroju iepazīstinās 2017. gada pirmajā pusgadā.

Dažādo instrumentu un kanālu efektivitātes izvērtēšanai ir izstrādāts **darbības rezultātu rādītāju** kopums. Rādītāju saraksts ir iekļauts II pielikumā.

**Ietekme** tiks novērtēta, pamatojoties uz uztveres apsekojumiem, lai salīdzinātu lietotāju sniegto novērtējumu ar šeit definētajām precīzajām pamatnostādnēm.

Komunikācijas direkcija 2016. gada februārī un janvārī veiks **novērtējumu** mērķa grupās, kas būs pamats, lai novērtētu 2015. gada komunikācijas plāna ietekmi (15 strukturētas kvalitatīvas intervijas ar iekšējām un ārējām ieinteresētajām personām, kā arī RK locekļiem un vismaz 200 respondentu aptauja tiešsaistē). Līdzīga novērtējuma procedūra tiks atkārtota 2017. gada sākumā, lai novērtētu komunikācijas pasākumu ietekmi uz galvenajām mērķauditorijām. Rezultāti būs arī saistīti ar analīzi, kas veikta 2015. gada pirmajā pusgadā, izstrādājot stratēģiju 2015. – 2020. gadam. Turklāt tiks novērtēti specifiski komunikācijas pasākumi, piemēram, informācijas paketes, preses un plašsaziņas līdzekļu kampaņas, pasākumi, tīmekļa un tiešsaistes instrumenti, attiecīgajās mērķa grupās (RK locekļi, žurnālisti, dalībnieki, tīmekļa vietņu lietotāji).

Intervijās (pamatojoties uz selektīvu grupu, ko veido RK locekļi, ES institucionālie partneri un vietējā/reģionālā līmeņa ieinteresētās personas) mēs izvērtēsim komunikācijas pasākumu (informētības, iesaistes, novērtēšanas) un jo īpaši trīs tematisko kampaņu uztveri.

**Tiešsaistes aptaujā** reģionālā un vietējā līmeņa ieinteresētajām personām (tostarp locekļiem) tiks vaicāts, vai

* viņi ir redzējuši/dzirdējuši par komunikācijas pasākumiem attiecībā uz trim tematiskajām kampaņām (mērķis: 50 %, sākotnējais novērtējums nav pieejams);
* viņi uzskata, ka RK kā organizācija ietekmē ES politiskos procesus vietējā/reģionālajā aspektā (mērķis: vidējais rezultāts 3,5 punkti 5 punktu skalā; sākotnējais novērtējums 2015. gadā: 3,15);
* viņi uzskata par lietderīgiem RK nodrošinātos komunikācijas pakalpojumus un instrumentus.

Tiešsaistes aptaujā tiks ietverti arī daži jautājumi par RK paziņojumos izmantoto tekstuālo aprakstu, formātu un līdzekļiem.

# **Resursi un budžets**

2016. gada komunikācijas plānu sagatavos ar līdzekļiem, kas ir līdzīgi iepriekšējos gados pieejamajiem. RK Komunikācijas direkcijā šobrīd ir 51 darbinieks. Komunikācijas pasākumi ir saskaņoti ar pārējām nodaļām un politisko grupu sekretariātiem.

Gada darbības budžets saglabājas EUR 1,9 miljonu apmērā.

Sīki izstrādāts budžeta sadalījums, sadalījums pa budžeta pozīcijām un darbības jomām tiks iesniegts CFAA 2016. gada sākumā.

**Pielikumi: 3**

**PRIEKŠLIKUMS**

**Biroja locekļus aicina apstiprināt šo dokumentu.**

**I pielikums — pārskats par 2016. gada konkrētajiem komunikācijas pasākumiem**

**Prese un plašsaziņas līdzekļi**

* Izstrādāt un izplatīt **informācijas paketes RK locekļiem**;
* Izplatīt Briselē un vietējā presē un plašsaziņas līdzekļos “**ES vietējo notikumu**” sēriju, kas izstrādāta kopā ar RK ziņotājiem un politisko grupu sekretariātiem attiecībā uz atsevišķu RK atzinumu un pasākumu sagatavošanu un pieņemšanu, kā arī informāciju, kura iegūta no reģionālajām un vietējām iestādēm, piemēram, par projektiem, kas saņem ES finansējumu, pārrobežu sadarbību un paraugpraksi valsts pārvaldē;
* Sadarbībā ar Eiropas Parlamentu, ES Padomi un Eiropas Komisiju izstrādāt un īstenot mērķtiecīgus **preses un plašsaziņas līdzekļus pasākumus** attiecībā uz trim tematiskajām kampaņām un sadarbībā ar partneriem plašsaziņas līdzekļos ARLEM un CORLEAP valstīs izstrādāt īpašu paziņojumu par globālu sadarbību;
* Turpināt pilnveidot pašreizējo pieeju **plašsaziņas līdzekļu partnerattiecībām ar valsts ziņu aģentūrām** un pētīt iespējas veidot jaunas partnerattiecības ar valstu un Eiropas televīzijas un radio tīkliem;
* **RK žurnāla “Eiropas reģioni un pilsētas”** vienā vai vairākos izdevumos (2016. gada pirmajā pusgadā) iekļaut materiālus par trim tematiskajām kampaņām.

**Pasākumi**

* Kopā ar Eiropas Investīciju banku (EIB) un Ekonomiskās sadarbības un attīstības organizāciju (ESAO) organizēt **4. ikgadējo RK konferenci par finansēm un ieguldījumiem** vienlaikus ar RK plenāro sesiju 2016. gada maijā Briselē;
* Vienlaikus ar RK Biroja izbraukuma sēdi un COTER komisijas izbraukuma semināru, Nīderlandes prezidentūras ES Padomē ietvaros un sadarbībā ar Nīderlandes delegāciju RK un Nīderlandes pašvaldību asociāciju (VNG) 2016. gada 30. un 31. maijā Amsterdamā organizēt **augsta līmeņa konferenci par ES pilsētvides attīstības plānu**;
* Kopā ar Bratislavas pašpārvaldes reģionu un Bratislavas pilsētu un Slovākijas prezidentūras ES Padomē ietvaros 2016. gada 8. un 9. jūlijā Bratislavā organizēt **7. Eiropas pilsētu un reģionu samitu** “Savienot Eiropas reģionus un pilsētas. Cilvēki, vietas un resursi”;
* Kopā ar Eiropas Komisijas REGIO ĢD un vairāk nekā 180 ES reģioniem un pilsētām no 2016. gada 10. līdz 13. oktobrim Briselē organizēt **14. Eiropas Reģionu un pilsētu nedēļu OPEN DAYS** par tematu, kas saistīts ar ES kohēzijas politiku, apvienojumā ar 180+ vietēja mēroga pasākumiem dalībvalstīs un sadarbībā ar vietējām pašvaldībām, Europe Direct Informācijas centriem (EDIC) un citām ieinteresētajām personām;
* Sadarbībā ar Eiropas Komisiju, Eiropas Parlamentu ES Padomi, Slovākijas prezidentūru ES Padomē un Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komiteju 2016. gada oktobrī organizēt **7. Eiropas konferenci par publiskās komunikācijas jautājumiem (EuroPCom)** par tematu “Eiropas debates” (vēl jāapstiprina);
* Vienlaikus ar RK plenārsesijām un sadarbībā ar attiecīgajiem Eiropas Komisijas ģenerāldirektorātiem un citām ieinteresētajām personām organizēt **RK telpās trīs konferences par izraudzītajām tematiskajām prioritātēm**;
* Izmantot vietējo un reģionālo pašvaldību un to apvienību, Europe Direct Informācijas centru (EDIC), Eiropas Komisijas pārstāvniecību dalībvalstīs un Eiropas Parlamenta Informācijas biroju (EPIO) esošos un jaunos komunikācijas pasākumus un ierosināt, lai RK locekļi visa gada laikā piedalās vismaz **20 vietēja mēroga pasākumos iedzīvotāju un ieinteresēto personu dialogu veidā** par šo tematisko prioritāti.

**Tiešsaiste, sociālie plašsaziņas līdzekļi un publikācijas**

* Balstoties uz tīmekļa dokumentu modeli, izveidot **“veiksmīgāko stāstu” tīmekļa vietni** par trim tematiskajām kampaņām;
* Iesniegt novērtējumu par RK 2015. gada **tiešsaistes kursu (MOOC) par reģioniem, ES iestādēm un politikas veidošanu** un līdz 2016. gada oktobrim, ideālā variantā sadarbībā ar Eiropas Komisiju, Eiropas Parlamentu un pārējām iestādēm, sagatavot tā otro izdevumu ar mērķi veicināt vietējo un reģionālo pašvaldību spēju veidošanu;
* Veltīt **īpašus RK biļetena izdevumus** trim tematiskajām kampaņām, kas tiks popularizētas, izmantojot Eiropas Parlamenta un Eiropas Komisijas tīmekļa vietnes;
* Izstrādāt un īstenot īpašu **sociālo plašsaziņas līdzekļu stratēģiju un komunikācijas plānu** attiecībā uz trim tematiskajām kampaņām. Galvenās izmantojamās sociālās platformas būs Twitter, LinkedIn un Facebook tīkli, kā arī RK “video” pieslēguma vietnes (You Tube un FlickR). Sociālo plašsaziņas līdzekļu pasākumos uzmanība tiks pievērsta, piemēram, RK atzinumu pieņemšanai un pasākumiem, kas organizēti sadarbībā ar Eiropas Komisiju un Eiropas Parlamentu. Lai popularizētu RK pasākumus, ar attiecīgajiem sociālajiem plašsaziņas līdzekļiem tiks izveidotas partnerības par tematiskajām prioritātēm. Sponsorētiem sludinājumiem LinkedIn un popularizētiem tvītiem tiks piešķirti budžeta līdzekļi;
* Izstrādāt **astoņu infografiku sēriju** par trim tematiskajām kampaņām (2016. gada pirmajā pusgadā);
* Izstrādāt ierobežotu skaitu **grafisko elementu** par trim tematiskajām kampaņām un **uzsvērt šīs komunikācijas prioritāti** dažādās Reģionu komitejas publikācijās (RK žurnālā, brošūrās, faktu lapās);
* Izstrādāt **īpašu iespiestu/tiešsaistes publikāciju**, piemēram, e-grāmatu, par šo tematisko prioritāti.

**II pielikums - Darbības rezultātu rādītāji**

**Sadarbība ar presi un plašsaziņas līdzekļiem**

* Mērķis: 70 % RK atzinumu apskatīti ES lietu, valstu vai reģionālajos plašsaziņas līdzekļos (pašreizējā procentuālā attiecība: nav zināma);
* Mērķis: RK videoklipiem vidēji 100 klikšķu.

**Pasākumi**

* Mērķis: 50 % no rīkotajām konferencēm jābūt saistītām ar divām tematiskajām prioritātēm (nav norādes par iepriekšējiem gadiem);
* Mērķis: 20 % no OPEN DAYS darbsemināriem un vietēja mēroga pasākumiem jābūt saistītiem ar trim tematiskajām prioritātēm (nav norādes par iepriekšējiem gadiem);
* Mērķis: RK pasākumiem Briselē un vietējā līmenī jāuzņem vismaz 50 % dalībnieku no reģionālajām un vietējām pašvaldībām vai reģionālo biroju pārstāvji (nav norādes par iepriekšējiem gadiem).

**Tiešsaistes un sociālo plašsaziņas līdzekļu mērķi**

* RK jāiegūst par 20 % vairāk sekotāju Twitter (pašreizējais sekotāju skaits: 15 297), par 15 % vairāk Facebook (pašreizējais skaits: 5272) un par 10 % vairāk LinkedIn (pašreizējais skaits: 3348);
* RK tīmekļa vietnes vienreizēju apmeklētāju skaitam gadā jāpieaug par 5 % (pašreizējais skaits: 301 000) un gada apmeklējumiem jāpieaug par 4 % (pašreizējais skaits: 484 000);
* Tematisko prioritāšu tīmekļa vietņu apmeklējumu skaitam mēnesī jābūt 1500;
* Mērķis: MOOC 2016. gadā jābūt 10 000 reģistrētu dalībnieku (pašreizējais skaits: 7300);
* RK tīmekļa vietnē tiks sagatavoti metadati, lai apmeklētājiem palīdzētu izgūt saturu saistībā ar attiecīgo tematisko prioritāti (svarīgu notikumu apskats, atzinumi, videomateriāli, brošūras utt.);
* Tiks izraudzīts un ieviests instruments, lai pārraudzītu RK ietekmi sociālajos plašsaziņas līdzekļos. Tas tiks noteikts gaidāmajā digitālajā un sociālajā stratēģijā.

**Publikāciju mērķi**

* 70 % vai vairāk publikācijām joprojām jābūt cieši saistītām ar 2016. gada kampaņu prioritātēm (divreiz gadā veicot publikāciju plānošanu);
* 100 % RK galveno publikāciju jāpublicē tiešsaistē, kā arī RK tīmekļa vietnē, vismaz vienai citai ES struktūrai/ tīklam/ ieinteresētajām personām (EU Bookshop, ES aģentūrām, ES asociācijām un tīkliem), izmantojot tiešsaistes izplatīšanas koordinēšanu;
* Publikāciju iespiešana papīra formātā jāsamazina par 10 %;
* Publikāciju izplatīšana digitālajā formātā jāpalielina par 10 %;
* Lai izvairītos no nevajadzīgiem krājumiem, visi iekšējie komunikācijas produkti jāiespiež tikai pēc pieprasījuma; 70 % komisiju komunikācijas produktu jāoptimizē.

**III pielikums — Komunikācijas direkcijas struktūra, uzdevumi un darbinieki**

Komunikācijas direkcija (D) pārvalda RK dažādos komunikācijas instrumentus, piemēram, sadarbību ar plašsaziņas līdzekļiem, konferences un pasākumus, digitālo saziņu, tostarp saziņu internetā un sociālajos plašsaziņas līdzekļos, kā arī publikācijas. Direkcijā ir 51 darbinieks (21 AD kategorijas darbinieki, 21 AST kategorijas darbinieki, 2 END kategorijas darbinieki, 7 CA kategorijas darbinieki). Direkcijas vadības līmenī (2 AD kategorijas darbinieki, 4 AST kategorijas darbinieki, 1 AC kategorijas darbinieks) iekļauta arī grupa, kas pārrauga komunikācijai paredzēto budžetu. Direkcijas trīs nodaļas un to attiecīgi norādītie darbinieki veic šādus uzdevumus:

* **Preses sekretāri un sadarbība ar plašsaziņas līdzekļiem (D.1):** nodaļa (10 AD, 3 AST, 2 CA kategorijas darbinieki) sniedz atbalstu RK locekļiem un dienestiem, izmantojot sadarbību ar plašsaziņas līdzekļiem un audiovizuālos pakalpojumus. Nodaļā ir preses sekretāru grupa un audiovizuālo pakalpojumu grupa, kas sagatavo un izplata video un fotomateriālus.
* **D.2 nodaļa — Pasākumi:** nodaļa (6 AD, 7 AST, 2 END kategorija darbinieki) sniedz atbalstu RK locekļiem un dienestiem, organizējot pasākumus, un tajā ir grupa, kas organizē ikgadējo Eiropas Reģionu un pilsētu nedēļu, konferenču organizēšanas grupa un grupa, kura sniedz pakalpojumus apmeklētājiem.
* **D.3 nodaļa — Sociālie un digitālie plašsaziņas līdzekļi un publikācijas:** nodaļa (3 AD, 7 AST, 4 CA kategorijas darbinieki) sniedz atbalstu RK locekļiem un dienestiem, nodrošinot komunikāciju sociālajos un digitālajos plašsaziņas līdzekļos, publikācijas un grafisko noformējumu, un tajā ir divas grupas, kas nodarbojas attiecīgi ar sociālajiem un digitālajiem plašsaziņas līdzekļiem un publikācijām.

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