|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| CoRLogo_IT |  |  |

**Lavorare in partenariato per l'Europa
a livello locale**

**Piano di comunicazione
del Comitato europeo delle regioni
per il 2018**

# **Contesto generale e politico**

"Sono fermamente convinto che è solo rispondendo alle attese dei cittadini che si potrà vincere la loro diffidenza nei confronti dell'UE e far rinascere in loro un desiderio di Europa"[[1]](#footnote-1).

Il Comitato europeo delle regioni (CdR) persegue un approccio in materia di comunicazione che si fonda sul principio di "riavvicinare l'Europa ai suoi cittadini, mediante una comunicazione mirata e bidirezionale che faccia perno sui membri del CdR". In tale contesto, il CdR sviluppa le sue attività di comunicazione in partenariato e in cooperazione con una "rete di reti" che coinvolge, da un lato, i suoi membri, le associazioni e gli enti locali e regionali, con le loro reti, e, dall'altro, le istituzioni dell'Unione, in particolare il Parlamento europeo, la Commissione europea e il Consiglio, con le rispettive reti. Nel quadro della strategia di comunicazione del CdR per il periodo 2015-2020, questo piano di comunicazione stabilisce un numero limitato di priorità e di obiettivi, e definisce gli strumenti, i canali e le risorse necessari alla loro attuazione.

**Contesto politico**

La comunicazione del CdR illustra il lavoro politico del Comitato nei confronti delle istituzioni dell'UE e dà voce e visibilità ai rappresentanti eletti locali e regionali, come anche ai cittadini. Fondata sulle attività politiche delle commissioni del CdR, la comunicazione del Comitato deve fare perno sui membri del CdR, dato che questi ultimi sono la risorsa di comunicazione più preziosa di cui esso dispone. I membri attuali e futuri dovrebbero trovare facilmente la risposta alla domanda "Che significato ha per me?" (da un punto di vista politico). L'agenda dell'UE e i recenti sviluppi, inoltre, definiscono il contesto per le attività di comunicazione mirate, le iniziative politiche e gli eventi. Il 2018 sarà l'ultimo anno completo del mandato delle istituzioni dell'UE prima delle elezioni europee del 2019, e le attività politiche e di comunicazione del CdR si troveranno ad affrontare tre sfide principali:

* **Il futuro dell'Europa:** il dibattito riguardo al futuro dell'UE proseguirà, con ogni probabilità, a diversi livelli. L'adozione del relativo parere del CdR è prevista per ottobre 2018 e potrebbe alimentare un ulteriore dibattito politico, anche in considerazione dell'ottavo vertice europeo delle regioni e delle città, previsto per l'inizio del 2019 e che precederà il Consiglio europeo di Sibiu del 9 maggio 2019. Le attività di comunicazione pertinenti dovranno non solo dare visibilità al parere del 2018, ma anche essere elaborate e attuate in un orizzonte temporale più vasto.
* **Il quadro finanziario pluriennale (QFP):** l'agenda politica del 2018 sarà dominata dalla proposta della Commissione europea di un QFP per l'UE-27 post 2020, la cui presentazione è prevista per maggio. A ciò farà seguito la pubblicazione di una serie di proposte legislative per il finanziamento dell'UE oltre il 2020, che riguarderanno sostanzialmente tutti i settori politici dell'UE. Alcuni di essi, come la politica di coesione, lo sviluppo rurale e la ricerca, sono della massima importanza per gli investimenti pubblici da parte degli enti regionali e locali. Allo stato attuale, l'accordo sul QFP e le proposte legislative del Parlamento europeo e del Consiglio non sono attesi prima dell'inizio del 2019 e potrebbero anche essere posticipati al 2020. Da qui a oltre il 2019 sarà necessario realizzare un lavoro politico significativo e garantire una comunicazione coerente.
* **Le elezioni europee del 2019:** il 2018 è l'anno in cui saranno preparate le campagne per le elezioni europee di giugno 2019. La definizione della cosiddetta "strategia di gioco", ossia il lancio di una campagna di sensibilizzazione interistituzionale nel 2018, è già iniziata, con una vasta gamma di opportunità politiche e di comunicazione per il 2018 e l'inizio del 2019, in cui il CdR potrebbe assumere il ruolo di partner del Parlamento europeo al pari delle altre istituzioni dell'UE, in modo tale che i membri del CdR possano contribuire a incoraggiare la partecipazione degli elettori.

Il piano di comunicazione per il 2018 tiene conto dell'ambizione del Presidente di migliorare il ruolo e l'impatto del CdR, sulla base di una maggiore visibilità e di una cooperazione e comunicazione rafforzate, in particolare con gli enti regionali e locali e con le loro associazioni europee.

**Valutazione intermedia della strategia di comunicazione del CdR per il periodo 2015-2020**

La strategia di comunicazione del CdR per il periodo 2015-2020 è stata sottoposta a valutazione nel 2017. La relazione, elaborata da un valutatore esterno, ne ha confermato l'approccio e ha suggerito una serie di miglioramenti, tra cui:

* un migliore utilizzo della comunicazione quale catalizzatore del cambiamento organizzativo, ad esempio orientando maggiormente le limitate risorse disponibili sulle priorità principali, comunicando meglio l'approccio adottato per le campagne e stabilendo obiettivi misurabili;
* la revisione della "governance della comunicazione" all'interno del CdR, ad esempio mediante una più efficace definizione dei messaggi chiave e la semplificazione delle procedure decisionali;
* la sperimentazione di nuovi strumenti e approcci, come ad esempio la formulazione delle campagne finalizzata a un'integrazione più efficace dei relativi messaggi e un maggiore utilizzo della comunicazione trasversale tra i diversi media;
* il rafforzamento dei collegamenti tra la comunicazione interna e quella esterna.

Il presente piano è stato elaborato sulla base della relazione preliminare sul piano di comunicazione per il 2017, la cui versione definitiva sarà presentata all'Ufficio di presidenza del CdR il 20 marzo 2018. Gli aspetti di bilancio del presente piano sono stati presentati alla commissione Affari finanziari e amministrativi del CdR il 13 novembre 2017 e saranno soggetti all'adozione definitiva da parte dell'autorità di bilancio.

# **Campagne di comunicazione per il 2018**

Il CdR pone in essere le sue attività di comunicazione attraverso tre campagne, che definiscono un insieme integrato di strumenti e canali finalizzati ad aumentare la visibilità e l'impatto dell'attività legislativa dell'assemblea. A tale scopo, i responsabili di campagna sviluppano piani d'azione dettagliati e dirigono équipe di campagna interservizi, che portano avanti le campagne e ne controllano i risultati. I temi delle campagne e il loro lancio sono stati sviluppati sulla base di criteri chiari. In particolare,

* hanno il potenziale di coinvolgere attivamente e far partecipare i membri del CdR;
* possono mettere in evidenza l'impatto del CdR e il valore aggiunto apportato alle politiche dell'UE;
* si collegano all'attività politica del CdR nei settori prioritari delle commissioni;
* favoriscono la collaborazione tra una più vasta gamma di istituzioni dell'UE e di parti interessate regionali e locali.

Gli strumenti e le attività di comunicazione di ciascuna campagna sono definiti in "piani d'azione", che possono contenere:

* pacchetti informativi per i membri del CdR e le parti interessate, basati su un approccio "narrativo" che evidenzia le migliori prassi locali. Tali pacchetti comprendono narrazioni e linee da seguire, descrizioni di progetti, note/schede informative, presentazioni, infografiche e videoclip;
* attività dirette ai media e alla stampa, compresi partenariati con i media, seminari con giornalisti ecc.;
* attività web, audiovisive e sui social media in aggiunta ad attività formative, ove opportuno;
* eventi importanti, convegni e seminari.

I piani d'azione e i relativi strumenti sono sviluppati e aggiornati in considerazione dell'evoluzione dell'agenda politica e delle priorità tematiche del CdR e delle sue commissioni. I membri che sono e/o sono stati relatori di tematiche legate a tali campagne dovrebbero essere coinvolti attivamente, anche per riferire alle commissioni riguardo alle campagne stesse.

## **Campagna 1: Regioni, città ed enti locali che lavorano per il futuro dell'Europa**

 *L'Europa non può essere costruita senza i suoi cittadini: dobbiamo lavorare insieme a loro per creare il futuro dell'Europa, perché l'Europa è il loro futuro*[[2]](#footnote-2)*.*

**Contesto e logica**

Il dibattito sul futuro dell'UE-27 fissa attualmente un orizzonte temporale fino al 2025. Tale dibattito scaturisce dal Libro bianco sul futuro dell'Europa[[3]](#footnote-3), pubblicato dalla Commissione europea nella primavera del 2017, e proseguirà probabilmente anche nel 2018. Il Presidente della Commissione europea Jean-Claude Juncker ha suggerito, nel quadro della tabella di marcia per le elezioni europee del 2019 presentata nel suo discorso sullo stato dell'Unione del 13 settembre 2017[[4]](#footnote-4), di organizzare dibattiti sul futuro dell'Europa nei parlamenti, nelle città e nelle regioni. Nel suo discorso sullo stato dell'Unione europea, tenuto il 10 ottobre 2017, il Presidente del CdR Karl-Heinz Lambertz ha proposto di organizzare dibattiti nelle assemblee locali e regionali e di collaborare con le istituzioni dell'UE per garantire che l'Unione mantenga un contatto diretto con i suoi cittadini[[5]](#footnote-5). Il 18 ottobre 2017, il Presidente del Consiglio europeo Donald Tusk ha fissato le date principali per il dibattito sul futuro dell'Europa tra i capi di Stato e di governo nel 2018 e oltre.

**Approccio strategico e obiettivi**

La presente campagna costituisce la prosecuzione di quella precedente intitolata *Riflettere sull'Europa* e intende dare voce agli interessi regionali e locali nel dibattito sul futuro dell'Europa, ponendo in evidenza l'attività legislativa del CdR in tale ambito e, in particolare, il parere del CdR la cui adozione è prevista per il 2018. I "dialoghi dei cittadini", che sono tenuti da membri del CdR e contribuiscono alla campagna di sensibilizzazione per le elezioni europee del 2019, saranno il mezzo di comunicazione principale. L'ambito, la portata e l'impatto delle attività collegate saranno migliorati con mezzi digitali e di altro tipo, ad esempio applicazioni per dispositivi mobili, sondaggi online, studi, convegni, schede informative, e via dicendo. I membri e i supplenti del CdR saranno incoraggiati a partecipare agli eventi locali organizzati da terzi, ad esempio nei parlamenti e nelle assemblee regionali, o dalle istituzioni dell'UE e dalle associazioni europee, e a unire le forze con i leader politici dell'UE, nazionali, regionali e locali. Sarà rivolta particolare attenzione ai giovani e saranno elaborati formati specifici, per esempio in collaborazione con il Parlamento europeo. In termini quantitativi, gli obiettivi della campagna sono di:

* tenere 100 dialoghi dei cittadini con il coinvolgimento di 150 membri del CdR, volti a raggiungere 10 000 cittadini nei 27 Stati membri;
* ottenere 40 000 risposte al sondaggio online da tutti e 27 gli Stati membri interessati;
* contribuire a 50 dibattiti organizzati da assemblee regionali/locali o da associazioni europee;
* impegnarsi in una cooperazione interistituzionale attiva attraverso i dialoghi dei cittadini della Commissione europea, l'invito dei deputati al Parlamento europeo a eventi locali del CdR e la partecipazione dei membri del CdR a eventi di altre istituzioni dell'UE;
* realizzare un sondaggio rappresentativo dell'opinione pubblica nelle regioni, da affidare preferibilmente a Eurobarometro;
* informare direttamente 500 leader locali del discorso sullo stato dell'Unione europea pronunciato dal Presidente del CdR (ottobre 2018) e incoraggiare attivamente la loro interazione e il loro coinvolgimento;
* entrare in contatto con 700 esperti di comunicazione delle istituzioni dell'UE, delle regioni e delle città;
* informare 2 000 candidati alle elezioni europee del 2019 del ruolo e dell'impatto del CdR nel processo politico dell'UE (novembre 2018-aprile 2019);
* coinvolgere fino a 1 000 leader politici locali, regionali, nazionali e dell'UE nel vertice delle regioni e delle città (primavera 2019).

Tappe fondamentali

* Prima metà del 2018: serie di dibattiti con i rappresentanti delle associazioni europee e nazionali degli enti regionali e locali;
* metà 2018: relazione sui dialoghi dei cittadini del CdR;
* partecipazione attiva del CdR alla campagna di sensibilizzazione per le elezioni europee del 2019;
* adozione del parere del CdR sul futuro dell'Europa;
* 9 ottobre: discorso sul tema "Lo stato dell'Unione europea: il punto di vista delle regioni e delle città";
* altri dibattiti, anche durante le sessioni plenarie del CdR, su tematiche importanti relative all'Agenda dei leader approvata dal Consiglio europeo;
* novembre 2018: nona edizione della Conferenza europea sulla comunicazione pubblica (EuroPCom); presentazione del kit informativo del CdR per le elezioni europee del 2019;
* primo trimestre del 2019: ottavo vertice europeo delle regioni e delle città.

## **Campagna 2: Investire nella crescita sostenibile e l'occupazione in tutte le regioni, le città e gli enti locali**

 *Se si vuole che le ambizioni europee siano davvero credibili, è indispensabile sostenerle con risorse adeguate*[[6]](#footnote-6)*.*

**Contesto e logica**

La proposta di un QFP post 2020, del maggio 2018, sarà seguita da una serie di proposte legislative che disciplineranno i diversi fondi e programmi dell'UE. In particolare, i Fondi strutturali e d'investimento europei rappresentano una fonte importante di investimenti pubblici a livello locale e coinvolgono nella loro attuazione le regioni e le città, che sono responsabili di oltre il 50 % degli investimenti pubblici nell'UE. Inoltre, il futuro del Fondo europeo per gli investimenti strategici e degli strumenti finanziari pertinenti per gli enti regionali e locali sarà discusso nel 2018 e oltre. Si farà infine il punto sull'attività del CdR in materia di investimenti pubblici, la sua cooperazione con la Banca europea per gli investimenti e il suo ruolo nell'Agenda urbana per l'UE.

**Approccio strategico e obiettivi**

L'obiettivo di questa campagna è garantire il coinvolgimento attivo degli enti regionali e locali nei negoziati sul futuro quadro finanziario dell'UE e sulla sua base giuridica. La puntuale adozione di tale quadro è messa a rischio dalle incertezze derivanti dalla recessione del Regno Unito dall'UE entro il marzo 2019. La riduzione del bilancio dell'UE e un ritardo nell'adozione del prossimo QFP e dei finanziamenti dell'UE post 2020 avrebbero gravi ripercussioni sugli investimenti pubblici a livello regionale e locale. Oltre a comunicare attivamente l'attività politica del CdR in tale ambito, le principali attività di comunicazione riguarderanno la creazione di coalizioni con una vasta gamma di parti interessate, al fine di garantire la tempestiva adozione di finanziamenti dell'UE solidi, efficaci e semplificati per il periodo successivo al 2020, che sostengano la coesione economica, sociale e territoriale e lo sviluppo equilibrato e sostenibile di tutte le regioni, le città e le zone rurali. La presente campagna cercherà inoltre di far sentire la voce degli enti locali e regionali nei dibattiti relativi alla politica sociale (pilastro europeo dei diritti sociali, Fondo sociale europeo ecc.).

L'Alleanza per la coesione, che proseguirà nel 2018, funge da base per queste attività. In termini quantitativi, gli obiettivi di questa campagna sono di:

* coinvolgere attivamente 20 000 soggetti interessati locali negli eventi relativi al futuro delle finanze e dei programmi dell'UE, in collaborazione con le istituzioni dell'UE, le associazioni europee e gli uffici regionali;
* organizzare una serie di conferenze di alto livello per i leader locali su temi prioritari legati al futuro delle finanze dell'UE dal punto di vista locale;
* impegnarsi con i candidati alle elezioni europee del 2019 riguardo al punto di vista del CdR sul futuro dei finanziamenti dell'UE (novembre 2018-aprile 2019);

**Tappe fondamentali**

* 15 gennaio-23 febbraio: terzo corso online aperto e su larga scala (MOOC) del CdR sul tema Regioni, città e finanziamenti dell'UE;
* (date da confermare) convegni del CdR sul QFP e le proposte legislative post 2020 riguardanti la politica di coesione, lo sviluppo rurale, il programma quadro per la ricerca e l'innovazione ecc.; convegno organizzato congiuntamente con la BEI, l'OCSE e la Commissione europea;
* dibattiti, anche durante le sessioni plenarie del CdR, su tematiche importanti relative all'Agenda dei leader, anche con la partecipazione delle presidenze di turno del Consiglio dell'UE riguardo alle questioni collegate al QFP;
* 8-11 ottobre: 16a edizione della Settimana europea delle regioni e delle città.

## **Campagna 3: Le regioni, le città e gli enti locali dell'UE quali attori del cambiamento**

 *L'Unione europea è l'unica via che consentirà all'Europa di affrontare le sfide del XXI secolo che influiscono sulla vita delle popolazioni locali nelle nostre città e regioni. Il nostro approccio è semplice: costruire l'Europa partendo dal basso, con il coinvolgimento dei cittadini europei*[[7]](#footnote-7)*.*

**Contesto e logica**

Le regioni e le città d'Europa sono luoghi di cambiamento e innovazione. I cittadini si aspettano che i loro leader locali e regionali trovino soluzioni alle sfide e alle opportunità odierne, rappresentate dalla globalizzazione, dai cambiamenti climatici, dalla transizione energetica, dall'economia circolare, dalla disoccupazione giovanile, dai mutamenti demografici, dall'integrazione dei migranti ecc. L'integrazione europea dipende anche dalle conoscenze locali ed è opportuno mettere in comune le esperienze relative alle soluzioni locali. Le istituzioni dell'UE dovrebbero tenere conto delle indicazioni locali di natura politica in modo più sistematico e agevolare il processo di apprendimento politico reciproco tra regioni e città. Questa campagna, pertanto, si concentrerà sul miglioramento del processo decisionale dell'UE sulla base delle esperienze concrete locali in settori quali:

* l'azione per il clima: la mitigazione dei cambiamenti climatici (ad esempio l'efficienza energetica), l'adattamento climatico (compresa la riduzione del rischio di catastrofi naturali e l'aumento della resilienza), le alleanze e la diplomazia delle città nell'ambito delle questioni climatiche (come la COP24 e il Patto globale dei sindaci);
* lo sviluppo sostenibile: il recepimento dell'agenda interna dell'UE per lo sviluppo sostenibile (azione europea a favore della sostenibilità) e degli obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite (in particolare l'obiettivo n. 11: Rendere le città inclusive, sicure, durature e sostenibili), i rischi ambientali (ad esempio l'inquinamento dell'aria e i rifiuti), la sostenibilità ambientale (ad esempio la governance degli oceani), l'efficienza in termini di risorse (compresa l'economia circolare) e le alleanze e la diplomazia delle città nell'ambito dello sviluppo sostenibile (ad esempio l'iniziativa "Sindaci per la crescita economica");
* le società inclusive: l'immigrazione legale e irregolare, l'integrazione e la coesione sociale, compresa l'integrazione degli immigrati, la lotta alla radicalizzazione, il sostegno ai giovani e ai gruppi emarginati e le politiche esterne e la diplomazia delle città volte ad affrontare le cause profonde della migrazione, come l'Iniziativa di Nicosia e le "Regioni e città per lo sviluppo".

**Approccio strategico e obiettivi**

Questa campagna presenta le regioni, le città e gli enti locali che agiscono per offrire soluzioni concrete e per affrontare i problemi a livello europeo che sono importanti per i cittadini. Il suo obiettivo è dare risalto al valore della governance multilivello per il processo di definizione delle politiche dell'UE, mettendo in evidenza le soluzioni politiche, le buone pratiche e le innovazioni a livello locale. In questo modo, si metterà a frutto il patrimonio di competenze raccolte dai membri del CdR, dalle associazioni europee e dalle reti di enti regionali e locali attraverso attività di comunicazione pertinenti. Il CdR, inoltre, intensificherà la cooperazione con le rappresentanze regionali a Bruxelles e agevolerà gli scambi tra i diversi programmi dell'UE che offrono possibilità di cooperazione tra regioni e città, anche con paesi vicini e organizzazioni e associazioni internazionali.

Mettendo in evidenza le buone pratiche, la campagna incoraggerà la "narrazione", rafforzando in tal modo l'approccio che fa perno sui membri. Attraverso esempi di innovazione e un approccio che parte dal basso, il CdR e i suoi membri possono fornire una dimostrazione di concetti come la governance multilivello, la diplomazia delle città e la cooperazione decentrata allo sviluppo. In quest'ottica, le attività del CdR relative agli affari esterni si inquadreranno in questa campagna nella misura in cui riguarderanno la promozione dell'azione per il clima, incoraggeranno lo sviluppo sostenibile e affronteranno le sfide legate alla migrazione. In termini quantitativi, gli obiettivi di questa campagna sono di:

* coinvolgere attivamente 2 000 soggetti interessati locali negli eventi sul tema "Regioni e città dell'UE più inclusive, sicure, resilienti e sostenibili", in collaborazione con le istituzioni dell'UE, le associazioni europee e gli uffici regionali;
* organizzare una serie di conferenze di alto livello per 200 leader locali su temi prioritari collegati al tema "Regioni e città dell'UE più inclusive, sicure, resilienti e sostenibili";
* informare 2 000 candidati alle elezioni europee del 2019 in merito al punto di vista del CdR riguardo al tema "Regioni e città dell'UE più inclusive, sicure, resilienti e sostenibili" (novembre 2018-aprile 2019);

**Tappe fondamentali**

* (date da confermare) Convegni e strumenti di comunicazione elaborati insieme alle regioni, alle città e alle loro associazioni riguardo allo sviluppo delle politiche e alle buone pratiche locali, anche con i paesi vicini e le organizzazioni internazionali;
* dibattiti, anche durante le sessioni plenarie del CdR, su tematiche importanti relative all'Agenda dei leader, anche con la partecipazione delle presidenze di turno del Consiglio dell'UE;
* 21-25 maggio: Settimana verde;
* 13 ottobre: Giornata internazionale per la riduzione dei disastri naturali dell'UNISDR;
* 3-14 dicembre: Conferenza delle Nazioni Unite sui cambiamenti climatici (COP24), Katowice, Polonia.

## **Altre comunicazioni istituzionali**

Oltre alle tre campagne, un'idonea copertura dell'attività legislativa e delle altre attività istituzionali garantirà la disponibilità di fonti d'informazione in grado di produrre il massimo impatto. Ciò comprende, ad esempio, la partecipazione del CdR all'Anno europeo del patrimonio culturale e la cooperazione con le istituzioni dell'UE, le regioni e le città in tale ambito. Alla luce delle limitate risorse disponibili, la combinazione di media per le attività non comprese nelle campagne sarà determinata dal ricorso ai servizi stampa, ai media audiovisivi, agli eventi, al sito web, ai social media e alle pubblicazioni del CdR, e tenendo conto dell'interesse giornalistico, della rilevanza politica e istituzionale, nonché dei potenziali destinatari del CdR.

Può essere utile ricordare il "pacchetto standard" di prodotti e servizi di comunicazione per l'attività legislativa, che rappresenta l'attività principale del CdR. Per una normale riunione di commissione, questo pacchetto dovrebbe consistere in un articolo o un comunicato stampa, una comunicazione sul sito Internet e, per ogni singolo parere, in un opuscolo in formato standard con la possibilità per il relatore di invitare i media. Nel caso di uno studio o di un evento ospitato, dovrebbe consistere in una comunicazione sul sito Internet. Per consultare esempi e storie di successo, la pagina Internet "L'Europa nella mia regione" costituisce l'archivio di riferimento.

# **Monitoraggio e valutazione**

La portata e gli esiti della comunicazione del CdR sono monitorati attraverso un sistema di relazioni mensili e annuali relative ai piani di comunicazione, oltre che con una valutazione iniziale, intermedia e finale della strategia di comunicazione per il periodo 2015-2020, che mettono l'accento sull'impatto e sull'efficienza in termini di costi degli strumenti e dei canali di comunicazione. Il sistema di monitoraggio prende in esame i seguenti aspetti:

* Rapporti con la stampa e i media: le relazioni relative ai media sono elaborate a cadenza mensile e dopo le sessioni plenarie ed eventi importanti, e illustrano i risultati ottenuti in termini di menzioni da parte dei media e di visibilità sugli stessi, anche riguardo ai media audiovisivi. Le relazioni comprendono anche analisi qualitative per tema e per paese.
* Eventi: i risultati e l'impatto dei principali eventi del CdR sono documentati mediante valutazioni e rendiconti. Al di là delle indagini sulla soddisfazione dei partecipanti, le valutazioni dovranno contenere informazioni circa l'impatto degli eventi del CdR, ad esempio per quanto riguarda le attività di follow-up svolte dalle amministrazioni locali.
* Pubblicazioni e media online e social media: le relazioni sono elaborate a cadenza mensile e dopo le sessioni plenarie ed eventi importanti, e illustrano i risultati ottenuti in termini di visibilità sul web e sui social media. Inoltre, sono utilizzati strumenti per meglio monitorare l'utilizzo di pubblicazioni e fonti online del CdR. In determinate occasioni, saranno eseguite valutazioni specifiche per migliorare l'utilità delle pubblicazioni cartacee e web del CdR.

Dopo la valutazione intermedia del 2017, si prevede di elaborare relazioni mensili più approfondite basate su indicatori che forniscano una valutazione qualitativa dei diversi strumenti e canali.

Per garantire che le attività di comunicazione siano interessanti per i membri e adattate in base alle loro esigenze, un piccolo gruppo informale di membri dovrebbe fornire consulenze ad hoc (ad esempio per l'evento EuroPCom). Le relazioni mensili, inoltre, continueranno a essere presentate al relatore per le attività di comunicazione della commissione Affari finanziari e amministrativi del CdR, nonché al gruppo di comunicatori interno istituito nell'ottobre 2015.

# **Risorse e bilancio**

La direzione Comunicazione gestisce i diversi strumenti di comunicazione del CdR, ad esempio: le relazioni con i media, i convegni e gli eventi, la comunicazione digitale, compresa la comunicazione attraverso il web e i social media, e le pubblicazioni. Le tre unità in cui la direzione si articola dispongono di un organico complessivo di 51 effettivi (22 AD, 20 AST, 2 END e 7 AC). Il livello responsabile della gestione della direzione (2 AD e 3 AST) comprende anche un'équipe incaricata della supervisione del bilancio per la comunicazione. Una percentuale sostanziale delle risorse umane della direzione si concentrerà sulle tre campagne di comunicazione. L'elaborazione di relazioni mensili riguardo alle attività di comunicazione sarà ampliata al fine di includervi relazioni sull'impiego delle risorse umane.

Per quanto riguarda il bilancio operativo, il piano di comunicazione 2018 sarà realizzato con risorse analoghe a quelle disponibili negli anni passati, nell'ordine di 1 898 531 EUR. Presupponendo che il bilancio 2018 sia approvato dall'autorità di bilancio nella forma proposta, la sua ripartizione avverrà sulla base di tre linee di bilancio:

* 439 850 EUR per l'organizzazione di eventi (a Bruxelles o fuori sede) in collaborazione con enti locali e regionali, con le loro associazioni e con le istituzioni dell'UE (voce di bilancio 2542);
* 682 210 EUR per le relazioni con i media europei, nazionali, regionali, locali o specializzati e per i partenariati editoriali con testate giornalistiche e media audiovisivi e radiofonici (voce di bilancio 2600);
* 774 471 EUR per la produzione di contenuti digitali e la diffusione di materiale informativo audiovisivo, elettronico o via web (voce di bilancio 2602).

Una percentuale sostanziale del bilancio operativo sarà destinata alle tre priorità di comunicazione, mentre il resto sarà impiegato per altre tematiche istituzionali. Come nel 2017, si utilizzerà una riserva del 10 % di ciascuna voce di bilancio per provare approcci innovativi in materia di comunicazione.

**Allegato:**

**Valutazione intermedia della strategia di comunicazione del CdR per il periodo 2015-2020**

La valutazione intermedia è stata effettuata tra giugno e agosto 2017 allo scopo di verificare se la logica di intervento della strategia funzioni, ed eventualmente adeguarla per la seconda parte del mandato. Sulla base di un contratto quadro interistituzionale relativo alla prestazione di analisi d'impatto, valutazione e servizi connessi nel campo della comunicazione (PO/2016-06/01), nel maggio 2017 è stato selezionato il valutatore esterno PPMI-Arctik, un consorzio lituano-belga, per fornire una risposta alle seguenti domande:

1. Efficacia: Qual è l'impatto dell'attuazione della strategia sulle attività di comunicazione del CdR?
2. Efficienza: Quali sono le differenze tra gli strumenti e i canali di comunicazione del CdR in termini di efficienza sotto il profilo dei costi?
3. Adattamento/revisione: Quali raccomandazioni possono essere formulate riguardo al possibile adattamento o revisione della strategia per il periodo 2017-2020?

Il metodo selezionato comprendeva la valutazione di un sondaggio online (369 risposte, il 29 % delle quali proveniente da enti regionali/locali, il 15 % da associazioni/reti europee, il 10 % dalle istituzioni dell'UE e l'8 % da rappresentanti dei media) e l'esecuzione di interviste con un gruppo di controllo composto da membri del CdR (3), personale della direzione Comunicazione (6), personale/dirigenti di altre direzioni (5) e dei gabinetti (3) e membri dei gruppi politici (5), oltre a esperti di comunicazione delle istituzioni dell'UE e parti interessate regionali (14).

La relazione finale è stata presentata all'organo direttivo del CdR, ai gruppi politici e al gruppo dei comunicatori l'11 settembre e [le sintesi della relazione in tutte le lingue ufficiali dell'UE nonché le 10 raccomandazioni](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) sono state pubblicate nel sito web del CdR a ottobre. Le conclusioni e raccomandazioni possono essere riassunte come segue:

* Dal punto di vista delle parti interessate esterne, emerge che l'attuazione della strategia ha avuto effetti significativi e positivi, dato che i gruppi di destinatari confermano un approccio più coerente e inclusivo rispetto alla proliferazione di prodotti e strumenti di comunicazione. I destinatari del CdR, inoltre, sembrano concordare sul fatto che l'organizzazione ha altro da offrire oltre ai pareri e che la comunicazione dal basso a livello dell'UE potrebbe essere ulteriormente migliorata. Ciò vale, in particolare, per la reputazione del CdR, giacché vi è la percezione che il CdR abbia lievemente migliorato la sua capacità di influenzare il processo decisionale dell'UE.
* I valutatori hanno riscontrato invece una percezione alquanto eterogenea nelle interviste interne riguardo al modo in cui la comunicazione del CdR dovrebbe essere inquadrata. In particolare, all'interno del CdR, il punto di vista che le attività di comunicazione debbano costituire parte integrante dell'attività politica non è condiviso da tutti, e due scuole di pensiero, sintetizzabili come "*back-to-basics*" (ritorno agli obiettivi fondamentali) e "*going-local*" (agire a livello locale), suggeriscono di concentrarsi, rispettivamente, sul dare visibilità ai pareri e sul prestare ascolto ai cittadini / agli enti regionali. Per quanto riguarda la pianificazione e il monitoraggio, i valutatori riconoscono i progressi compiuti e propongono una serie di miglioramenti, tra cui un maggiore coinvolgimento di tutti i servizi e i gruppi politici nella preparazione del piani di comunicazione annuali, l'assegnazione e la messa in comune più trasparenti delle risorse e un sistema di monitoraggio incentrato sui risultati invece che sulla visibilità.
* Riguardo agli strumenti e ai canali, nonché alla percezione e alle aspettative dei gruppi di destinatari, i valutatori hanno rilevato che il sito web riceve di gran lunga i punteggi più elevati. Diversi confronti evidenziano l'efficienza sotto il profilo dei costi dei vari strumenti, anche riguardo alla loro capacità di raggiungere i destinatari. Per quanto riguarda i calcoli effettuati in proposito, tuttavia, è opportuno ricordare che la raccolta di dati sulla visibilità nella stampa, nel web e nei social media è iniziata solo a metà del 2016 e che occorre fare ancora qualche riflessione supplementare. Inoltre, il dibattito sull'efficienza sotto il profilo dei costi e sugli indicatori riguardanti i risultati/l'impatto dei diversi strumenti nella comunicazione pubblica e politica può essere considerato, nella migliore delle ipotesi, come "attività in corso": non esistono infatti "indicatori di impatto" generali che consentano di effettuare confronti affidabili. Di conseguenza, i valutatori suggeriscono che sia l'organizzazione stessa a stabilire tali indicatori, tenendo conto delle priorità di natura politica e di altro tipo.

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

1. *Vedere l'Europa in un'ottica locale*, discorso pronunciato il 10 ottobre 2017 da Karl-Heinz Lambertz, Presidente del Comitato europeo delle regioni, sul tema *Lo stato dell'Unione europea: il punto di vista delle regioni e delle città*, disponibile online (in inglese) all'indirizzo: <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. *Vedere l'Europa in un'ottica locale*, discorso pronunciato il 10 ottobre 2017 da Karl-Heinz Lambertz, op. cit. [↑](#footnote-ref-2)
3. Commissione europea (2017): *Libro bianco sul futuro dell'Europa.* *Riflessioni e scenari per l'UE a 27 verso il 2025*; COM(2017) 2025, del 1° marzo 2017; online: [https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/white\_paper\_on\_the\_future\_of\_europe\_en.pdf](https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/libro_bianco_sul_futuro_dell_europa_it.pdf) [↑](#footnote-ref-3)
4. *Il vento nelle vele: discorso di Jean-Claude Juncker sullo stato dell'Unione*, 13 settembre 2017; online: <http://europa.eu/rapid/press-release_SPEECH-17-3165_it.htm> [↑](#footnote-ref-4)
5. *Vedere l'Europa in un'ottica locale*, discorso pronunciato il 10 ottobre 2017 da Karl-Heinz Lambertz, op. cit. [↑](#footnote-ref-5)
6. *Vedere l'Europa in un'ottica locale*, discorso pronunciato il 10 ottobre 2017 da Karl-Heinz Lambertz, op. cit. [↑](#footnote-ref-6)
7. *Vedere l'Europa in un'ottica locale*, discorso pronunciato il 10 ottobre 2017 da Karl-Heinz Lambertz, op. cit. [↑](#footnote-ref-7)