



KOMMISSIONEN FOR DE EUROPÆISKE FÆLLESSKABER

Bruxelles, den 2.7.2002

KOM(2002) 350 endelig

**MEDDELELSE FRA KOMMISSIONEN TIL RÅDET, EUROPA-PARLAMENTET,  
DET ØKONOMISKE OG SOCIALE UDVALG OG REGIONSUDVALGET**

**OM**

**EN INFORMATIONS- OG KOMMUNIKATIONSSTRATEGI FOR DEN  
EUROPÆISKE UNION**

# Indhold

|   |    |
|---|----|
| MEDDELELSE FRA KOMMISSIONEN TIL RÅDET, EUROPA-PARLAMENTET, DET ØKONOMISKE OG SOCIALE UDVALG OG REGIONSUDVALGET OM EN INFORMATIONS- OG KOMMUNIKATIONSSTRATEGI FOR DEN EUROPÆISKE UNION ..... | 1  |
| INDLEDNING.....   | 4  |
| I. Den demokratiske udfordring .....  | 6  |
| 1. En vanskelig status.....   | 6  |
| 1.1. Den Europæiske Union: et modsætningsfyldt billede .....  | 6  |
| 1.2. Borgernes forventninger .....  | 6  |
| 2. En prioritet for nye styreformer .....   | 7  |
| 2.1. Konstateringen .....   | 7  |
| 2.2. Ansvarsfordeling.....  | 7  |
| 3. Behovet for en ny tilgang.....   | 8  |
| 3.1. På det institutionelle plan.....   | 8  |
| 3.2. Informations- og kommunikationsområdet .....   | 8  |
| II. Et globalt og sammenhængende svar .....   | 10 |
| 1. Klart formulerede målsætninger .....   | 10 |
| 1.1. En egentlig dialog ... ..  | 10 |
| 1.2. ...baseret på information på to niveauer.....  | 10 |
| 2. En bedre sammenhæng .....  | 11 |
| 2.1. En fælles referenceramme .....   | 11 |
| 2.1.1. En ledetråd .....  | 11 |
| 2.1.2. Grundværdier .....   | 12 |
| 2.2. Temaer og budskaber.....   | 13 |
| 2.2.1. Udvidelsen .....   | 14 |
| 2.2.2. Den Europæiske Unions fremtid .....  | 14 |
| 2.2.3. Et område med frihed, sikkerhed og retfærdighed .....  | 14 |
| 2.2.4. Europas rolle i verden.....  | 15 |

|      |  |           |
|------|--|-----------|
| 2.3. | Målgrupper.....  | 16        |
| 3.   | En sammenhængende proces .....   | 16        |
| 3.1. | En mere dynamisk holdning .....  | 16        |
| 3.2. | Et accepteret "leadership" .....   | 17        |
| 3.3. | Nødvendigt med synergi mellem de anvendte instrumenter .....   | 18        |
| III. | En gradvis og veltilrettelagt gennemførelse.....   | 20        |
| 1.   | Det interinstitutionelle samarbejde .....  | 20        |
| 1.1. | IGI.....   | 20        |
| 1.2. | Udvikling af budskaber.....  | 21        |
| 2.   | Et nyt decentraliseret partnerskab.....  | 22        |
| 2.1. | En effektiv decentralisering.....  | 22        |
| 2.2. | En bedre ansvarsfordeling .....  | 23        |
| 3.   | Samarbejde tættest muligt på borgerne.....   | 24        |
|      | KONKLUSION .....   | 26        |
|      | <b>BILAG 1 EKSEMPEL PÅ UDARBEJDELSE AF ET BUDSKAB OM<br/>UDVIDELSEN SET FRA EU'S SYNSPUNKT.....</b>      | <b>27</b> |
|      | <b>EKSEMPEL PÅ UDARBEJDELSE AF ET BUDSKAB OM UDVIDELSEN SET<br/>FRA KANDIDATSLANDENES SYNSPUNKT.....</b> | <b>28</b> |
|      | <b>BILAG 2 HANDLINGSOVERSIGT .....</b>   | <b>29</b> |
|      | <b>BILAG 3 HANDLINGSPLAN.....</b>  | <b>30</b> |
|      | <b>BILAG 4 FINANSIERINGSOVERSIGT TIL FORSLAGET MEDDELELSE FRA<br/>KOMMISSIONEN .....</b>                 | <b>32</b> |

## INDLEDNING

I meddelelsen om nye rammer for samarbejde om aktiviteter vedrørende informations- og kommunikationspolitikken i Den Europæiske Union<sup>1</sup> opfordrede Kommissionen de øvrige EU-institutioner og -organer samt medlemsstaterne til at forene deres bestræbelser for at gennemføre virkelige forbedringer af informations- og kommunikationspolitikken.

Kommissionen foreslog et nyt interinstitutionelt samarbejde for at udarbejde og gennemføre en egentlig informations- og kommunikationsstrategi.

Dette forslag var en følge af en anmodning fra Det Europæiske Råd<sup>2</sup>, der havde bedt Kommissionen, Europa-Parlamentet og Rådet om at forene deres bestræbelser på at formidle samordnet, almen information om Unionen, og at sikre bedst mulig udnyttelse af ressourcerne. Kommissionen blev opfordret til at "foretage en generel undersøgelse af Unionens informationspolitik, herunder hvordan koordineringen med informationskontorerne i medlemsstaterne og forbindelserne til de nationale informationskontorer kan forbedres".

Forslaget er ligeledes et led i de overvejelser, som Europa-Parlamentet har indledt efter partnerskabet med Kommissionen om euroen "Den europæiske valuta - euroen"<sup>3</sup>.

Efter meddelelsen opfordrede Kommissionen de øvrige EU-institutioner og organer samt medlemsstaterne til at drøfte forslaget.

Kommissionen er tilfreds med Europa-Parlamentets modtagelse af forslaget<sup>4</sup>. Kommissionen noterer sig ligeledes med tilfredshed, at Rådet både under det belgiske formandskab (andet halvår 2001) og det spanske formandskab (første halvår 2002) godkendte disse nye rammer.

Det er første gang Rådet på den måde erkender, at medlemsstaterne har et stort ansvar for informationsformidling og kommunikation om europæiske forhold.

Kommissionen værdsætter dette tilsagn fra Rådet. Denne åbning giver nye perspektiver for det nødvendige samspil mellem institutionerne og medlemsstaterne.

Kommissionen mener at denne bevidsthed modsvarer de nye udfordringer, som Den Europæiske Union i dag står overfor.

Betingelserne er i dag til stede for at udarbejde og gennemføre en informations- og kommunikationsstrategi for Den Europæiske Union, der er global og

---

<sup>1</sup> KOM(2000) 354 endelig.

<sup>2</sup> Det Europæiske Råd i Helsingfors, december 1999.

<sup>3</sup> Beslutning af 14.3.2001 om Den Europæiske Unions informations- og kommunikationsstrategi.

<sup>4</sup> Beslutning af 13.3.2002 om nye rammer for samarbejde om aktiviteter vedrørende informations- og kommunikationspolitikken i Den Europæiske Union.

sammenhængende, og som kan give de europæiske borgerne en bedre forståelse for EU's eksistens og rolle.

Det er imidlertid klart, at en sådan strategi skal udvikles gradvist og empirisk, og at den ikke alene vil kunne sikre bedre styreformer eller klare "den demokratiske udfordring". Den vil på sin måde kunne bidrage dertil ved at skabe et offentligt europæisk debatrum. Medlemsstaterne opfordres til at deltage.

Det er ikke strategiens formål at opfylde alle de behov, der måtte være i institutionerne, og heller ikke at dække alle deres informations- og kommunikationsbehov. Den skal ses som et supplement til deres løbende kontakter med omverdenen..

Den omtaler bl.a. ikke alle de informations- og kommunikationsaktiviteter, som Kommissionens generaldirektorater har udviklet inden for deres sektorspecifikke kompetence. Strategien er udviklet som et supplement til disse aktiviteter og har til formål at bidrage til en helhedsdynamik for de forskellige sektorspecifikke informationstiltag for at gøre Kommissionens informations- og kommunikationstiltag mere sammenhængende<sup>5</sup>.

Strategien tager højde for de institutionelle og politiske bindinger i EU og skal udgøre den grundpille, der er nødvendig for at udvikle en fælles kommunikationspolitik for institutionerne, samtidig med at deres rolle og særlige karakteristika respekteres.

---

<sup>5</sup> Den omfatter imidlertid ikke yderligere informationstiltag, som Kommissionen gennemfører i tredjelande.

# I. Den demokratiske udfordring

## 1. EN VANSKELIG STATUS

Lige som medlemsstaterne oplever Den Europæiske Union den generelle mistillid til politik. Denne demokratiske krise kommer endnu tydeligere til udtryk på europæisk niveau, da de europæiske institutioners legitimitet ikke er klar for borgerne.

Den nuværende situation, der stiller EU over for nye udfordringer, gør ikke situationen nemmere. De seneste folkeafstemninger eller valg vidner om denne udvikling.

Umiddelbart før udvidelsen og sideløbende med arbejdet i Konventet om Den Europæiske Unions fremtid og i en situation, hvor borgerne er uforstående over for globaliseringen, skal det europæiske projekt fremstå som relevant og synligt.

I Laeken-erklæringen konstaterede stats- og regeringscheferne, at Den Europæiske Union ikke længere kan gøre fremskridt uden støtte og tilslutning fra borgerne.

### 1.1. Den Europæiske Union: et modsætningsfyldt billede

Stats- og regeringscheferne har således erkendt, at for at gøre de europæiske institutioner mere vedkommende for borgerne, er det nødvendigt med en samordnet indsats fra både institutionernes og medlemslandenes side for at få borgerne til at slutte op om EU's vigtigste mål. Men et sådant samarbejde kan ikke alene dække informationsunderskuddet. Mange borgere forstår simpelthen ikke, hvilken funktion Den Europæiske Union har. Mange mener, at EU i højere grad burde beskæftige sig med de konkrete ting, der optager borgerne, andre mener derimod, at EU griber for detaljeret ind i anliggender, der naturligt henhører under national eller regional kompetence. Atter andre opfatter EU's tiltag som en trussel for deres identitet.

De fleste opfatter dog generelt EU som et område med frihed, solidaritet og forskellighed, og mange mener, at tidspunktet er inde til at EU tager et ansvar på verdensplan.

Som det blev understreget i Laeken-erklæringen: "Billedet af et demokratisk Europa, som er engageret på verdensplan, svarer fuldt ud til borgernes ønsker".

### 1.2. Borgernes forventninger

De undersøgelser, som EU råder over<sup>6</sup>, viser, at borgerne har et ret ensartet billede af de udfordringer, som EU vil stå over for i fremtiden:

- udligning af de økonomiske vilkår og udvikling af solidariteten (indenfor EU men også med de fattigste lande i verden);

---

<sup>6</sup> OPTEM, maj 2002.

- globaliseringen, selv om dette begreb endnu er ret vagt;
- bevarelse af miljøet (i EU men også på verdensplan);
- fred og sikkerhed (i EU og globalt), herunder spørgsmålet om migrationsstrømme.

Denne opfattelse, der er meget almindelig, skal imidlertid ses på baggrund af en meget udbredt uvidenhed dels om de resultater, EU har opnået, dels om hvordan EU fungerer og EU's faktiske muligheder. Denne uvidenhed er mest udbredt hos de unge.

Borgerne har indtryk af at være meget lidt informeret om europæiske forhold. De skyder ofte skylden for manglende viden eller forkerte opfattelser på medier og de nationale myndigheder, men også på de europæiske institutioner.

Det er nu blevet nødvendigt, at Den Europæiske Union bekæmper uvidenhed og ligegyldighed. Der mindes om, at stemmedeltagelsen ved valg til Europa-Parlamentet er faldet fra 63% i 1979 til 49% i 1999.

## **2. EN PRIORITET FOR NYE STYREFORMER**

Den uvidenhed eller mangel på forståelse, der er karakteristisk for forholdet mellem de europæiske borgere og Den Europæiske Union, kan undgås. Situationen skyldes væsentligst den komplicerede europæiske proces og manglen på en informations- og kommunikationspolitik for Den Europæiske Union, både hos EU-institutionerne og hos medlemsstaterne.

### **2.1. Konstateringen**

I hvidbogen om nye styreformer<sup>7</sup> erkendte Kommissionen, at en egentlig informations- og kommunikationspolitik var det første nødvendige strategiske skridt for at udvikle bedre styreformer i EU.

"Institutionerne skal være mere åbne i deres arbejde. De skal sammen med medlemsstaterne aktivt oplyse om, hvad EU foretager sig, og hvilke beslutninger der træffes. De skal bruge et sprog, som er tilgængeligt og forståeligt for den brede befolkning. Det er særligt vigtigt for at skabe større tillid til forholdsvis komplekse institutioner."

I medlemsstaterne og i en europæisk sammenhæng forudsætter demokratiet, at borgerne er i stand til at deltage i den offentlige debat. EU-institutionerne skal med medlemsstaternes støtte hurtigst muligt konfrontere denne udfordring, der med udvidelsen vil blive endnu større.

### **2.2. Ansvarsfordeling**

Hvordan kan man så højne kvaliteten af den europæiske debat?

---

<sup>7</sup> KOM(2001) 428 endelig.

For at eksistere har det europæiske debatrum behov for referencer og tidsmæssige, rumlige og ideologiske holdepunkter. Det har ligeledes behov for aktører og deltagere for at give debatten liv. Det kræver udvikling af alle former for repræsentation (meninger, interessegrupper, parlamentarisk osv.) på europæisk niveau samt øget samarbejde mellem journalister, store medier og nationale institutionelle aktører.

Denne ansvarsfordeling mellem EU og medlemsstaterne skal få hver partner til at udvikle en mere sammenhængende og ansvarlig informations- og kommunikationspolitik, der giver mulighed for i EU og i hver medlemsstat at genfinde følelsen af fællesskab.

EU skal organisere sin informationspolitik efter en mere global tematik, hvor medlemsstaterne accepterer ikke længere udelukkende at kommunikere om europæiske forhold ud fra en strengt national synsvinkel, hvor tingene ofte forenkles.

### **3. BEHOVET FOR EN NY TILGANG**

Denne konstatering, som alle europæiske ledere har gjort, har fremkaldt en bevidstgørelse, der har ført til en ny politisk vilje til i højere grad at inddrage borgerne i den europæiske beslutningsproces. Den store forandring, som Den Europæiske Union oplever, kræver nu en anden tilgang.

#### **3.1. På det institutionelle plan**

Denne politiske vilje har betydet, at der er blevet udviklet en anden metode til at forberede en ændring af traktaterne af hensyn til udvidelsen. Det er Konventet om Den Europæiske Unions fremtid, der blev indkaldt efter Laeken-erklæringen, og som arbejder i fuldstændig åbenhed.

Denne politiske vilje har også fået stats- og regeringscheferne til at opfordre det civile samfund og så mange borgere som muligt til at deltage i den europæiske debat.

#### **3.2. Informations- og kommunikationsområdet**

Men denne dynamik kan kun udvikles, hvis debatten føres på et "oplyst" og velinformeret grundlag.

Institutionerne og medlemsstaterne har således gentaget deres politiske vilje til at udvikle en samordnet informationsstrategi omkring Den Europæiske Unions store hovedtemaer. Denne nye fælles tilgang skulle føre til synergi mellem parternes respektive midler, således at medlemsstaternes deltagelse giver EU mulighed for at tale med én stemme og samtidig opnå den nødvendige multiplikatoreffekt, der hidtil har manglet i kommunikationen.

Udfordringen er enorm og de eksisterende midler begrænsede. Kommissionen foreslår derfor en realistisk og gradvis tilgang, der er baseret på to hovedprincipper:

- EU's evne til at udarbejde og udsende budskaber, der er velformulerede og målrettede efter de forskellige prioriterede informationstemaer



- et frivilligt og operationelt partnerskab med medlemsstaterne, der giver mulighed for at udvikle en egentlig synergi mellem medlemsstaternes strukturer og know-how og EU's tiltag.

## II. Et globalt og sammenhængende svar

For at tage disse udfordringer op skal Den Europæiske Union have en strategi, der er baseret på klare målsætninger, der giver mulighed for at udvikle et sammenhængende korpus af budskaber for hvert tema, og som er et led i en samlet proces både i institutionerne og i medlemsstaterne.

### 1. KLART FORMULEREREDE MÅLSÆTNINGER

Hvilke målsætninger skal Den Europæiske Union opstille for udviklingen af en informations- og kommunikationsstrategi?

#### 1.1. En egentlig dialog ...

Selv om det er nødvendigt med faktuel og neutral information, er det ikke nok. Erfaringen viser, at en given information ikke kan forblive neutral, fordi fremlæggelsen konstant ændres af medier, relæer og andre opinionsdannere.

En egentlig kommunikation fra Den Europæiske Union kan derfor ikke begrænses til blot at udsende oplysninger. Den skal give mening, kunne forstås, fremhæve EU's indsats og politik, fremkalde en dialog blandt de nationale offentlige meningsdannere for i højere grad at inddrage borgerne i debatten om Europa.

Formålet med denne nye strategi skal således være at bevidstgøre og bekæmpe uvidenhed og ligegyldighed for at skabe et solidt grundlag for en bedre forvaltning af de offentlige anliggender, en forvaltning som EU og borgerne er indforstået med. Det gælder navnlig om at forbedre det billede af Den Europæiske Union, som borgerne har, eller med andre ord at gøre borgerne mere bevidste om den europæiske dimension af deres liv.

#### 1.2. ...baseret på information på to niveauer

Det er klart, at strategien skal tage højde for Den Europæiske Unions helt specielle karakteristika, der ikke kan sammenlignes med en regerings.

Den Europæiske Union må udvikle en egentlig pædagogik omkring sin rolle og sine opgaver. Ud over det rent uddannelsesmæssige område, der i sig selv burde overvejes i medlemsstaterne, skal Den Europæiske Union være mere pædagogisk omkring sine politikker for at leve op til kravet om en bedre forvaltning.

Denne pædagogik bør væsentligst komme til udtryk på to niveauer:

- For det første gennem generel information, der øger bevidstheden om EU's eksistens og legitimitet og valoriserer EU's image og rolle. Det kræver drøftelser mellem de europæiske institutioner og medlemsstaterne.
- For det andet gennem EU's store projekter og udfordringer, som de europæiske institutioner skal omsætte til prioriterede informationstemaer

inden for rammerne af PRINCE-programmet (informationsprogram for borgerne i EU) i overensstemmelse med den nye interinstitutionelle ramme,.

For således at kommunikere bedre skal Den Europæiske Union gradvist blive bedre til at håndtere sit image.

Den europæiske debat skal opfattes mere dynamisk for at give borgerne mulighed for bedre at relatere de oplysninger og forklaringer, de får, til Den Europæiske Unions projekter.

Mål:

At forbedre opfattelsen af Den Europæiske Union og institutionerne og deres legitimitet ved at uddybe kendskabet til og forståelsen for EU's opgaver, struktur og resultater og ved at indlede en dialog med borgerne.

## **2. EN BEDRE SAMMENHÆNG**

Information og kommunikation skal ikke længere opfattes som noget sekundært eller som en yderligere byrde for Den Europæiske Unions funktionsmåde.

Udviklingen af en hensigtsmæssig informations- og kommunikationsstrategi er en betingelse for, at Den Europæiske Unions politikker og initiativer kan lykkes.

Men for at nå dertil skal der ske en egentlig ændring af kulturen på hvert ansvarsniveau.

Skabelsen af denne nye kommunikationskultur afhænger af en systematisk og sammenhængende genopbygning af Den Europæiske Unions image.

Det sker i første omgang ved at EU demonstrerer sin kapacitet til at udarbejde sit eget korpus af budskaber.

### **2.1. En fælles referenceramme**

Det er nødvendigt, at der opstilles en fælles referenceramme for alle institutionerne. Denne fælles referenceramme skal danne grundlag for udarbejdelsen af et korpus af budskaber for hvert af Den Europæiske Unions vigtigste politikker.

#### *2.1.1. En ledetråd*

For at Den Europæiske Union således kan håndtere sit eget image og derved sine budskaber, skal der udvikles en slags narrativ rød tråd - en "ledetråd" - omkring overordnede og homogene begreber, der klart fastslår EU's eksistensberettigelse og giver institutionerne og medlemsstaterne en tematisk referenceramme for en sammenhængende udsendelse af budskaber.

Der gælder om at omsætte EU's hovedmål, således som fastsat i traktaten om Den Europæiske Union (artikel 2 og 6) til enkle og konsensusbaserede kommunikationsbegreber.

Denne ledetråd - en slags central og konstant reference for alle informationstiltag - skal både tage højde for de forskellige opfattelser af det europæiske projekt og samtidig tilgodese institutionernes, medlemsstaternes og borgernes behov.

Den skal kunne udtrykkes i et enkelt udsagn, som alle institutionerne kan acceptere, og som understreger EU's særpræg og det forhold, at der er tale om en reel europæisk merværdi.

De første undersøgelser på dette område viser, at ledetråden for EU's indsats burde koncentreres om følgende begreber:

- det positive ved udveksling (friheder, forskellighed, humanisme)
- merværdi hvad angår effektivitet og solidaritet
- begrebet beskyttelse
- Europas rolle i verden.

En sådan ledetråd kan klargøre nogle af hovedlinjerne i Den Europæiske Unions eksistensberettigelse og indsats.

Ledetråden kunne indeles i følgende elementer:

- Den Europæiske Union er garant for frihed, velfærd og sikkerhed for de europæiske borgere
- Den europæiske model er baseret på et samfund, der er solidarisk og dynamisk, og som respekterer forskelligheder
- Den Europæiske Union giver os mulighed for at spille en rolle i verden i overensstemmelse med vores værdier og vores vægt.

Ledetråden skal være et solidt grundlag for sprogbrugen og præsentationen i de forskellige budskaber for hvert af EU's arbejdsområder.

### 2.1.2. Grundværdier

At omsætte denne ledetråd til konkrete og forståelige budskaber kræver, at den tilpasses de værdier, der karakteriserer Den Europæiske Unions hovedmål.

Inden for rammerne af en velkontrolleret informationsstrategi skal disse værdier være implicite, knyttet til de konkrete mål for EU's indsats og afspejle de opfattelser, som de fleste borgere har af Den Europæiske Union. Værdierne udgør en "usynlig" grundpille for kommunikation, der giver mulighed for at sikre en bedre sammenhæng ved præsentationen af EU's politiske mål, herunder ved udarbejdelsen af de budskaber, som Den Europæiske Union har brug for i en kommunikativ sammenhæng.

De første undersøgelser<sup>8</sup> på dette område viser, at disse værdier i vidt omfang ikke kommer til udtryk. De findes imidlertid og afspejler en opfattelse af den europæiske integration som positiv og nødvendig. Denne opfattelse har både kollektive og individuelle fordele.

Implicitte grundværdier for kommunikationen:

- Tilnærmelses- og udvekslingsværdi: muligheder
- Ligheds- og solidaritetsværdi: velfærd
- Beskyttelsesværdi: sikkerhed.

Disse værdier skal ligesom ledetråden testes yderligere og derefter godkendes af institutionerne som en fælles tematisk reference.

## **2.2. Temaer og budskaber**

Igen for at sikre sammenhæng er de hovedtemaer, som Kommissionen foreslår at udvikle, baseret på Den Europæiske Unions politiske prioriteter i de kommende år.

De falder ind under de fire strategiske hovedmål, som Kommissionen fastsatte i begyndelsen af sin embedsperiode, og som hvert år på interinstitutionel basis godkendes ved vedtagelsen af Kommissionens årlige politikstrategi (APS), nemlig fremme af nye styreformer i EU, styrkelse af vores kontinent og EU's rolle i verden, hen imod en ny økonomisk og social dagsorden samt bedre livskvalitet for alle.

Kommissionen havde allerede i samråd med sine partnere fastsat tre prioriterede informationstemaer, nemlig:

- udvidelsen
- Den Europæiske Unions fremtid
- et område med frihed, sikkerhed og retfærdighed.

Kommissionen ønsker at fastholde disse tre prioriterede temaer og samtidig tilføje et fjerde prioriteret område: "Den Europæiske Unions rolle i verden".

Med udgangspunkt i disse prioriterede informationstemaer skal definitionen og udviklingen af hovedbudskaberne svare til borgernes behov og interesser. Budskaberne skal udformes på deres sprog. Ethvert effektivt kommunikationstiltag tager udgangspunkt i borgernes situation og ikke i institutionernes.

For borgerne har klare krav: sikring af fred og sikkerhed, bekæmpelse af arbejdsløsheden, bekæmpelse af kriminalitet og organiseret ulovlig handel, bekæmpelse af fattigdommen, sikring af ligestilling og miljøbeskyttelse.

---

<sup>8</sup> OPTEM, maj 2002.

Disse krav står ikke i modsætning til de foreslåede temaer. Tværtimod.

Formålet med kommunikationen er nemlig at forklare den direkte relation mellem en given politik eller prioritet og den enkelte borgers situation og livskvalitet.

### *2.2.1. Udvidelsen*

Den foreslåede fremgangsmåde ændrer ikke ved kommunikationsstrategien for udvidelsen, som Kommissionen vedtog i maj 2000<sup>9</sup>, men supplerer denne.

Ifølge resultaterne af Eurobarometer-undersøgelser (83% af borgerne føler sig overhovedet ikke eller dårligt oplyst) skal kommunikationen om udvidelsen først og fremmest oplyse bedre om datoer (hvilket land og hvornår). Grundlæggende kunne kommunikationen i medlemsstaterne baseres på følgende punkter:

- det legitime i disse landes tiltrædelse (muligheder)
- de store bestræbelser, disse lande gør for at indføre EU's regelsæt (sikkerhed)
- den ubestridelige merværdi af udvidelsen, der på sigt vil komme hele Den Europæiske Union til gode (velfærd).

EU's mål hviler således indirekte på værdier omkring muligheder, sikkerhed og velfærd. De budskaber, der skal udvikles, skal forsøge at uddybe disse værdier (se tabeller i bilag 1).

### *2.2.2. Den Europæiske Unions fremtid*

Med hensyn til "Den Europæiske Unions fremtid" er problemet uvidenhed om EU's funktionsmåde og den nødvendige reform heraf.

Dette tema hænger sammen med behovet for via generel information at formidle et minimum af grundlæggende oplysninger og forklaringer om EU's funktionsmåde.

Temaet er imidlertid bundet til en tidsbestemt nødvendighed, nemlig at kunne forklare og valorisere det arbejde, der gøres i Konventet om Den Europæiske Unions fremtid.

Temaet skal baseres på indholdet i konventets forslag, idet der tages hensyn til, at der er udbredt forståelse for behovet for at tilpasse institutionernes funktionsmåde til et udvidet EU, selv om nogle frygter, at der vil opstå en stærk centralmagt, der undslipper medlemsstaternes kontrol.

### *2.2.3. Et område med frihed, sikkerhed og retfærdighed*

Endelig fremstår oprettelsen af "et område med frihed, sikkerhed og retfærdighed" som et særdeles konkret tema, der kan behandle følgende spørgsmål:

---

<sup>9</sup> SEK(2000)737/3 af 10. maj 2000.

- Indvandring: Medlemsstaternes individuelle tiltag giver ikke mulighed for fuldt ud at kontrollere grænserne og heller ikke at bekæmpe den internationale kriminalitet. Den Europæiske Union giver et fælles svar på migrationsproblemerne.
- Menneskerettigheder: Tilhørsforholdet til EU er ensbetydende med frihed, demokrati og overholdelse af de grundlæggende værdier. Det europæiske område med frihed og retfærdighed skal konsolideres og styrkes.
- Unionsborgerskab: Skabelsen af et område med frihed, sikkerhed og retfærdighed giver endelig mulighed for fuldt ud at realisere unionsborgerskabet, der styrker det nationale statsborgerskab uden at erstatte det.

#### 2.2.4. *Europas rolle i verden*

Temaet "Europas rolle i verden" kan angribes fra forskellige synsvinkler (nabopolitik, bæredygtig udvikling, humanitær bistand ...).

Men globaliseringen fremstår som en betydelig "kommunikationsbyggeplads". Udfordringerne i forbindelse med globaliseringen giver ofte anledning til bekymring, selv om begrebet ofte er uklart.

For at mindske de bekymringer, som de europæiske borgere har vedrørende deres egen skæbne i denne situation, bør der lægges vægt på at påvise, at Europa er mere effektivt og konkurrencedygtigt, end de tror, når det drejer sig om at kontrollere og regulere globaliseringen.

Følgende punkter kan behandles inden for dette tema:

- udfordringerne i forbindelse med multilateralisme i handelsforhandlingerne
- EU's vilje til at udgøre en ligevægtsfaktor i verden (åbning mod den tredje verden, opmærksom på bæredygtig udvikling)
- et forenet Europa, der taler med én stemme.

Andre emner vil også kunne behandles under dette tema:

Den Europæiske Unions nabopolitik over for de tilgrænsende områder er en vigtig dimension i EU's udenrigspolitik.

På samme måde skal der sideløbende med de første politimæssige og militære aktioner i Bosnien lægges vægt på den europæiske forsvarspolitik.

Men ud over klare, enkle og pædagogiske budskaber skal Den Europæiske Union vise konkret handling. Hvis de budskaber, der udvikles, ikke understøttes af konkrete og positive eksempler, der registreres af så mange som muligt, vil man ikke kunne vinde borgerne for sig.

### **2.3. Målgrupper**

Den Europæiske Union skal have en målrettet kommunikation. At indlede en dialog med opinionsdannere eller den brede offentlighed i hver medlemsstat kræver ikke det samme.

Derfor er det nødvendigt at oplyse på mindst to niveauer ved hjælp af differentierede budskaber og egnede værktøjer. Nogle oplysninger skal rettes mod dem, der er interesserede og allerede delvist informerede, mens andre oplysninger skal rettes mod dem, der er ligeglade og intet kender til EU's aktiviteter. Behovet for ikke kun at opretholde en dialog med den naturlige kreds af "indviede" er en reel udfordring, som den nye strategi skal kunne løfte.

Endvidere skal oplysningerne og budskaberne tilpasses virkeligheden, sproget og de lokale opfattelser samt de forskellige udvalgte målgruppers interesser. Udvælgelsen af disse målgrupper skal ske på basis af kommunikationsplaner, der forhandles med medlemsstaterne, for hvert prioriteret tema.

De omhandlede målgrupper skal bl.a. tage højde for opinionsdannere, som f.eks. politiske repræsentanter, personer fra det civile samfund, medier, erhvervslivet osv. og også for særlige karakteristika for kategorier i den brede offentlighed, som f.eks. ungdommen, kvinderne, familien, de erhvervsaktive osv.

Det er navnlig vigtigt at understrege betydningen af de unge og uddannelsessektoren for formidling af pædagogiske oplysninger om Den Europæiske Union.

For hvert tema skal der:

- udarbejdes en strategi og budskaber rettet mod allerede "informerede" borgere
- udarbejdes en strategi og budskaber rettet mod den brede offentlighed.

### **3. EN SAMMENHÆNGENDE PROCES**

For bedre at kunne kontrollere sin kommunikation skal Den Europæiske Union fremover lade sin kommunikationspolitik indgå i en overordnet og sammenhængende ramme præget af egentlig politisk "leadership".

Udviklingen af denne nye strategi, behovet for at værne om sit image og evnen til at udarbejde sine egne budskaber betyder, at Den Europæiske Union og institutionerne grundlæggende skal ændre informations- og kommunikationspolitikken.

#### **3.1. En mere dynamisk holdning**

Den Europæiske Union kan ikke længere indtage en reaktiv holdning. EU skal på det politiske plan i sin funktionsmåde forstå, at det er nødvendigt at tage initiativer inden for nogle prioriterede informationstemaer og i relation til de planlagte begivenheder for at sikre en mere oplyst debat om EU's målsætninger.



Men det er oplagt, at EU-institutionerne ikke, selv om de handler samlet, kan nå borgerne direkte.

Strategiens succes afhænger således direkte af, i hvor høj grad medlemsstaterne støtter den. En multiplikatoreffekt af ressourcer, formidlingskanaler og ekspertise i medlemsstaternes informationskontorer og ministerier er en forudsætning for at nå de mål, der er opstillet i denne meddelelse, navnlig hvad angår en forbedring af partnerskabet med det civile samfund.

Denne ansvarliggørelse af hver enkelt partner kræver et egentligt politisk engagement på højeste niveau både i EU-institutionerne og i medlemsstaterne. Dette politiske engagement gælder både det proceduremæssige plan og den fælles reference, som hver enkelt partner skal bruge, så længe man ikke sammen har besluttet at ændre det.

Endvidere ser det ud til, at Den Europæiske Union i høj grad mangler et "ansigt" i forhold til borgerne. Ud over decentralisering, relæer og organiserede netværk skal Den Europæiske Union overveje, hvordan man kan samarbejde med egentlige opinionsdannere - en slags "personlige relæer" - i hver medlemsstat for at konkretisere og synliggøre EU's eksistens så tæt på borgerne som muligt (både i tv og på lokalt plan). Det er klart, at de europæiske institutioner først og fremmest har et ansvar her, men politikere på nationalt, regionalt og lokalt niveau har også et ansvar. Erhvervslivet og/eller den akademiske verden bør ligeledes i vidt omfang inddrages.

### **3.2. Et accepteret "leadership"**

- a) Udviklingen af et europæisk korpus af budskaber om de store informationstemaer kræver først og fremmest en grundig analyse af den offentlige opinion i medlemsstaterne. I den henseende besidder Europa-Kommissionen den ekspertise, der skal til for at foretage en sådan evaluering. Eurobarometer og de opinionsundersøgelser og kvalitative undersøgelser, Eurobarometer baserer sig på, gør det muligt at udvikle denne opfattelse regelmæssigt og konstant. Eurobarometer bør udvikle sin analysekapacitet på området for at kunne udsende passende information ikke kun internt, men også til andre institutioner og selvfølgelig også til de forskellige politisk ansvarlige i EU.

Men dette arbejde skal ikke udføres uden at inddrage de analyser, medlemsstaterne selv gennemfører. Kommissionen ønsker at uddybe sit kendskab til udviklingen i den offentlige opinion i medlemsstaterne ved at udvikle et mere regelmæssigt partnerskab med de nationale informationskontorer, der beskæftiger sig med opinionsmålinger. Et sådant samarbejde skulle gøre det muligt at imødekomme borgernes særlige forventninger og behov.

Udviklingen af denne informationsovervågning - der konkret kunne give sig udslag i oprettelsen af et extranet mellem alle implicerede partnere - vil være en støtte ved udarbejdelsen af de nødvendige budskaber for hvert tema eller hver informationskampagne.

- b) Et andet nødvendigt skridt for at sikre, at processen forbliver sammenhængende, er at knytte alle informationsaktiviteter til de begivenheder, der gennemføres i EU-regi for at gøre informations- og kommunikationsprocessen så synlig og aktuel som mulig. Også ansvaret for denne evne til planlægning ligger hos Europa-Kommissionen, der med sin rolle som initiativtager er centralt placeret i beslutningsprocessen.
- c) Det ses således, at decentralisering kræver et egentligt "leadership" for at lede og styre hele processen. Kommissionen skal kunne påtage sig dette ansvar for at sikre en højere grad af samordning både mellem institutionerne og med medlemsstaterne samt internt mellem sine egne generaldirektorater.

For at kunne spille denne rolle skal Kommissionen kunne drage fordel af en regelmæssig evaluering af de gennemførte informationstiltag både hvad angår Den Europæiske Unions tiltag som sådan og hvad angår de initiativer, der tages af og i medlemsstaterne. Institutionerne skal sammen udvikle en teknik til overvågning af disse evalueringer. Den kunne baseres på kollektive resultatmål.

Således som Kommissionen netop har gjort det for hele eurokampagnens vedkommende, skal alle store kampagner underkastes en evaluering af hele den omhandlede periode.

Kommissionen vil ligeledes forsøge at udarbejde en flerårig programmering af informations- og kommunikationsaktiviteterne for at sikre den nødvendige kontinuitet i de store informationskampagner, der gennemføres i et partnerskab mellem institutionerne og medlemsstaterne. Denne flerårige programmering vil blive forelagt til politisk godkendelse i den Interinstitutionelle Gruppe om Information (IGI).

### **3.3. Nødvendigt med synergi mellem de anvendte instrumenter**

Det fremgår ligeledes af denne strategi, at hvis Kommissionens Generaldirektorat for Presse og Kommunikation skal kunne spille en central rolle, vil dens rolle snarere bestå i at være tjenesteyder og sikre koordinering i forhold til de andre generaldirektorater, de andre institutioner og medlemsstaterne, end i at være alvidende og almægtig.

Generaldirektoratet for Presse og Kommunikation skal bistå sine partnere under formandens eller den ansvarlige kommissærs politiske ansvar sammen med den kommissær, der har hovedansvaret for det pågældende informationstema.

Nødvendigheden af at være til tjeneste for den politiske myndighed vedrører naturligvis også Kommissionens repræsentationskontorer, men også alle de instrumenter og ressourcer, hvis anvendelse skal optimeres til fordel for den nye strategi.

- Eurobarometer-værktøjet skal således tilpasses de valgte informationstemaer: der er ikke tale om at sætte spørgsmålstegn ved de løbende opinionsundersøgelser, som dette instrument giver mulighed for, men inden for rammerne af en årlig programmering at anvende instrumentet til at opnå et tilstrækkeligt kendskab til

opinionen i medlemsstaterne om de givne temaer for at udvikle budskaber, der kan give de nødvendige svar på borgernes forventninger.

Der skal ligeledes allerede nu undersøges hvordan Eurobarometer kan udvides til at omfatte kandidatlandene på en måde så troværdighed og kontinuitet sikres.

- Webstedet Europa er ligeledes et vigtigt instrument for tilnærmelsen mellem EU-institutionerne og borgerne og for udvekslingen mellem de europæiske borgere. Det kunne ligeledes udvikle sig bedre for at leve op til behovet for information af den brede offentlighed og lette adgangen til informationskilder, der er direkte knyttet til de prioriterede temaer.

Den interaktive dimension i denne strategi skal heller ikke glemmes: En reel dialog med borgerne kan ske gennem internettet, men også via instrumenter, der giver direkte adgang til institutionerne, som f.eks. Europe Direct. Denne tjeneste bør udvikles på interinstitutionel basis, først og fremmest til fordel for de valgte prioriterede informationstemaer, men generelt også for at give mulighed for at svare direkte på alle spørgsmål, der hører borgernes hverdag.

- De traditionelle publikationer er fortsat den vigtigste informations- og videnskilde for en stor del af befolkningen. Derfor er det i lyset af den nye foreslåede strategi nødvendigt at udarbejde og definere egnede retningslinjer for de europæiske institutioners publikationspolitik.
- Endelig er det klart, at audiovisuelle instrumenter vil spille en stadig større rolle. Også her vil bl.a. instrumentet EbS (Europe by Satellite) i et interinstitutionelt perspektiv give mulighed for at "dække" alle de begivenheder, der er direkte knyttet til informationskampagnerne.

På samme måde skal EU's audiovisuelle kommunikationspolitik, navnlig Kommissionens, reevalueres i forhold til strategien i betragtning af de meget få muligheder, der i øjeblikket er til rådighed både på centralt og decentralt niveau. På dette område bør navnlig partnerskabet med medlemsstaterne være en vigtig løftestang for, at de nationale og lokale medier i højere grad tager hensyn til den europæiske dimension i den offentlige debat: støtte af samproduktioner med nationale eller regionale kanaler bør også fremmes. Opmærksomheden bør konstant være rettet mod uddannelse af mediernes journalister og lederskribenter. På nuværende tidspunkt siger 66% af de europæiske borgere, at de først og fremmest forventer at få oplysninger om Den Europæiske Union gennem de audiovisuelle medier.

|  |
|--|
| Kommissionen opfordrer hver institution til at drage konsekvenser af strategien for deres interne funktionsmåde. Kommissionen ønsker ligeledes, at hver medlemsstat overvejer muligheden af at forbedre synergien mellem medlemsstatens informationspolitik og Den Europæiske Unions kommunikationsstrategi. |
|--|

### **III. En gradvis og veltilrettelagt gennemførelse**

Den Europæiske Unions nye informations- og kommunikationspolitik er underlagt Den Europæiske Unions nuværende midler. De er begrænsede, navnlig hvad angår selve de europæiske institutioners muligheder.

Derfor vil partnerskabet med medlemsstaterne være afgørende for den nye strategis succes. Uden en aktiv støtte fra de nationale eller regionale myndigheder vil de europæiske institutioner fortsat ikke kunne nå ud til eller bevidstgøre borgerne.

For at kommunikationsstrategien fuldt ud kan udvikles, skal samarbejdet med medlemsstaterne ske på tre niveauer:

- det interinstitutionelle niveau
- i de forskellige aspekter af decentraliseringen
- og endelig i partnerskabet med det civile samfund (jf. tabel i bilag 2).

#### **1. DET INTERINSTITUTIONELLE SAMARBEJDE**

Som nævnt i Kommissionens første meddelelse<sup>10</sup> er den Interinstitutionelle Gruppe om Information (IGI) et centralt organ i dette samarbejde.

##### **1.1. IGI**

- **Sammensætning:**

IGI har fælles formandskab bestående af Kommissionen, Europa-Parlamentet og Rådet på det politiske niveau. De øvrige EU institutioner og organer kan deltage som observatører.

Der holdes møde to gange om året.

- **Opgaver**

Gruppen definerer de prioriterede informationstemaer og fastlægger de fælles retningslinjer for det interinstitutionelle samarbejde om Den Europæiske Unions informations- og kommunikationsaktiviteter. Gruppen vurderer koordineringen af de centrale og decentrale informationsaktiviteter, der er rettet mod den brede offentlighed, og som modsvarer disse temaer. IGI afgiver hvert år udtalelse om næste års temaer på basis af en rapport udarbejdet af Kommissionen.

---

<sup>10</sup> Meddelelse om nye rammer for samarbejde om aktiviteter vedrørende informations- og kommunikationspolitikken i Den Europæiske Union [KOM (2001) 354].

- PRINCE-arbejdsgruppen

Der nedsættes en teknisk arbejdsgruppe for de tre institutioner for at sikre overvågning af de informationsaktiviteter, der henhører under PRINCE-programmet. Dette program udgør en ramme for det interinstitutionelle samarbejde på det budgetmæssige plan.

## 1.2. Udvikling af budskaber

Samarbejde mellem EU's institutioner skal ligeledes være reglen, når det drejer sig om at udforme og fastlægge informations- og kommunikationsstrategierne for de forskellige temaer, som IGI har udvalgt, navnlig hvad angår samordning af budskaber.

Hvordan skal dette foregå?

### a) Kommissionens rolle

Det er afgørende, at EU udvikler et fælles korpus af budskaber for de enkelte temaer. De vigtigste budskaber for alle de temaer, der sorterer under EU, udvikles i Kommissionen under den kompetente kommissærs myndighed. De bliver afprøvet i såkaldte "fokusgrupper" i alle medlemsstaterne, inden Kommissionen forelægger dem for de øvrige institutioner.

EU bør både af hensyn til sine samarbejdspartnere og for at styrke sin egen handlekraft være i stand til at videreformidle sit korpus af budskaber for hvert tema. Disse budskaber supplerer de baggrundsoplysninger, der er uundværlige for en god informationsformidling.

Et sådant korpus af budskaber for hvert informationstema og efterprøvelse af, at de accepteres af en stor del af befolkningen, er nøglen til succes for en sammenhængende informations- og kommunikationsstrategi for EU. Desuden må EU have kapacitet til at overvåge udviklingen.

### b) Samarbejde med medlemsstaterne

Parallelt med udviklingen af et korpus af budskaber bør Kommissionen udvikle en kommunikationsstrategi for hvert prioriteret informationstema (budskaber, målgrupper, virkemidler, tidsplan, budget). På dette grundlag skal Kommissionen foreslå Europa-Parlamentet og medlemsstaterne at arbejde sammen om at føre IGIs beslutninger ud i livet.

Naturligvis vil de enkelte medlemsstater frit kunne vælge, om de vil tilslutte sig den foreslåede strategi eller de foreslåede budskaber. At vedtage dem eller selv at afvise dem på grundlag af nationale særpræg vil være udtryk for en vigtig merværdi for EU's kommunikationsstrategi.

Budskaberne bør især gøre det muligt at foretage en bedre strukturering af den information, som EU-institutionerne (især Kommissionen og Europa-Parlamentet), men også medlemsstaterne, udsender om EU-lovgivningen, især når den vedrører de store prioriterede informationstemaer.

Desuden har Kommissionen noteret sig, at Rådet gerne vil inddrages så tidligt som muligt i udarbejdelsen af strategi og af de budskaber, der er nødvendige for kommunikationen om de prioriterede temaer, der er udvalgt i fællesskab i IGI. Kommissionen er klar til at påbegynde dette arbejde i samarbejde med Europa-Parlamentet i den gode interinstitutionelle ånd. Kommissionen er således indstillet på at forelægge Rådets informationsgruppe og de nationale eksperter, som den tilskynder til at deltage i disse aktiviteter, sine forslag både om den strategi, der skal lægges, og om det korpus af "europæiske" budskaber, som den på forhånd vil have udarbejdet og afprøvet.

Korpus af budskaber for hvert tema:

Kommissionens overordnede ansvar i samarbejde med de øvrige institutioner. Medlemsstaterne kan eventuelt tilslutte sig.

## **2. ET NYT DECENTRALISERET PARTNERSKAB**

Gennemførelsen af denne strategi kræver, at EU-institutionerne og medlemsstaterne bakker op om den.

### **2.1. En effektiv decentralisering**

På vegne af EU-institutionerne skal Kommissionens repræsentationer og Europa-Parlamentets informationskontorer i fællesskab deltage i den nationale og lokale udlægning af Kommissionens budskaber og i de aktiviteter, der udvikles sammen med medlemsstaterne.

Som led i decentraliseringen skal Kommissionens repræsentationer sammen med Europa-Parlamentets informationskontorer have det overordnede ansvar for gennemførelsen af de forskellige informationsaktiviteter. De skal som udgangspunkt udarbejde kommunikationsplanen for hvert af de temaer, IGI udpeger, eventuelt med hjælp fra eksterne eksperter. Denne plan skal omfatte programmet for aktiviteter, der afvikles sammen med medlemsstaten (aftale), og EU's eget handlingsprogram, hvis den pågældende medlemsstat ikke kan tilslutte sig de udvalgte prioriteter og budskaber.

Den nationale, regionale eller lokale udlægning af budskabet skal endvidere foretages af repræsentationerne med støtte fra de kompetente generaldirektorater for at afpasse indholdet af informationsaktiviteterne efter de forskellige målgrupper, de valgte medier og borgernes konkrete forventninger.

Denne udlægning skal især afpasses efter det pågældende kommunikationsmiddel. Navnlig ved lyd- og billedkommunikation er der behov for en specifik formattering af budskabet i forhold til skriftlige kommunikationsformer.

Dette arbejde skal altid udføres så tæt på informationsmodtagerne som muligt og i direkte forbindelse med de anvendte informationskanaler.

## 2.2 En bedre ansvarsfordeling

Det vil være fordelagtigt at kunne udnytte af de enkelte medlemsstaters ekspertise og kapaciteter. Regeringernes informationsdirektorater vil komme til at spille en fremtrædende rolle ved forberedelsen og gennemførelsen af de forskellige informationskampagner.

De skal både deltage i den fælles udarbejdelse af kommunikationsplanen sammen med institutionerne og sørge for sammenhæng mellem de "europæiske" strategier og budskaber og i de "nationale" temaer og kommunikation.

EU's informations- og kommunikationsstrategi kan ikke løsrives fra den samlede offentlige kommunikation. Den skal tilføje en konkret, europæisk dimension til den demokratiske debat i hvert land. Med henblik herpå analyserer Kommissionen, hvordan man bedst udvikler alle aspekter af dette samarbejde. På grundlag af de forskellige former for samarbejde, der allerede er etableret med medlemsstaterne, vil Kommissionen sammen med Rådet og Parlamentet undersøge muligheden for at nå frem til et aftalememorandum med hver enkelt medlemsstat. Formålet med dette memorandum skal være en politisk bekræftelse af den gensidige kontrakt mellem EU og medlemsstaterne om at arbejde sammen om at skabe en bedre udbredelse af generel information om EU-forhold.

Denne form for aftalememorandum kunne også bruges til på nationalt plan at anerkende netværkernes og relæernes rolle i udbredelsen af en konstant strøm af information, der kan sikre en vedvarende offentlig EU-debat. Et aftalememorandum kunne bruges til systematisk etablering af netværk mellem informationsmedarbejdere i medlemsstaterne (de nationale informationsdirektorater og de ministerier, der er ansvarlige for de forskellige prioriterede temaer), i Kommissionen, i Rådet og i Europa-Parlamentet. Det kunne endvidere give medlemsstaterne en smidig mulighed for specifikke partnerskaber om informationsaktiviteter, der måtte blive foreslået af Kommissionens generaldirektorater inden for deres arbejdsområder.

Denne model vil give den fleksibilitet, der er påkrævet for at skabe et godt samarbejde mellem medlemsstaterne og EU. Den kunne endvidere lette forhandlingerne om de aftaler, der er nødvendige for at udvikle de informationstemaer, som IGI udpeger som prioriteter.

Dette system skal naturligvis ikke udelukke andre former for partnerskaber ikke bare på nationalt plan, men også med regioner eller med det civile samfund.

Samarbejde mellem EU og medlemsstaterne:

Et aftalememorandum + aftaler om de informationstemaer, som IGI udpeger som prioriteter.

Dette samarbejde mellem EU-institutionerne og medlemsstaterne er ikke begrænset til den interinstitutionelle dimension, og det skal udvikles "i marken" tættest muligt på målgrupperne. .

### 3. SAMARBEJDE TÆTTEST MULIGT PÅ BORGERNE

I medlemsstaterne findes der i alt over 700 EU-informations- og dokumentationsrelæer og -netværker, der er udviklet over en længere periode og efter forskellige ordninger. De har til opgave at forsyne borgerne med information og koordineres og støttes af Kommissionen<sup>11</sup>.

Ud over disse "fysiske" netværk og relæer findes der et netværk med omkring 550 talere i Team Europe.

Netværkene og relæerne tilhører imidlertid ikke blot Kommissionen, idet de fleste af dem er baseret på et partnerskab med medlemsstaterne og ikke mindst med deres lokale myndigheder<sup>12</sup>.

Deres erfaring, fleksibilitet og placering i nærsamfund betyder, at de er af uvurderlig betydning. Disse karakteristika gør dem til et privilegeret instrument til gennemførelse af EU's informations- og kommunikationsstrategi. I marken er de indbegrebet af den synergi mellem EU, medlemsstaterne og det civile samfund der udgør princippet om decentralisering af information.

Dette potentiale kan afgjort udnyttes bedre. Samtidig finder Kommissionen, at en analyse og en vurdering af samtlige relæer og netværk er nødvendig for at fastlægge nye og mere sammenhængende aktivitetsrammer, der gør det muligt at udnytte deres rolle bedre som led i den nye strategi og at forberede en udvidelse til de kommende medlemsstater med henblik på at sikre, at relæerne og netværkene er repræsenteret i hver enkelt region på længere sigt.

Disse nye aktivitetsrammer bør fastlægges efter følgende principper:

---

<sup>11</sup> Der er tale om følgende initiativer, som hører under Generaldirektoratet for Presse og Kommunikation (der er planer om at åbne flere centre):

- 3 store nationale informations- og dokumentationscentre i Paris, Lissabon og Rom
- 3 interregionale informations- og dokumentationscentre i Thessaloniki, Napoli og Berlin
- 142 Info-Points Europe (IPE)
- 134 informationscentre i landdistrikter (Carrefours)
- 328 europæiske dokumentationscentre (EDC), 24 depotbiblioteker og 72 europæiske referencecentre (der sammen med 360 centre i lande uden for EU udgør et samlet netværk på 784 centre).

<sup>12</sup> Disse relæer og netværk tilhører ikke Kommissionen. De er snarere uafhængige centre, som drives af værtsorganer, der huser dem og sørger for størstedelen af finansieringen. Kommissionen er en mindretalspartner, som har undertegnet en aftale med værtsorganerne - universiteter, lokale myndigheder m.m. - og påtaget sig at forsyne dem med de tjenester og den støtte, de skal bruge for at udvikle deres aktiviteter, samt i visse tilfælde giver dem et årligt tilskud.



- en mere homogen struktur med en bedre sammenhæng mellem de forskellige "niveauer" af eksisterende relæer og netværk (nationalt, regionalt/interregionalt, lokalt), blandt andet med hensyn til image (betegnelse, logo etc.)
- rationalisering og større decentralisering af forvaltningen for at opnå bedre omkostningseffektivitet
- en bedre ansvarsfordeling og et styrket partnerskab med medlemsstaterne med respekt for deres administrative og lokale særpræg
- udvikling af interinstitutionelt samarbejde ikke blot på nationalt plan med de store nationale centre (Paris, Lissabon og Rom), men også interregionalt og lokalt.

Når de nye aktivitetsrammer er fastlagt, skal de drøftes med medlemsstaterne, så de bliver et udtryk for såvel EU's som medlemsstaternes fælles ønsker. De bør desuden inddrage andre potentielle informationsmultiplikatorer, som Kommissionen arbejder sammen med, f.eks. uafhængige informationsnetværk.

Relæer og netværk:

Analyse og vurdering af samtlige relæer og netværk.

Fastlæggelse af nye aktivitetsrammer (mission, funktion, kommende udvikling).

## KONKLUSION

1. Den foreslåede strategi er præget af alle de bidrag, Kommissionen har modtaget som led i den debat, der fulgte efter den første meddelelse i juni 2001. Den afspejler en samstemmende, om ikke fælles, opfattelse i Europa-Parlamentet, Rådet og Kommissionen. Hver enkelt institution bør utvetydigt give tilsagn om at følge vilkårene i den nye "kontrakt", som den Interinstitutionelle Gruppe om Information (IGI) skal udarbejde.

Gennemførelsen af denne strategi kræver en fælles indsats fra institutionernes og medlemsstaternes side:

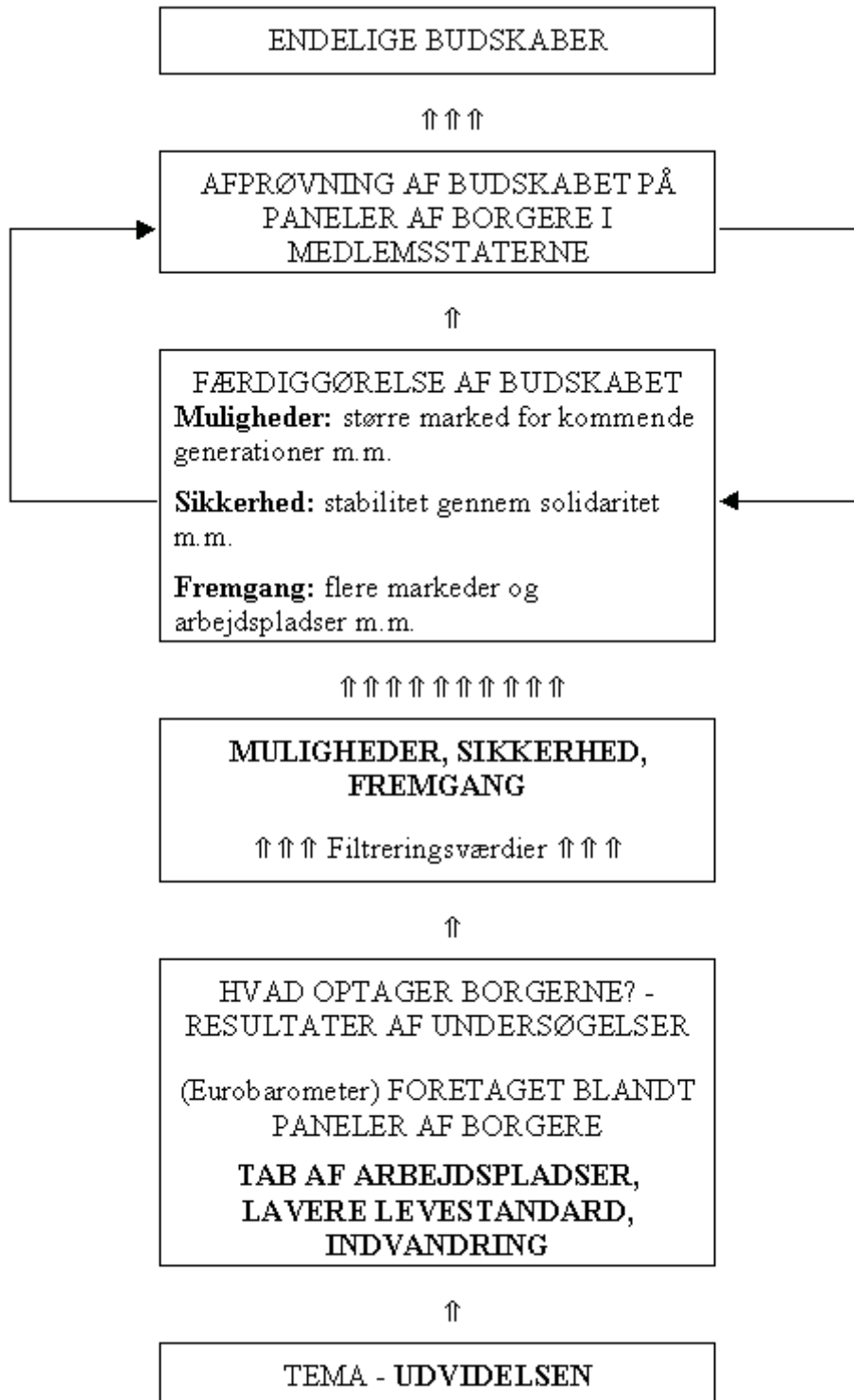
- Opstillingen af en fælles referenceramme for institutionerne med henblik på udlægning - på grundlag af visse grundlæggende værdier - af budskaber afpasset efter de store informationstemaer må være en prioritet for alle parter.
- Ændringen af de enkelte institutioners kultur skal - ligesom i medlemsstaterne - være et konstant krav, der i første række gennemføres ved uddannelsesprogrammer for alle ansvarshavende.
- Det partnerskab, der skal udvikles med hver enkelt medlemsstat, skal først og fremmest afspejle en ny ånd, som ikke skal begrænse sig til de juridisk-finansielle aspekter af dette samarbejde. Samarbejdet bør også finde sted uden tunge og stive procedurer, især i forbindelse med videreformidling af generel information, men også når der er tale om mere omfattende og systematiske relationer med de nationale informationsdirektorater.

Med sit udgangspunkt i EU's institutionelle opbygning ser denne strategi både ambitiøs og realistisk ud. Dens succes afhænger i første række af den politiske vilje, der skal stå bag den.

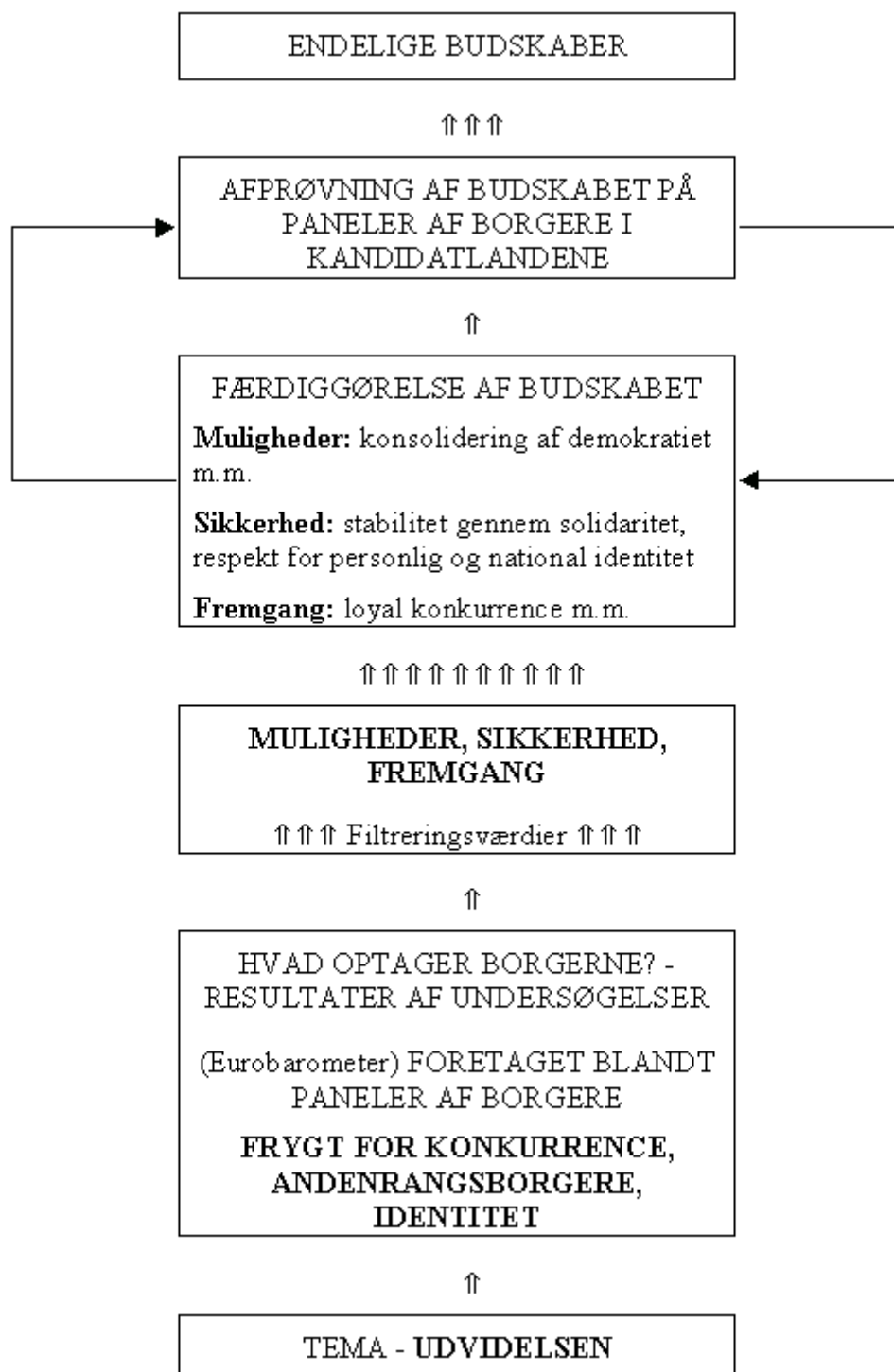
2. For at mobilisere denne vilje vil Kommissionen snarest muligt træffe de vigtigste foranstaltninger for at iværksætte vedhæftede handlingsplan (bilag 3). Den bør være iværksat, i det mindste i det store og hele, i begyndelsen af 2003. Imidlertid kan alle aspekter af strategien først udvikles på lidt længere sigt.
3. Kommissionen foreslår, at alle parter mødes i 2005 for at foretage en tilbunds gående evaluering af, hvad man har nået, og eventuelt forberede nye initiativer i et udvidet EU, når institutionerne er blevet fornyet, og den kommende regeringskonference er afholdt.

## BILAG 1

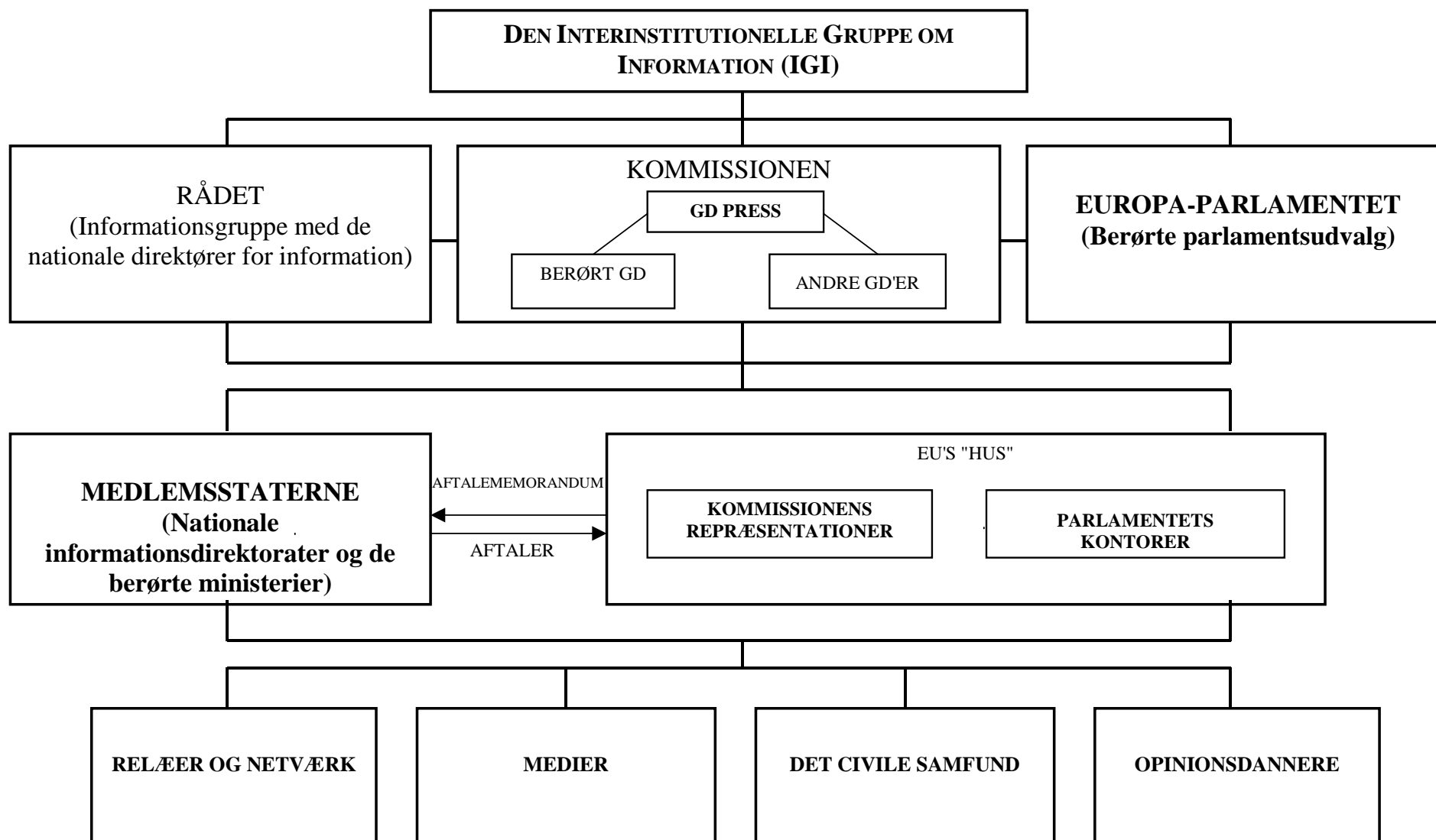
### EKSEMPEL PÅ UDARBEJDELSE AF ET BUDSKAB OM UDVIDELSEN SET FRA EU'S SYNSPUNKT



**EKSEMPEL PÅ UDARBEJDELSE AF ET BUDSKAB OM UDVIDELSEN SET FRA KANDIDATSLANDENES SYNSPUNKT**



## BILAG 2 HANDLINGSOVERSIGT



## **BILAG 3**

### **HANDLINGSPLAN**

#### **September 2002**

- IGI : Enighed mellem de tre institutioner om de prioriterede informationstemaer for 2003 og 2004.

Man skal nå til enighed inden Europa-Parlamentet førstebehandling af budgettet.

- Analyse og evaluering af netværk og relæer.
- Etablering af et uddannelsesprogram, der dækker Kommissionens behov efter den nye strategi.
- Start på udviklingen af ledetråden og fastsættelsen af de værdier, der er nødvendige for kommunikation, samt afprøvning i "focus groups" i de enkelte medlemsstater.

#### **Oktober 2002**

- Budgetgodkendelse af de midler, der er afsat til hvert prioriteret tema.
- Analyse af den offentlige opinion i medlemsstaterne med hensyn til de prioriterede informationstemaer.
- Repræsentationerne begynder at udarbejde kommunikationsplaner for de enkelte temaer.
- Vurdering af repræsentationernes ressourcer i forhold til den større decentralisering som følge af den nye strategi.

#### **November 2002**

- Udarbejdelse af et aftalememorandum, der skitserer den politiske aftale mellem EU og medlemsstaterne.
- Politisk godkendelse af ledetråden og værdierne.
- Planlægning og samordning af tiltag for de generaldirektorater, der især berøres af de prioriterede informationstemaer.
- Udarbejdelse af et korpus af budskaber for hvert tema.
- Bekræftelse af medlemsstaternes deltagelse i det påtænkte partnerskab.

#### **December 2002**

- Møde mellem medlemsstaternes informationsdirektører for at finpudse kommunikationsplanerne for 2003 og skabe størst mulig synergi.
- Forslag til aftale med medlemsstaterne, når det er muligt (eller andre mulige aktivitetsrammer).

### **Januar 2003**

- Evaluering af tiltag i 2002.
- På grundlag af evalueringen udarbejdes og forhandles der om den nye aktivitetsramme for relæer og netværk.

### **Marts 2003**

- IGI : Godkendelse af evalueringen af tiltagene i 2002 og fastsættelse af prioriteter for 2004 og 2005.

### **Juli 2003**

- Europa-Parlamentets årlige forhandling om EU's informations- og kommunikationspolitik med deltagelse af Rådet.

### **2003**

- Gradvis rationalisering af relæerne og netværkene.
- Udvikling i årets løb af den samordning og planlægning, der indgår i den nye strategi, herunder skabelse af synergi mellem Kommissionens forskellige instrumenter.
- Udvikling af det interinstitutionelle samarbejde.

### **2003-2004**

- Uddannelsestiltag afpasset efter behovet blandt Kommissionens ansatte - Andre institutioner inviteres.
- Styrkelse af samordningen mellem repræsentationernes tiltag og af Kommissionens såkaldte "rebuttal function".

### **2004**

- Udvidelse af relæer og netværk til kandidatlandene.
- Styrkelse af repræsentationernes ressourcer.
- Udvikling af repræsentationer i de nye medlemsstater.

## BILAG 4

### FINANSIERINGSOVERSIGT TIL FORSLAGET MEDDELELSE FRA KOMMISSIONEN

**Politikområde: PRESSE OG KOMMUNIKATION**

**Aktiviteter: 16.01-16.02-16.03-16.04-16.05**

**TITEL: EN INFORMATIONS- OG KOMMUNIKATIONSSTRATEGI FOR DEN  
EUROPÆISKE UNION**

#### **1. BUDGETPOST (NUMMER OG BETEGNELSE)**

- A7 : Decentrale udgifter til hjælpepersonale og driftsudgifter**
- B3-300 : Generelle foranstaltninger til udberedelse af information**
- B3-300A : Generelle foranstaltninger til udberedelse af information - Udgifter til den administrative forvaltning**
- B3-301 : Informationscentre**
- B3-301A : Informationscentre – Udgifter til den administrative forvaltning**
- B3-303 : Kommunikationsforanstaltninger**
- B3-303A : Kommunikationsforanstaltninger - Udgifter til den administrative forvaltning**
- B3-306 : Informationsforanstaltninger vedrørende særlige politikker<sup>13</sup>**
- B3-306A : Informationsforanstaltninger vedrørende særlige politikker - Udgifter til den administrative forvaltning**

#### **2. SAMLEDE TAL (EUR 15)**

**2.1 Samlet rammebevilling (del B): 285,065 mio. EUR som forpligtelsesbevilling<sup>14</sup>**

**2.2 Gennemførelsesperiode:**

**Regnskabsåret 2003 og efterfølgende år.**

---

<sup>13</sup> Budgetposter, som generaldirektoraterne er anvisningsberettigede for (sammen med Generaldirektorat for Presse og Kommunikation).

<sup>14</sup> Med undtagelse af det nye forslag til prioriteret informationstema: Europa og resten af verden.



## 2.3 Samlet flerårigt skøn over udgifterne:

- a) Forfaldsplan for forpligtelses- og betalingsbevillinger (finansieringstilskud) (jf. punkt 6.1.1)

Mio. EUR (3 decimaler)

|               | 2003   | 2004   | 2005   | 2006   | I alt          |
|---------------|--------|--------|--------|--------|----------------|
| Forpligtelser | 71,100 | 72,575 | 63,330 | 60,285 | <b>267,290</b> |
| Betalinger    | 66,750 | 65,209 | 54,666 | 52,182 | <b>238,807</b> |

- b) Teknisk og administrativ bistand og støtteudgifter (jf. punkt 6.1.2)

|    |       |       |       |       |               |
|----|-------|-------|-------|-------|---------------|
| FB | 3,565 | 4,625 | 4,670 | 4,915 | <b>17,775</b> |
| BB | 3,180 | 4,625 | 4,670 | 4,915 | <b>17,390</b> |

| a+b i alt | 2003   | 2004   | 2005   | 2006   | a+b i alt      |
|-----------|--------|--------|--------|--------|----------------|
| FB        | 74,665 | 77,200 | 68,000 | 65,200 | <b>285,065</b> |
| BB        | 69,930 | 69,834 | 59,336 | 57,097 | <b>256,197</b> |

- c) Personale- og andre driftsudgifters samlede budgetvirkninger (jf. punkt 7.2 og 7.3)

|       |       |       |       |       |              |
|-------|-------|-------|-------|-------|--------------|
| FB/BB | 1,480 | 1,480 | 1,480 | 1,480 | <b>5,920</b> |
|-------|-------|-------|-------|-------|--------------|

| a+b+c i alt | 2003   | 2004   | 2005   | 2006   | a+b+c i alt    |
|-------------|--------|--------|--------|--------|----------------|
| FB          | 76,145 | 78,680 | 69,480 | 66,680 | <b>290,985</b> |
| BB          | 71,410 | 71,314 | 60,816 | 58,577 | <b>262,117</b> |

## 2.4 Forenelighed med den finansielle programmering og de finansielle overslag

Forslaget er foreneligt med den gældende finansielle programmering (med undtagelse af det nye forslag til prioriteret informationstema: Europa og resten af verden).

## 2.5 Virkninger for budgettets indtægtsside

Ingen.

### 3. BUDGETSPECIFIKATIONER

| Udgifternes art |    | Nye | EFTA-deltagelse | Kandidatlandenes deltagelse | Udgiftsområde i de finansielle overslag |
|-----------------|----|-----|-----------------|-----------------------------|---|
| IOU             | OB | NEJ | NEJ             | NEJ                         | 3                                       |

### 4. RETSGRUNDLAG

Aktiviteter under Kommissionens interinstitutionelle beføjelser.

### 5. BESKRIVELSE OG BEGRUNDELSE

#### 5.1 Behov for EU-foranstaltninger

##### 5.1.1 Mål

Kommissionens meddelelse om en informations- og kommunikationsstrategi for Den Europæiske Union tager højde for, at Rådet nu deltager i det interinstitutionelle samarbejde, og er centreret om følgende punkter:

- EU's evne til at udarbejde og videreformidle tilpassede og målrettede budskaber om sine forskellige prioriterede informationstemaer.
- Et frivilligt og operationelt partnerskab med medlemsstaterne, der gør det muligt at udvikle en reel synergi mellem medlemsstaternes strukturer og know-how som supplement til EU's tiltag.

Denne nye informations- og kommunikationsstrategi er et udtryk for en fælles politisk vilje i de tre institutioner, som skal føres ud i livet gennem IGI's beslutninger.

Den nye strategi indebærer, at institutionerne skal ændre deres kultur og fortage væsentlige tilpasninger især med hensyn til samordning for at forbedre informationen så tæt på EU-borgerne som muligt.

##### 5.1.2 Dispositioner, der er truffet på grundlag af forhåndsevalueringen

Ud over den politiske enighed, de tre institutioner og medlemsstaterne har nået, er den foreslåede strategi baseret på såvel intern evaluering (essensen af de rundbordsdrøftelser, repræsentationerne har afholdt, og svarene på de forskellige netværks spørgeskemaer) som på forudgående eksterne undersøgelser af både selve strategien og den offentlige opinion i EU ("fokusgrupper").

### 5.1.3 *Dispositioner, der er truffet på grundlag af den efterfølgende evaluering*

Kommissionens meddelelse nævner en årlig evaluering af de vigtigste informations- og kommunikationstiltag. Dette skridt tager for Kommissionens vedkommende udgangspunkt i en ny evalueringsmetode i Generaldirektoratet for Presse og Kommunikation, som skulle træde i kraft i 2003. De øvrige institutioners og medlemsstaternes evalueringer skulle desuden kunne bidrage til evalueringen af det påtænkte partnerskab.

## 5.2 **Indsatsområdet og nærmere bestemmelser for støtten**

Den budgetmæssige virkning af denne meddelelse vedrører især kapitel B3-3 såvel for driftsbevillingerne som for bevillinger til tekniske og administrative udgifter.

De påtænkte tiltag vedrører især oplysningsvirksomhed, informationsrelæer, kommunikation og prioriterede informationstemaer (PRINCE).

## 5.3 **Gennemførelsesmetoder**

De overordnede mål nås gennem:

- en bedre samordning af de generelle informationsaktiviteter mellem samtlige generaldirektorater og Generaldirektoratet for Presse og Kommunikation
- en større decentralisering af informationsaktiviteterne ved at lade medlemsstaterne og institutionerne deltage heri
- en effektiv udnyttelse af alle eksisterende relæer og netværk.

Gennemførelsen af denne nye strategi vedrører især følgende aktiviteter:

### **OPLYSNINGSAKTIVITETER**

- Styrkelse af feedback-processen i forbindelse med fastlæggelsen af informationspolitikken.
- Intensivering af samordningen af de decentraliserede informationsaktiviteter rettet mod den brede befolkning gennem repræsentationerne inden for en række prioriterede temaer med optimal udnyttelse af eksisterende relæer og netværk.
- Evalueringrapport om virkningen af at kombinere de forskellige informationskilder, der anvendes som led i den nye informationsstrategi.

### **RELÆER**

At man tillægger nærinformation stor vigtighed, fremgår af, at man lægger større vægt på samordning af netværkenes og relæernes aktiviteter, især gennem repræsentationerne.

### **GENERELLE KOMMUNIKATIONS AKTIVITETER**

Repræsentationerne skal søge at indgå partnerskaber med de enkelte medlemsstater for sammen med dem at udarbejde budskaber, som er tilpasset landets folkelige opinion, og afprøve budskaberne på paneler af borgere ("fokusgrupper").

Disse frivillige og operationelle partnerskaber vil gøre det muligt at skabe egentlig synergi mellem medlemsstaternes strukturer og evner som supplement til EU's tiltag.

## **PRIORITEREDE INFORMATIONSTEMAER**

De prioriterede informationstemaer under PRINCE-programmet, der er omfattet af denne meddelelse, omfatter især:

- udvidelsen
- debatten om EU's fremtid
- et område med frihed, sikkerhed og retfærdighed
- Europa og resten af verden.

### *Udviklingen i udgifterne til iværksættelse af programmet*

***PRINCE er afhængig af Kommissionens tidligere eller kommende beslutninger/retningslinjer***

De nødvendige ressourcer til gennemførelsen af disse informationsaktiviteter vil blive vurderet i lyset af de specifikke foranstaltninger, der træffes som led i den nye strategi.

Styrkelsen af repræsentationernes rolle ved udarbejdelsen af handlingsprogrammer for informationstemaer er en hjørnesteen i den nye strategi og kræver assistance fra kommunikationsspecialister.

## 6. FINANSIELLE VIRKNINGER

### 6.1 Samlede finansielle virkninger for budgettets del B (hele programperioden)

De specifikke behov som følge af de foranstaltninger, der foreslås i denne meddelelse, dækkes ved mobilisering af midler fra afsnit B3-3 Information og kommunikation. Fordelingen af de påkrævede beløb kan eventuelt revideres i forbindelse med Kommissionens årlige politikstrategi (APS) og det foreløbige budgetforslag (FBF).

#### 6.1.1 Finansieringsstøtte

| <i>Forpligtelsesbevillinger i mio. EUR (3 decimaler)</i>          |               |               |               |               |                |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|
| Fordeling   | 2003          | 2004          | 2005          | 2006          | I alt          |
| B3-300 Generelle informationsforanstaltninger                     | 21,000        | 20,215        | 20,610        | 21,105        | <b>82,930</b>  |
| B3-301 Informationscentre   | 14,400        | 14,970        | 15,260        | 15,650        | <b>60,280</b>  |
| B3-303 Kommunikationsforanstaltninger                             | 14,700        | 14,890        | 15,160        | 15,530        | <b>60,280</b>  |
| B3-306 Informationsforanstaltninger vedrørende særlige politikker | 21,000        | 22,500        | 12,300        | 8,000         | <b>63,800</b>  |
| <b>I ALT</b>  | <b>71,100</b> | <b>72,575</b> | <b>63,330</b> | <b>60,285</b> | <b>267,290</b> |

#### 6.1.2 Teknisk og administrativ bistand, støtteudgifter og it-udgifter

| <i>Forpligtelsesbevillinger i mio. EUR (3 decimaler)</i> |       |       |       |       |              |
|--|-------|-------|-------|-------|--------------|
|  | 2003  | 2004  | 2005  | 2006  | I alt        |
| 1) Teknisk og administrativ bistand:                     |       |       |       |       |              |
| a) Kontorer for teknisk bistand:                         |       |       |       |       |              |
| b) Anden teknisk og administrativ bistand:               |       |       |       |       |              |
| - intern <sup>15</sup> :                                 |       |       |       |       |              |
| <u>B3-300A</u>   | 0,030 | 0,030 | 0,030 | 0,030 | <b>0,120</b> |
| <u>B3-303A</u>   | 0,100 | 0,100 | 0,100 | 0,100 | <b>0,400</b> |

<sup>15</sup> Ad hoc-støtte fra informationskonsulenter (f.eks. freelancere).

| Forpligtelsesbevillinger i mio. EUR (3 decimaler)    |              |              |              |              |               |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
|  | 2003         | 2004         | 2005         | 2006         | I alt         |
| - ekstern :  |              |              |              |              |               |
| <u>B3-301A</u>                                       | 0,300        | 0,305        | 0,315        | 0,325        | <b>1,245</b>  |
| <u>B3-303A</u>                                       |              |              |              |              |               |
| Kommunikationsspecialist                             | 1,580        | 1,610        | 1,640        | 1,670        | <b>6,500</b>  |
| <u>B3-306A</u>                                       |              |              |              |              |               |
| Eksisterende kontrakter<br>(PRINCE-korrespondenter)  | 1,380        | 2,400        | 2,400        | 2,600        | <b>8,780</b>  |
| - eksisterende 1.380.000 EUR                         |              |              |              |              |               |
| - supplerende udgifter efter<br>2004 <sup>16</sup> : |              |              |              |              |               |
| 23 repræsentationer x 52.000 =<br>1.200.000 EUR      |              |              |              |              |               |
| <i>1 I alt</i>                                       | <b>3,390</b> | <b>4,445</b> | <b>4,485</b> | <b>4,725</b> | <b>17,045</b> |
| 2) Støtteudgifter:                                   |              |              |              |              |               |
| a) Undersøgelser                                     |              |              |              |              |               |
| <u>B3-300A</u>                                       | 0,150        | 0,155        | 0,160        | 0,165        | <b>0,630</b>  |
| <u>B3-301A</u>                                       | 0,025        | 0,025        | 0,025        | 0,025        | <b>0,100</b>  |
| b) Ekspertmøder                                      |              |              |              |              |               |
| c) Informations- og<br>publikationsvirksomhed        |              |              |              |              |               |
| <i>2 I alt</i>                                       | <b>0,175</b> | <b>0,180</b> | <b>0,185</b> | <b>0,190</b> | <b>0,730</b>  |
| <b>I ALT</b>   | <b>3,565</b> | <b>4,625</b> | <b>4,670</b> | <b>4,915</b> | <b>17,775</b> |

<sup>16</sup> 1 korrespondent pr. repræsentation (beløbet mobiliseres i det flerårige finansieringsprogram for alle de budgetposter, der er omfattet af denne finansieringsoversigt).

## 6.2. Beregning af omkostningerne pr. foranstaltning i budgettets del B

Forpligtelsesbevillinger i mio. EUR (3 decimaler)

| Fordeling  | Type resultater (projekter, dossierer ...) | Antal resultater | Gennemsnitlige enhedsomkostninger | Samlede omkostninger 2003 |
|--|--|------------------|-----------------------------------|---------------------------|
|  | 1  | 2                | 3                                 | 4=(2X3)                   |
| <u>B3-300 og B3-300A</u>   |  |                  |                                   |                           |
| <u>Generelle informationsforanstaltninger</u>  |  |                  |                                   | <b>21,180</b>             |
| <u>B3-301 og B3-301A</u>   |  |                  |                                   | <b>14,725</b>             |
|  |  |                  |                                   |                           |
| <u>Informationscentre</u>  |  |                  |                                   |                           |
| > evalueringer (allerede opført i FBF for 2003)  |  |                  |                                   | 0,100                     |
|  |  |                  |                                   |                           |
| <u>B3-303 og B3-303A</u>   |  |                  |                                   |                           |
| <u>Generelle kommunikationsforanstaltninger</u>  |  |                  |                                   | <b>16,380</b>             |
| <u>B3-306*</u>   |  |                  |                                   |                           |
| <u>Informationsforanstaltninger vedrørende særlige politikker</u>  |  |                  |                                   | <b>21,000</b>             |
| - Euroen<br>- Udvidelsen<br>- Debat om EU's fremtid<br>- Et område med frihed, sikkerhed og retfærdighed |  |                  |                                   |                           |
|  |  |                  |                                   |                           |
| - Europa og resten af verden <sup>17</sup>   |  |                  |                                   | p.m.                      |
| > evalueringer (i forbindelse med bevillinger for 2003)  |  |                  |                                   | 0,100                     |
| <u>B3-306A (**)<sup>18</sup></u>   |  |                  |                                   | <b>1,380</b>              |
| <b>SAMLEDE OMKOSTNINGER</b>  |  |                  |                                   | <b>74,665</b>             |

<sup>17</sup> Nyt tema, som ikke er opført i det foreløbige budgetforslag for 2003, og som først senere vil blive foreslået som prioriteret foranstaltning (beløb endnu ikke fastsat).

<sup>18</sup> Efter 2004, yderligere behov: 1 PRINCE-korrespondent pr. repræsentation (23 repræsentationer x 52.000 EUR = 1,2 mio. EUR, beløbet mobiliseres i det flerårige finansieringsprogram for alle de budgetposter, der er omfattet af denne finansieringsoversigt).

\* Budgetposter, som andre generaldirektorater er anvisningsberettigede for (sammen med Generaldirektorat for Presse og Kommunikation). I øvrigt er andre prioriterede temaer, som Kommissionen kan forventes at udvælge på et senere tidspunkt, ikke medregnet i denne tabel.

\*\* Virkning efter 2004: Da meddelelsen gennemføres gradvis, regnes med en udgift for hele året fra og med 2004. Alle eventuelle yderligere behov i 2003 vil blive finansieret ved bevillingsoverførsler.

## 7. VIRKNINGER FOR PERSONALERESSOURCER OG ADMINISTRATIONSUDGIFTER

(EUR 15)

Behovene for menneskelige og administrative ressourcer vil blive dækket af den bevilling, som Generaldirektoratet for Presse og Kommunikation modtager som led i den årlige budgetprocedure.

### 7.1. Personalemæssige virkninger

| Stillingstyper            |   | Eksisterende og/eller nyt personale til forvaltning af foranstaltningen |                         | I alt | Opgavebeskrivelse |
|---------------------------|---|---|-------------------------|-------|-------------------|
|                           |   | Faste stillinger  | Midlertidige stillinger |       |                   |
| Tjenestemænd              | A | 3   | -                       | 3     |                   |
| Midlertidigt ansatte      | B | 4   | -                       | 4     |                   |
|                           | C | 3   | -                       | 3     |                   |
| Andre personaleressourcer |   | -   | -                       | -     |                   |
| A07000 – Hjelpeansatte    |   | 1C  |                         | 1     |                   |
| A07002 – Teknisk bistand  |   | 2   |                         | 2     |                   |
| I alt                     |   |   |                         | 13    |                   |



## 7.2 Samlede finansielle virkninger af personaleforbruget

| Arten af personaleressourcer | Beløb i EUR | Beregningsmetode |
|------------------------------|-------------|------------------|
| Tjenestemænd                 | 1.080.000   | 10 x 108.000     |
| Andre personaleressourcer    |             |                  |
| A07000 – Hjelpeansatte       | 43.697      | 1 x 43.697       |
| A07002 – Teknisk bistand     | 226.000     | 2 x 113.000      |
| I alt                        | 1.349.697   |                  |

Beløbene svarer til de samlede udgifter for 12 måneder.

## 7.3 Andre administrative udgifter som følge af foranstaltningen

| Budgetpost                          | Beløb i EUR | Beregningsmetode |
|-------------------------------------|-------------|------------------|
| <b>Samlet bevilling (Afsnit A7)</b> |             |                  |
| A07010 – Tjenesterejser             | 80.000      | (*)              |
| A07060 – Uddannelse                 | 50.000      |                  |
| I alt                               | 130.000     |                  |

Beløbene svarer til de samlede udgifter for 12 måneder.

### (\*) Tjenesterejser (A0-7010) : 80.000 EUR

Disse bevillinger skal dække de behov, der opstår i forbindelse med de nye aktiviteter, meddelelsen omhandler, og som indebærer, at tjenestemænd fra repræsentationen skal rejse til Kommissionens hjemsted eller til andre steder i den pågældende medlemsstat, eller at tjenestemænd fra hjemstedet skal rejse til ud til repræsentationerne.

Der er tale om følgende aktiviteter:

- planlægning og samordning af foranstaltninger, herunder skabelse af synergi mellem de forskellige kommunikationsinstrumenter, centraliseret og decentraliseret iværksættelse (20.000 EUR)

- forhandling om og udarbejdelse og opfølgning af aftalememorandum med medlemsstaterne samt de aftaler, der følger heraf (20.000 EUR)

- indførelse af et handlingsprogram for vedvarende uddannelse inden for kommunikation med den strategiske indfaldsvinkel, der foreslås i meddelelsen, for hele personalet, herunder de ansatte på repræsentationerne (40.000 EUR).

**(\*) Uddannelse (A0-706) : 50.000 EUR**

Der skal indføres specifikke uddannelsesprogrammer i kommunikation, som er tilpasset de ansattes behov, og som tager udgangspunkt i den nye indfaldsvinkel, der foreslås i meddelelsen.

|      |   |                   |
|------|---|-------------------|
| I.   | Samlet årligt beløb (7.2 + 7.3)                 | 1.479.697 EUR     |
| II.  | Foranstaltningen varighed                       | 4 år (efter 2003) |
| III. | Foranstaltningens samlede omkostninger (I x II) | 5.918.788 EUR     |

## **8. RESULTATOPFØLGNING OG EVALUERING**

### **8.1 Resultatopfølgningssystem**

Systemerne til intern rapportering skal styrkes for at inddrage de nye elementer i informationspolitikken: samordning, planlægning og decentralisering.

### **8.2 Hvordan og hvor ofte skal der evalueres?**

Der vil blive anvendt egnede redskaber efter en metode (som skulle være klar i anden halvdel af 2002), som skal tilvejebringe en systematisk og regelmæssig evaluering af samtlige Generaldirektoratet for Presse og Kommunikations informations- og kommunikationsaktiviteter.

## **9. FORHOLDSREGLER MOD SVIG**

I samtlige kontrakter, aftaler og retlige forpligtelser, der indgås mellem Kommissionen og tilskudsmodtagerne, er det bestemt, at Kommissionen og Revisionsretten kan foretage en kontrol på stedet hos den direkte tilskudsmodtager eller hos den indirekte tilskudsmodtager, såfremt der er tale om en aktivitet, der styres decentralt, og at der i op til fem år efter kontraktperiodens ophør kan forlanges dokumentation for udgifter, der er afholdt som led i disse kontrakter, aftaler og retlige forpligtelser.

Tilskudsmodtagerne har pligt til at fremlægge en rapport og et regnskab, som analyseres med hensyn til indhold og udgifternes støtteberettigelse. Analysen afhænger af genstanden for fællesskabsfinansieringen og tager hensyn til de kontraktlige forpligtelser og principperne om sund økonomisk og finansiell forvaltning.