|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| CoRLogo_RO |  |  |

**Lucrul în parteneriat pentru o Europă locală**

**Planul de comunicare
al Comitetului European al Regiunilor
pentru anul 2018**

# **Context general și politic**

„Sunt convins că numai prin luarea în considerare a așteptărilor cetățenilor, suspiciunii față de Europa îi va lua locul interesul față de Europa.[[1]](#footnote-1)”

Comitetul European al Regiunilor (CoR) urmărește o abordare de comunicare care se bazează pe principiul „Reapropierea Europei de cetățenii săi prin intermediul unei comunicări clare și bidirecționale, centrată pe membrii săi”. În acest sens, CoR își dezvoltă activități de comunicare în parteneriat și cooperare cu o „rețea a rețelelor”, cu implicarea membrilor săi, a asociațiilor și autorităților locale și regionale și a rețelelor acestora, pe de o parte, precum și cu instituțiile UE, în special cu Parlamentul European, Comisia Europeană și Consiliul și cu rețelele acestora, pe de altă parte. În contextul Strategiei de comunicare a CoR pentru perioada 2015-2020, acest plan de comunicare stabilește un număr limitat de priorități și obiective, precum și instrumentele, canalele și resursele necesare pentru a le pune în aplicare.

**Context politic**

Comunicarea CoR prezintă activitatea politică a acestei instituții în raport cu instituțiile UE și dă glas și vizibilitate aleșilor locali și regionali, precum și cetățenilor. Ancorată în activitatea politică a comisiilor CoR, comunicarea CoR trebuie să se concentreze pe membrii săi, recunoscând că aceștia reprezintă instrumentul de comunicare cel mai de preț al Comitetului. Membrii și potențialii membri ar trebui să găsească cu ușurință răspunsul la întrebarea: ”Care este beneficiul pentru mine?” (din punct de vedere politic). În plus, agenda UE și recentele evoluții oferă cadrul pentru activitățile de comunicare, inițiativele și evenimentele politice specifice. 2018 va fi ultimul an complet al mandatului instituțiilor UE înainte de alegerile europene din anul 2019; activitățile politice și de comunicare ale CoR se vor desfășura sub spectrul a trei provocări principale:

* **Viitorul Europei:** Dezbaterea privind viitorul UE va continua probabil la diferite niveluri. Adoptarea avizului CoR pe această temă este așteptată pentru luna octombrie 2018 și poate alimenta noi dezbateri politice, având în vedere, de exemplu, cel de-al 8-lea Summit european al regiunilor și orașelor, care este prevăzut pentru începutul anului 2019, înaintea Consiliului European de la Sibiu, la 9 mai 2019. Activitățile de comunicare relevante nu trebuie doar să acorde vizibilitate avizului din 2018; ele trebuie în același timp să fie concepute și puse în aplicare într-un orizont de timp mai larg.
* **Cadrul financiar multianual (CFM):** Agenda politică a anului 2018 va fi dominată de propunerea Comisiei Europene privind CFM pentru UE-27 pentru perioada de după 2020, care urmează să fie publicat în luna mai. Acest lucru va fi acompaniat de publicarea unui set de propuneri legislative pentru finanțarea din partea UE dincolo de anul 2020, acoperind, în principiu, toate domeniile de politică ale UE. Unele dintre ele, cum ar fi politica de coeziune, dezvoltarea rurală și cercetarea, sunt de cea mai mare importanță pentru investițiile publice efectuate de autoritățile locale și regionale. Se preconizează că Acordul privind CFM și propunerile legislative din partea Parlamentului European și al Consiliului nu vor fi publicate înainte de începutul anului 2019, ale putând fi chiar amânate pentru 2020. Sunt necesare activități politice de anvergură și o comunicare coerentă pe parcursul unei perioade care trece și dincolo de anul 2019.
* **Alegeri europene în 2019:** 2018 va fi anul în care vor fi pregătite campaniile pentru alegerile europene din iunie 2019. Elaborarea campaniei interinstituționale de sensibilizare „la firul ierbii”, ce urmează a fi desfășurată în 2018, a început deja. Ea oferă o gamă largă de oportunități politice și de comunicare în 2018 și la începutul anului 2019, în care CoR se poate poziționa ca un partener al Parlamentului European în același mod ca alte instituții ale UE, astfel încât membrii CoR să poată contribui la încurajarea participării la vot.

Planul de comunicare pentru 2018 are în vedere obiectivul președintelui de îmbunătățire rolului și impactului CoR, bazat pe o mai mare vizibilitate și o mai bună cooperare și comunicare, în special cu autoritățile locale și regionale și asociațiile lor europene.

**Evaluarea la jumătatea perioadei a strategiei de comunicare a CoR pentru perioada 2015-2020**

Strategia de comunicare a CoR 2015-2020 a fost evaluată în 2017. Raportul, elaborat de un evaluator extern, a confirmat că abordarea este una corectă și a propus o serie de îmbunătățiri, în special:

* utilizarea într-o manieră mai bună a comunicării ca un catalizator pentru schimbări organizaționale, de exemplu prin concentrarea resurselor limitate asupra priorităților-cheie, comunicarea mai bună a strategiei de campanie și stabilirea unor obiective măsurabile;
* revizuirea „guvernanței a comunicării” în interiorul CoR, de exemplu prin intermediul elaborării mai eficace a unor mesaje-cheie simplificarea procedurilor decizionale;
* testarea unor noi instrumente și abordări, cum ar fi, de exemplu, „campanii-cadru”, în sensul unei integrări mai eficiente a mesajelor și utilizarea mai intensă a comunicării de tip cross-media;
* consolidarea legăturii dintre comunicarea internă și cea externă.

Acest plan a fost elaborat pe baza raportului preliminar privind planul de comunicare pentru 2017, a cărui versiune finală va fi prezentată Biroului CoR la 20 martie 2018. Implicațiile bugetare ale acestui plan au fost prezentate Comisiei pentru afaceri financiare și administrative la 13 noiembrie 2017 și rămân sub rezerva adoptării finale de către autoritatea bugetară.

# **Campaniile de comunicare 2018**

CoR își pune în aplicare activitățile de comunicare prin intermediul a trei campanii, care prezintă un set integrat de instrumente și de canale pentru a spori vizibilitatea și impactul activității legislative a Comitetului. În acest scop, responsabilii de campanie dezvoltă planuri de acțiune detaliate și conduc echipe interservicii, care le vor pune în practică și monitoriza rezultatele. Subiectele campaniilor și desfășurarea acestora au fost elaborate pe baza unor criterii clare. Aceste subiecte:

* au potențialul de a-i implica activ pe membrii CoR;
* pot pune în evidență impactul și valoarea adăugată a CoR cu privire la politicile UE;
* se înscriu în activitatea politică a CoR în domeniile prioritare ale comisiilor sale;
* reunesc o gamă mai largă de instituții UE și de părți interesate de la nivel local și regional.

Instrumentele și activități de comunicare pentru fiecare campanie vor fi definite în „planuri de acțiune”, care pot include:

* pachete de informații pentru membrii CoR și părțile interesate, bazată pe o abordare care recurge la naraţiune, scoţând în evidenţă cele mai bune practici locale. Aceste pachete vor cuprinde discursuri narative și direcții de urmat, descrieri de proiect, informări/fișe de informare, prezentări, infografice și videoclipuri;
* activități de presă și mass-media, inclusiv parteneriatele cu mass-media, seminarii de jurnalistică etc.;
* prezență pe internet, activităţi audiovizuale și pe platforme sociale, la care se adaugă, după caz, activități de formare;
* evenimente, conferințe și seminarii.

Planurile de acțiune și instrumentele conexe vor fi elaborate și actualizate pentru a se ține cont de agenda politică actuală și prioritățile tematice ale CoR și ale comisiilor sale. Membrii care au fost și/sau sunt raportori pe teme legate de aceste campanii ar trebui să fie implicaţi în mod activ, inclusiv în ceea ce privește întocmirea de rapoarte adresate comisiilor cu privire la campaniile desfăşurate.

## **Campania 1: Regiunile, orașele și autoritățile locale lucrează pentru viitorul Europei**

*„Europa nu poate fi construită fără cetățenii săi: trebuie să acționăm împreună cu ei, pentru a construi viitorul*

*Europei, deoarece Europa este viitorul lor.”*[[2]](#footnote-2)

**Context și justificare**

În prezent, dezbaterea cu privire la viitorul UE27 defineşte un orizon de timp până în 2025. Această dezbatere a fost modelată plecând de la Cartea albă a Comisiei Europene privind viitorul Uniunii Europene[[3]](#footnote-3) din primăvara anului 2017, fiind prevăzută să continue și în 2018. Ca parte a foii de parcurs până la alegerile europene din 2019, discursul privind Starea Uniunii din 13 septembrie 2017[[4]](#footnote-4), ţinut de președintele Comisiei Europene, Jean-Claude Juncker, sugerează „organizarea de dezbateri privind viitorul Europei în parlamente, orașe și regiuni”. În discursul său din 10 octombrie 2017 privind Starea Uniunii, președintele CoR, Karl-Heinz Lambertz, a propus organizarea unor „dezbateri în adunările noastre locale şi regionale” și cooperarea (cu instituțiile UE) pentru a se asigura că Uniunea se află în contact direct cu cetățenii săi.”La 18 octombrie 2017[[5]](#footnote-5), președintele Consiliului European, Donald Tusk, a stabilit calendarul general pentru dezbaterea privind viitorul Europei între șefii de stat și de guvern în 2018 și în anii următori.

**Abordarea strategică și obiectivele**

Această campanie este continuarea campaniei anterioare „Reflecții asupra Europei”; ea urmăreşte prezentarea intereselor nivelului local și regional în dezbaterea privind viitorul Europei, prin scoaterea în evidență a lucrărilor legislative ale CoR în acest sens, în special a avizului CoR pe această temă, care urmează a fi adoptat în 2018. „Dialogurile cu cetățenii”, organizate de membrii CoR, care contribuie la campania de sensibilizare pentru alegerile europene din 2019, vor fi principalul mijloc de comunicare. Domeniul de aplicare şi impactul activităților în acest sens va fi consolidat prin mijloace digitale şi alte metode, cum ar fi aplicațiile mobile, sondajele online, studii, conferințe sau fișe informative; membrii și membrii supleanți ai CoR vor fi încurajați să participe la evenimente organizate de terți la nivel local, prevăzute a avea loc, de exemplu, în parlamentele și adunările regionale sau în instituțiile UE și asociațiile europene, și să își unească forțele cu liderii politici europeni, naționali, regionali și locali. O atenție deosebită va fi acordată tinerilor; vor fi elaborate formate de comunicare adecvate acestora, împreună cu, de exemplu, Parlamentul European. Din punct de vedere cantitativ, obiectivele acestei campanii sunt:

* organizarea a o sută de „dialoguri cetățenești”, cu participarea a 150 membri ai CoR, pentru a transmite mesajul către 10 000 de cetățeni din 27 state membre;
* generarea a 40 000 de răspunsuri la sondajul online din toate cele 27 state membre vizate;
* o contribuție la cele 50 de dezbateri care vor fi organizate de adunările regionale/locale sau asociații europene;
* un angajament asumat de cooperare interinstituțională activă în cadrul dialogurilor cu cetățenii, precum și cu deputații din Parlamentul European, invitați la evenimentele locale ale CoR, și membrii CoR participând la evenimente altor instituții ale UE;
* organizarea unui sondaj reprezentativ în rândul opiniei publice din regiuni, de preferință realizat de Eurobarometru;
* informarea directă a unui număr de 500 lideri locali cu privire la discursul președintelui CoR privind Starea Uniunii (octombrie 2018) și încurajarea activă în sensul implicării și angajamentului acestora;
* intrarea în legătură cu 700 de experți în comunicare din instituțiile UE, regiuni și orașe;
* informarea celor 2 000 de candidați pentru alegerile europene din 2019 în privința rolului și impactului CoR în procesul de elaborare a politicilor UE (noiembrie 2018 – aprilie 2019);
* implicarea a până la 1 000 de lideri politici de la nivel local, regional, național și ai UE în cadrul Summitului european al regiunilor și orașelor (primăvara anului 2019).

Etape

* prima jumătate a anului 2018: serie de dezbateri cu reprezentanți ai asociațiilor europene și naționale ale autorităților locale și regionale;
* jumătatea anului 2018: Raport privind dialogurile CoR cu cetățenii;
* participarea activă a CoR la campania de sensibilizare pentru alegerile europene din 2019;
* Adoptarea în sesiunea plenară a avizului CoR „Viitorul Europei”;
* 9 octombrie – discursul „Starea Uniunii: perspectiva regiunilor și a orașelor”;
* alte dezbateri, inclusiv în timpul sesiunilor plenare ale CoR, cu privire la aspecte-cheie privind „Agenda liderilor” a Consiliului European;
* noiembrie 2018: a 9-a Conferință europeană privind comunicarea publică (EuroPCom); prezentarea trusei de informare a CoR pentru alegerile europene din 2019;
* primul trimestru al anului 2019: al 8-lea Summit european al regiunilor și orașelor.

## **Campania 2: Investiții în creșterea economică durabilă și locuri de muncă în toate regiunile și orașele**

*„Ambiție Europei trebuie să fie susținută prin resurse semnificative pentru a fi credibile.”*[[6]](#footnote-6)

**Context și justificare**

Propunerea privind cadrul financiar multianual al UE (CFM) pentru perioada de după 2020 (mai 2018) va fi urmată de o serie de propuneri legislative, care vor reglementa fondurile și programele respective ale UE. În special, fondurile structurale și de investiții europene reprezintă o sursă importantă de investiții publice la nivel local și implică regiunile și orașele în efortul de punere în aplicare a acestora; ele acoperă peste 50% din totalul investițiilor publice în UE. În plus, dezbaterea privind viitorul Fondului european pentru investiții strategice și a instrumentelor financiare relevante pentru autoritățile locale și regionale va fi inițiat în 2018 și continuat în anii următori. Nu în ultimul rând va fi valorificată activitatea desfășurată de CoR cu privire la investițiile publice și cooperarea sa cu Banca Europeană de Investiții în cadrul Agendei urbane a UE.

**Abordarea strategică și obiectivele**

Obiectivul acestei campanii este de a asigura participarea activă a autorităților locale și regionale în negocierile privind viitoarea finanțare a UE și a cadrului său juridic. Adoptarea în timp util a acestuia din urmă este în pericol din cauza incertitudinilor generate de ieșirea Regatului Unit din UE în martie 2019. O reducere a bugetului UE și adoptarea întârziată a CFM și a finanțării UE pentru perioada după 2020 ar avea consecințe grave pentru investițiile publice la nivel regional și local. Pe lângă comunicarea în mod activ pe marginea activității politice a CoR în această privință, cele mai importante activități de comunicare vor cuprinde crearea de coaliții cu o gamă largă de părți interesate, cu scopul de a asigura adoptarea la timp a unei finanțări solide, eficiente și simplificate pentru UE post-2020, care să sprijine coeziunea economică, socială și teritorială și dezvoltarea echilibrată și durabilă pentru toate regiunile, orașele și zonele rurale. Această campanie va încerca, de asemenea, să facă astfel, încât vocea autorităților locale și regionale să se facă auzită în cadrul dezbaterilor privind politica socială (pilonul european al drepturilor sociale, Fondul social european, etc.).

„Alianța pentru coeziune”, care vor fi continuată în 2018, servește ca punct de plecare pentru aceste activități. În termeni cantitativi, obiectivele acestei campanii sunt:

* implicarea activă, în cooperare cu instituțiile UE, a asociațiilor europene și a reprezentanțelor regionale, a 20 000 de actori locali la evenimente dedicate viitorului finanțelor și programelor UE;
* organizarea unei serii de conferințe la nivel înalt pentru lideri locali pe temele prioritare legate de viitorul finanțelor UE, văzute din perspectivă locală;
* implicarea, alături de candidații pentru alegerile europene din 2019, prezentând punctul de vedere al CoR cu privire la viitorul finanțării UE (noiembrie 2018 – aprilie 2019).

**Etape**

* 15 ianuarie - 23 februarie: al 3-lea curs online (MOOC) pe tema „Regiunile și orașele și finanțarea UE”;
* (data urmează a fi confirmată): conferințe ale CoR cu privire la CFM pentru perioada de după 2020 și propunerile legislative privind politica de coeziune, dezvoltarea rurală, programul-cadru pentru cercetare și inovare etc.; conferință organizată în colaborare cu BEI, OCDE și Comisia Europeană;
* dezbateri, inclusiv la sesiunile plenare ale CoR, cu privire la aspecte-cheie privind „Agenda liderilor”, inclusiv cu Președințiile prin rotație ale Consiliului, pe subiecte legate de CFM;
* 8-11 octombrie 2016: a 16-a Săptămână europeană a regiunilor și orașelor

## **Campania 3: Regiunile, oraşele și autoritățile locale ale UE ca agenți ai schimbării**

*„Uniunea este singura cale care permite Europei să răspundă provocărilor secolului 21, care afectează în mod direct viața cetățenilor din orașele și regiunile noastre. Abordarea noastră este simplă: construirea Europei de jos în sus, cu implicarea cetățenilor europeni.”*[[7]](#footnote-7)

**Context și justificare**

Regiunile și orașele Europei sunt locurile unde are loc schimbarea și inovarea. Cetățenii se așteaptă ca liderii locali și regionali să ofere soluții pentru provocările și oportunitățile actuale generate de globalizare, schimbările climatice, tranziția energetică, economia circulară, șomajul în rândul tinerilor, schimbările demografice, integrarea migranților, etc. Integrarea europeană depinde, de asemenea, de cunoștințele de la fața locului; este util să se recurgă la schimbul de cunoștințe cu privire la soluții locale. Instituțiile UE ar trebui să ia în considerare într-un mod mai sistematic concluziile politice de la nivel local, facilitând învățarea reciprocă între regiuni și orașe. Această campanie va pune accentul pe îmbunătățirea elaborării politicilor UE bazate pe dovezi în domenii precum:

* combaterea schimbărilor climatice: atenuarea schimbărilor climatice (de exemplu eficiența energetică), adaptarea la schimbările climatice (inclusiv reducerea riscului de dezastre și reziliența), alianțe urbane și diplomația referitoare la aspectele legate de climă (cum ar fi COP24 și Convenția globală a primarilor);
* dezvoltare durabilă: transpunerea agendei politice interne a UE, agenda de dezvoltare durabilă (Acțiunea europeană pentru durabilitate) și a obiectivelor de dezvoltare durabilă ale ONU (în special obiectivul 11: „Crearea unor orașe favorabile incluziunii, sigure, rezistente și sustenabile”), pericole pentru mediu (de exemplu, poluarea aerului, deșeuri), sustenabilitatea mediului (de exemplu guvernanța oceanelor), cu utilizarea eficientă a resurselor (inclusiv a economiei circulare), alianțe urbane și diplomația referitoare la dezvoltarea durabilă, cum ar fi „Primarii pentru creștere economică”;
* societăți favorabile incluziunii: migrație legală și ilegală, integrarea și coeziunea socială, inclusiv integrarea imigranților, combaterea radicalizării, ajutorul pentru tineri și grupurile marginalizate, politicile externe și diplomația orașelor care vizează abordarea cauzelor profunde ale migrației, cum ar fi Inițiativa de la Nicosia și „Regiunile și orașele în favoarea dezvoltării”.

**Abordarea strategică și obiectivele**

Această campanie arată cum reușesc regiunile, orașele și autoritățile locale să ia măsuri pentru a oferi soluții practice și a aborda problemele de la nivelul UE care îi preocupă pe cetățeni. Ea ar trebui să demonstreze valoarea guvernanței pe mai multe niveluri în elaborarea politicilor UE, prin evidențierea politicilor locale, a soluțiilor, bunelor practici și a inovării. În acest context, patrimoniul de cunoștințe colectat de către membrii CoR și asociațiile europene și rețelele autorităților locale și regionale vor fi valorificate prin activități de comunicare. În plus, CoR își va intensifica cooperarea cu reprezentanțele regionale la Bruxelles și va facilita schimburile între diferitele programe ale UE, care oferă posibilități de cooperare între orașe și regiuni, inclusiv cu țările vecine și organizații și asociații internaționale.

Servind drept vitrină pentru bune practici, această campanie va încuraja „povestirile”, consolidând astfel abordarea care îi pune pe membri în prim-plan. Prin exemple de inovare și o abordare ascendentă, CoR și membrii săi pot dovedi validitatea unor concepte precum guvernanța pe mai multe niveluri, diplomația orașelor și cooperarea descentralizată pentru dezvoltare. Această abordare implică faptul că activitățile externe a CoR se vor încadra în această campanie, în măsura în care ele se axează pe promovarea luptei împotriva schimbărilor climatice, încurajarea dezvoltării durabile și abordarea provocărilor legate de migrație. În termeni cantitativi, obiectivele acestei campanii sunt:

* implicarea activă, în cooperare cu instituțiile UE, a asociațiilor europene și a reprezentanțelor regionale, a 20 000 de actori locali la evenimente dedicate „orașelor și regiunilor UE mai incluzive, mai sigure, mai reziliente și mai sustenabile”;
* organizarea unei serii de conferințe la nivel înalt pentru 200 lideri locali pe temele prioritare legate de „orașe și regiuni UE mai incluzive, mai sigure, mai reziliente și mai sustenabile”;
* informarea a 2 000 de candidați pentru alegerile europene din 2019 cu privire la punctul de vedere al CoR privind „orașele și regiuni UE mai incluzive, mai sigure, mai reziliente și mai sustenabile” (noiembrie 2018 — aprilie 2019).

**Etape**

* (datele urmează să fie confirmate): conferințe și instrumente de comunicare elaborate în colaborare cu regiunile, orașele și asociațiile acestora cu privire la elaborarea de politici și bune practici locale, inclusiv cu țările vecine și cu organizațiile internaționale;
* dezbateri, inclusiv la sesiunile plenare ale CoR, cu privire la aspecte-cheie privind „Agenda liderilor”, inclusiv cu Președințiile prin rotație ale Consiliului;
* 21-25 mai: Săptămâna verde;
* 13 octombrie: UNISDR - Ziua internațională pentru reducerea riscurilor de dezastre;
* 3-14 decembrie: Conferința COP23 a ONU privind schimbările climatice, Katowice, Polonia.

## **Alte moduri de comunicare instituțională**

Dincolo de cele trei campanii, trebuie garantată o acoperire adecvată a lucrărilor legislative și a activităților instituționale prin garantarea disponibilității surselor de informare cu cel mai mare impact preconizat. Printre acestea se numără, de exemplu, implicarea CoR în Anul european al patrimoniului cultural și cooperarea cu instituțiile UE și regiunile și orașele în această privință. Având în vedere resursele limitate, mixul mediatic pentru activitățile necuprinse în aceste campanii va fi definit de serviciile de presă ale CoR: media audiovizuală, evenimente, site-uri web, platforme de comunicare socială și publicații, ținând seama de relevanța politică și instituțională și de potențialul public-țintă al CoR.

Ar putea fi utilă reactualizarea „pachetului standard” de produse și servicii de comunicare pentru activitatea legislativă, care este activitatea principală a CoR. Pentru o ședință normală a unei comisii, aceasta ar include un eveniment sau comunicatul de presă, o mențiune pe pagina de internet și, pentru fiecare aviz, un pliant în format standard, cu opțiunea raportorului de a invita reprezentanți mass-media. Pentru un studiu sau găzduirea unui eveniment se recomandă o mențiune pe pagina de internet. Pentru exemple și experiențe de succes poate fi folosit platforma online „Europa în regiunea mea”.

# **Monitorizare și evaluare**

Activitățile de informare și de comunicare ale CoR sunt monitorizate printr-un sistem de rapoarte lunare și anuale privind planurile de comunicare, acompaniate de evaluarea constantă, la jumătatea perioadei și finală a Strategiei de comunicare 2015-2020, care se concentrează pe impactul și eficiența din punctul de vedere al costurilor ale instrumentelor și canalelor de comunicare. Sistemul de monitorizare examinează următoarele aspecte:

* Relația cu presa și mass-media: Rapoartele presei scrise și audiovizuale vor fi elaborate lunar sau după sesiunile plenare și evenimentele importante, și vor prezenta realizările în materie de citare și difuzare în mass-media, inclusiv în mass-media audiovizuală. Aceste rapoarte vor include, de asemenea, analize calitative pe teme și pe țări.
* Evenimente: rezultatele și impactul principalelor evenimente ale CoR vor fi demonstrate prin evaluări și procese-verbale. Dincolo de sondajele privind gradul de satisfacție a participanților, acestea vor include informații privind impactul evenimentelor organizate de CoR, de exemplu, în ceea ce privește activitățile de monitorizare desfășurate de administrațiile locale.
* Publicații, publicații online și platformele de comunicare socială: rapoartele sunt elaborate lunar sau după sesiunile plenare și evenimentele importante; ele vor prezenta realizările în materie de informare pe internet și pe platformele de socializare. Mai mult, instrumentele vor fi utilizate pentru realizarea unei mai bune monitorizări a utilizării publicațiilor CoR și a surselor online. Cu ocazii specifice, se vor realiza evaluări specifice pentru a îmbunătăți utilitatea publicațiilor CoR tipărite și electronice.

În urma evaluării intermediare din 2017 s-a prevăzut elaborarea mai multor rapoarte lunare detaliate, bazate pe indicatori care să furnizeze evaluări calitative ale diferitelor instrumente și canale.

Pentru a asigura că activitățile de comunicare sunt atractive pentru membri și adaptate nevoilor lor, un grup restrâns de membri ar trebui să ofere consiliere pe bază ad-hoc (de exemplu în ceea ce privește evenimentul EuroPCom). Rapoartele lunare vor fi prezentate în continuare raportorului responsabil cu comunicarea din cadrul Comisiei CoR pentru afaceri financiare și administrative, precum și al Grupului intern de comunicatori, instituit în octombrie 2015.

# **Resurse și buget**

Direcția Comunicare gestionează diversele instrumente de comunicare ale CoR, cum ar fi relațiile cu mass-media, conferințele și evenimentele, comunicarea electronică (inclusiv cea prin internet și pe platformele sociale), precum și publicațiile. Cele trei unități au în total 51 de angajați (22 administratori, 20 asistenți, 2 experți naționali detașați și 7 agenți contractuali). Nivelul de conducere al direcției (2 administratori, 3 asistenți) include și o echipă de supraveghere a bugetului pentru comunicare. O mare parte din resursele umane ale direcției se va concentra pe cele trei campanii de comunicare. Raportarea lunară privind comunicarea va fi extinsă pentru a include raportarea cu privire la utilizarea resurselor umane.

În ceea ce privește bugetul operațional, planul de comunicare pe 2018 va fi pus în aplicare cu resurse similare celor disponibile în anii precedenți, în valoare de 1 898 531 EUR. Cu condiția ca bugetul pe 2018 să fie astfel adoptat de către autoritatea bugetară, el va fi repartizat pe trei linii bugetare:

* 439 850 EUR pentru organizarea de evenimente (la Bruxelles sau la nivel descentralizat) în parteneriat cu autoritățile locale și regionale, cu asociațiile acestora și cu instituțiile europene (linia bugetară 2542);
* 682 210 EUR pentru relațiile cu presa scrisă și audiovizuală (europeană, națională, regională, locală sau specializată) și încheierea unor parteneriate cu mijloacele de comunicare în masă audiovizuale, scrise sau radio (linia bugetară 2600);
* EUR 774 471 pentru producția de conţinut digital și distribuția de informații în format audiovizual, electronic sau pe web (linia bugetară 2602);

O parte substanțială a bugetului operațional va fi concentrat pe cele trei priorități de comunicare, iar restul pe alte aspecte instituționale. La fel ca în 2017, o rezervă bugetară de 10% pentru fiecare linie bugetară va fi utilizată pentru a testa abordări inovatoare în comunicare.

**Anexă:**

**Evaluarea la jumătatea perioadei a strategiei de comunicare a CoR pentru perioada 2015-2020**

Evaluarea intermediară a fost realizată între iunie și august 2017 cu scopul de a verifica dacă logica de intervenție a strategiei funcționează și pentru eventuala sa ajustare în a doua parte a mandatului. Pe baza unui contract-cadru interinstituțional privind „Evaluarea de impact, evaluare și de servicii legate de evaluare în domeniul activităților de comunicare” (PO/2016-06/01), evaluatorul extern PPMI-Arctik, un consorțiu lituanian-belgian, a fost contractat în mai 2017 pentru a găsi răspunsuri la următoarele întrebări:

1. Eficacitate: Ce impact are punerea în aplicare a strategiei asupra comunicării CoR?
2. Eficiență: Cum funcționează instrumentele și canalele de comunicare diferite ale CoR din punct de vedere al relației costuri/eficiență?
3. Adaptare/revizuire: Ce recomandări pot fi făcute cu privire la o posibilă adaptare sau revizuire a strategiei pentru perioada 2017-2020?

Metoda aleasă a cuprins evaluarea unui sondaj online (369 de răspunsuri, din care 29% au provenit de la autoritățile regionale/locale, 15% de la asociațiile/rețelele europene, 10% din instituțiile UE, iar 8% din partea unor reprezentanți ai mass-media) și a realizat interviuri cu un grup de reflecție format din membri CoR (3), personalul Direcției Comunicare (6), personal/personal de conducere din alte direcții (5) și cabinete (3) și grupurilor politice (5), precum și cu experți în comunicare din instituțiile UE și părțile interesate de la nivel regional (14).

Raportul final a fost prezentat Consiliului de administrație al CoR, grupurilor politice și grupului de comunicatori, la 11 septembrie; în luna octombrie au fost puse la dispoziția publicului interesat [un sumar al raportului și cele 10 recomandări în toate limbile oficiale ale UE](file:///C%3A/Users/apart/AppData/shr-presse-cdr/Dir%20D/2018%20Communication%20Plan/Draft%20of%20Plan/CoR%20Communication%20Plan%202018%20draft%2016%20Oct%202017.doc), care pot fi găsite pe site-ul internet al CoR. Aceste constatări și recomandări pot fi rezumate după cum urmează:

* Privit de către părți interesate din exterior, se pare că punerea în aplicare a strategiei a avut și efecte pozitive semnificative – grupurile-țintă confirmă existența unei abordări mai coerente și incluzive privind diferitele produse și instrumente de comunicare. În plus, publicul CoR pare să fie de acord că organizația are capacitatea de a oferi mult mai mult decât avize, iar abordarea ascendentă de comunicare la nivelul UE ar putea fi îmbunătățită în continuare. Acest lucru este valabil în special pentru reputația CoR, cu percepția că CoR și-ar fi îmbunătățit ușor rolul său de factor de influență în procesul decizional al UE.
* Pe de altă parte, evaluatorii au constatat o percepție destul de diversă în urma interviurilor interne în ceea ce privește modul în care poate fi încadrată comunicarea CoR. Se pare că, în interiorul CoR, opinia conform căreia comunicarea ar trebui să facă parte integrantă din activitatea politică, nu este unanim împărtășită, existând două școli de gândire, care ar putea fi numite „back˗to˗basics” și „Acțiuni la nivel local”,propunând fie „vânzarea de avize”, fie „atenție la dorințele cetățenilor/autorităților regionale”. Referitor la planificare și monitorizare, evaluatorii recunosc progresele înregistrate și propun o serie de îmbunătățiri, inclusiv o mai bună implicare a tuturor serviciilor și grupurilor politice în ceea ce privește pregătirea planurilor anuale de comunicare, o alocare și punere în comun mai transparentă a resurselor prealabil disponibile și un sistem de monitorizare care să se concentreze mai mult pe rezultate și nu pe difuzare.
* Cu privire la instrumentele și canalele și percepția și așteptările grupurilor-țintă, evaluatorii consideră că site-ul web primește, de departe, cel mai mare punctaj. O serie de comparații indică eficiența din punctul de vedere al costurilor a diferitelor instrumente, inclusiv în ceea ce privește impactul lor. Cu toate acestea, în ceea ce privește calculele efectuate în această privință, ar trebui reamintit faptul că procesul de colectare a datelor de presă, internet și platformele de socializare au început abia la mijlocul anului 2016 și vor necesita totuși o reflecție suplimentară. În plus, dezbaterea privind rentabilitatea și rezultatele/indicatorii de impact la nivelul instrumentelor de comunicare publică și politică poate fi considerată în cel mai bun caz ca fiind „în curs de elaborare”: nu există încă „indicatori de impact” globali care să permită comparații serioase. Prin urmare, evaluatorii sugerează că astfel de indicatori ar trebui să fie definiți chiar de către organizație, ținând seama de prioritățile politice și de celelalte priorități.

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

1. Privind spre Europa din perspectiva locală: Discursul lui Karl-Heinz Lambertz, președintele Comitetului European al Regiunilor, Starea Uniunii: perspectiva regiunilor și a orașelor, 10 octombrie 2017; online: <http://cor.europa.eu/en/about/president/Documents/The%20State%20of%20the%20European%20Union%20-%20the%20view%20of%20Regions%20and%20Cities/Seeing%20Europe%20from%20the%20local%20perspective-EN.pdf> [↑](#footnote-ref-1)
2. Privind Europa din perspectivă locală: discursul dlui Karl-Heinz Lambertz la 10 octombrie 2017, op. cit. [↑](#footnote-ref-2)
3. Comisia Europeană (2017): Cartea albă privind viitorul Europei. Reflecții și scenarii pentru UE-27 până în 2025; COM(2107)2025, 1 martie 2017; online: <https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/white_paper_on_the_future_of_europe_en.pdf> [↑](#footnote-ref-3)
4. Avem vântul în pânze: discursul lui Jean-Claude Juncker privind Starea Uniunii, 13 septembrie 2017; online: <http://europa.eu/rapid/press-release_SPEECH-17-3165_ro.htm> [↑](#footnote-ref-4)
5. Privind Europa din perspectivă locală: discursul dlui Karl-Heinz Lambertz la 10 octombrie 2017, op. cit. [↑](#footnote-ref-5)
6. Privind Europa din perspectivă locală: discursul dlui Karl-Heinz Lambertz la 10 octombrie 2017, op. cit. [↑](#footnote-ref-6)
7. Privind Europa din perspectivă locală: discursul dlui Karl-Heinz Lambertz la 10 octombrie 2017, op. cit. [↑](#footnote-ref-7)