|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| C:\Users\mreg\Music\_New CoR logo\New LOGO CoR\Logo\logo_CoR-vertical-positive-sv-quadri_MR.jpg |  |  |

**Ett EU som arbetar för  
sina medborgare**

**Europeiska regionkommitténs kommunikationsplan för år 2017**

Detta dokument kommer att läggas fram för Europeiska regionkommitténs presidium den 6 december 2016.

# **Bakgrund**

Detta är den andra årliga kommunikationsplanen, som Europeiska regionkommitténs (ReK) presidium uppmanas att anta som en del av sin [**kommunikationsstrategi för 2015–2020**](http://www.toad.cor.europa.eu/AgendaDocuments.aspx?pmi=RmFYXXWy9u/rX9gNAmENUi8gZIggfXu7WPJeH5l+95Y=&ViewDoc=true). I kommunikationsstrategin betonades behovet av att återförena EU med medborgarna genom riktad tvåvägskommunikation med fokus på ReK:s ledamöter och i samverkan med lokala och regionala myndigheter och genom ökat samarbete med Europeiska kommissionen, Europaparlamentet och rådet.

Liksom år 2016 fastställs i denna **kommunikationsplan** ett begränsat antal tematiska prioriteringar som återspeglar ReK:s politiska prioriteringar för perioden 2015–2020 samt de tematiska prioriteringarna för kommitténs utskott och ReK:s politiska gruppers kommunikationsverksamhet. Dessutom redogörs för ReK:s samarbete med andra EU-institutioner, särskilt Europaparlamentet och Europeiska kommissionen.

Denna plan har utarbetats mot bakgrund av de preliminära resultaten av kommunikations­planen för 2016. Den slutliga versionen kommer att läggas fram för ReK:s presidium den 22 februari 2017. Budgetaspekterna av denna plan presenterades för ReK:s kommitté för administrativa och finansiella frågor den 14 november 2016. Under 2017 kommer en oberoende utvärdering av strategins genomslag och dess genomförande att utföras inför presidiesammanträdet i juli.

# **Kommunikation om ReK:s politiska prioriteringar 2015–2020**

ReK:s kommunikationsverksamhet kommer att återspegla **ReK:s fem politiska prioriteringar** **2015–2020**, som antogs i juni 2015:

1. En nystart för den europeiska ekonomin.
2. EU-lagstiftningens territoriella dimension är viktig.
3. Ett enklare och mer sammanlänkat Europa.
4. Stabilitet och samarbete inom och utanför EU.
5. Medborgarnas Europa är framtidens Europa.

Kommunikationsdirektoratet kommer att ansvara för en **adekvat bevakning av lagstiftningsarbetet och den institutionella verksamheten** inom dessa fem prioriterade områden och se till att viktig information om yttranden och institutionella initiativ tillhandahålls genom att man använder sig av de lämpligaste kommunikationsverktygen på ett integrerat sätt när det gäller de aktiviteter som ser ut att få starkast genomslag. Med hänsyn till de begränsade resurserna kommer den lämpligaste kombinationen av mediekanaler att fastställas genom utnyttjande av ReK:s pressavdelning, audiovisuella medier, olika evenemang, webbplatsen, sociala medier och publikationer, mot bakgrund av en bedömning av nyhetsvärdet, den politiska och institutionella relevansen samt de potentiella målgrupper som identifierats i strategin.

Den politiska kontexten har förändrats avsevärt under 2016. Vid plenarsessionen den 11 oktober 2016 inleddes ett viktigt politiskt initiativ, "[Reflektioner om Europeiska unionen – nutid och framtid](http://www.toad.cor.europa.eu/ViewDoc.aspx?doc=obsolete%5CSV%5CCOR-2016-03179-02-00-PSP-TRA_SV.docx&docid=3192523)", i vilket en radikal förändring när det gäller kommunikationsaktiviteter föreslås – däribland medborgardialoger, lokala evenemang och andra kommunikations­aktiviteter – och att lyssna på människor på plats och ge feedback till Bryssel står i centrum. Det politiska ledarskapet vid Europeiska regionkommittén vill återupprätta förtroendet och bygga ett Europa närmare medborgarna inför Romfördragets 60-årsdag och med sikte på framtiden. Detta är kärnan i femårskommunikationsstrategin "Att återförena EU med medborgarna genom att etablera en dialog mellan den lokala nivån och EU-nivån".

Mot bakgrund av "Reflektioner om Europeiska unionen" bör detta bli ett prioriterat kommunikationstema i sig med avseende på politisk prioritering 5. Eftersom de mest påtagliga fördelarna med EU avser investeringar, tillväxt och sysselsättning är "En nystart för den europeiska ekonomin" temat med avseende på politisk prioritering 1, och mot bakgrund av den rådande situationen med medborgarnas oro för migrationen och integrationen av flyktingar bör detta bli det tredje prioriterade kommunikationstemat.

# **Kommunikationskampanjer 2017**

Samtidigt som ReK-ledamöternas relevanta verksamhet bevakas kommer resurserna att koncentreras till ett begränsat antal teman som förväntas bli särskilt viktiga under 2017 med hänsyn till ReK:s politiska prioriteringar och [Europeiska kommissionens arbetsprogram för 2017](http://ec.europa.eu/atwork/key-documents/index_en.htm). Precis som 2016 kommer en strategi inriktad på ledamöterna att leda till ett ökat stöd till lokal verksamhet i medlemsstaterna, t.ex. "medborgardialoger". I detta avseende kommer befintligt samarbete och befintliga partnerskap med Europeiska unionens institutioner att utvecklas ytterligare. För var och en av de tre "kampanjerna" under 2017 kommer ett antal kommunikationsverktyg att tillhandahållas genom operativa färdplaner som bland annat innehåller följande:

* Informationspaket till ReK-ledamöterna med bakgrundsbeskrivningar/riktlinjer, exempel på projekt, sammanfattningar/faktablad, presentationer, infografik och videoklipp.
* Medie- och pressaktiviteter inklusive mediepartnerskap, journalistseminarier osv.
* Internetbaserade, audiovisuella och sociala medieaktiviteter.
* Viktiga evenemang, konferenser och seminarier.

En detaljerad översikt över de aktiviteter som föreslås för de övergripande prioriteringarna samt för de tematiska kampanjerna återfinns i bilaga I.

## **Kampanj 1: Reflektioner om Europeiska unionen – nutid och framtid**

Resultatet av den brittiska folkomröstningen om utträde ur EU är endast ett tecken på den historiskt låga nivån på medborgarnas förtroende för EU:s förmåga att infria deras förväntningar. Behovet av att lyssna på och ta hänsyn till medborgarnas synpunkter är av grundläggande betydelse och kan inte tillmötesgås bättre på något annat ställe än på den lokala nivån. "Kommunikation om Europa" i en dubbelriktad nedifrån och upp-process är något som inleds i våra kommunalhus – och ReK:s ledamöter är självklara partner för att se till att detta verkligen sker.

Denna kommunikationsprioritering blev ännu viktigare mot bakgrund av att Europeiska rådets ordförande Donald Tusk i november 2016 sände en skrivelse till ReK där han bad ReK att utarbeta ett yttrande om "Reflektioner om Europeiska unionen: de regionala och lokala myndigheternas röst för att återuppbygga förtroendet för EU". ReK mottog denna begäran positivt och har engagerat sig i en politisk process som ska leda fram till antagandet av ett sådant yttrande 2018, efter ett brett och inkluderande samråd på gräsrotsnivå.

Genom ett intensivt samarbete med de övriga EU-institutionerna har ReK redan argumenterat för en bättre samordnad och strukturerad metod för decentraliserad kommunikation och nådde t.ex. framgång med avseende på målet om "500 medborgardialoger fram till valet till Europaparlamentet 2019", som föreslogs i dess yttrande om "Återskapa kontakten mellan medborgarna och Europa", som antogs i december 2014 och som nu har blivit en referens för evenemang anordnade av Europeiska kommissionen.

Under 2017, och särskilt inom ramen för det yttrande som begärts av Europeiska rådet, kommer ReK att inrikta sig mer på sådana lokala evenemang. ReK kommer att använda sig av sina egna sammanträden i medlemsstaterna för att nå ut och kommer att stödja ledamöterna vid organisationen av enskilda medborgardialoger och stadshusdebatter i deras valkretsar. Dessutom kommer ReK:s ledamöter och suppleanter att uppmuntras att delta i evenemang som anordnas av tredjepart på lokal nivå, i synnerhet i samarbete med EU-institutionerna, också det i syfte att öka medvetenheten inför valet till Europaparlamentet 2019. Där så är möjligt kommer ReK:s ledamöter/suppleanter att bjudas in att tillsammans med europeiska, nationella, regionala och lokala politiska ledare bidra till debatten om EU:s framtid.

De farhågor, behov och ambitioner som de medborgare som deltar i dessa lokala evenemang ger uttryck för kommer att spridas till alla EU-institutioner och nationella partner genom kommunikationsaktiviteter, genom det yttrande som utarbetas på begäran av Europeiska rådet och genom ReK:s ordinarie lagstiftningsarbete. De medverkande medborgare som vill bli informerade om uppföljningen av dialogerna kommer att få feedback i enlighet med de befintliga reglerna om uppgiftsskydd.

## **Kampanj 2: Att främja sysselsättning, tillväxt och investeringar i Europas regioner och kommuner**

Denna kampanj, som inleddes under 2016, kommer att fortsätta. Den visar att det är nödvändigt att involvera de regionala och lokala myndigheterna när det gäller offentliga och privata investeringar i syfte att främja ekonomisk, social och territoriell sammanhållning för alla regioner och städer i EU och för att främja utbyte och policylärande i detta avseende. Under 2017 kommer debatten om EU:s budget för perioden efter 2020 att utvecklas och ReK kommer att presentera regionernas och städernas synpunkter om både budgeten och de efterföljande lagstiftningsförslagen, särskilt när det gäller sammanhållningspolitiken och landsbygdsutvecklingen.

Inom ramen för kommunikationsverksamheten kommer man att använda sig av ReK:s yttranden, studier, seminarier, konferenser och publikationer. De relevanta budskapen och aktiviteterna kommer att mynna ut i den 15:e europeiska veckan för regioner och städer (9−12 oktober), där ReK:s ordförande för första gången kommer att hålla ett tal om "Situationen för Europeiska unionens territorier: regioner, städer och samhällen". En operativ färdplan för denna kampanj med viktiga kommunikationshållpunkter för den framtida sammanhållnings­politiken och ReK:s handlingsplan för investeringar kommer att fastställas i syfte att säkerställa kopplingen till ReK-utskottens arbete.

## **Kampanj 3: Att stödja den globala stabiliteten genom regionalt och lokalt samarbete**

Debatter om den lokala dimensionen av EU:s yttre förbindelser och politik kommer att hållas även under 2017. Migration och integration av flyktingar kommer att utgöra en av de centrala frågorna i denna kampanj, med utgångspunkt i det forum om integration som hölls i december 2016 och de ReK-yttranden som antagits om migrationsfrågor. Fortsatta migrationsströmmar, integrationens utmaningar och instabiliteten i EU:s östra och södra grannskap är fortfarande en utmaning på alla förvaltningsnivåer. Medborgarna förväntar sig med rätta att Europa bidrar avsevärt till frihet, solidaritet och trygghet i detta sammanhang.

Klimatförändringarna och uppföljningen av COP 22 kan bli ett annat viktigt område. När det gäller dessa och andra närliggande politikområden och initiativ kommer ReK att fortsätta sin politiska verksamhet och sina nätverksaktiviteter 2017, bl.a. genom att fördjupa sitt samarbete med regionala och lokala företrädare i Arlem och Corleap och andra internationella organ och nätverk.

Presidiets sammanträde i Malta i februari 2017 kommer att vara en viktig hållpunkt i denna kampanj. Under 2017 kommer kommunikationsverksamhet på både EU-nivå och lokal nivå att bidra till att öka medvetenheten om dessa frågor bland berörda parter och allmänheten och till att främja utbyte av god praxis. En operativ färdplan för denna kampanj med viktiga kommunikationshållpunkter för kampanjen kommer att fastställas i syfte att säkerställa kopplingen till ReK-utskottens arbete.

# **ReK:s kommunikationsverksamhet 2017: allmänna och innovativa aktiviteter**

Metoden med "kampanjer", som användes för första gången 2016 och var avsedd att inriktas på ett begränsat antal teman via mediakampanjer och evenemang, kommer att kräva ett mer målinriktat ramverk 2017. Därför kommer arbetsbeskrivningen för kampanjledare att vara mer specifik och inbegripa arbetet för avdelningsövergripande kampanjgrupper. Kommunikatörsgruppen bör vidareutvecklas för att bli ett informellt nätverk för reflektion, inventering och spridning av resultaten av kommunikationsverksamheten under hela året. Under 2017 kommer 10 % av budgetreserven att användas för att prova innovativa kommunikationsmetoder, t.ex. genom användning av olika medier, samt för en utvärdering av genomslaget utåt.

För de olika enheterna ser 2017 års prioriteringar ut enligt följande:

**Press- och mediekontakter:**

Tjänsterna omfattar press- och mediekontakter som sköts av en grupp pressansvariga och en audiovisuell grupp som producerar och distribuerar videoklipp och foton. I samarbete med andra avdelningar och ledningen hålls ReK:s planeringskalender kontinuerligt uppdaterad och omfattar all kommunikationsverksamhet för en period på flera månader. De pressansvariga bedriver ett nära samarbete med ReK-utskotten, Brysselbaserade korrespondenter och medier i ett eller flera länder. Den audiovisuella gruppen producerar audiovisuellt material för användning i traditionella och sociala medier. Den bevakar ReK:s viktigaste stadgeenliga och utåtriktade evenemang och svarar för kontakterna med europeiska, nationella, regionala och lokala tv-kanaler. Prioriteringarna under 2017 är följande:

* **Mediepartnerskap:** Med tanke på framgången med de befintliga partnerskapen (Spanien, Italien och Polen) ska den geografiska räckvidden utvidgas till två eller fler länder, och fler kampanjer eller eventbaserade kortsiktiga partnerskap ska testas.
* **Journalistbesök:** Mot bakgrund av ovan nämnda prioritering och den begränsade budgeten kommer journalistbesök att fokuseras till plenarsessioner och viktiga evenemang (särskilt de som anses ha en betydande kommunikationspotential och involverar ledamöter).
* **Audiovisuell produktion:** Med hänsyn till det begränsade genomslaget av enskilda intervjuer kommer antalet produktioner att minskas, och fokus kommer att ligga på sammanfattande rapporter från plenarsessionerna och nya informativa format, t.ex. tematiska inslag om ett begränsat antal yttranden.

**Evenemang:**

Två grupper som anordnar konferenser och en grupp som anordnar besök bidrar med förslag till koncept, kvalitetsstandarder och rådgivning vid planeringen av evenemang inom ReK:s avdelningar och inom ramen för lokala evenemang. För de sistnämnda och konferenser där utomstående står för värdskapet följs ett förfarande som omfattar alla ReK-avdelningar. Besökstjänsten handlägger framställningar om besök, tar hand om logistiska förberedelser och planering, samordnar gruppen av offentliga talare och samarbetar med besökstjänster vid de övriga EU-institutionerna. Prioriteringarna för 2017 omfattar följande:

* **Europeiska veckan för regioner och städer:** Omarbetning av formatet för inledningssessionen, utveckling av en genomslagsstrategi för det nya årliga anförandet av ReK:s ordförande om "Situationen för Europeiska unionens territorier: regioner, städer och samhällen" och en nyfokusering med avseende på temana och på det organisatoriska planet.
* **EuroPCom:** Planering av 2017 års upplaga i november i stället för den vecka som följer på den europeiska veckan för regioner och städer, strävan efter större interaktivitet och genomförande av projekten via de lokala myndigheterna i samarbete med kommissionens representationer, Europaparlamentets informationskontor och Europa direkts informationscentrum. De slutsatser och förslag som framkommit genom EuroPCom bör införlivas i ReK:s arbete.
* **Lokala evenemang/medborgardialoger:** Det tillvägagångssätt som inleddes 2016 kommer att utvidgas och samarbetet med lokala myndigheter och EU-institutioner kommer att intensifieras.

**Publikationer, social och digital kommunikation:**

De allmänna tjänsterna omfattar att skapa kontakter mellan ReK:s ledamöter och deras lokalsamhällen och EU-institutionerna i Bryssel genom användningen av ett brett spektrum av digitala och sociala medier samt tryckta och elektroniska publikationer. Dessutom utvecklas digitalt innehåll ständigt. Rådgivning och utbyte av bästa praxis om webbaserad kommunikation, sociala medier och publikationer kommer att tillhandahållas såväl ReK:s ledamöter som kollegor inom ReK och i EU-institutionerna. Prioriteringarna för 2017 omfattar följande:

* **Online-evenemang:** Testa fler alternativ för online-information om ReK-evenemang, inklusive interaktivitet med följare; dra lärdomar från online-kursen från 2016 (MOOC) och konsolidera samarbetet med övriga EU-institutioner när det gäller nätbaserat lärande.
* **Publikationer:** Digitalisering av nyhetsbrevet "Regions and Cities of Europe" och konsolidering med de elektroniska nyhetsbreven.
* **Visuell identitet:** Tillämpning av ny grafisk design för alla publikationer och utfasning av alla andra logotyper i mitten av 2017.
* **Webben:** Den nya utformningen av webbplatsen och tillämpningen av ReK:s nya logotyp på alla sidor kommer att åtföljas av en användarbaserad prioritering av sidorna. Förberedelser inför en fullständig översyn 2018, inklusive relevanta interna arbetsflöden och integrering av externa webbplatser planeras.
* **Sociala medier:** Rekommendationer till ReK:s ledamöter avseende sociala medier, inklusive utbildning; uppförandekoden för ReK:s personal kommer att lanseras. ReK:s officiella konton på olika kanaler kommer att konsolideras.

**Negativa prioriteringar**

Med hänsyn till de minskade resurserna kommer ReK inte att kunna uppmärksamma alla aktiviteter om alla frågor på alla nivåer. Det är viktigt att fördela resurserna i enlighet med de institutionella prioriteringarna och en resultatbaserad budgetering.

# **Utvärdering och bedömning av genomslaget**

Övervakningen och utvärderingen av kommunikationsverksamheten kommer att konsolideras och integreras bättre 2017. Befintliga rapporter om medier, olika evenemang och spridningen på nätet och resultaten av detta kommer att harmoniseras i syfte att avge heltäckande månadsrapporter till ReK:s ledning och politiska grupper. Dessutom kommer det med inriktning på de berörda målgrupperna att genomföras särskilda enkäter i anslutning till aktiviteter och verktyg såsom informationspaket, press-/medieaktiviteter, evenemang samt webb- och online-verktyg. Relevanta indikatorer återfinns i bilaga II.

Före andra halvåret 2017 kommer en **extern utvärdering** av ReK:s kommunikationsstrategi för 2015–2020 att genomföras genom en kombination av en webbenkät och intervjuer med målgrupper i syfte att bedöma genomslaget av kommunikationsplanerna för 2015 och 2016 liksom femårsstrategin.

I **webbenkäten** kommer regionala och lokala berörda aktörer (bland annat ledamöter) att tillfrågas

* om de har sett/hört talas om kommunikationsinsatserna avseende de tre tematiska kampanjerna (mål: 50 %, inget tillgängligt utgångsvärde),
* om de uppfattar ReK som ett organ som påverkar EU:s politiska process ur ett lokalt/regionalt perspektiv (mål: genomsnittsresultat på 3,5 på en skala till 5; utgångsvärde från 2015: 3,15),
* om de tycker att de kommunikationstjänster och kommunikationsverktyg som ReK erbjuder är användbara.

I **intervjuerna** (med ett urval av kommitténs ledamöter, partner inom EU-institutionerna och regionala/lokala berörda aktörer) kommer en bedömning att göras av hur kommunikationsinsatserna tagits emot (medvetenhet, engagemang, utvärdering), i synnerhet när det gäller de tre tematiska kampanjerna. Detta kommer att upprepas under 2019.

# **Resurser och budget**

Kommunikationsplanen för 2017 kommer att genomföras med liknande resurser som under tidigare år. ReK:s kommunikationsdirektorat har för närvarande en personalstyrka på 51 personer. Kommunikationsverksamheten samordnas med andra avdelningar och de politiska gruppernas sekretariat.

År 2017 uppgår den årliga driftsbudgeten till 1 935 629 euro och är fördelad på fyra budgetposter:

* 439 850 euro för anordnande av evenemang (i Bryssel eller på annan ort) i partnerskap med lokala och regionala myndigheter, med deras sammanslutningar och med andra EU-institutioner (budgetpost 2542).
* 682 210 euro för relationer med europeisk, nationell, regional eller lokal media eller fackpress och partnerskap med audiovisuella medier, skrivna medier eller radiomedier (budgetpost 2600).
* 774 471 euro för digital innehållsproduktion och distribution av audiovisuellt, elektroniskt eller webbaserat informationsmaterial (budgetpost 2602).
* 39 098 euro för dokumentation och bibliotek inklusive abonnemang på specialiserade medier (budgetpost 2622).

En mer detaljerad fördelning av budgeten, uppdelad per budgetrubrik och verksamhets­område, lades fram för KAFF den 14 november 2016.

\*

\* \*

**Bilaga I – Översikt över särskilda kommunikationsinsatser under 2017**

**Press och media**

* Utarbeta **material för att berätta historier, med fokus på ledamöterna**, som gör det möjligt för verkliga politiker att visa verkliga framgångshistorier för vanliga människor.
* Utarbeta och genomföra **press- och medieaktiviteter med inriktning på de tematiska kampanjerna** i samarbete med Europaparlamentet, rådet och Europeiska kommissionen.
* Vidareutveckla den befintliga strategin för **mediepartnerskap** med nationella nyhetsbyråer och undersöka möjligheterna att utveckla nya särskilda partnerskap i anslutning till anordnandet av specifika evenemang (såsom lokala evenemang).
* Ytterligare konsolidera de tjänster som tillhandahålls av den nya **audiovisuella gruppen** vad gäller synergier med övriga EU-institutioners kontor och relationer med nationella/regionala programföretag.

**Evenemang**

* Organisera **lokala evenemang** som en del av "[Reflektioner om Europeiska unionen – nutid och framtid](http://www.toad.cor.europa.eu/ViewDoc.aspx?doc=obsolete%5CSV%5CCOR-2016-03179-02-00-PSP-TRA_SV.docx&docid=3192523)".
* Anordna den **15:e europeiska veckan för regioner och städer** den 9–12 oktober 2017 i Bryssel, tillsammans med Europeiska kommissionens GD Regional- och stadspolitik och mer än 180 lokala evenemang i regioner och städer i EU. Inom ramen för detta bör den första rapporten om "Situationen för Europeiska unionens territorier: regioner, städer och samhällen" presenteras, som en uppföljning av projektet "Reflektioner om Europeiska unionen – nutid och framtid".
* Stå som medarrangör och värd för **evenemang i ReK:s lokaler** om noga utvalda tematiska prioriteringar, t.ex. i anslutning till ReK:s plenarsessioner och i samarbete med relevanta generaldirektorat vid Europeiska kommissionen och andra berörda parter.
* Organisera den **8:e europeiska konferensen om offentlig kommunikation (EuroPCom)** på temat "Att knyta samman europeiska debatter" (bekräftas senare) i november 2017, i samarbete med Europeiska kommissionen, Europaparlamentet, rådet och Europeiska ekonomiska och sociala kommittén.
* Använda sig av **lokala och regionala myndigheters och deras sammanslutningars befintliga och nya kommunikationsaktiviteter, samarbete med Europa direkts informationscentrum, Europeiska kommissionens representationer i medlemsstaterna och Europaparlamentets informationskontor** och andra nätverk.Utveckla "nyttokalkyler" och göra strategiska jämförelser för att främja sådant samarbete på tematiska och/eller geografiska nivåer och föreslå att varje ReK-ledamot deltar i minst två lokala evenemang i form av dialoger med medborgare eller berörda parter under årets lopp om detta prioriterade tematiska område.

**Onlinekommunikation, sociala medier och digitalt innehåll**

* Slutföra digitaliseringen av publikationer i enlighet med den **digitala kommunikationsstrategin**, som antogs av presidiet den 10 oktober 2016. På grundval av en analys av kostnader och räckvidd och behovet av att bredda materialet för de nationella delegationerna kommer tidskriften *Regions and Cities Magazine* (pappersversion) att införlivas i systemet för e-nyhetsbrev.
* Förbättra innehållets genomslag på grundval av ett **bevakningsverktyg för sociala medier och ett interinstitutionellt verktyg för webbstatistik** som gör det möjligt att spåra genomslaget och konstant anpassa innehållet. Förutom avsnittet om ordföranden (vänster sida) och ledamöterna (centrerat) kommer de aktiviteter som syns på huvudsidan att vara de mest visade posterna som rör nyheter, evenemang, yttranden etc. ("användarstyrt innehåll"). Länkar till de politiska gruppernas webbplatser kommer också att finnas med.
* Fastställa funktionella specifikationer och **grafisk design för ReK:s framtida webbplats**.
* Ytterligare en serie **"digitala evenemang"** kommer att utvecklas med hjälp av modellen storskalig öppen nätkurs (MOOC), som genomfördes och utvärderades 2015 och 2016.
* **Innovationer** kommer att syfta till att nå ut till målgrupper via de mest lämpliga kanalerna, oavsett om det rör sig om sociala medier, kommunikation via e-post, webben eller digitala publikationer.

\*

\* \*

**Bilaga II – Resultatindikatorer**

**Press- och mediekontakter**

* Medierapporter ska upprättas varje månad eller efter plenarsessionerna och viktiga evenemang. I dem presenteras resultat i form av omnämnanden i media och genomslag, inklusive i audiovisuella medier. Dessa rapporter ska också inbegripa kvalitativa tematiska och landsbaserade analyser.

**Evenemang**

* Liksom tidigare kommer resultaten och genomslaget av viktiga ReK-evenemang att dokumenteras genom utvärderingar och protokoll. Förutom deltagarenkäter kommer information om vilka effekter ReK:s evenemang fått att finnas med, t.ex. när det gäller lokala myndigheters uppföljande aktiviteter.

**Publikationer, information på internet och sociala medier**

* Rapporter ska upprättas varje månad eller efter plenarsessionerna och viktiga evenemang. I dem presenteras resultat i form av genomslag. Dessutom ska befintliga och nya verktyg användas för att bättre följa användningen av ReK:s publikationer och internetbaserade källor. Vid vissa tillfällen ska särskilda utvärderingar genomföras för att ge större mervärde åt ReK:s publikationer på papper och på webben.

\*

\* \*

**Bilaga III – Kommunikationsdirektoratets struktur, uppgifter och personal**

Direktoratet för kommunikation (D) förvaltar ReK:s olika kommunikationsverktyg och svarar för kontakter med media, konferenser och evenemang, digital kommunikation (t.ex. webbaserad kommunikation och sociala medier) och publikationer. Det har sammanlagt 51 anställda (22 AD, 20 AST, 2 END, 7 CA). Ledningen för direktoratet (2 AD, 3 AST, 1 CA) omfattar även en grupp som övervakar budgeten för kommunikation. De tre enheterna inom direktoratet har följande uppgifter och anställda:

* **Pressansvariga och mediekontakter (D 1):** Enheten (10 AD, 3 AST, 2 CA) stöder ReK:s ledamöter och avdelningar genom press- och mediekontakter och audiovisuella tjänster. Den består av en grupp pressansvariga och en audiovisuell grupp som producerar och distribuerar videoklipp och foton.
* **Enhet D 2 – Evenemang:** Enheten (5 AD, 7 AST, 2 END) stöder ReK:s ledamöter och avdelningar genom att anordna evenemang och består av en grupp som anordnar den årliga europeiska veckan för regioner och städer, en grupp som anordnar konferenser och en grupp som tar emot besökare.
* **Enhet D 3 – Sociala och digitala medier, publikationer:** Enheten (5 AD, 7 AST, 4 CA) stöder ReK:s ledamöter och avdelningar genom kommunikation via sociala och digitala medier, publikationer och grafisk design och består av två grupper som arbetar med sociala och digitala medier respektive publikationer.

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