

## **Communicatieplan Europa: Informeren, Betrekken & Activeren**

1. Inleiding
2. Communicatiedoelstellingen
3. Interne doelgroepen
  - Provinciale Staten
  - Gedeputeerde Staten
  - Management
  - (Beleids)medewerkers en Europa-adviseurs
4. Externe doelgroepen
5. Organisatie

## 1. Inleiding

Op 23 juni 2008 stelden Provinciale Staten een nieuwe Europastrategie vast. Hiermee werd het startsein gegeven voor een scherpere focus op Europa vanuit Utrecht: Europa kan helpen ons beleid te verbeteren en te versterken. Dit communicatieplan is een essentieel instrument om deze scherpere focus in de organisatie tot stand te brengen.

## 2. Communicatiedoelstellingen

De communicatiedoelstellingen zijn helder geformuleerd in de Europastrategie: ten eerste informeren en betrekken, ten tweede activeren. Kortom, de provinciale organisatie dient Europabewust te worden.

“Hoofddoel van de Europastrategie is er voor te zorgen dat Europa maximaal bijdraagt aan de realisatie van onze provinciale doelen. Om dit doel te behalen is goede communicatie onontbeerlijk. Het belang en de meerwaarde van Europa en van relevante Europese ontwikkelingen worden voor zover mogelijk meegenomen in reguliere provinciale uitingen of in speciaal daarvoor uit te brengen uitingen. Communicatie kan kennis, houding en gedrag beïnvloeden. Dit gaan uit van twee communicatieve uitgangspunten: (1) informeren en betrekken, en (2) activeren.

‘Informeren en betrekken’ is een communicatielijijn die zich zowel richt op het provinciale apparaat als op de externe partners van de provincie. Doel van deze communicatielijijn is te laten zien dat ‘Europa er toe doet’ en dat de provincie nut en noodzaak van Europa ook volop meeneemt in haar beleidsprogramma’s. Binnen het provinciale apparaat gaat het om communicatie richting de provinciale medewerkers, het College van GS en Provinciale Staten. Bij de externe partners denken wij aan IPO, de P4-partners in Randstadverband, de regionale partners in de provincie Utrecht en de partners in Brussel. In IPO-verband wordt jaarlijks een lijst van gezamenlijke Europese prioriteiten vastgesteld. Op de lijst staan Europese dossiers waarvan de verwachting is dat deze grote beleidsmatige, juridische en/of financiële gevolgen kunnen hebben voor de provincies. Met name voor het benutten van de beschikbare Europese fondsen is bekendheid over het EFRO-programma *Kansen voor West*<sup>1</sup> en enthousiasme voor uitvoering vanuit de regio erg belangrijk.

In de communicatielijijn ‘activeren’ richten wij ons specifiek op de provinciale medewerkers die ‘Europa’ moeten verankeren in hun eigen beleidsdossiers. Belangrijk is de informatie richting medewerkers zodanig te stroomlijnen en klantgericht te maken, dat de motivatie om kennis te nemen van Europees nieuws optimaal is.”<sup>2</sup>

Verder zullen ook de suggesties en aanbevelingen van de heer Hartog zoals verwoord op de Conferentie Samen op Weg naar 2040 (oktober 2008) bij de uitwerking van dit communicatieplan betrokken worden.

## 3. Interne doelgroepen

De interne doelgroepen van de provincie zijn Provinciale Staten, Gedeputeerde Staten, het management en de medewerkers. De communicatiedoelstellingen informeren, betrekken en activeren zijn intern te vertalen als het Europabewust maken van de provinciale organisatie.

---

<sup>1</sup> Voor meer informatie: [www.KansenvoorWest.nl](http://www.KansenvoorWest.nl)

<sup>2</sup> Europastrategie 23 juni 2008

Dit gaat verder dan Europaproof zijn: een Europabewuste organisatie houdt zich niet alleen aan de Europese regelgeving, maar ziet het belang van Europa in het dagelijks werk in en weet daar op in te spelen. De organisatie is zich bewust van de mogelijkheden die Europa biedt (o.a. op het gebied van subsidies en fondsen, samenwerkingsprojecten en kennisuitwisseling tussen regio's, beleidsbeïnvloeding door lobby) De uitwerking hiervan per doelgroep is hieronder weergegeven.

### **3.1 Provinciale Staten**

Het is van belang dat de Provinciale Statenleden goed geïnformeerd blijven over Europa: zij dienen geïnformeerd en betrokken te worden.

Naast de jaarlijkse rapportage over de voortgang van de Europastrategie, worden Provinciale Staten geïnformeerd over de belangrijkste Europese ontwikkelingen door een kwartaal nieuwsbrief. Tevens worden zij via de wekelijkse digitale nieuwsbrief van het Huis der Nederlandse Provincies (HNP), de Europese Ster, op de hoogte gehouden van de ontwikkelingen op verschillende Europese dossiers. Vervolgens zullen er rondom verschillende onderwerpen (bijvoorbeeld staatssteun en Europese structuurfondsen) workshops en eventueel werkbezoeken georganiseerd worden.

Communicatiemiddelen:

- Jaarlijkse voortgangsrapportage Europastrategie
- Kwartaalnieuwsbrief (zie bijlage 1)
- Europese Ster
- Workshops en werkbezoeken

### **3.2 Gedeputeerde Staten**

Gedeputeerde Staten moeten geïnformeerd, betrokken en in zekere zin ook geactiveerd worden op het gebied van Europa. Zij moeten op de hoogte zijn van wat er in de EU speelt op hun beleidsgebied. Het Europeat team informeert de Gedeputeerde Europa tijdens het tweewekelijkse portefeuilleoverleg. De verschillende beleidsafdelingen informeren hun Gedeputeerden, hierin ondersteund door het team Europa. Daarnaast ontvangt het College de kwartaalnieuwsbrief Europa en naar behoefte de Europese Ster. Betrekken en activeren gebeurt door het College naar behoefte workshops en werkbezoeken aan te bieden.

Communicatiemiddelen:

- Portefeuilleoverleggen
- Jaarlijkse voortgangsrapportage Europastrategie
- Kwartaalnieuwsbrief
- Europese Ster
- Workshops en werkbezoeken

### **3.3 Management**

De directie, de afdelingsmanagers en de teamleiders vervullen een belangrijke rol bij het Europabewust maken van de organisatie. Zij dienen geïnformeerd, betrokken en geactiveerd te worden, zodat zij de medewerkers kunnen betrekken en motiveren.

We informeren, betrekken en activeren teamleiders, afdelingsmanagers en directie door middel van de kwartaalnieuwsbrief, de Europese Ster en halfjaarlijkse managementbijeenkomsten. Het doel van deze bijeenkomsten is het management meer voeling met Europa te geven en het belang

van Europabewust zijn duidelijk te maken. De bijeenkomsten kunnen bestaan uit werkbezoeken, lezingen, workshops of cursussen.

Communicatiemiddelen:

- Halfjaarlijkse managementbijeenkomsten
- Kwartaal nieuwsbrief
- Europese Ster

### **3.4 (Beleids)medewerkers en Europa-adviseurs**

Om de organisatie Europaproof en Europabewust te maken is het nodig dat medewerkers geïnformeerd zijn en zich verantwoordelijk voelen (betrokken). Ook zullen ze geactiveerd moeten worden, om de organisatie Europaproof te houden.

Om dit te bereiken wordt er een leergang aangeboden. De workshops in deze leergang zijn concreet en op maat voor de verschillende kennisniveaus. Daarnaast worden er informatieve (thema)bijeenkomsten georganiseerd, om te informeren maar ook om de medewerkers betrokken te houden. De nieuwe medewerkers worden gewezen op Europa tijdens de algemene introductie. Via de Europa Checklist (zowel in hardcopy als op Atrium) kunnen beleidsmedewerkers controleren of hun beleid Europaproof is. Ook worden de medewerkers op de hoogte gehouden via een nieuwsbrief, via de Europese Ster, de Europapagina op Atrium, de provinciale website en diverse folders en flyers.

Tevens heeft elke beleidsafdeling een Europa-adviseur die relevante informatie over de Europese Unie aan de afdeling overbrengt. Andersom zal de Europa-adviseur richting Brussel informatie overbrengen van de provincie aan de provinciale vertegenwoordiger in het HNP, dan wel zelf optreden. De Europa-adviseur zorgt ervoor dat een afdeling meer betrokken is bij Europa en dat kansen niet worden gemist door de medewerkers van de afdeling te wijzen op belangrijke Europese ontwikkelingen en mogelijkheden voor projecten en kennisuitwisseling. Het Europaplatform, bestaande uit het centrale team Europa en de Europa-adviseurs van de beleidsafdelingen komen elk kwartaal samen om elkaar te informeren en te betrekken. Zij worden getraind in Europese zaken zodat zij hun taak adequaat kunnen uitvoeren.

Communicatiemiddelen:

- Serie workshops en trainingen
- Informatieve (thema)bijeenkomsten
- Europa in de algemene introductie
- Nieuwsbrief
- Europese Ster
- Atrium en provinciale website
- Folders/flyers
- Europa-adviseurs en Europaplatform

## **4. Externe doelgroepen**

De externe doelgroepen zijn het Rijk, andere provincies, partners binnen de provincie (gemeenten, bedrijven, organisaties), burgers, buitenlandse partners en de media. Hiervoor gelden ook dezelfde communicatiedoelstellingen informeren, betrekken en activeren. De communicatie naar externe doelgroepen is voornamelijk gericht op de drie prioritaire dossiers, te weten:

1. Stad - Land

2. Kenniscentrum voor Klimaat, Duurzaamheid & Innovatie
3. Utrecht Culturele Hoofdstad van Europa in 2018 (Vrede van Utrecht)

De communicatie richting Rijk zal voornamelijk gericht zijn op het lobbydossier voor de Europese Culturele Hoofdstad. Communicatie met andere provincies loopt via de samenwerkingsverbanden P4, en IPO en is gericht op samenwerking op de prioritaire dossiers zoals in deze samenwerkingsverbanden is afgesproken (Strategische Randstadagenda en IPO-dossiers). Voor de interne communicatie tussen de P4-leden wordt een eigen communicatieplan opgesteld. Partners binnen de provincie Utrecht (gemeenten en regionale samenwerkingsverbanden) informeren, betrekken en activeren we op alledrie prioritaire dossiers. Burgers willen we vooral informeren over de fondsenprogramma's POPII en EFRO. Beide programma's hebben een eigen communicatietraject waar de provincie bij aangesloten is. Communicatie richting onze buitenlandse partners loopt via de vertegenwoordiger in het Huis der Nederlandse Provincies, de Europa Gedeputeerde en de beleidsafdelingen die bij de samenwerking betrokken zijn. Communicatie met de media verloopt altijd via de communicatieadviseur.

## **5. Organisatie**

De verantwoordelijkheid voor uitvoering van het communicatieplan is in handen van de Europacoördinator. De uitvoering is in handen van de beleidsmedewerker Europa in nauw overleg met de communicatieadviseur.

De Europacoördinator is:

- het centrale informatiepunt voor zowel intern (medewerkers, PS, GS) als extern (organisaties, overheden, burgers)
- het informatiepunt voor de pers (samen met communicatieadviseur van de provincie)
- de eindredacteur van alle communicatiemiddelen
- schrijft en actualiseert het werkplan in overleg met het Europeat team en de communicatieadviseur
- bewaakt de planning

De beleidsmedewerker Europa (in samenwerking met de andere teamleden):

- organiseert en begeleidt de productie van communicatiemiddelen
- schrijft teksten, persberichten en verzamelt beeldmateriaal
- organiseert in praktische zin alle bijeenkomsten
- coördineert het bijhouden van de diverse adressenbestanden, de uitvoering is in handen van het secretariaat
- coördineert de verspreiding door het secretariaat van de diverse middelen
- is het centrale punt voor aanmelding van publiciteit en zorgt voor informatievoorziening
- verzamelt informatie voor de communicatiekalender en verspreidt deze
- koppelt regelmatig terug naar de communicatieadviseur

De communicatieadviseur:

- adviseert bestuurders over hun communicatieactiviteiten (inclusief perscontacten)
- stemt perscontacten van bestuurders af met de Europacoördinator
- is betrokken bij het opstellen van het werkplan (wie doet wat)
- becommentarieert de concepten van communicatiemiddelen

- meldt publiciteit en stuurt eventuele mediaberichten door naar (het secretariaat van) het Europeatam
- onderhoudt de contacten met de regionale pers en lokale pers.