



COMMISSIE VAN DE EUROPESE GEMEENSCHAPPEN

Brussel, 3.10.2007
COM(2007) 568 definitief

**MEDEDELING VAN DE COMMISSIE HET EUROPEES PARLEMENT, AAN DE
RAAD, HET EUROPEES ECONOMISCH EN SOCIAAL COMITÉ EN HET COMITÉ
VAN DE REGIO'S**

Communiceren over Europa in partnerschap

{COM(2007) 569 definitief}
{SEC(2007) 1265}
{SEC(2007) 1267}

INHOUD

INLEIDING	3
1. SAMENHANGENDE EN GEÏNTEGREERDE COMMUNICATIE.....	4
2. INSPRAAK VOOR DE BURGERS.....	6
2.1 Actie op lokaal niveau.....	7
2.2 Actief Europees burgerschap	9
3. DE ONTWIKKELING VAN EEN EUROPESE PUBLIEKE RUIJITE	10
3.1 De politieke dimensie.....	11
3.2 Media- en informatiediensten.....	12
3.3 Het begrijpen van de Europese publieke opinie.....	13
4. VERSTERKING VAN DE PARTNERSCHAPSAANPAK	14
4.1 Samenwerking met de lidstaten.....	15
4.2 Samenwerken met de Europese instellingen.....	16
4.3 Interinstitutioneel akkoord over communicatie.....	17
5. CONCLUSIES	17

**MEDEDELING VAN DE COMMISSIE HET EUROPEES PARLEMENT, AAN DE
RAAD, HET EUROPEES ECONOMISCH EN SOCIAAL COMITÉ EN HET COMITÉ
VAN DE REGIO'S**

Communiceren over Europa in partnerschap

INLEIDING

Vijftig jaar na de ondertekening van het Verdrag van Rome blijft de Europese Unie zichzelf vernieuwen en hervormen om te profiteren van de mogelijkheden en te reageren op de uitdagingen op terreinen als globalisering, energie-efficiëntie en onafhankelijkheid op energiegebied, mobiliteit, concurrentievermogen, migratie, veiligheid en klimaatverandering. De Unie is groter en meer divers geworden en krijgt met steeds complexere problemen te maken, waar de toegevoegde waarde van de EU significant maar niet altijd gemakkelijk uit te leggen is.

In deze nieuwe context is een meer verfijnde werkwijze vereist, die met name moet berusten op een partnerschap tussen verschillende actoren uit de gehele Europese samenleving, om resultaten te produceren die de Europese burgers belangrijk vinden en waarin zij voldoende inspraak hebben gehad. De Europese burgers zijn er over het algemeen van overtuigd dat de uitdagingen waarmee onze samenlevingen geconfronteerd worden alleen op Europese schaal effectief aangepakt kunnen worden. Deze verschuiving van de doelstellingen en de focus van de Unie sluit dus goed aan bij de aspiraties van de burgers.

Het is nu meer dan ooit noodzakelijk dat het debat over Europa niet alleen binnen de instellingen gevoerd wordt, maar ook onder de burgers. Dit is ook benadrukt door de Europese Raad van juni 2007, waar het cruciale belang van verbetering van de dialoog met de Europese burgers onderstreept werd, en van het verstrekken van volledige en alomvattende informatie over de Europese Unie en van het betrekken van de burgers bij een permanente dialoog¹. Dit zal van bijzonder belang zijn bij het proces van de ratificatie van het hervormingsverdrag en in de periode voor de Europese verkiezingen in 2009.

De Commissie treedt deze uitdaging samen met alle instellingen en organen van de EU en met de lidstaten tegemoet. Een goed ontworpen en voldoende gefinancierd communicatiebeleid is een essentieel onderdeel van het scala van EU-beleidsterreinen. Een dergelijk beleid dient dicht bij de burgers te staan en tegelijkertijd een reikwijdte te hebben die over de huidige grenzen van de Unie heen ook de landen die lid willen worden en de rest van de wereld bestrijkt.

De zittende Commissie heeft al drie initiatieven goedgekeurd betreffende luisteren naar de burger, communiceren en aan het lokale niveau aangepaste actie. Het Actieplan² was de aanzet tot een ingrijpende interne hervorming van het gebruik van de voor communicatie beschikbare middelen van de Commissie. Plan D³ heeft een kader voor de lange termijn gecreëerd waardoor de dialoog met de burgers verder voortgezet kan worden dan het huidige

¹ SI(2007) 500.

² SEC(2005) 985.

³ COM(2005) 494.

debat over "de toekomst van Europa". En onlangs is in het Witboek over een Europees Communicatiebeleid⁴ gepleit voor communicatie in beide richtingen, met actieve deelname van burgers en een verschuiving van het zwaartepunt van een "Brusselse" naar een "lokale" benadering.

Deze mededeling maakt gebruik van de resultaten van bovengenoemde initiatieven⁵ om de huidige activiteiten te consolideren en een reeks concrete voorstellen te formuleren die kunnen dienen als basis van een versterkt communicatiebeleid voor de Europese Unie dat de autonomie van de verschillende instellingen respecteert. De algemene doelstelling is de samenhang en de synergieën tussen de activiteiten van de verschillende EU-instellingen en de lidstaten te versterken, om de burgers betere toegang tot en een beter begrip van het effect van EU-beleid op Europees, nationaal en lokaal niveau te verschaffen. Een dergelijk beleid zal ingaan op de fundamentele zorgen van burgers, die de indruk hebben dat informatie over de EU ongeorganiseerd, versnipperd en moeilijk te begrijpen is. EU-kwesties worden hoofdzakelijk door een nationale bril gezien en zelden in een transnationale context gepresenteerd, ondanks het feit dat veel praktische uitdagingen waarmee burgers geconfronteerd worden alleen op Europees niveau opgelost kunnen worden. Bovendien zijn de burgers over het algemeen slecht geïnformeerd over de EU en haar instellingen en beleid. Dit probleem zou allereerst door de lidstaten aangepakt moeten worden, door middel van hun onderwijsstelsels, waarvoor zij de verantwoordelijkheid dragen. Het zou verder ook aangepakt kunnen worden door democratische platforms, waaronder de politieke partijen op nationaal en Europees niveau, die de taak hebben om met hun uiteenlopende standpunten het openbare debat over EU-kwesties te animeren en te structureren.

De Commissie van haar kant zal haar communicatieactiviteiten versterken door informatie te bieden en debatten en discussies met de burgers aan te gaan in nationale, regionale en lokale contexten, om aldus actief Europees burgerschap te bevorderen en bij te dragen tot de ontwikkeling van een Europese publieke ruimte. De Commissie meent ook dat alle bij het besluitvormingsproces op EU-niveau betrokken partijen mede verantwoordelijk zijn voor de communicatie met betrekking tot Europese kwesties. De Commissie wil daarom – met volledige handhaving van haar institutionele prerogatieven – in nauw partnerschap met de andere EU-instellingen samenwerken, en de lidstaten en alle andere belanghebbenden uitnodigen om aan deze doelstelling te werken, op basis van jaarlijkse communicatieprioriteiten. Om dit partnerschap te ondersteunen, stelt de Commissie voor een interinstitutioneel akkoord (inter-institutional agreement, IIA) te sluiten om het EU-communicatieproces te structureren, en alle stakeholders uit te nodigen om samen te werken binnen het voorgestelde coherente en flexibele institutioneel kader. Dit zal het mogelijk maken een gemeenschappelijk jaarlijks werkplan op te stellen op basis van geselecteerde prioriteiten inzake EU-communicatie.

1. SAMENHANGENDE EN GEÏNTEGREERDE COMMUNICATIE

De communicatieactiviteiten van de Commissie zijn gericht op het creëren en stimuleren van uitwisselingen, debatten en wederzijds begrip tussen Europese instellingen, het grote publiek, de maatschappelijke organisaties en specialistische doelgroepen op Europees, nationaal, regionaal en lokaal niveau. Contact met de burgers en het creëren van een nieuwe aanzet tot

⁴ COM(2006) 35.

⁵ SEC(2007) 1265.

transparantie dienen als een integraal aspect van ieder beleidsterrein beschouwd te worden. Aan dergelijke activiteiten dient dus tijd en een passend deel van de middelen besteed te worden.

Communicatieactiviteiten worden verricht door een groot aantal diensten van de Commissie, met behulp van audiovisuele media, internet, de geschreven pers, publicaties, evenementen en informatiecontactpunten. Voor een optimaal effect dienen wij deze activiteiten doelmatig te integreren en alle beschikbare middelen op coherente wijze te mobiliseren.

De dienst van de woordvoerder zal een hoeksteen van het communicatiebeleid van de Commissie blijven, en zal zich concentreren op het verstrekken van nieuws van de Commissie aan de geschreven en audiovisuele media in Brussel en daarbuiten, en op het beantwoorden van vragen van de pers. Daarnaast heeft de Commissie onlangs een Strategie voor interne communicatie en actieve betrokkenheid van het personeel⁶ goedgekeurd, die meer personeelsleden aanmoedigt om contacten met het publiek en de media te leggen. Deze strategie omvat ook het informeren en briefen van alle personeelsleden, en opleiding van een pool van sprekers in de verschillende diensten van de Commissie. Met name hogere ambtenaren dienen gemachtigd te worden tot, en voorbereid op, het communiceren over EU-beleid en het deelnemen aan openbare debatten. Zij kunnen een belangrijke rol spelen bij contacten met de media en kunnen het effect van de pr-activiteiten van de leden van de Commissie aanvullen.

De Commissie zal blijven samenwerken met verschillende organisaties en instanties met een multiplicatoreffect en hen ondersteunen bij het verstrekken van informatie aan de burgers. Een reeks van lopende activiteiten biedt al elementen die essentieel zijn voor een effectief communicatiebeleid, het bevorderen van transparantie en openheid ("het Europees transparantie-initiatief"⁷), een Europa dat dichterbij de burger staat ("Een agenda voor de burger – concrete resultaten voor Europa"⁸), actief Europees burgerschap (het programma "Europa voor de burger"⁹), en Europese cultuur ("Een Europese agenda voor cultuur in het licht van de mondialisering"¹⁰).

Er zou meer publiciteit gegeven kunnen worden aan het optreden van de EU op alle niveaus, en het nut daarvan voor de burgers zou beter verduidelijkt kunnen worden. De Commissie werkt samen met de lidstaten bij de communicatie over de activiteiten van de EU op verschillende beleidsterreinen. Op de terreinen van cohesie-, milieu- en plattelandsontwikkelingsbeleid moeten de beheersautoriteiten voldoen aan minimumeisen inzake communicatie; de lidstaten zijn wettelijk verplicht om zowel het grote publiek als de potentiële begunstigden te informeren over het programma¹¹. Waar dergelijke wettelijke

⁶ SEC(2007) 912.

⁷ COM(2006) 194.

⁸ COM(2006) 211.

⁹ Besluit nr. 1904/2006/EG, PB L 378 van 27.12.2006

¹⁰ COM(2007) 242.

¹¹ Voor de periode 2007-2013 bijvoorbeeld zijn in Verordening (EG) nr. 1828/2006 van de Commissie van 8 december 2006 tot vaststelling van uitvoeringsbepalingen voor de Structuurfondsen en Verordening (EG) nr. 1698/2005 van de Raad van 20 september 2005 inzake het Europees Landbouwfonds voor Plattelandsontwikkeling (ELFPO) de volgende minimumeisen inzake communicatie vastgelegd waaraan de beheersautoriteiten dienen te voldoen: publicatie van lijsten van begunstigden; het opstellen van borden met informatie op het (bouw)terrein van lopende projecten; nationale en regionale evenementen om bekendheid te geven aan de start van programma's en projecten of jaarlijkse voorlichtings- en publiciteitsacties in de lidstaten en de regio's. De vertegenwoordigingen

verplichtingen niet bestaan, zal de Commissie er desalniettemin voor zorgen dat communicatie een integraal onderdeel wordt van alle initiatieven en programma's.

De communicatieactiviteiten van de Commissie in derde landen zijn gericht op het versterken van het image van de EU als een entiteit die mondiaal actief is, en op het opbouwen van goede betrekkingen door proactieve publieke diplomatie, en helpen aldus de Commissie om de doelstellingen van haar externe beleid te verwezenlijken. Dit beleid is gebaseerd op een gemeenschappelijke strategie van de verschillende diensten die met specifieke externe beleidsterreinen belast zijn, waardoor meer coherente acties en meer synergie verzekerd wordt bij de communicatie over dit beleid, en het beleid aan zichtbaarheid wint. De vertegenwoordigingen van de Commissie nemen in de meeste gevallen actief deel aan deze activiteiten. De Commissie zal de Interinstitutionele Groep Voorlichting (IGI) een discussiestuk voorleggen over de communicatie van de EU in derde landen.

Op basis van de strategische meerjarendoelstellingen van de Commissie zijn dit jaar in de jaarlijkse beleidsstrategie (JBS) voor de eerste maal belangrijke initiatieven met een wezenlijk communicatie-effect geïdentificeerd, wat van nu af aan ieder jaar in de JBS zal gebeuren. Deze communicatieprioriteiten worden vervolgens verwerkt in het wetgevingsprogramma van de Commissie (Commission Legislative Work Programme, CLWP¹²). De Commissie is voornemens de communicatieactiviteiten van alle relevante diensten met betrekking tot deze overlappende burgergeoriënteerde thema's beter te coördineren door speciale projectteams¹³ op te richten, die een communicatieplan moeten ontwikkelen met instrumenten, middelen en evaluatiemethoden¹⁴. Het pakket "Energie-Klimaatverandering" van januari 2007 was een van de eerste pogingen tot een dergelijke geïntegreerde aanpak van communicatie. Deze werkmethode zal, voortbouwend op de verworven ervaring, verder verfijnd en overal waar dat mogelijk is toegepast worden.

De voorstellen in deze mededeling kunnen binnen het bestaande meerjarige financiële programma worden uitgevoerd¹⁵. Gezien de beperkte middelen zullen echter aanzienlijke verbeteringen van de efficiëntie en de ontwikkeling van meer synergieën noodzakelijk zijn, door die middelen te mobiliseren voor de communicatie over Europa, en door communicatieactiviteiten in de jaarlijkse managementplannen op te nemen.

2. INSPRAAK VOOR DE BURGERS

Meer dan acht van de tien Europeanen vinden dat het belangrijk is goed geïnformeerd te zijn over Europese kwesties. Zeven van de tien Europeanen willen meer weten over hun rechten als burgers van de EU. Bijna twee derde van de Europeanen meent dat de beschikbare informatie over de EU nuttig en interessant is, maar een bijna even hoog percentage vindt dat

van de Commissie kunnen een rol spelen bij de communicatieactiviteiten door de informatie onder potentiële begunstigen te verspreiden.

¹² Enkele van deze prioriteiten zullen in de Interinstitutionele Groep Voorlichting besproken worden om na te gaan of er mogelijkheden voor gezamenlijke actie zijn (zie punt 4.2)

¹³ Een goed voorbeeld van een dergelijke aanpak is de campagne over de hervorming van de wijnmarkt.

¹⁴ Het Directoraat-generaal Communicatie zal personele en budgettaire middelen voor communicatieprioriteiten reserveren, en zal de vertegenwoordigingen van de Commissie vragen hetzelfde te doen in hun jaarlijkse managementplannen.

¹⁵ Zoals vastgelegd in SEC(2007) 500 en SEC(2007) 530.

er onvoldoende informatie wordt geboden¹⁶. Er bestaat interesse voor een meer open debat, waar burgers hun mening kunnen uiten om de besluitvorming op EU-niveau te beïnvloeden.

In aansluiting op recente conclusies van de Europese Raad ontwikkelt de Commissie momenteel passende structuren, middelen en vaardigheden om te kunnen voldoen aan haar verplichting om passende informatie te verstrekken en de burgers bij een dialoog en debatten te betrekken. De eerste zes transnationale Plan D-projecten van maatschappelijke organisaties werden in 2006 gelanceerd. In 2007 werd een tweede reeks van projecten ondersteund, ditmaal op plaatselijk niveau, die vooral op jongeren en vrouwen zijn gericht. In de komende maanden zal de Commissie de balans opmaken van de resultaten van Plan D en voorstellen indienen om het democratische debat in heel Europa op een bredere basis te stellen. Deze inventarisatie zal parallel lopen met het ratificatieproces van het Hervormingsverdrag door de lidstaten en met de aanloop tot de Europese parlementaire verkiezingen. Een derde reeks projecten van maatschappelijke organisaties zal in 2008-2009 gelanceerd worden, waaronder ook ondersteunende initiatieven om de opkomst in de volgende Europese verkiezingen te verhogen.

Het herziene "Plan D"-kader zal ook gericht zijn op meer betrokkenheid van de talrijke partners die bij de ontwikkeling van de Europese Unie betrokken zijn, inclusief NGO's, beroepsverenigingen en het toenemende aantal ondernemingen die meer willen weten over Europa en over het beleid, de programma's en de procedures van de EU. Hun communicatiemiddelen en knowhow zijn vaak aanzienlijk en de Commissie zal trachten partnerschappen met hen te ontwikkelen om te communiceren over onderwerpen van algemeen belang zoals klimaatverandering en het bestrijden van vreemdelingenhaat.

In deze context is meertaligheid van cruciaal belang. In de afgelopen jaren is het aantal talen waarin de Commissie communiceert verdubbeld. De Commissie heeft ook een netwerk van lokale bureaus voor meertaligheid opgezet in de vertegenwoordigingen van de Commissie in de lidstaten. In een context van beperkte middelen zijn afwegingen en compromissen tussen het publiceren van grotere hoeveelheden informatie en het verbreden van het te bereiken publiek onvermijdelijk, zodat een coherente aanpak noodzakelijk zal zijn.

2.1. Actie op lokaal niveau

Communiceren op regionaal en plaatselijk niveau is essentieel om burgers bij een Europees debat te betrekken, zoals ook gebleken is uit onze ervaringen met de tenuitvoerlegging van het Actieplan en Plan D. Het proefproject in het kader waarvan meer personeel voor communicatietaken naar elf vertegenwoordigingen van de Commissie in de lidstaten en vier van de regionale kantoren gedetacheerd werd, heeft een kwantitatieve en kwalitatieve sprong vooruit betekend voor hun activiteiten ter bevordering van een Europees debat binnen nationale politieke culturen¹⁷. De Commissie hecht veel belang aan het voortbouwen op dit geslaagde experiment en zal, afhankelijk van de resultaten van de evaluatie van alle lopende communicatieactiviteiten die momenteel gaande is, overwegen of het geconsolideerd en uitgebreid kan worden.

¹⁶ Alle in deze mededeling genoemde resultaten van opinieonderzoeken zijn ontleend aan de *Flash Eurobarometer* over het witboek, No 189a: EU Communication and the Citizens. Het veldwerk is verricht in september 2006.

¹⁷ De vertegenwoordigingen die aan dit initiatief deelnemen, hebben in 2006, meer dan 830 seminars en 4000 persverklaringen en persconferenties georganiseerd, en hebben assistentie geboden bij meer dan 370 bezoeken van leden van de Commissie.

De intensivering van de activiteiten in de deelnemende vertegenwoordigingen werd aangevuld door de werkzaamheden van meer dan 400 Europe Direct-informatiepunten die op plaatselijk en regionaal niveau, ook in plattelandsgebieden, informatie over de EU bieden. De Commissie zal in 2008 nieuwe Europe Direct-informatiepunten openen in Bulgarije en Roemenië. Volgend jaar zal de Commissie ook een oproep doen tot het indienen van voorstellen voor vernieuwing van het hele netwerk in de EU-27. Daardoor zal de geografische spreiding verder verbeterd worden en zullen de informatiepunten ook informatie over communicatieprioriteiten kunnen verstrekken, naast informatie over andere kwesties die essentieel zijn voor de burgers.

De Commissie beheert ook een aanzienlijk aantal netwerken voor informatie en bijstand die specifieke beleidsterreinen bestrijken, zoals EURES, ERA-MORE¹⁸, SOLVIT¹⁹, de Euro-Info-centra en de Innovation Relay Centres²⁰. Deze centra zijn unieke contactpunten en multiplicatoren met een groot aantal actoren op plaatselijk en regionaal niveau (organisaties van de sociale partners, universiteiten, ondernemingen, arbeidsbemiddelingsdiensten, kamers van koophandel, talen- en opleidingscentra). De Commissie zal nagaan in hoeverre de activiteiten van deze centra beter gecoördineerd kunnen worden met het doel het communicatievermogen van de Commissie te verbeteren. De mogelijkheden voor meer synergie tussen de netwerken worden bestudeerd in het kader van het Externe Communicatienetwerk, met name met betrekking tot geselecteerde communicatieprioriteiten. Er is een interdienstengroep opgericht om na te gaan hoe de verschillende netwerken van de Commissie zouden kunnen samenwerken in een hulpdienst voor de interne markt (Single Market Assistance Service).

Naast de communicatie met het publiek en de maatschappelijke organisaties zullen de vertegenwoordigingen ook meer activiteiten ondernemen met betrekking tot het organiseren van bezoeken van leden van de Commissie aan de regio's²¹ en het ondersteunen van inspanningen om regionale en lokale journalisten te informeren, zowel door middel van moderne mediatechnologie als met meer traditionele middelen. Door andere EU-organen, zoals de gedecentraliseerde EU-agentschappen, daarbij te betrekken, zullen concrete voorbeelden gegeven kunnen worden van EU-initiatieven ten dienste van de burgers. De vertegenwoordigingen van de Commissie en de informatiebureaus van het Europees Parlement werken meer samen en leggen meer contacten. In de meeste gevallen zijn die op hetzelfde adres gevestigd, in de zogenaamde Huizen van de Europese Unie. Dit verhoogt hun zichtbaarheid en maakt meer gezamenlijke actie mogelijk, met handhaving van hun afzonderlijke identiteit.

Een gemeenschappelijk proefproject met het Europees Parlement wordt uitgevoerd in 2007-2008; er zullen Europese publieke ruimtes worden gecreëerd, waar een grote

¹⁸ EURES - Europese arbeidsbemiddelingsdiensten; ERA-MEER - Europees netwerk van mobiliteitscentra.

¹⁹ SOLVIT is een online probleemoplossend netwerk waarin de lidstaten van de EU samenwerken om zonder gerechtelijke procedures problemen op te lossen die zijn ontstaan door de onjuiste toepassing van de communautaire wetgeving inzake de interne markt door overheidsinstanties.

²⁰ De activiteiten van de huidige Euro-Info-Centra en Innovation Relay Centres zullen in 2008 overgenomen worden door een nieuw netwerk ter ondersteuning van ondernemerschap en innovatie. Dit netwerk zal ongeveer 600 over het grootste deel van de EU-27 verspreide centra omvatten.

²¹ Dit zal hoofdzakelijk, maar niet uitsluitend, gedaan worden door voort te bouwen op het succes van de bezoeken van Commissarissen aan verschillende regio's in het land dat het Voorzitterschap bekleedt, ter gelegenheid van de traditionele ontmoetingen tussen het College en het Voorzitterschap aan het begin van de betreffende periode.

verscheidenheid van Europese activiteiten zal kunnen plaatsvinden, om te beginnen in de Huizen van Europa in Tallinn, Dublin en Madrid. De proeffase van deze Europese publieke ruimtes zal nieuwe doelgroepen aantrekken en een nieuw visueel imago creëren, dat de jongere generatie meer aanspreekt. De Europese publieke ruimtes zullen fungeren als een ontmoetingsplaats voor burgers, NGO's, politici en de media, en zullen zodanig opgezet worden dat er tentoonstellingen, filmvertoningen, vergaderingen, bezoeken, discussies, forums en lezingen kunnen plaatsvinden, met name over de thema's maatschappelijke organisaties, politiek, onderwijs, de academische wereld, "think tanks" en het culturele leven. Deze publieke ruimtes zullen een concrete bijdrage leveren tot de verwezenlijking van de "Europese agenda voor cultuur in het licht van de mondialisering". Er zullen contacten worden gelegd met het netwerk van nationale culturele instellingen (EUNIC) om de verschillende door de EU-instellingen ondersteunde culturele programma's en andere initiatieven te promoten, in samenwerking met regionale en plaatselijke netwerken, maatschappelijke organisaties en de media, om een zo breed mogelijk publiek te bereiken in zowel stedelijke als plattelandsgebieden. De Europese publieke ruimtes zullen nieuwe faciliteiten bieden, zoals een conferentiecentrum, een informatiebureau, een tentoonstellingsruimte en een leesruimte. Het is mogelijk dat een deel daarvan al bestaat, maar de openheid van de ruimtes en het streven om nieuwe groepen tot interactie met de Commissie en het Parlement te bewegen, zullen een nieuwe context creëren.

In het licht van de positieve ervaringen met communicatie betreffende de hervorming van de wijnsector valt te overwegen of EU-beleidsinitiatieven niet door specialisten op het betreffende terrein uitgelegd zouden kunnen worden aan de belanghebbenden en het grote publiek, op de dag van de goedkeuring, en gelijktijdig in Brussel en in de lidstaten, afhankelijk van de beschikbare middelen bij de vertegenwoordigingen en de voor het betreffende beleid verantwoordelijke diensten.

2.2. Actief Europees burgerschap

Uit het raadplegingsproces over het witboek is gebleken dat de maatschappelijke actoren zeer geïnteresseerd zijn in nauwere betrokkenheid bij het Europese proces. De Commissie ondersteunt al actief Europees burgerschap door middel van de programma's "Europa voor de burgers" en "Grondrechten en burgerschap"²², die meer participatie in de democratische processen van de EU aanmoedigen. De programma's "Jeugd in actie" en "Cultuur" dragen eveneens bij tot het bevorderen van actief burgerschap door middel van grensoverschrijdende mobiliteitsuitwisselingen.

Op actief burgerschap gericht onderwijs valt onder de verantwoordelijkheid van de lidstaten. De rechten en plichten van de Europese burger komen momenteel in minder dan de helft van de EU-lidstaten aan de orde in het onderwijsprogramma, terwijl de geschiedenis van de Europese integratie al in 20 lidstaten behandeld wordt²³. Coördinatie op Europees niveau van de uitwisseling van beste praktijken zou een toegevoegde waarde kunnen opleveren. Alle betrokken actoren dienen volledig gebruik te maken van de Europese aanbeveling betreffende kerncompetenties voor levenslang leren, die de lidstaten een instrument biedt voor het bevorderen van sociale en burgerschapscompetenties, als onderdeel van de essentiële vaardigheden waarover iedere burger dient te beschikken om goed te kunnen functioneren in

²² Document van de Raad 16505/06 van 27 maart 2007.

²³ Citizenship Education at School in Europe. The information network on education in Europe (Eurydice) 2005.

een op kennis gebaseerde samenleving. Dit omvat het leren van vreemde talen, een waardevolle factor voor het verwerven van interculturele competenties, die weer een belangrijke component van actief Europees burgerschap vormen. De Commissie zal gebruik maken van de resultaten van een openbare raadpleging in 2007, waardoor die aspecten van het onderwijs geïdentificeerd zullen worden waar gezamenlijke actie op EU-niveau de lidstaten zou kunnen ondersteunen. In dit kader zal bijvoorbeeld worden onderzocht wat de beste manier zou zijn voor scholen om leerlingen de kerncompetenties bij te brengen, en hoe de schoolgemeenschap kan helpen jongeren op te voeden tot verantwoordelijke burgers, overeenkomstig fundamentele Europese waarden.

Het programma voor een leven lang leren ondersteunt projecten die relevant zijn voor op actief burgerschap gericht onderwijs en het bevorderen van burgerschapscompetenties. De Commissie zal ook het uitwisselen van beste praktijken tussen leraren op dit terrein stimuleren. De Commissie zal verder steun verlenen voor de samenstelling van informatiedossiers over Europese thema's, met links naar de relevante publicaties, die gedownload kunnen worden van de EUROPA-website, voor gebruik door geïnteresseerde scholen en leraren.

De Commissie meent dat meer gerichte studiebezoeken voor studenten en schoolkinderen nuttig zouden zijn, en zal nagaan hoe dit bereikt zou kunnen worden. Vertegenwoordigingen van de Commissie en Europe Direct-contactpunten zullen ook groepen met verschillende sociale achtergronden (inclusief studenten) uitnodigen voor seminars en debatten in hun ruimten, met gebruikmaking van bestaand informatiemateriaal. In het kader van het Duitse Voorzitterschap in 2007 hebben ongeveer 400 Duitse ambtenaren van de Europese Unie een bezoek gebracht aan hun vroegere scholen; deze bezoeken waren een groot succes en hebben geleid tot levendige debatten binnen de scholen en veel aandacht van de plaatselijke media. De Commissie is voornemens dit experiment te herhalen bij toekomstige voorzitterschappen. Evenzo zal de Commissie het "9 mei-initiatief in scholen" voortzetten, in nauwe samenwerking met plaatselijke en regionale autoriteiten, leden van het EP en maatschappelijke organisaties²⁴.

De Commissie bevordert de relaties met maatschappelijke organisaties en hun transnationale netwerken door haar programma's en beleidsmaatregelen, met de ondersteuning van een intern netwerk van contacten voor uitwisseling van goede praktijken, gedachtewisseling over gemeenschappelijke problemen, en ontwikkeling van een coherente aanpak tussen de diensten wat de relaties met de maatschappelijke organisaties betreft. Om het voor deze organisaties gemakkelijker te maken om contact op te nemen met de Commissie, zullen in alle diensten contactpersonen aangewezen worden.

3. DE ONTWIKKELING VAN EEN EUROPESE PUBLIEKE RUIMTE

Veel politieke beslissingen die een wezenlijke invloed hebben op het dagelijkse leven van de Europeanen worden op Europees niveau genomen. Beleid dat zichtbaar aansluit bij de verwachtingen van de burgers – of het nu gaat over de interne markt, klimaatverandering,

²⁴ In 2007 heeft EuropeAid bezoeken van 75 "ambassadeurs" aan scholen in 44 regio's in 18 lidstaten georganiseerd om de aanzet te geven tot discussies over externe samenwerking, waardoor 97 000 leerlingen rechtstreeks bereikt werden. DG AGRI heft op vergelijkbare wijze – maar niet beperkt tot scholen – een Green Team met 78 "Green Team Ambassadors" opgericht om in te gaan op de zorgen van het publiek, en het GLB en het plattelandsontwikkelingsbeleid uit te leggen.

duurzame mobiliteit, energiebeleid, of migranten –, en dat gebaseerd is op brede raadpleging, vormt de beste manier om de relevantie van de EU voor de burgers te demonstreren. De communicatie over dit beleid dient nationale grenzen te overstijgen, met grensoverschrijdende communicatiekanalen die het debat en de dialoog over thema's van gemeenschappelijk belang bevorderen en de Europese agenda weerspiegelen.

Alleen wanneer blijkt dat het beleid van de EU de gewenste effecten heeft, zal het debat over de EU breder en diepgaander kunnen worden. De garantie dat de chemicaliën die in Europese producten gebruikt worden veilig zijn; de openstelling van de markt voor diensten; het verlagen van de barrières voor grensoverschrijdende betalingen; het versterken van de rechten van consumenten; het verbeteren van de veiligheid van luchtvervoer; het bevorderen van voedselveiligheid en -kwaliteit; het beschermen van het platteland en het milieu, het tot overeenstemming komen over een geïntegreerd klimaat- en energiebeleid en grensoverschrijdende politie samenwerking; het verlagen van de kosten van mobiel telefoneren uit het buitenland: over al deze kwesties zijn op Europees niveau beslissingen genomen, niet dan na verhitte discussies in veel gevallen. Deze discussies dienen te worden aangemoedigd, en kunnen alleen gevoerd worden als het beleidvormingsproces zichtbaar relevant is en waarde toevoegt aan het wetgevingsproces in de afzonderlijke lidstaten.

3.1. De politieke dimensie

De opkomst bij verkiezingen voor het Europees Parlement, en de mate waarin het in de verkiezingscampagnes om Europees beleid gaat, vormen tezamen een indicatie van de omvang van de uitdaging van het creëren van een Europese publieke ruimte. Nationale en Europese politieke partijen, en de gekozen vertegenwoordigers van verschillende politieke families, zijn in een positie om Europese kwesties aan de orde te stellen in nationale discussies en zodoende bij te dragen tot publieke discussies op Europese schaal. Juist de antagonistische en vaak sterk gepolariseerde aard van de woordenwisselingen tussen politieke partijen wekt interesse en een vraag naar meer informatie over de betreffende kwesties. In de afgelopen jaren heeft een aantal Europese beleidskwesties sterk de belangstelling van het publiek gewekt als gevolg van de partijpolitieke en electorale verdeeldheid over die kwesties²⁵.

De Commissie heeft toegezegd alle inspanningen ter verhoging van de opkomstcijfers bij de volgende Europese parlementaire verkiezingen te zullen ondersteunen. De volgende reeks Plan D-projecten van maatschappelijke organisaties zullen ten dele op dit doel gericht zijn. Bovendien heeft de Commissie in juni 2007 een voorstel goedgekeurd betreffende herziening van de bestaande verordening betreffende politieke partijen op Europees niveau²⁶, waardoor de oprichting van Europese politieke stichtingen mogelijk wordt. Ook dit zal bijdragen tot een werkelijk debat over Europese thema's, op baais van goede informatie, en tot ontwikkeling van een Europese publieke ruimte.

Bovendien wil de Commissie het communicatiepotentieel in haar relaties met de nationale parlementen maximaliseren. Naar aanleiding van een voorstel van het Europees Parlement werkt de Commissie aan de totstandbrenging van zogenaamde proefinformatienetwerken (Pilot Information Networks, PINs), een netwerk van internetforums voor discussies tussen

²⁵ Voorbeelden daarvan zijn de grondwet, de uitbreiding en voorstellen op economisch gebied zoals de Dienstenrichtlijn.

²⁶ COM(2007) 364.

leden van het Europees Parlement, leden van nationale parlementen, journalisten en opinieleiders, dat wordt aangevuld door bijeenkomsten in de gehele EU. PINs zullen een belangrijke bijdrage leveren tot het aanzwengelen van Europese debatten in nationale parlementen. Zij zullen ook het debat tussen nationale volksvertegenwoordigers over Europese thema's bevorderen, en bijdragen tot ondersteuning van de eigen elektronische systemen van nationale parlementen voor de uitwisseling van informatie.

3.2. Media- en informatiediensten

De Commissie zal tegen het einde van dit jaar concrete voorstellen doen om beter te kunnen reageren op de uitdagingen in verband met nieuwe mediatechnologieën²⁷. Audiovisuele media blijven de favoriete bron van informatie over Europese zaken. TV en radio presenteren Europese thema's in de context van nieuws en debatten wanneer over belangrijke Europese beleidsmaatregelen besloten wordt. TV- en radiospots spelen ook een rol in de context van informatiecampagnes om specifiek EU-beleid te promoten. Uit onderzoeken²⁸ blijkt echter – en twee derde van de Europeanen is ook die mening toegedaan – dat de nationale media onvoldoende informatie over de EU bieden.

De Commissie zal bijdragen tot meer en duurzamere berichtgeving over EU-aangelegenheden op bestaande audiovisuele kanalen, en zal networking van omroepen op Europees niveau aanmoedigen. Bij de raadpleging over het witboek is gebleken dat er veel steun is voor het idee dat de Commissie audiovisuele informatie, educatieve programma's en entertainment betreffende Europese thema's zou moeten bieden, als onderdeel van haar openbare dienstverlening in de lidstaten. Dergelijke dienstverlening moet echter op zodanige wijze plaatsvinden dat de volledige redactionele onafhankelijkheid van de omroepen gewaarborgd blijft.

Het huidige beleid van medefinanciering van radio- en TV-programma's heeft tientallen omroepen ertoe bewogen EU-programma's te ontwikkelen. Om dit beleid doelmatiger te maken, zal de Commissie meerjarencontracten aanbieden voor netwerken van omroepen in heel Europa. Deze netwerken zullen onafhankelijk programma's over EU-onderwerpen produceren en uitzenden, volgens hun eigen redactionele normen, maar met gebruikmaking van gemeenschappelijke formaten voor programma's. Deze contracten zullen een bindend redactioneel handvest bevatten dat de redactionele onafhankelijkheid van de omroepen in kwestie garandeert.

Europe by Satellite (EbS), de dienst van de Commissie voor audiovisuele berichtgeving over EU-zaken, zal ook bijdragen tot bovengenoemde openbare dienstverlening en deze vergemakkelijken. De vraag naar zendtijd op EbS heeft de maximale capaciteit bereikt; live uitzendingen van evenementen als de plenaire en commissievergaderingen van het Europees Parlement komen in conflict met de uitzending van pakketten onbewerkte filmopnamen ten behoeve van professionele journalisten en persconferenties. De Commissie zal daarom de andere Europese instellingen voorstellen de uitzendcapaciteit van EbS te verdubbelen, om een grotere verscheidenheid van EU-activiteiten te kunnen bestrijken.

²⁷ De verschillende in dit deel gepresenteerde voorstellen sluiten aan op de aanbevelingen van de stakeholderconferentie "Europe in Vision" die op 4-5 december 2006 te Helsinki is gehouden.

²⁸ L'information relative à l'Europe et la télévision, Etude qualitative auprès de téléspectateurs dans les 27 Etats-Membres de l'Union Européenne, Europese Commissie, april 2007.

Het internet is het voornaamste medium voor het combineren van tekst, geluid en beeld, en om feedback van en discussie tussen gebruikers mogelijk te maken. Het is nu al het voornaamste medium voor grensoverschrijdende debatten. De verdere ontwikkeling van de EUROPA-website, een van de grootste in de wereld, zal worden voortgezet door het verhogen van de interactiviteit en de verbetering van de navigatie- en zoekfuncties²⁹. Webinhoud zal op meer toegankelijke en gebruikersvriendelijke wijze georganiseerd worden, en er zouden meer beelden en video- en audiomateriaal geboden moeten worden. Op die manier zal EUROPA een belangrijk Europees referentiepunt blijven voor informatie over EU-onderwerpen, als aanvulling op de sites van nationale overheden. Voorstellen voor verdere ontwikkeling van EUROPA zullen gebaseerd worden op een enquête onder gebruikers die in 2007 zal worden afgenomen.

Daarnaast dient de EU haar aanwezigheid op het web ook buiten EUROPA te versterken. De Commissie wil de ontwikkeling aanmoedigen van een netwerk van websites van de maatschappelijke organisaties, en van de particuliere en de publieke sector, die contacten met of tussen Europese burgers bevorderen, door websites te ondersteunen die bijzondere aandacht aan Europese zaken besteden en het debat over EU-beleidskwesties stimuleren. De Commissie zelf zou ook een actievere rol moeten spelen door interviews en deelname aan discussies op andere sites. Al deze ontwikkelingen zullen in detail uiteengezet worden op internet (vóór het einde van 2007) en in de audiovisuele strategiedocumenten die de Commissie begin 2008 zal presenteren.

Publicaties op papier zullen een rol blijven spelen in de EU-communicatie. Ondanks de toenemende invloed van internet is de vraag naar publicaties op papier gestegen. Het is daarom essentieel dat er een mediaoverschrijdend publicatiebeleid ontwikkeld wordt, dat publicaties op papier, op het web en in audiovisuele formaten combineert, met gebruikmaking van de nieuwste ontwikkelingen in de communicatietechnologie³⁰.

3.3. Het begrijpen van de Europese publieke opinie

Om te kunnen begrijpen wat de Europeanen van de EU denken, en wat zij ervan verwachten, zijn opinieonderzoeken van groot belang. De Eurobarometer-enquêtes zijn waardevol bij het analyseren van de verwachtingen van het publiek op verschillende beleidsterreinen, bij het beoordelen van het effect van beleid en bij het signaleren van gevoelens van bezorgdheid en negatieve percepties onder het publiek, teneinde zowel de beleidvorming als de communicatie te verbeteren.

De Commissie zal naar aanleiding van de raadpleging over het witboek³¹ een aantal vernieuwingen invoeren wat de door Eurobarometer gebruikte methoden betreft, om haar vermogen om naar de publieke opinie te luisteren en erop te reageren verder te ontwikkelen. Het doel is enquêtes meer strategisch te benutten in de relevante stadia van het

²⁹ Het Directoraat-generaal voor informatietechnologie (DIGIT) heeft een studie verricht met het oog op het formuleren van aanbevelingen voor een "Enterprise Wide Search en Retrieval Strategy" in de Commissie.

³⁰ Het Publicatiebureau is in eerste instantie verantwoordelijk voor online en offline publicaties. Het wordt geleid door een interinstitutioneel managementcomité. Het beheert de "EU Bookshop", het internetportaal dat toegang geeft tot alle EU-publicaties.

³¹ Zoals voorgesteld is op de stakeholderconferentie "Understanding European public opinion" te Madrid op 27 oktober 2006.

beleidvormingsproces, zoals de formulering van beleid en effectbeoordeling, en bij het ontwikkelen en evalueren van communicatieactiviteiten.

De concrete verbeteringen zullen onder meer een breder gebruik van kwalitatieve onderzoeksinstrumenten omvatten, waaronder het gebruik van de innovatieve methoden van bepaalde Plan D-projecten, en het combineren van de analyse van kwantitatieve en van kwalitatieve gegevens om een duidelijker beeld te krijgen van de verwachtingen van het publiek. Er zal meer gebruik worden gemaakt van methoden voor gericht opinieonderzoek om het effect van communicatie te meten. De analyse van onderzoeksresultaten zal verbeterd worden door snellere reacties, door meer aandacht voor het nuttig gebruik van de resultaten, en door ook naar de resultaten op regionaal en lokaal niveau te kijken. Ook zullen vaker op verzoek secundaire analyses van de beschikbare gegevens verricht worden om specifieke vragen te kunnen beantwoorden. De resultaten zullen sneller en breder verspreid worden. Er zal een netwerk van nationale deskundigen op het gebied van de publieke opinie opgericht worden, met een adviserende functie, om goede praktijken uit te wisselen, synergieën te bevorderen, en te adviseren over methodologische kwesties.

Het Europe Direct-contactcentrum³² is een informatiedienst voor burgers die kosteloos vragen beantwoordt, in alle officiële talen van de EU. Het zal gepromoot worden als het voornaamste toegangspunt voor burgers die informatie over de EU en zal ook het vermogen ontwikkelen om feedback over onder de burgers levende gevoelens te geven aan de relevante diensten van de Commissie en andere EU-instellingen.

Raadpleging is een noodzakelijke en nuttige "reality check" voor voorstellen, maar is alleen doelmatig als zij voldoende breed en alomvattend is. Sinds de goedkeuring van minimumnormen voor raadpleging³³ heeft de Commissie belanghebbende partijen en EU-burgers geraadpleegd over een reeks van beleidsinitiatieven. De website voor internetraadplegingen "Uw stem in Europa" (europa.eu/yourvoice) helpt het raadplegingsproces te verduidelijken en moedigt de diensten van de Commissie aan om de normen consistent toe te passen. Om betere feedback, meer pluralisme en inclusiviteit aan te moedigen in de standpunten en interesses die nationale, regionale en lokale stakeholders in dit vroege stadium van beleidsontwikkeling tot uitdrukking brengen, zal de recente praktijk van het betrekken van de vertegenwoordigingen bij het promoten van raadplegingen in de lidstaten verder ontwikkeld worden. De vertegenwoordigingen zullen bijvoorbeeld vroegtijdige contacten en vergaderingen organiseren met stakeholders, om hen aan te moedigen om deel te nemen aan de voornaamste raadplegingen in verband met de communicatieprioriteiten.

4. VERSTERKING VAN DE PARTNERSCHAPSAANPAK

EU-instellingen en -organen, de lidstaten, en ook regionale en lokale autoriteiten in heel Europa, communiceren alle, op verschillende manieren en in uiteenlopende mate, over Europese beleidsthema's. Al diegenen die meer direct betrokken zijn bij besluitvorming op Europees niveau hebben de plicht te communiceren en uit te leggen. Zij moeten allen hun autonomie en prerogatieven om op hun eigen manier te communiceren, handhaven, maar er zijn ook veel mogelijkheden om als partners samen te werken bij het bevorderen van debatten

³² Gevestigd in Brussel.

³³ COM(2002) 704.

en discussies over Europa. Tot nu toe waren de pogingen tot gemeenschappelijke communicatieacties ad hoc en beperkt van opzet en het is noodzakelijk gebleken om tot overeenstemming te komen over gemeenschappelijke thema's en effectief samen te werken. Uit de raadpleging over het witboek is gebleken dat er behoefte gevoeld wordt aan meer samenwerking inzake het communiceren over Europa tussen de EU-instellingen en -organen en de lidstaten. De Commissie zal daarom voorstellen om op alle niveaus partnerschappen rond gezamenlijk vastgestelde EU-communicatieprioriteiten te versterken door middel van een interinstitutioneel akkoord (IIA).

4.1. Samenwerking met de lidstaten

Nationale regeringen zijn verantwoordelijk voor het bepalen van de koers van het Europese beleid in de Raad en voor het informeren van hun burgers over de vervulling van hun mandaten en hun beleidsmaatregelen. Uit enquêtes blijkt dat burgers van hun nationale regering verwachten dat die hen informeert over wat de voor hen EU doet en hoe dit hun dagelijks leven beïnvloedt. Meer dan twee derde van de Europese burgers neemt bij voorkeur contact op met nationale diensten als het over zaken gaat die op EU-niveau beslist worden.

De Commissie kan echter waardevolle steun verlenen aan de lidstaten die daarin geïnteresseerd zijn. De Commissie stelt voor om de relaties met deze lidstaten te versterken door regelmatige vergaderingen met de "nationale communication directors" van iedere lidstaat, teneinde de belangrijkste communicatieprioriteiten in kaart te brengen, monitoring van het communicatieproces te garanderen, en informatie over communicatieactiviteiten uit te wisselen³⁴. De Commissie wil ook managementpartnerschappen ontwikkelen met geïnteresseerde lidstaten. Dit type partnerschap, waarin de samenwerking tussen Commissie, Parlement en lidstaat vorm krijgt op een aan de individuele lidstaat aangepaste wijze, is al succesvol gebleken in Duitsland, en er zijn partnerschappen overeengekomen met Hongarije en Slovenië. Er zijn onderhandelingen gaande met verschillende andere lidstaten die daar formeel om verzocht hebben³⁵. Deze partnerschappen kunnen dienen als een instrument voor het uitvoeren van gezamenlijke activiteiten met betrekking tot geselecteerde communicatieprioriteiten op centraal, regionaal en lokaal niveau.

Managementpartnerschappen zullen de coördinatie van communicatieactiviteiten met betrekking tot geselecteerde communicatieprioriteiten bevorderen, op basis van gezamenlijke communicatieplannen³⁶. Over deze plannen wordt op politiek niveau onderhandeld tussen de Commissie, het Europees Parlement en de met communicatiekwesities belaste autoriteiten van de betreffende lidstaten. De communicatieactiviteiten in het kader van het gezamenlijk communicatieplan zijn niet beperkt tot bepaalde politieke richtingen en staan er garant voor dat uiteenlopende visies vertegenwoordigd zijn in debatten over Europese kwesties. Deze samenwerking zal dan ook een hulp zijn bij het aanpassen van de communicatie aan de plaatselijke omstandigheden en het koppelen daarvan aan nationale politieke agenda's (zoals verkiezingen, belangrijke nationale evenementen, en specifieke belangen). De Commissie en de autoriteiten van de betreffende lidstaat delen de verantwoordelijkheid voor de

³⁴ Het bestaande EU-infonet-netwerk van lidstaten en EU-instellingen zal met het oog daarop verder ontwikkeld worden.

³⁵ Oostenrijk, België, Frankrijk, Italië, Letland, Portugal en Polen.

³⁶ Het is ook mogelijk de lidstaten alternatieve typen partnerschappen met de Commissie aan te bieden COM(2004) 196.

tenuitvoerlegging van managementpartnerschappen. De Commissie zorgt voor de financiering en de lidstaat voor de personele middelen en de infrastructuur³⁷.

Het lopende managementpartnerschap met de Duitse bondsregering is een goed voorbeeld. Het wordt beschouwd als een waardevol instrument voor het uitvoeren van ideeën die de lidstaat en de Europese instellingen delen. Sinds 2005 is er een dozijn grootschalige initiatieven ondernomen die aangetoond hebben dat nauwe samenwerking van dit type succes kan hebben³⁸.

Regionale en plaatselijke autoriteiten, hetzij individueel, hetzij in het kader van verenigingen, kunnen een cruciale rol spelen bij het bevorderen van de communicatie over Europa. Communicatie dient afgestemd te worden op de plaatselijke omstandigheden, om te laten zien dat EU-besluiten en EU-beleid ook op dat niveau relevant zijn³⁹. De Commissie zal er in samenwerking met het Comité van de Regio's voor zorgen dat deze autoriteiten over relevante informatie beschikken en dat er mechanismen worden opgezet om hun ideeën en suggesties ter verbetering van de communicatie over Europa op lokaal en regionaal niveau in ontvangst te nemen en door te geven. Regionale en lokale actie zou ook aan de orde kunnen komen in managementpartnerschappen, parallel aan de activiteiten die al ondernomen worden op basis van strategische partnerschappen (separate aanvullende financiering van projecten). Ter aanvulling van de werkzaamheden van de vertegenwoordigingen, de Europe Direct-contactpunten en de EU-agentschappen op dit gebied⁴⁰ zal de Commissie nauwere banden aanknopen met de 250 vertegenwoordigingen van regionale en lokale autoriteiten in Brussel, voor zover die geïnteresseerd zijn in deelname.

4.2. Samenwerken met de Europese instellingen

De Interinstitutionele Groep Voorlichting (Inter-institutional Group on Information, IGI) is de bestaande beleidsstructuur voor het bepalen van de communicatiestrategie van de EU en voor het selecteren van gemeenschappelijke communicatieprioriteiten voor de EU-instellingen en de lidstaten. Het voorzitterschap van deze groep wordt door het Europees Parlement, de Commissie en het Voorzitterschap gezamenlijk bekleed. De politieke status en legitimiteit ervan dient echter versterkt en verder ontwikkeld te worden, zodat de groep effectiever richting kan geven aan de EU-communicatieprioriteiten, en wel in een vroeg genoeg stadium om potentiële synergieën tussen de communicatieagenda's van de EU-instellingen en de lidstaten te kunnen vinden. De besluiten van de IGI dienen gevolgd te worden door een brede en coherente follow-up op zowel politiek als administratief niveau. De werkgroep over

³⁷ Managementpartnerschappen beletten de Commissie niet om ook andere vormen van partnerschap, zoals strategische partnerschappen en ad-hocovereenkomsten, voort te zetten of aan te gaan. Het gaat hier om zeer flexibele instrumenten die hun waarde bewezen hebben op specifieke terreinen, zoals bijvoorbeeld de invoering van de euro.

³⁸ De informatietour op nationale schaal "Europa wordt 50 – 50 steden vieren feest" in Duitsland, en het "opleidingsseminar voor redacteurs van schoolkranten", dat gericht was op berichtgeving over de EU in schoolkranten, zijn twee voorbeelden van geslaagde projecten die door een managementpartnerschap zijn uitgevoerd.

³⁹ De ervaringen in Schotland met de North Sea Regional Advisory Council, waar delen van de bevolking die de effecten van het visserijbeleid rechtstreeks ondervinden, rechtstreeks geraadpleegd worden, zoals ook het geval is bij de andere Regionale Adviesraden die in het kader van het gemeenschappelijk visserijbeleid zijn opgericht, tonen aan dat burgers geïnteresseerd zijn in onderwerpen die rechtstreeks van invloed zijn op hun leven.

⁴⁰ Bijvoorbeeld het "business support network", dat de gehele EU zal bestrijken en begin 2008 gelanceerd zal worden.

informatie van de Raad zal, met steun van het Voorzitterschap, zorgen voor monitoring van het communicatieproces.

Het Europees Economisch en Sociaal Comité en het Comité van de Regio's zijn in de IGI vertegenwoordigd door waarnemers. De samenwerking met deze comités wordt momenteel ook versterkt door addenda over het informatiebeleid op de bestaande protocollen die de samenwerking regelen. Deze toevoegingen bevestigen de politieke wil van de Commissie en van de twee comités een partnerschap voor de lange termijn tot stand te brengen en gezamenlijk te werken aan de ontwikkeling van gedecentraliseerde informatievoorziening en van communicatie met de Europese burgers. Deze samenwerking zal gebaseerd zijn op duidelijk bepaalde communicatieprioriteiten voor gedecentraliseerde tenuitvoerlegging op regionaal en lokaal niveau.

4.3. Interinstitutioneel akkoord over communicatie

Om een passend kader te bieden voor betere samenwerking met betrekking tot het EU-communicatieproces, met inachtneming van de autonomie van de EU-instellingen en de lidstaten, stelt de Commissie het Europees Parlement en de Raad een interinstitutioneel akkoord (IIA) voor. Alle andere EU-instellingen en -organen worden uitgenodigd om de Commissie, het Europees Parlement en de Raad hierin te ondersteunen. Het doel van dit akkoord is tot overeenstemming te komen over de voornaamste communicatieprioriteiten van de Europese Unie als geheel, de toegevoegde waarde van een EU-aanpak van communicatie betreffende specifieke prioritaire kwesties te identificeren, synergieën te ontwikkelen betreffende de middelen die de instellingen gebruiken voor het uitvoeren van activiteiten in verband met deze prioriteiten, en de lidstaten aan te moedigen tot samenwerking. Dit belet de afzonderlijke EU-instellingen natuurlijk niet aparte en voor die instelling specifieke communicatieactiviteiten uit te voeren die aan hun specifieke rol en hun stakeholders aangepast zijn.

De Commissie erkent de rol van de afzonderlijke lidstaten bij het communiceren over Europa op nationaal, regionaal en lokaal niveau, in hun officiële taal of talen. In het IIA zal de politieke wil van de EU-instellingen en de lidstaten om de verantwoordelijkheid voor het informeren van en communiceren met burgers over EU-kwesties op zich te nemen, formeel vastgelegd worden. In dit politieke akkoord zullen bovendien de voornaamste beginselen en te respecteren rechten bij het communiceren over Europa benadrukt worden, en zullen de modaliteiten van de samenwerking tussen de partners geregeld worden, waarbij ook de nodige monitoring en de politieke verantwoordelijkheid geregeld zullen worden. De beginselen van inclusiviteit, pluralisme en participatie dienen de basis te vormen van alle acties met betrekking tot het communiceren over Europa. Op basis van het IIA zal ook een gemeenschappelijk jaarlijks werkplan met EU-communicatieprioriteiten opgesteld worden, op te stellen door de Commissie, op basis van discussies over de in de JBS aangegeven communicatieprioriteiten, en aan de andere EU-instellingen en raadgevende lichamen worden voorgelegd.

5. CONCLUSIES

De Commissie zal al haar beschikbare middelen op coherente wijze inzetten voor het uitvoeren van effectieve en geïntegreerde communicatieacties.

De Commissie stelt met name het volgende voor:

- een interinstitutioneel akkoord die een kader moet bieden voor betere samenwerking met betrekking tot het EU-communicatieproces, met inachtneming van de autonomie van de EU-instellingen en de lidstaten;
- managementpartnerschappen met lidstaten op vrijwillige basis, als de voornaamste instrumenten voor gezamenlijke communicatie-initiatieven;
- ontwikkeling van het netwerk van Europese publieke ruimtes in de vertegenwoordigingen;
- identificatie van aspecten van schoolonderwijs waar gezamenlijke actie op EU-niveau de lidstaten zou kunnen ondersteunen;
- verdere ontwikkeling van Eurobarometer;
- implementatie van de proefinformatienetwerken (Pilot Information Networks, PINs) ter verbetering van de communicatie tussen Europese en nationale politici en andere opinieleiders.

Daarnaast zal de Commissie in de komende maanden:

- een nieuwe internetstrategie goedkeuren ter ondersteuning van netwerken van maatschappelijke organisaties en websites van de particuliere of de publieke sector die EU-gericht zijn en contacten met of tussen Europese burgers bevorderen,
- een nieuwe audiovisuele strategie goedkeuren ter ondersteuning van netwerken van omroepen in heel Europa bij het produceren en uitzenden van programma's over EU-kwesties,
- een mededeling publiceren als follow-up van Plan D, en een nieuwe reeks projecten van maatschappelijke organisaties onder Plan D lanceren, met het algemene doel het ratificeringsproces van het Hervormingsverdrag te ondersteunen en de deelname aan de EP-verkiezingen in 2009 te verhogen,
- en nagaan of de recente succesvolle experimenten met het versterken van het werk van de vertegenwoordigingen geconsolideerd en uitgebreid kunnen worden.

Financieel memorandum

BELEIDSGBIED : TITEL 16 – COMMUNICATIE

ACTIVITEITEN: ALLE ACTIVITEITEN OP HET BELEIDSGBIED
--

MEDEDELING OVER HET COMMUNICEREN OVER EUROPA IN PARTNERSCHAP

1. BEGROTINGSONDERDELEN (VOLGENS DE NOMENCLATUUR VAN HET VOB 2008)

1.1. Beleidsuitgaven

16 02 02 Multimedia-acties

16 02 03	Informatie voor de media
16 02 04 uitrusting	Gebruik van of radio- en televisiestudio's en audiovisuele
16 03 01	Informatiepunten
16 03 02	Lokale acties
16 03 04 PRINCE	Specifieke acties betreffende prioritaire thema's, waaronder
16 03 06	Proefproject betreffende proefinformatienetwerken (PINs)
16 04 01	Analyse van de publieke opinie
16 04 02	Online-informatie en communicatie-instrumenten
16 04 03	Gerichte schriftelijke publicaties

1.2. Bijbehorende uitgaven voor technische en administratieve bijstand

16 01 04 01	Communicatieacties — Administratieve uitgaven
-------------	---

2. RECHTSGRONDSLAG

Taken die voortvloeien uit de prerogatieven van de Commissie op institutioneel vlak, zoals bepaald in artikel 49, lid 6, van Verordening (EG, Euratom) nr. 1605/2002 van 25 juni 2002 houdende het Financieel Reglement van toepassing op de algemene begroting van de Europese Gemeenschappen (PB L 248 van 16.9.2002, blz. 1), als gewijzigd bij Verordening (EG) nr. 1995/2006 (PB L 390 van 30.12.2006, blz. 1).

3. BEGROTINGSKENMERKEN

Begrotingsonderdeel	Soort uitgave		Nieuw	Bijdrage EVA	Bijdragen van kandidaat-lidstaten	Rubriek financieel kader
16 01 04 01 Communicatieacties — Administratieve uitgaven	Niet-verplicht	NGK	NEE	NEE	NEE	Nr. [3b]
16 02 04 Gebruik van radio- en televisiestudio's en audiovisuele uitrusting	Niet-verplicht	GK	NEE	NEE	NEE	Nr. [5]
16 02 02 to 16 04 03 (behalve 16 02 04) Operationele begrotingsonderdelen van DG COMM	Niet-verplicht	GK	NEE	NEE	NEE	Nr.º [3b]

4. RAMINGEN VAN DE FINANCIËLE GEVOLGEN PER HOOFDDOELSTELLING EN OUTPUT

De financiële gevolgen van deze mededeling blijven binnen het kader van de meerjarige financiële programmering (zoals vastgelegd in SEC(2007) 500).

3.1. Samenvatting van de financiële middelen

Zie tabel 1 in de bijlage.

3.2. Gedetailleerde ramingen van de financiële gevolgen van de voornaamste acties

Zie tabel 2 in de bijlage.

5. ADMINISTRATIEVE UITGAVEN – SPECIFIEKE BEHOEFTE

De behoeften aan personele en administratieve middelen zullen worden gefinancierd uit de begrotingsmiddelen die in het kader van de jaarlijkse toewijzingsprocedure aan het met het management belaste DG worden toegewezen.

Aangezien de eerste evaluatie door de Commissie in december 2006 positief is uitgevallen, omvat de bijgevoegde tabel een post "(aan dit experiment) deelnemende vertegenwoordigers". De Commissie wil voortbouwen op dit geslaagde experiment, maar

zal eerst de resultaten van de evaluatie van alle nu lopende communicatieactiviteiten afwachten, ook van de toegevoegde waarde van de deelnemende verteg.

– Rubriek	BEGROTING 2007	VOB 2008	Financiële programmering				
			2009	2010	2011	2012	□ 2013
Administratieve uitgaven voor het beleidsgebied communicatie	3.865	3.600	3.987	4.065	4.145	4.225	4.306
Communicatieacties — Administratieve uitgaven	3.865	3.600	3.987	4.065	4.145	4.225	4.306
Communicatie en de media	27.720	30.882	32.380	32.881	33.390	33.902	34.420
Multimedia-acties	18.750	20.700	21.380	21.800	22.227	22.657	23.091
Informatie voor de media	3.370	3.970	4.100	4.181	4.263	4.345	4.429
Gebruik van radio- en televisiestudio's en audiovisuele uitrusting (rubriek 5)	5.600	6.212	6.900	6.900	6.900	6.900	6.900
Lokaal gerichte benadering, communicatie	39.514	38.530	39.555	40.314	41.085	41.859	42.642
Informatiepunten	16.753	15.300	15.802	16.113	16.429	16.746	17.067
Lokale acties	8.393	10.400	10.502	10.689	10.879	11.070	11.263
Specifieke acties betreffende prioritaire thema's, waaronder PRINCE	7.868	12.830	13.251	13.512	13.777	14.043	14.312
EuroGlobe	1.500						
Proefproject betreffende proefinformatienetwerken (PINs)	5.000						
Analyse en communicatie-instrumenten	21.830	21.830	21.546	21.990	22.441	22.894	23.352
Analyse van de publieke opinie	5.600	5.800	5.990	6.108	6.228	6.348	6.470
Online-informatie- en communicatie-instrumenten	10.180	10.880	11.237	11.458	11.683	11.909	12.137
Gerichte schriftelijke publicaties	6.050	5.150	4.319	4.424	4.530	4.637	4.745
Communicatie (rubriek 3b)	87.328	88.630	90.568	92.350	94.161	95.980	97.820

Titels van doelstellingen, categorieën acties en outputs	Nieuwe of bestaande output	Begrotingscode of of staff involvement	Type uitgaven	Gemiddelde kosten	2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013	
					Aantal outputs	Totale kosten	Aantal outputs	Totale kosten	Aantal outputs	Totale kosten	Aantal outputs	Totale kosten	Aantal outputs	Totale kosten	Aantal outputs	Totale kosten	Aantal outputs	Totale kosten
OPERATIONELE DOELSTELLING NR. 1 INSpraak voor de burgers																		
Voor Plan D : een bedrag van 2,1 mio € is toegewezen voor 2007 en in het VOB 2008 is 3 mio € gepland (voor de derde golf) onder begrotingslijn 16 03 04 voor "specifieke acties betreffende prioritaire thema's"																		
Actie categorie 1: LOKALE BENADERING																		
Output 1 : deelnemende vertegenwoordigingen	voortgezet	16 03 02	aanvullende lokale acties	0.040	11	0.440	15	0.600	20	0.800	25	1.000	27	1.080	27	1.080	27	1.080
Output 2 : Europe Direct-contactpunten	wordt uitgebreid (in hoofdzaak vanaf 2009)	16 03 01	nieuwe subsidies voor contactpunten vanaf 2009	0,025 extra per contactpunt			30 nieuwe contactpunten in ROBU	pm	nieuwe oproep, hogere subsidies, ~ 490 contactpunten	1.470		1.470		1.470		1.470		1.470
Output 3 : bezoeken van leden van de Commissie aan regio's	lopend	16 03 02	steun voor het organiseren van ontmoetingen met regionale media	0.003	27	0.081	27	0.081	27	0.081	27	0.081	27	0.081	27	0.081	27	0.081
Output 4 : seminars voor journalisten	voortgezet	16 02 03	aanvullende seminars	0.020	6	0.120	6	0.120	10	0.200	10	0.200	15	0.300	18	0.360	18	0.360
Output 5 : netwerk van Europese publieke ruimtes	new from 2007/2008	16 03 02	inrichting van nieuwe ruimtes + evenementen (met herverdeelde middelen)	0.050	3	0.150	3	0.150	20	1.000	27	1.350	27	1.350	27	1.350	27	1.350
Actie categorie 2: ACTIEF EUROPEES BURGERSCHAP BEVORDEREN																		
Output 1 : bezoeken van scholieren en andere groepen, te organiseren door vertegenwoordigingen en contactpunten, en bezoeken van ambtenaren van de Commissie aan hun vroegere scholen	bestaand	160,302	specifieke lokale acties (met Voorzitterschappen)	0.040	2	0.080	2	0.080	2	0.080	2	0.080	2	0.080	2	0.080	2	0.080

OPERATIONELE DOELSTELLING NR. 2		ONTWIKKELING VAN EEN EUROPESE PUBLIEKE RUIMTE																		
Actie categorie 1: DE POLITIEKE DIMENSIE																				
Output 1 : proefinformatienetwerken	vanaf 2007	16 03 06	website voor PINs	4.000	1	4.000														
			vergaderingen	0.100	10	1.000														
Actie categorie 2: DE MEDIA EN INFORMATIE-INSTRUMENTEN																				
Output 1 : door een netwerk van omroepen geproduceerde en uitgezonden programma's over EU-ikwesties	lopend	16 02 02	radio- en/of TV-netwerken	tussen 5,5 and 8	1	5.500	1	8.000	1	8.000	1	8.000	1	8.000	1	8.000	1	8.000	1	8.000
Output 2 : verhoging van de capaciteit van EbS - meer divers materiaal beschikbaar stellen	nieuw	16 02 03	productie video					0.600		0.600		0.600		0.600		0.600		0.600		6.000
		16 02 04	technische ontwikkelingen + nieuw EbS vanaf 2009					0.612		1.300		1.300		1.300		1.300		1.300		1.300
Output 3 : verbetering van de Europa-website	lopend	16 04 02	nieuwe zoekmachine installeren	0.300	1	0.300		pm												
	lopend	16 04 02	nieuw "flexibel platform"	0.300	1	0.300		pm												
	lopend	16 04 02	evaluatie van Europa	0.300	1	0.300		pm												
Output 4 : een netwerk van particuliere en overheidswbsites met Europese inhoud	nieuw	16 04 02	subsidies voor websites met EU-inhoud	0.010			20	0.200	20	0.200	20	0.200	20	0.200	20	0.200	20	0.200	20	0.200
Actie categorie 3: LUISTEREN EN REAGEREN																				
Output 1 : Een netwerk van onafhankelijke deskundigen inzake publieke opinie	nieuw	16 01 04	vergaderingen van 15 deskundigen	0.015	1	0.015	2	0.030	2	0.030	2	0.030	2	0.030	2	0.030	2	0.030	2	0.030
OPERATIONELE DOELSTELLING NR. 3		VERSTERKING VAN EEN PARTNERSCHAPSAANPAK																		
Actie categorie 1: SAMENWERKEN MET DE LIDSTATEN																				
Output 2 : partnerschappen met lidstaten	lopend	16 03 04	management-partnerschappen (met herverdeelde middelen)	tussen 0,1 en 0,7	4	1.400	10	3.950	15	5.250	20	7.000	24	8.400	27	9.450	27	9.450		
Totale kosten						13.686	(*)	14.423	(*)	19.011	21.311	22.891	24.001	29.401						
(*) De totalen voor 2007 bedragen 15 786 000 € in 2007 en 17 423 000 € in 2008 als de bedragen voor Plan D meegerekend worden (zie opmerking onder "operationele doelstelling nr. 1").																				