



EUROPEISKA GEMENSKAPERNAS KOMMISSION

Bryssel den 20.4.2004  
KOM(2004) 196 slutlig

**KOMMISSIONEN MEDDELANDE  
TILL RÅDET, EUROPAPARLAMENTET,  
EUROPEISKA EKONOMISKA OCH SOCIALA KOMMITTÉN  
OCH REGIONKOMMITTÉN**

**om en informations- och kommunikationsstrategi  
för Europeiska unionen**

## INNEHÅLLSFÖRTECKNING

INLEDNING .....	3
I. En mer strukturerad och bättre rangordnad kommunikation .....	5
1. Interinstitutionellt samarbete.....	5
2. Gemensamma värderingar som följer samma röda tråd?.....	6
3. Prioriterade ämnen (Prince) .....	7
3.1. Omdefiniering av strategin för de olika ämnena.....	7
3.2. Fleråriga planer .....	7
II. Synergi med olika åtgärder.....	9
1. Partnerskap och decentralisering.....	9
2. Prince .....	10
2.1. Partnerskapets former.....	10
2.1.1. Strategiskt partnerskap .....	10
2.1.2. Förvaltningspartnerskap .....	11
2.1.3. Partnerskap för punktinsatser .....	11
3. Nätverken .....	12
3.1. Info Point-kontor och Carrefourkontor för landsbygdsutveckling.....	14
3.1.1. Val av nytt nätverk – direkt förvaltning.....	15
3.1.2. Val av nytt nätverk – indirekt central förvaltning.....	15
3.2. De stora centrumen .....	16
3.3. Centrum med Phareanslag.....	16
4. Andra redskap för kommunikation .....	16
4.1. Audivisueella hjälpmedel .....	17
4.1.1. Anpassning av redskapen.....	17
4.1.2. En mer dynamisk hållning .....	17
4.1.3. Euronews.....	18
4.2. Europaserverns andra generation .....	21
4.3. Opinionsundersökningar och Europa Direkt.....	21
4.3.1. Eurobarometern.....	21
4.3.2. Europa Direkt (00 800 6 7 8 9 10 11 – <a href="http://europa.eu.int/europedirect">http://europa.eu.int/europedirect</a> ).....	22
SLUTSATS .....	23
FINANSIERINGSÖVERSIKT TILL FÖRSLAGET .....	24

# INLEDNING

Kommissionen noterade vid sitt sammanträde den 11 november 2003 att *António Vitorino skulle lägga fram ett meddelande om införandet av en informations- och kommunikationsstrategi efter 2004.*

Med informations- och kommunikationsstrategi avses referensramen för kommunikation riktad till allmänheten (inte kommissionens samtliga informationsåtgärder) så som den har definierats i kommissionens meddelande av den 2 juli 2002 [KOM(2002) 350 slutlig].

Denna **strategi**, som utgår både från ett förstärkt interinstitutionellt samarbete och organiserade partnerskap med medlemsstaterna, har varit föremål för grundliga överväganden hos olika EU-institutioner och de flesta regeringars informationskontor både formellt på inbjudan av kommissionen i Bryssel eller mer informellt, men lika fruktbart inom ramen för Venedigklubben.

Denna ständiga dialog har utmynnat i att rådet officiellt antog denna strategi genom ett beslut den 10 december 2002 och Europaparlamentet den 10 april 2003, efter betänkanden av Juan José Bayona de Perogordo och Ole Andreasen.

Vi får inte glömma vilka de huvudsakligaste **målen** är för denna strategi är.

Det viktigaste målet är att ”påverka uppfattningen om Europeiska unionen och dess institutioner och deras legitimitet i positiv riktning genom att fördjupa kunskaperna och förståelsen för EU:s uppdrag, organisation och landvinningar och genom att få till stånd en dialog med allmänheten”.

Det innefattar bland annat en högre kvalitet på den offentliga debatten om EU-frågor, att allmänheten blir delaktig i EU:s beslutsprocess och får göra sin röst hörd och förmedla sina frågor samt en metodisk och sammanhängande förändring av EU:s image.

I meddelandet anges därför en realistisk och progressiv strategi som bygger på två huvudprinciper:

- Att se till att Europeiska unionen har kapacitet att utarbeta och sprida budskap som är anpassade till och inriktade på EU:s prioriterade ämnen.
- Att upprätta ett frivilligt och fungerande partnerskap med medlemsstaterna för att uppnå en riktig samverkan mellan deras strukturer och resurser och Europeiska unionens verksamhet.

För att strategin skall bli sammanhängande måste kommissionens egna **resurser** samordnas bättre både när det gäller kommissionens kommunikationsverktyg och interna kommunikationskultur. Detta bygger på följande:

- En bättre synergi hos kommissionens resurser i förhållande till fastställda mål och prioriteringar.
- En mer systematisk och bättre organiserad intern kommunikationskultur.

Dessa mål måste i fortsättningen genomföras på ett nytt sätt, där tillgängliga resurser anpassas till unionens utvidgning.

I enlighet med sin interinstitutionella behörighet<sup>1</sup> måste kommissionen hantera denna nya situation med oförändrad personalstyrka på huvudkontoret och framför allt begränsad personalstyrka för de tio nya representationerna. År 2005 kommer därmed att bli det första året då informations- och kommunikationsstrategin tillämpas fullt ut i ett EU med 25 medlemsstater<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> I rättstjänstens yttrande av den 10 juli 2003 anges att informations- och kommunikationsarbete omfattas av kommissionens interinstitutionella behörighet och får genomföras utan någon grundläggande rättsakt i enlighet med artikel 49.2.c) i budgetförordningen.

<sup>2</sup> Det bör påpekas att Phareanslagen kommer att fortsätta att tillämpas i EU-8 till och med den 31 december 2004 på informations- och kommunikationsområdet, under ansvar av generaldirektoratet för utvidgning.

# I. En mer strukturerad och bättre rangordnad kommunikation

Den föreslagna strategin grundar sig först och främst på en rad mål som delas av gemenskapens tre institutioner och måste utvecklas och genomföras i samförstånd. Det interinstitutionella samarbetet är viktigt och ligger till grund för både verksamheten centralt och hos kommissionens representationer, Europaparlamentets informationskontor och regeringarnas informationsavdelningar.

## 1. INTERINSTITUTIONELLT SAMARBETE

Inom det interinstitutionella samarbetet har rådet sedan 2002 deltagit fullt ut i utvecklingen av informations- och kommunikationsstrategin, bland annat inom Interinstitutionella gruppen för information (IGI), som rådet nu leder tillsammans med kommissionen och Europaparlamentet. Det kan konstateras att rådet i sina slutsatser av den 10 december 2002 underströk att *”Den informationsverksamhet som Europeiska unionens institutioner bedriver i de berörda medlemsstaterna skall ske i verklig överensstämmelse de berörda medlemsstaternas informationsverksamhet”*.

Rådet uttryckte även *”önskemål om att medlemsstaterna i största möjliga utsträckning skall utnyttja de möjligheter som erbjuds genom den nya strategi som kommissionen föreslår, ...”*.

Europaparlamentet, å sin sida, har understrukit vid en omröstning den 10 april 2003 att parlamentet uppskattade *kommissionens insatser, ..., som bekräftar att man vill stärka det interinstitutionella samarbetet och skapa en gemensam informations- och kommunikationsstrategi*.

Parlamentet menade att *allt samarbete med medlemsstaterna bör inriktas på att genomföra de viktigaste informationskampanjerna, som fastställts på gemenskapsnivå och som bör anpassas efter de kulturella och språkliga skillnaderna inom de olika områdena”*.

Förutom dessa principiella ställningstaganden utvecklas det interinstitutionella samarbetet på fältet i samordningsenheter där olika samarbetspartner ingår i enlighet med det *”samförståndsavtal”* som kommissionen och Europaparlamentet har föreslagit sina samarbetspartner från olika regeringar.

Det bör också noteras att det interinstitutionella samarbetet ökar, särskilt administrationen och förvaltningen inom Europeiska unionens gemensamma kontor, som under samma tak samlar kommissionens representationer och Europaparlamentets informationskontor.

Det förtroendeavtal som det interinstitutionella samarbetet utgör är själva grunden för den förespråkade strategin. Strategin bör förnyas regelbundet av Interinstitutionella gruppen för information (IGI), vars uppgift är att organisera detta interinstitutionella samarbete på politisk nivå.

Därför borde IGI:s bestämmelser, roll och uppgift ses över så att dess politiska ställning tillvaratas i var och en av de olika delar som gruppen består av. Gruppens arbetsförberedelser måste också förbättras, liksom genomförandet av dess beslut. Man måste bland annat säkra en sammanhängande och effektiv uppföljning av de riktlinjer som utformats av IGI. Kommission är beredd att diskutera detta med sina samarbetspartner efter förnyelsen av institutionerna i år.

Utvecklingen av en strukturerad kommunikation om Europeiska unionen sker dock även utifrån en pedagogik runt unionens roll och uppdrag.

## 2. GEMENSAMMA VÄRDERINGAR SOM FÖLJER SAMMA RÖDA TRÅD?

Vare sig det handlar om allmän information om EU:s existens och roll eller om kommunikation kring EU:s stora projekt och utmaningar (prioriterade ämnen inom Princeprogrammet), är utvecklingen av en anpassad informations- och kommunikationsstrategi nyckeln till framgång för EU:s politik och initiativ.

För att strategin skall bli effektiv måste den grundas på några få gemensamma värderingar så att olika politiska budskap kan struktureras kring en gemensam referensram.

Som aviserades i kommissionens meddelande den 2 juli 2002 genomfördes en omfattande studie under andra halvåret 2003 i EU-28,<sup>3</sup> vilken utgick från intervjuer med olika ”kontrollgrupper”.

I denna studie redogjordes bland annat för synen på Europeiska unionens grundläggande värderingar, som är fred, frihet, solidaritet och kulturell mångfald. Syftet med studien var också att testa argumenten i de olika prioriterade ämnena gentemot dessa värderingar.

Sammanfattningsvis bekräftar de första studieresultaten<sup>4</sup> medborgarnas brist på grundläggande kunskaper om EU. Av det kan man dra slutsatsen att de gemensamma europeiska värderingar som använts som referensram för kommunikation om EU inte är tillräckligt tydliga på ett så ”ofruktbart” område.

För det första upplever inte de flesta av de testade ”kontrollgrupperna” dessa värderingar som tillräckligt särskiljande och specifika för Europa i jämförelse med andra demokratier. Det sätt de presenteras på är inte tillräckligt stimulerande och återspeglar därför inte EU:s särskiljande drag.

Begreppet värdering är för övrigt ett abstrakt och statiskt begrepp. En hänvisning till dem måste naturligtvis göras, även om deras relevans när det gäller kommunikation måste filtreras genom EU:s huvudsakliga politiska mål och ”bevisas” med konkreta exempel.

De utfrågade medborgarna var faktiskt mottagliga och visade intresse då de informerades om specifika aspekter av gemenskapens politik och hur de kunde påverka dem.

Det är förstås nödvändigt att förbättra informationen om sådana aspekter, men detta kan inte heller utgöra grunden för en stimulerande argumentation om EU, om inte dessa delar – som brukar vara mycket varierande – ”sammanbinds” på något sätt med en röd tråd, det vill säga de högre mål som de grundar sig på.

Vi kan naturligtvis bara öka allmänhetens medvetenhet om Europeiska unionen genom att förmedla ett tydligt politiskt budskap om de mål som unionen sätter upp, och om den övergripande plan som ligger bakom dem – genom att visa hur unionen stöder sig på sina värderingar.

---

<sup>3</sup> Vilket omfattar de nuvarande 15 medlemsstaterna, de 10 kandidatländerna samt Bulgarien, Rumänien och Turkiet.

<sup>4</sup> Rapport om en kvalitativ studie av inriktningen hos kommunikationen om EU (OPTIM, januari 2004).

Institutionerna måste därför kunna skapa sina egna budskap, vilket kräver gemensamma referensramar och värderingar – en röd tråd – som de kan dela. Huvudämnena för information måste väljas ut med utgångspunkt från unionens viktigaste politikområden under de kommande åren och bör motsvara medborgarnas konkreta behov och farhågor (i förhållande till de politiska prioriteringar som fastställs i besluten om årlig politisk strategi). De budskap som skall utformas och spridas måste betraktas som ”prioriterade” av både EU och allmänhet.

Den utmaning som EU står inför när det gäller kommunikation är framför allt att väcka engagemang och nyfikenhet hos medborgarna och stimulera deras intresse, och att göra det med ett budskap som är förankrat i de gemensamma värderingarna, men vars innehåll är så konkret att medborgarna kan identifiera sig med det.

### **3. PRIORITERADE ÄMNEN (PRINCE)**

Enligt kommissionens meddelande av den 2 juli 2002 har kommissionen hittills koncentrerat sig på fyra specifika prioriterade ämnen, nämligen ”Utvidgningen”, ”Unionens framtid”, ”Ett område med frihet, säkerhet och rättvisa” samt ”Euron”. Kommissionen har även fått ett godkännande från Europaparlamentet och rådet för att skapa ett femte Princeämne 2004, ”Europeiska unionens roll i världen”, för att bättre kunna möta EU-medborgarnas förväntningar.

#### **3.1. Omdefiniering av strategin för de olika ämnena**

De viktiga händelser som kommer att inträffa under 2004 gör att ovanstående prioriterade ämnens bakomliggande strategier måste uppdateras.

Det gäller först och främst utvidgningen. Denna kommunikationsstrategi måste fortsätta efter det avgörande datumet den första maj 2004, och inte bara begränsas till att förklara anslutningen av tio nya medlemsstater, utan också ta upp förhandlingarna med de andra kandidatländerna och den nya grannskapspolitikens dimension. Det handlar om att se till att en fortlöpande pedagogisk process bedrivs för detta där gränserna för morgondagens EU dras upp. De riktlinjer som kommissionen antog i sitt meddelande av den 10 maj 2000 är fortfarande en relevant referensram.

Detta blir ännu mer berättigat när det gäller EU:s framtid. Regeringskonferensens förhandlingar fortsätter och den nya strategi som skall tillämpas med avseende på det nya konstitutionella fördraget måste därför beakta valen till Europaparlamentet, framförallt den nya tidsplanen för kommande förhandlingar.

Efter 2004, som är ett övergångsår, är det också viktigt att tänka på om det finns andra följdriktiga ämnen som bättre motsvarar kommissionens politiska prioriteringar.

#### **3.2. Fleråriga planer**

Förutom denna uppdatering av redan befintliga ämnen medger tidsplanen för år 2004 också en anpassning inför 2005 av den nya kommissionens strategiska prioriteringar, som omformuleras varje år då beslut fattas om de politiska strategierna, till de olika prioriterade ämnena. De nya prioriteringar som kommer att fastställas i samband med den nya budgetplanen måste också beaktas.

EU:s utvidgning måste därför åtföljas av ett förstärkt interinstitutionellt samarbete, som grundar sig på en bättre planering och en bättre rangordnad omdefiniering av de olika prioriterade ämnena för år 2005 och åren därefter. Denna planering måste också vara flerårig. Den skulle på så sätt kunna löpa över fyra till fem år (2005–2009), kompletteras med en uppföljning varje år och en utvärdering efter halva tiden av resultatindikatorer som återstår att definiera, för att de bättre skall motsvara mandatperioden och kommissionens behörighet. Detta motsvarar också medlemsstaternas behov av politisk öppenhet, rättssäkerhet och ekonomiska garantier.

Anpassningen av Princeprogrammet till de krav som utvidgningen ställer påverkar samarbetsformerna och kommer att kräva en mer rationell förvaltning.

<p><b>Prioriterade ämnen: anpassning av strategier och ny planering.</b></p>
--



## II. Synergi med olika åtgärder

Kommissionen har både centraliserade och decentraliserade åtgärder till sitt förfogande. Utvecklingen av en informations- och kommunikationsstrategi för en union med 25 medlemsstater är en utmaning som inte bara fordrar att samtliga åtgärder anpassas och utvidgas mot detta nya mål, utan även att lämpliga resurser ställs till förfogande i såväl Bryssel som i de framtida 25 representationerna.

### 1. PARTNERSKAP OCH DECENTRALISERING

Enligt kommissionens meddelande av den 2 juli 2002 har utvecklingen av politiska överenskommelser i form av *samförståndsavtal* inneburit ett uppsving för det partnerskap som erbjuds medlemsstaterna och deras lokala och regionala myndigheter. I detta referensdokument, som Europaparlamentet och rådet har godkänt, konkretiseras det ömsesidiga politiska engagemang som medlemsstaterna och EU:s institutioner visar för de viktigaste inslagen i EU:s informations- och kommunikationsstrategi. Det är således ett rent politiskt avtal som vilar på frivillig basis mellan de olika parterna. Detta instrument, som snart har undertecknats av flertalet medlemsstater, svarar mot det behov av flexibilitet och anpassbarhet som flertalet nationella myndigheter uttryckt beträffande genomförandet av en med Europeiska kommissionen gemensam kommunikationsplan.

När instrumentet godkänts av de nuvarande medlemsstaterna kan det redan den 1 maj 2004 föreslås i den form det nu har till de nya medlemsstaterna.

Samförståndsavtalet, som alltså skall undertecknas av kommissionen, regeringen och Europaparlamentet, syftar till att samordna dessa tre parter informations- och kommunikationsstrategier för EU inom ramen för ett partnerskap som rör spridning av såväl allmän information om EU som information om de viktigaste prioriterade ämnena som bestäms gemensamt inom Princeprogrammet.

För att så långt möjligt sprida information till medborgarna omfattar partnerskapet även EU:s nätverk och centrum för information och dokumentation, inbegripet de stora nationella centrumen.

Enligt samförståndsavtalet skall en samordningsenhet inrättas som består av företrädare för de tre parterna (Europeiska kommissionen, Europaparlamentet och den nationella regeringen) och som skall ansvara för att med hjälp av en gemensam kommunikationsplan samordna utarbetandet, genomförandet, kontrollen och utvärderingen av partnerskapet. Samordningsenheten är en förutsättning för att parlamentet skall kunna delta fullt ut, vilket förstärker medborgardimensionen och gör det möjligt att dra nytta av det intresse som parlamentet visat (särskilt i betänkande Andreassen<sup>5</sup> och betänkande Bayona<sup>6</sup>). Varje åtgärd som genomförs inom ramen för partnerskapet skall innehålla en tydlig hänvisning till såväl regeringen som EU.

---

<sup>5</sup> Resolution av den 13 mars 2002 P5\_TA(2002)0109.

<sup>6</sup> Resolution av den 10 april 2003 P5\_TA(2003)0187.

Hittills har sex samförståndsavtal undertecknats (med Grekland, Italien, Spanien, Portugal, Frankrike och Luxemburg) och fyra är på väg att ingås inom den nuvarande unionen (Österrike, Belgien, Nederländerna och Finland).

## **2. PRINCE**

Bortsett från möjligheten till centraliserad förvaltning av Princeprogrammets informationsverksamhet (kommissionens självständiga åtgärder) genomförs vanligtvis informations- och kommunikationsåtgärder inom Prince av ett partnerskap mellan kommissionen och medlemsstaterna, som har en gemensamt överenskommen kommunikationsplan och gemensamma resurser.

Partnerskap fordrar bland annat att överenskommelser om samfinansiering utarbetas, som i framtiden måste rätta sig efter bestämmelserna i den nya budgetförordningen. Det har visat sig att de överenskommelser som hittills använts inte överensstämmer med budgetförordningen, som ställer nya krav på såväl överenskommelsernas innehåll och tillämpningsområde som på motiveringen till varför de berörda statliga myndigheterna rättsligt eller de facto innehar monopol på de planerade åtgärderna.

Därför är det nödvändigt att återvända till det som är själva kärnan i partnerskapet, alltså till kommissionens och den nationella regeringens samarbete kring strategiska mål för att bättre fördela parternas samlade kompetens under ledning av en gemensam samordningsenhet.

### **2.1. Partnerskapets former**

Tre olika typer av partnerskap kan erbjudas medlemsstaterna: strategiskt partnerskap, förvaltningspartnerskap och partnerskap för punktinsatser. Dessa tre typer av partnerskap utesluter inte varandra sinsemellan utan utgör olika valmöjligheter som kan tänkas intressera kommissionens olika parter på en antingen årlig eller flerårig basis. Detta erbjudande om tjänster svarar mot den önskan om flexibilitet som flertalet nationella och/eller regionala myndigheter uttryckt.

För närvarande är det dock endast det strategiska partnerskapet som är direkt och omedelbart redo att sättas i verket, medan förvaltningspartnerskapet och partnerskapet för punktinsatser fordrar att grundrättsakter och typavtal utarbetas och antas.

#### *2.1.1. Strategiskt partnerskap*

Ett direkt genomförande av bestämmelserna i samförståndsavtalet motsvarar genomförandet av vad man skulle kunna kalla ett strategiskt partnerskap, med en samlad kompetens och åtskild men kompletterande finansiering.

I likhet med gällande praxis i många medlemsstater och i enlighet med bestämmelserna i samförståndsavtalet speglar partnerskapet principerna i Princeprogrammet.

Enligt detta skall den nationella regeringen, kommissionen och parlamentet komma överens om en gemensam kommunikationsplan, vars olika åtgärder finansieras separat men kompletterande, antingen av kommissionen själv (efter inbjudan att lämna projektförslag eller anbudsförfaranden) eller av den nationella eller regionala regeringen (enligt dess egna finansiella bestämmelser). En gemensam logotyp kan vittna om att åtgärderna härrör från en gemensam strategi.

Metoden skapar nödvändig kontinuitet för genomförandet av informations- och kommunikationsstrategin, och har den smidighet som krävs för att passa de olika ländernas administrativa strukturer och regeringarnas olika inriktning. Den kan därmed bli en referensram för åtgärden för samtliga medlemsstater.

### *2.1.2. Förvaltningspartnerskap*

Denna typ av samarbete mellan kommissionen och myndigheterna i en medlemsstat är ett verkligt, strukturerat partnerskap mellan parter, som bör underlätta samfinansiering av den gemensamt överenskomna kommunikationsplanen. Det förutsätter en indirekt central förvaltning som överlåter förvaltningen av gemensamt beslutad informationsverksamhet till medlemsstaterna.

Vidare krävs att kommissionen antagit ett beslut (grundrättsakt eller Beschluss) om delegeringen till medlemsstaterna. Enligt artikel 54.2 c i budgetförordningen och artiklarna 38 och 39 i genomförandebestämmelserna skall grundrättsakten exakt definiera de genomförandebefogenheter som delegeras och inrätta de kontrollsystem som behövs.

I artikel 39.3 i genomförandebestämmelserna anges att då ”förvaltningen sköts av ett nätverk som kräver att minst ett organ eller en enhet utses per medlemsstat eller berört land skall detta val träffas av de aktuella medlemsstaterna eller länderna i enlighet med bestämmelserna i grundrättsakten”.

Sedan medlemsstaterna utsett sina informationstjänster och administrativa avdelningar skall kommissionen enligt artikel 41 i genomförandebestämmelserna utfärda de delegeringsakter som erfordras. Dessa överenskommelser skall bland annat innehålla en definition av de uppgifter som överlåts, villkoren och formerna för deras genomförande, rapporteringsregler, former för kontroll samt bestämmelser som skall se till att gemenskapsåtgärden kan särskiljas från organets övriga åtgärder.

Först när dessa båda förfaranden genomförts i kommissionen (Beschluss och delegeringsakt) kan en överföring av budgetmedel ske årligen, sedan de delegerade utanordnande avdelningarna och de organ som utsetts för dessa uppgifter, i enlighet med artikel 160 i genomförandebestämmelserna, undertecknat överenskommelserna om att tillhandahålla driftsanslag.

Medlemsstaterna fungerar då som mellanled, som ansvarar för att bevilja och förvalta anslag och avtal, med hänsyn till den inriktning och de kriterier och förfaranden som kommissionen fastställt. Kommissionen skall även fastslå att delegeringen av genomförandeuppgifterna grundar sig på en sund ekonomisk förvaltning<sup>7</sup>.

Detta system borgar för att partnerskapet mellan medlemsstaten och kommission blir varaktigt, samtidigt som institutionernas krav på planering av de politiska prioriteringarna tillgodoses.

### *2.1.3. Partnerskap för punktinsatser*

Denna typ av partnerskap innebär helt enkelt att åtgärder som sköts direkt av medlemsstaterna samfinansieras. I motsats till förvaltningspartnerskapet kan medlemsstaten dock inte överföra bidrag vidare till andra mottagare, eftersom medlemsstaten själv är bidragsmottagare och inte

---

<sup>7</sup> Artikel 54.2 c i budgetförordningen.

delegerats uppgiften att genomföra gemenskapsbudgeten<sup>8</sup>. I detta fall krävs ett beslut av kollegiet om att bidrag kan beviljas utan inbjudan att lämna projektförslag och för att bekräfta att de mottagande myndigheterna rättsligt eller de facto innehar monopol på de planerade åtgärderna.

I likhet med andra bidrag är överenskommelsen om vanlig samfinansiering avsedd för mottagare som genomför åtgärder direkt och inte för mellanled (offentliga myndigheter) som överför medlen till tredje part i form av bidrag i flera led.

Emellertid uppför sig medlemsstaten eller den regionala myndigheten ofta som mellanled när informations- och kommunikationsstrategin genomförs. Dessa överenskommelser om vanlig samfinansiering har ett begränsat tillämpningsområde, varför varje åtgärd i princip fordrar en särskild överenskommelse.

Därför bör man notera att kommissionen inom ramen för ett partnerskap för punktinsatser även kan träffa en ramöverenskommelse vid sidan av en särskild, kompletterande överenskommelse. Om en medlemsstat träffar en sådan ramöverenskommelse kan medlemsstaten, sedan även kommissionen godkänt den, under en fyraårsperiod snabbt underteckna en särskild överenskommelse för en given åtgärd utan att kommissionen behöver godkänna den.

- Utveckling av samförståndsavtal i EU-25, som grundval för partnerskap mellan en medlemsstat och gemenskapens institutioner.
- Utveckling och genomförande av de föreslagna partnerskapsformerna.

### 3. NÄTVERKEN

I kommissionens meddelande av den 2 juli 2002 framhåller man att ”det krävs en analys och en utvärdering av samtliga nätverk och centrum för att fastställa en ny och mer sammanhållen arbetsorganisation i syfte att bättre utnyttja dem för den nya strategin och lägga grunden till att de utökas till de nya medlemsstaterna”.

Kommissionen har ett nätverk med fler än 1 000 informationskontor till sitt förfogande för att informera medborgarna.

Framst är det Info Point-kontoren, Carrefourkontoren för landsbygdsutveckling, europeiska dokumentationscentra och andra referenscentrum för universitet och högskolor, som sammanlagt uppgår till omkring 780. Dessutom har kommissionen tillgång till 550 föredragshållare i nätverket *Team Europe*. Samtliga dessa nätverk kan mycket väl växa: omkring 100 organisationer i EU-15 har spontant anmält sitt intresse att bilda informationskontor 2004.

I kommissionens meddelande av den 2 juli 2002 aviseras en övergripande utvärdering av samtliga nätverk och centrum (stocktaking evaluation). Denna har nu genomförts under 2003 och skall ligga till grund för kommissionens utarbetande av en modell för andra generationens informationskontor som bättre tillgodoser allmänhetens informationsbehov.

---

<sup>8</sup> I artiklarna 53–57 i budgetförordningen regleras dessa möjligheter till delegering strikt, vilket innebär att detta fall skulle förutsätta införandet av en indirekt central förvaltning i enlighet med förvaltningspartnerskapet.

Utvärderingen hade följande tre syften:

- Att ingående granska och analysera det nuvarande systemet.
- Att utvärdera tidigare erfarenheter och nuvarande effektivitet.
- Att fastställa möjliga förbättringar på grundval av utvärderingsresultaten.

Den svarsfrekvens som nåddes vid utvärderingen<sup>9</sup> gör att resultaten kan anses tillförlitliga.

De viktigaste resultaten, som grundas på både kvantitativa och kvalitativa analyser, är följande:

- 1) Hela 91,3 % av kommissionens representationer i medlemsstaterna (svarsfrekvens 100 %) anser att nätverken och centrumen är till nytta, eller till och med till stor nytta, för informationsspridning till den breda allmänheten. De hjälper representationerna att uppfylla en av sina prioriterade uppgifter.
- 2) Av informationskontoren deltog 92 % i utvärderingen och av dessa bekräftade drygt 80 % att de kunde räkna med de nationella myndigheternas politiska stöd på lokal och/eller regional nivå. Detta vittnar om det viktiga stöd som medlemsstaterna ger kontorens arbete.
- 3) Detta resultat styrks av de värdorganisationer som svarat (66 %) och som i sin utvärdering ställer sig positiva (drygt 85 %) till
  - informationskontorens betydelse för att informera medborgarna om EU,
  - det mervärde som informationskontoren ger den egna institutionen och
  - det egna intresset av att stödja ett informationskontor.
- 4) Informationskontoren kan förutom politiskt och finansiellt stöd räkna med ett rejält driftsstöd (tekniskt, logistiskt, materiellt, administrativt) från sina värdorganisationer: administrativt stöd för framställning av informationsmaterial med inriktning på lokala behov (i 90 % av fallen) och marknadsföringsstöd (omkring 80 % av värdorganisationerna gör reklam i medierna för den verksamhet informationskontoren bedriver). Dessutom anger tre fjärdedelar att de har för avsikt att öka sin kapacitet för att möta de behov som användarna har av information och dokumentation.

Sammanfattningsvis visar **utvärderingsresultaten** – verksamhet och mervärde för spridningen av unionens budskap – i hög grad att informationskontoren är mycket aktiva i medlemsstaterna och att såväl de nationella, regionala och lokala myndigheterna som kontorens värdorganisationer och kommissionens representationer anser dem vara centrala informationskanaler för medborgarna.

---

<sup>9</sup>

Europeiska kommissionens representationer .....	100 %
Informationkontor: Carrefour, Info Point, interregionala centrum .....	92 %
Team Europe.....	50 %
Europeiska dokumentationscentra och deras värdorganisationer .....	59 %
Andra värdorganisationer .....	66 %

Den övergripande utvärderingen styrker därmed den strategi som fastställdes redan 2002, och som går ut på att ge Info Point-kontoren och Carrefourkontoren en nyckelroll i utvecklingen av andra generationens informationsleverantörer<sup>10</sup>.

Utvidgningen av EU tvingar nu kommissionen att rationalisera sina nätverk och centrum, bland annat genom att utarbeta ett gemensamt namn och en logotyp för dem. Samlingsnamnet skulle kunna vara *Europa Direkt* och omfatta samtliga tjänster som kommissionen erbjuder för att sprida information och besvara medborgarnas frågor, antingen det gäller ett kostnadsfritt telefonnummer, webbplatsen *Europa* eller ett lokalt kontor i närheten.

Dessa kontor erhåller redan nu betydande tekniskt stöd av olika slag: dokumentation och publikationer för allmänheten tillhandahålls kostnadsfritt (omkring 1 500 000 exemplar per år för EU-15), tillgång till nätverkens intranät, särskilda stödtjänster genom en hjälpcentral för nätverk och centrum (för en årlig kostnad på omkring 1 500 000 euro för EU-15), kostnadsfria kurser för utbildning av personal (800 persondagar per år för EU-15), åtgärder för att bilda och utveckla nätverk, såsom regelbundna samordningsmöten, besök och utbytesprogram för kontorens personal (mer än 1 000 persondagar per år för EU-15) samt nytt, skräddarsytt informationsmaterial.

Av dessa nätverk har värdorganisationerna för 266 Info Point-kontor och Carrefourkontor för landsbygdsutveckling fått extra stöd från kommission i form av ett schablonmässigt direktstöd för driften i storleksordningen 20 000 euro om året fram till och med 2003.

### **3.1. Info Point-kontor och Carrefourkontor för landsbygdsutveckling**

Vid sitt möte den 26 november 2003 godkände kommissionen, sedan man bekräftat budgetmyndighetens godkännande vid budgetförlikningen den 24 november 2003, finansiering av Info Point-kontorens och Carrefourkontorens värdorganisationer genom driftsstöd. Beslutet gäller endast 2004 och fattades på grundval av ett särskilt övergångsbeslut som frångår den princip om inbjudan att lämna projektförslag som fastställs i budgetförordningen.

Med tanke på den nya arbetsorganisation för andra generationens nätverk som skall utarbetas för ett EU med 25 medlemsländer, anser kommission det lämpligt att omvärdera de nuvarande nätverkens förtjänster, i syfte att utveckla dem i de nya medlemsstaterna. Därför föreslår man att förvaltningen moderniseras, samtidigt som hänsyn måste tas till de skilda förhållanden som råder i den utvidgade unionen. I EU:s 15 medlemsstater finns redan etablerade nätverk medan nya sådana måste skapas i de tio blivande EU-länderna. Det kommer därför att krävas olika typer av förvaltning i de berörda områdena.

En inbjudan att lämna projektförslag bör därför utlysas (direkt förvaltning) för EU-15, så att de nuvarande Info-Point- och Carrefourkontoren kan utnyttja sin erfarenhet i öppen konkurrens, utom för de länder i EU-15 som föredrar indirekt central förvaltning, vilket ger dem ansvaret att själva ordna med inbjudan att lämna projektförslag.

För de tio nya medlemsstaterna föreslås att man endast tillämpar indirekt central förvaltning, så att de nationella myndigheternas sakkunskap om landets särskilda behov kan utnyttjas när nya nätverk och centrum bildas.

Dessa båda system skulle kunna komma igång samtidigt för en liknande fyraårsperiod, varefter de bör ses över i ljuset av de erfarenheter som gjorts.

---

<sup>10</sup> Se KOM(2002) 350 av den 2 juli 2002.

För att skapa god förståelse för den lösning som förespråkas, är det lämpligt att här redogöra för hur de båda ifrågakvarande systemen förvaltas, som båda två måste baseras på ett kommissionsbeslut och omfatta samma kriterier och bestämmelser för urval och finansiering av det nya nätverket.

### *3.1.1. Val av nytt nätverk – direkt förvaltning*

Enligt principerna om insyn och lika behandling skall från och med 2005 urvalet av vårdorganisationer för kontoren som erhåller driftstöd ovillkorligen ske genom inbjudan att lämna projektförslag.

Kriterierna för urval och tilldelning, liksom bestämmelserna om finansiering och kontroll, skall fastställas i ett beslut av kommissionen. I syfte att säkra nätverkets stabilitet och att informations- och kommunikationsverksamheten fortgår kan ansökningsförfarandet ske på flerårig basis (fyra år). Därefter kan överenskommelser träffas om partnerskap (ramavtal) för samma period med samtliga bidragsmottagare.

Utanordnaren skall godkänna arbetsprogrammen och genomföra de särskilda årliga överenskommelser som hör till dessa ramavtal.

Noteras bör att samtliga avtal i enlighet med artikel 112.2 i budgetförordningen skall vara undertecknade senast den 30 april 2005.

### *3.1.2. Val av nytt nätverk – indirekt central förvaltning*

Detta alternativ innebär att en form för indirekt central förvaltning införs, som innebär att medlemsstaterna själva ansvarar för verksamhetens genomförande och förvaltningen av nätverket.

För att genomföra detta krävs ett kommissionsbeslut på att befogenheterna överläts till medlemsstaterna, som därigenom tar över ansvaret för förvaltning och utveckling av nätverket. Detta befriar dock inte kommissionen från sitt kontrollansvar (artiklarna 54.2 c i budgetförordningen samt 38 och 39 i genomförandebestämmelserna). Beslutet skall innehålla samma kriterier för urval och tilldelning och relevanta finansiella bestämmelser som det beslut som krävs för systemet med direkt förvaltning.

När kommissionen antagit grundrättsakten (Beschluss) skall medlemsstaterna utse de enheter som kan delegeras förvaltningen (artikel 39.3 i genomförandebestämmelserna). Därefter skall kommissionen utfärda de delegeringsakter som erfordras (överenskommelse om delegering, artikel 41 i genomförandebestämmelserna). När denna fleråriga ram fastställts, kan överenskommelser om tilldelning av anslag träffas årligen för överföring av medel som motsvarar driftanslag för vårdorganisationerna för det nya nätverket (artikel 160 i genomförandebestämmelserna).

Dock måste medlemsstaterna (de enheter som delegerats befogenheterna) tillämpa EU:s budgetförordning vid urvalet av de nya kontor som kan komma i fråga för driftstöd. Detta beror på att medlemsstaterna i detta system endast är mellanled vid tillämpningen av budgetförordningen, varför de själva måste inleda ett ansökningsförfarande för urval av dessa nya nätverk.

Genomförande av de två alternativen till förvaltning av denna typ av nätverk och kontor.
--

### 3.2. De stora centrumen

Kommissionen har stöd av tre stora nationella centrum i Lissabon, Paris och Rom. Kommissionen hör till grundarna av dessa tre centrum, som antingen är europeiska ekonomiska intressegrupperingar (Lissabon och Rom) eller en ekonomisk intressegruppning (Paris), och delar finansieringen lika med de berörda medlemsstaterna. Kommissionen har företrädare i samtliga styrande organ.

Vid ett möte den 11 november 2003 bekräftade kommissionen att EU-bidraget i detta fall kan likställas med en medlemsavgift för gruppen och därmed inte omfattas av de bestämmelser som gäller bidrag. Det är mot bakgrund av detta som kommissionen förnyat överenskommelsen med det stora centrumet *Sources d'Europe* i Paris den 15 mars i år.

Det är dock nödvändigt att en övergripande utvärdering genomförs av nyttan och effekterna av de tre stora centrumens verksamhet innan man planerar en utveckling av dessa strukturer i samband med utvidgningen. Denna utvärdering kommer att finnas tillgänglig under andra halvåret 2004.

Mer allmänt kommer frågan att behandlas i samband med diskussionerna om riktlinjerna för kommissionens deltagande i privaträttsliga organ, som mycket snart kommer att granskas av kommissionen.

Varje förändring eller utveckling av dessa stora centrum måste respektera dessa båda förutsättningar.

Genomförande av en övergripande utvärdering av de tre befintliga centrumen och hänsyn till de krav som ställs i kommissionens riktlinjer för dess deltagande i privaträttsliga organ.

### 3.3. Centrum med Phareanslag

För tillfället finns en särskild sorts informationscentrum i åtta av de tio blivande medlemsstaterna. Det är EU:s informationscentrum inom Phareprogrammet, som finns i ländernas huvudstäder och som för närvarande helt finansieras med Phareanslag.

Dessa centrum kommer inte att ha någon rättslig ställning efter den 31 december 2004. De kan under inga omständigheter övertas av kommissionen.

Flera av de funktioner som centrumen nu ansvarar för kommer delvis att tas om hand av de nya representationerna (kontakt med pressen ...) och delvis att läggas ut på externa företag som väljs ut genom anbudsinfördran (medieövervakning). Om de berörda medlemsstaterna så vill, kan de ta över centrumen men måste då bära det fulla finansieringsansvaret.

Bekräftelse på att kommissionen inte kommer att ta över EU:s informationscentrum (Phareprogrammet) i de nya medlemsstaterna.

## 4. ANDRA REDSKAP FÖR KOMMUNIKATION

Flertalet människor i Europa är fortfarande dåligt insatta i frågor som rör EU: Enligt de senaste resultaten från *Eurobarometern* (EU-15) anser 72 % av medborgarna att de inte vet något eller mycket lite om Europeiska unionen.



Det är mot denna bakgrund som man måste analysera vilken nytta och funktion kommissionens olika kommunikationsredskap har och vilket mervärde de skapar. Framför allt måste de utvecklas för att tillgodose de många och olika behov som 450 miljoner människor har.

#### **4.1. Audivisueella hjälpmedel**

Radio och TV är fortfarande de avgjort viktigaste informationskällorna för den europeiska allmänheten, vilket även gäller de tio nya medlemsstaterna. Den mycket kraftiga ökningen av radio- och TV-utbudet gör dock användningen mer komplicerad. I enbart EU-15 finns mer än 1 100 nationella TV-kanaler och 1 900 lokala eller regionala kanaler, medan siffrorna för de tio nya medlemsstaterna är 166 respektive 264. Om ”den breda allmänheten” skall kunna nås med de (i förhållande till de stora kostnaderna) begränsade medel som står till buds för att nå detta mål, fordras att mediestrategier utarbetas för att bättre anpassa budskapet till målgrupperna. Vidare bör en kritisk massa av resurser användas för de informationsförmedlare man vill nå, såsom yrkesverksamma inom information (Europe by Satellite, studior och mediateket), beslutsfattare och politiskt intresserad allmänhet (Euronews och gränsöverskridande informationskanaler). Samtidigt måste man aktivt söka att sprida samfinansieringen av verksamheten (förslagsinfordringar) till olika målgrupper i ”den breda allmänheten”.

##### *4.1.1. Anpassning av redskapen*

Strategin för audiovisuell kommunikation kommer främst att kretsa kring informationsredskap som är avsedda för medier och yrkesverksamma inom information: utveckling av *Europe by Satellite* (EbS), stöd för elektroniska medier och mediateket. Allt detta utvecklas nu i digitalt format och utbudet av Internettjänster växer oupphörligen.

Om verksamheten skall kunna öppnas för de nya medlemsstaterna krävs att täckningen av samtliga EU:s evenemang utsträcks även till dessa på samma sätt som de tjänster som idag erbjuds i EU-15. Samma sak gäller för studioproduktioner, antingen det handlar om att anpassa ett samproducerat program så att det även passar producenter och/eller distributörer i de nya medlemsstaterna eller möjligheten till mediaträning för kommissionsledamöter eller personal från dessa länder.

Arbetet med att utveckla *Europe by Satellite* för sändningar på 21 olika språk är redan igång, med möjlighet att utöka detta på medellång sikt. Vidare pågår förhandlingar om ramkontrakt för att möjliggöra snabbare och effektivare TV-produktion i EU-25.

*Europe by Satellite*, som är ett interinstitutionellt redskap, deltar aktivt för att förbättra täckningen i EU-25 av TV-program om de prioriterade ämnena som bestämts av Interinstitutionella gruppen för information. Kvaliteten och mångfalden på EbS produktioner gör att dessa efterfrågas i så stor utsträckning att EbS nu är den åttonde största leverantören av Eurovisionen (EBU) utav ett hundratal leverantörer.

Slutligen kommer en rad seminarier om information att hållas för journalister i EU. Dessa konferenser används idag främst för att utbilda journalister från de nya medlemsstaterna.

##### *4.1.2. En mer dynamisk hållning*

Med utvidgningen blir det absolut nödvändigt att i högre grad anpassa målen efter tillgängliga medel. Denna mer dynamiska hållning fordrar att nya operativa verktyg utvecklas som kan ge

en bättre bild av mediemarknaden, att ökade resurser anslås för att utvärdera de olika och föränderliga behov av information som olika befolkningsgrupper har samt att mediestrategier utarbetas för att anpassa medierna till det budskap som skall förmedlas och de målgrupper som skall nås.

Samtidigt som förfarandena för förvaltning och urval förbättras, bör därför samfinansieringen av audiovisuella program om EU fortsätta efter inbjudningar att lämna förslag. Denna metod som utvecklades 2003 genom en inbjudan att lämna förslag på 8,5 miljoner euro gjorde det möjligt att samfinansiera 40 radio- och TV-sändningar i EU-15. Ett ansökningsförfarande, med standardiserade förfaranden för att begränsa behovet av personalinsatser, kommer att inledas av representationerna i EU-15 för 2004, och av Bryssel i samarbete med representationerna för år 2005.

Vidare studeras nu ett multilateralt samarbete som inletts mellan olika parlamentariska och politiska kanaler i EU-25 i enlighet med de önskemål parlamentet uttryckte i Andreassenbetänkandet<sup>11</sup> och bekräftade i Bayonabetänkandet<sup>12</sup>. Detta projekt, som numera kallas *Channel Europe*, syftar till att i ett inledande skede underlätta samarbetet mellan dessa kanaler, så att de i allt större omfattning kan förse tittarna med politisk information från andra medlemsstater och EU-institutioner. I slutändan skulle detta kunna leda till en europeisk, politisk informationskanal. Konkreta synpunkter på projektet kan fortfarande lämnas under år 2004.

#### 4.1.3. Euronews

I kommissionens meddelande av den 9 juli 2003 framförs önskemål om en särskild utvärdering av gemenskapsstödet till kanalen Euronews. Denna utvärdering har nu slutförts av det oberoende, specialiserade företaget Deloitte and Touche efter ett anbudsförfarande<sup>13</sup>. Omdömet är positivt och de viktigaste slutsatserna är de följande:

*”Euronews är helt klart av betydelse för EU:s mål.”*

*”Den bidrar effektivt till att nå målen att tillhandahålla information ur ett EU-perspektiv till ett stort antal människor på flera språk. Dess effektivitet begränsas dock ofrånkomligen av de finansiella begränsningarna.”*

*”Euronews fungerar väl som kommissionens partner jämfört med jämförbara alternativ och branschnormer.”*

*”Dess praktiska nytta kommer till uttryck i (begränsade) utfrågningar om tittarattityder men återigen är den beroende av de finansiella resurserna ...”*

*”...Med tanke på Euronews unika natur och ställning anser vi att ingen annan alleuropeisk kanal skulle ha varit ett lämpligt eller effektivt alternativ till partnerskapet mellan kommissionen och Euronews. Genomsnittskostnaden per sändningstimme är utomordentligt låg jämfört med europeiska genomsnittskostnader för public service-sändningar.”*

---

<sup>11</sup> Resolution av den 13 mars 2002 P5\_TA(2002)0109.

<sup>12</sup> Resolution av den 10 april 2003 P5\_TA(2003)0187.

<sup>13</sup> ”Evaluation of Conventions and co-financing projects with Euronews in the period 1993-2003”. Utkast till slutrapport, GD Budget/2000/S 203-130610, Europeiska kommissionen, Press och kommunikation, mars 2004.

Denna positiva bedömning grundar sig i korthet på följande faktorer:

Först och främst den framgång Euronews haft beträffande utbredning och antal tittare samt dess starka förankring i det europeiska audiovisuella landskapet.

Sedan 1993, då Euronews startade sina sändningar, har företaget utvecklats på en mycket snabbt föränderlig marknad, både beträffande utbud och tekniker. Medan antalet nationella eller transnationella sändningskanaler ökat från 190 kanaler 1993 till 1 132 kanaler<sup>14</sup> 2003, har Euronews utvidgat sitt sändningsnät från 35 miljoner till 151 miljoner hushåll. Kanalen sänder numera via kabel och satellit på sju språk (bland annat ryska) i 78 länder, främst i Europa och i EU:s grannländer (Östeuropa, Mellanöstern och Nordafrika). Även antalet tittare har ökat mycket kraftigt och uppgick mot slutet av 2003 till drygt 7,1 miljoner människor per dag (jämfört med 5,6 miljoner år 2000).

Varje månad får Euronews webbplats mer än 500 000 besök på drygt fyra miljoner webbsidor och 3 000 timmar videoinformation laddas ner.

Euronews har utvecklats till den främsta referenskanalen för EU-information på EU:s och grannländernas audiovisuella scen.

För det andra har Euronews de lägsta kostnaderna av TV-kanalerna i Europa.

Enligt tillgängliga studier är kostnaden per sändningstimme för Euronews klart lägre än för andra TV-kanaler<sup>15</sup>. Därför räcker gemenskapsmedel på 3,6 miljoner euro till att samfinansiera 112 timmar med nya produktioner och 1 426 sändningstimmar av europeiska program under 2004, vilket innebär fyra timmar information som **varje dag** ses av fler än 7,1 miljoner tittare.

Det tycks inte finnas något annat informationsredskap som kan uppnå ett sådant förhållande mellan kvalitet, prestation och kostnad.

Sammanfattningsvis tycks det således klart motiverat, vilket även utvärderarna kommer fram till, att **på medellång och lång sikt** behålla Euronews som en av kommissionens parter i genomförandet av den audiovisuella strategin.

För ändamålet bör man då tillämpa en marknadsmässig metod, som rättar sig efter de finansiella bestämmelserna. Eftersom man redan kommit överens om en strategi för audiovisuell kommunikation är det möjligt att genom ett upphandlingsavtal överlåta en del av genomförandet till Euronews. Ett sådant avtal skulle kunna ingås för 2005 och följande år i enlighet med de normer som gäller för offentlig upphandling av kulturella tjänster<sup>16</sup>.

En sådan metod skulle för övrigt bidra till att undvika problem som har att göra med konkurrensaspekter, eftersom det offentliga upphandlingsförfarandet omfattas av gemenskapslagstiftningen, och på detta sätt kan undvika att tjänsterna betalas i överkant.

---

<sup>14</sup> Se ”Report: Transfrontier television in the European Union: Market impact and selected legal aspects”, European Audiovisual Observatory, Europarådet, mars 2004.

<sup>15</sup> Mac Kinsey & Company: ”Organisatie-en efficiëntieverbeteringen Publieke Omroep”, 2003.

<sup>16</sup> Se Rådets direktiv 92/50/EEG av den 18 juni 1992 om samordning av förfarandena vid offentlig upphandling av tjänster, ändrat genom direktiven 97/52/EG (WTO-avtal) och 2001/78/EG (standardformulär), som är en integrerad del av våra budgetförfaranden och 126 b i budgetförordningens genomförandebestämmelser.

För åren 2005–2007 kommer gemenskapsstödet att uppgå till mellan nio och tolv miljoner euro under dessa tre år.

**På kort sikt** har Europaparlamentet inom budgeten för 2004 tilldelat budgetpost 16 02 02 ”Information till medborgarna via massmedierna” 8 165 000 euro, samtidigt som man lagt två miljoner av dessa åt sidan med följande kommentar:

”En del av dessa anslag kan tilldelas Euronews samtidigt som bestämmelserna i budgetförordningen beaktas. Den del av anslaget som avsatts som reserv kommer att frigöras på grundval av parlamentets utvärdering av de förslag som kommissionen lagt fram beträffande villkor och mål för finansieringen av Euronews genom gemenskapsbudgeten senast den första maj.”

Mot bakgrund av detta kan kommissionen besluta att tilldela Euronews, för 2004 och av budgeten för 2004, ett driftsstöd på omkring två miljoner euro<sup>17</sup>. Därmed skulle kommissionens samlade bidrag till Euronews år 2004 uppgå till omkring 5,4 miljoner euro<sup>18</sup>, eller 16,9 % av kanalens omsättning, vilket motsvarar den sändningstid som samfinansieras av kommissionen.

Euronews finansiella hållbarhet blev föremål för en positiv analys i samband med tilldelningsförfarandet av verksamhetsbidrag från kommissionen i december 2003. Eftersom situationen inte har förändrats sedan dess, skulle syftet med stödet inte vara att säkra balans i Euronews räkenskaper utan tvärtom att följa de rekommendationer som utvärderarna givit kommissionen. Anslaget skulle bidra till att påskynda förnyelsen av Euronews produktionsredskap och därmed till att öka dess effektivitet och ändamålsenlighet, vilket i sin tur skulle leda till ökad publik tillströmning. Det skulle dessutom vara ekonomiskt rationellt.

För att kunna anslå driftsstöd för 2004 måste kommissionen före den 30 april anta ett beslut om beviljande av stöd i enlighet med bestämmelserna i budgetförordningen<sup>19</sup>.

Oavsett vilket beslut som fattas bör Europaparlamentet informeras genom en ingående presentation av de resultat som den ovannämnda, oberoende utvärderingen av Euronews kommit fram till. Om kommissionen beslutar att fortsätta samarbetet med Euronews efter 2005 bör de belopp som man tänker avsätta tas med i förarbetet till budgeten för 2005 och i kommande budgetar.

- Bekräftelse av den centrala roll som databanker i digitalt format och *Europe by Satellite* har.
- Bekräftelse av den centraliserade metoden för kommissionens och EU:s audiovisuella politik.
- Utbredning av den audiovisuella täckningen av betydande evenemang i EU till de nya medlemsstaterna.
- Beslut om beviljande av driftsstöd i enlighet med bestämmelserna i budgetförordningen och genomförandebestämmelserna för år 2004, så snart som möjligt och för antagande före den 30 april 2004.

<sup>17</sup> Artikel 108.2 i budgetförordningen.

<sup>18</sup> Av dessa 5,4 miljoner finansieras 0,6 miljoner från budgeten för 2001 och knappt tre miljoner från budgeten för 2003.

<sup>19</sup> Framför allt artiklarna 108.1 b i budgetförordningen och 168 c i genomförandebestämmelserna.

– Fastställande av nya samarbetsformer med Euronews för 2005 och kommande år.

## 4.2. Europaservers andra generation

Den 6 juli 2001 antog kommissionen meddelandet ”*Europa 2nd generation*” - advanced Web services to citizens, business and other professional users” [C(2001)1753/2] inom ramen för programmet *eEurope*.

Detta meddelande syftade till att utveckla Europaservers interaktiva dimension, anpassa den till ett utvidgat EU och göra den mer lättillgänglig genom ett system av portaler för olika grupper av användare.

Under 2004 och 2005 kommer kommissionens webbplatser att börja att flytta till nya produktions- och förvaltningsplatser för information på Internet, under förutsättning att generaldirektoraten anslår de medel som krävs. Denna process är en nödvändig förutsättning för att *eCommission* skall lyckas.

För att tillgodose det allmänna informationsbehovet hos 450 miljoner europeiska medborgare bör material på de två första nivåerna på webbplatsen Europa ges på de 20 officiella språken. Dessutom bör en multimediatdatabas utvecklas för att erbjuda grundläggande information som kan kompletteras och anpassas lokalt med hänsyn till allmänhetens efterfrågan. Andra generationens nätverk och informationscentrum kan således utvecklas till *cybercentrum* som kostnadsfritt ger tillgång till information och interaktiva tjänster i hela Europa.

Särskilda portaler kommer att utvecklas för olika målgrupper, antingen det gäller medborgare som flyttar inom unionen (ungdomar, studenter, arbetssökande ...) eller människor som genom sitt arbete har ett dagligt intresse för EU:s verksamhet och bestämmelser.

Kommissionens olika publikationer kommer i allt större utsträckning att finnas tillgängliga elektroniskt för att täcka behoven i realtid inom de 25 medlemsländerna, vilket även kommer att minimera kostnaderna för lagring.

- Flytt av kommissionens webbplatser till ett avancerat produktions- och förvaltningssystem för information på Internet.
- Interaktiv och flerspråkig utveckling av Europa II genom särskilda portaler som förvaltas gemensamt av de för området ansvariga generaldirektoraten.

## 4.3. Opinionsundersökningar och Europa Direkt

### 4.3.1. Eurobarometern

Kommissionens opinionsundersökningar är ett ovärderligt redskap för information om trender för såväl Europeiska unionen som medlemsstaterna. Värdet av dessa, och främst *Eurobarometers* tillförlitlighet, måste bevaras och garanteras i EU-25.

Därför har kommissionen beslutat att två ramavtal, *EB standard/special* och *EB Flash*, skall ingås, som vart och ett kommer att omfatta de 25 medlemsstaterna. *EB standard/special* bör ha kommit i gång hösten 2004 och *EB Flash* i slutet av 2004.

Inför utvidgningen ställs även frågan om hur opinionsundersökningarna skall kontrolleras och särskilt gäller detta *Eurobarometern*. Kommissionen bör ha möjlighet att i tillräcklig utsträckning kontrollera hur denna verksamhet utvecklas.

Tack vare det nya ramavtal som undertecknats i år, utarbetar kommissionen nu *kvalitativa* studier som redan omfattar 25 medlemsstater (ibland till och med 28) för de olika generaldirektoratens behov.

#### 4.3.2. *Europa Direkt (00 800 6 7 8 9 10 11 – <http://europa.eu.int/europedirect>)*

Denna tjänst erbjuder ett kostnadsfritt telefonnummer och ett elektroniskt formulär för att direkt kunna besvara medborgarnas frågor om EU:s politikområden på deras eget språk. Tjänsten har redan anpassats till de 25 medlemsstaternas behov och kommer även att införlivas i EU:s informations- och kommunikationsstrategi, såväl den interinstitutionella aspekten (medverkan vid förberedelserna av det kommande valet till Europaparlamentet) som beträffande partnerskapen med medlemsstaterna och de olika nätverken och centrumen i EU.

Senast den första maj 2004 skall samtliga medborgare i de nya medlemsstaterna ha tillgång till tjänsten *Europa Direkt*. Redan nästa vår kommer ett och samma telefonnummer för hela den utvidgade unionen att vara i drift.

Interinstitutionell utveckling av <i>Eurobarometern</i> och <i>Europa Direkt</i> till förmån för EU:s informations- och kommunikationsstrategi.
---

## SLUTSATS

För att den informations- och kommunikationsstrategi för Europeiska unionen som beslutades den 2 juli 2002 skall lyckas måste den antas på hög politisk nivå och utgå ifrån institutionernas prioriterade politikområden.

De kommande åren måste utnyttjas för att konsolidera de resultat som informations- och kommunikationsstrategin för EU uppnått sedan juli 2002.

Utvidgningen av EU stärker bara betydelsen av strategins underliggande begrepp, nämligen partnerskap och decentralisering.

Strategins framgång kommer att bero på de uppgifter som kommissionen och medlemsstaterna ålägger sig på det växande kommunikationsområdet samt på de tillgängliga resurserna.

När det gäller kommissionen måste den få bättre möjligheter att ta initiativ, samordna och planera. Representationernas uppgift måste också definieras bättre i förhållande till deras resurser.

## FINANSIERINGSÖVERSIKT TILL FÖRSLAGET

### **Politikområde(n): PRESS OCH KOMMUNIKATION**

#### **Verksamhet(er):**

16 01 – Administrativa utgifter för politikområdet ”press och kommunikation”

16 02 – Information till medierna om kommissionens beslut och politik

16 03 – Analys av tendenserna i opinionen och framtagande av allmän information till medborgarna

16 04 – Integrerad förvaltning av kommunikationsmedel på central och lokal nivå

16 05 – Samordning av informationskontor och nätverk inom Europeiska unionen

### **ÅTGÄRDENS BETECKNING: EN INFORMATIONS- OCH KOMMUNIKATIONSSTRATEGI FÖR EUROPEISKA UNIONEN**

#### **1. BERÖRDA BUDGETPOSTER (NUMRERING OCH BETECKNING)**

16 01 04 01 (f.d. – B3-300A) – Allmänna åtgärder för information om Europeiska unionen – Utgifter för administrativ verksamhet

16 01 04 02 (f.d. – B3-301A) – Informationscentra – Administrativa utgifter

16 01 04 03 (f.d. – B3-306A) – Prince (program för att informera de europeiska medborgarna) – Informationsverksamhet för särskilda politikområden – Administrativa utgifter

16 01 04 04 (f.d. – B3-303A) – Åtgärder för kommunikation – Administrativa utgifter

16 49 04 01 (f.d. – B3-300A) – Allmänna åtgärder för information om Europeiska unionen – Administrativa utgifter (betalningsbemyndiganden 2004)

16 49 04 02 (f.d. – B3-301A) – Informationscentrum – Administrativa utgifter (betalningsbemyndiganden 2004)

16 49 04 03 (f.d. – B3-306A) – Prince (program för att informera de europeiska medborgarna) – Informationsverksamhet för särskilda politikområden – Administrativa utgifter (betalningsbemyndiganden 2004)

16 49 04 04 (f.d. – B3-303A) – Åtgärder för kommunikation – Administrativa utgifter

16 02 02 (f.d. – B3-3000B) – Information till medborgarna via massmedierna

16 02 03 (f.d. – B3-3030B) – Direkt kommunikation – Medier

16 02 04 (f.d. – A-421) – Drift av radio- och TV-studior och audiovisuell utrustning

16 03 01 (f.d. – B3-3000B) Analys av den allmänna opinionen och närhetsåtgärder



16 03 02 (f.d. – B3-3030B) – Åtgärder för kommunikation

16 04 02 (f.d. – B3-3000B) Verktøy for informasjon till medborgarna

16 04 03 (f.d. – B3030B) – Redskap for kommunikation

16 05 01 (f.d. – B3-301) Informationscentrum

16 01 02 01 (f.d. – avdelning A7) – Extern personal vid GD Press och kommunikation/huvudkontoret

16 01 02 11 (f.d. – avdelning A7) – Övriga administrativa utgifter inom GD Press och kommunikation/huvudkontoret

## 2. ALLMÄNNA UPPGIFTER

**2.1 Sammanlagda anslag för åtgärden (f.d. – del B): 63,835 miljoner euro i åtagandebemyndiganden för 2005**

**2.2 Tillämpningsperiod:**

2004-2006

**2.3 Flerårig total utgiftsberäkning:**

a) Förfalloplan för åtagandebemyndiganden/betalningsbemyndiganden (finansiellt stöd) (se punkt 6.1.2)

i miljoner euro (avrundat till tre decimaler)

<b>Kapitel 16 02 till 16 05</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>Totalt</b>
Åtagandebemyndiganden (åtag.bem.)	60,705	59,050	59,450	179,205
Betalningsbemyndiganden (bet.bem.)	51,900	53,200	53,200	158,300

b) Tekniskt och administrativt stöd och stödutgifter (se punkt 6.1.2)

i miljoner euro (avrundat till tre decimaler)

<b>Budgetpost 16 01 04</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>Totalt</b>
Åtagandebemyndiganden (åtag.bem.)	4,464	4,785	4,785	14,034
Betalningsbemyndiganden (bet.bem.)	2,869	4,785	4,785	12,439

<b>Delsumma a+b</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>Totalt</b>
Åtagande- bemyndiganden (åtag.bem.)	65,169	63,835	64,235	193,239
Betalnings- bemyndiganden (bet.bem.)	54,769	57,985	57,985	170,739

c) Total budgetkonsekvens i form av personalutgifter och övriga administrativa utgifter  
(se punkt 7.2 och 7.3)

	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>Totalt</b>
Åtag.bem/Bet.bem.	1,300	1,300	1,300	3,900

<b>Totalt a+b+c</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>Totalt</b>
Åtag.bem.	66,469	65,135	65,535	197,139
Bet.bem.	56,069	59,285	59,285	174,639

#### 2.4 Förenlighet med den ekonomiska planeringen och budgetplanen

Förslaget är förenligt med gällande ekonomisk planering.

#### 2.5 Påverkan på inkomsterna

Inkomsterna påverkas inte.

### 3. BUDGETTEKNISKA UPPGIFTER

<b>Typ av utgifter</b>		<b>Nya</b>	<b>Deltagande EFTA</b>	<b>Deltagande av kandidat-länder</b>	<b>Rubrik i budget-planen</b>
<b>Icke obligatoriska utgifter</b>	<b>Diff. Anslag/Ej diff. anslag</b>	<b>NEJ</b>	<b>NEJ</b>	<b>NEJ</b>	<b>3 och 5</b>

### 4. RÄTTSLIG GRUND

Verksamhet som ingår i kommissionens institutionella behörighet.

## **5. BESKRIVNING AV ÅTGÄRDEN OCH SKÄL FÖR ÅTGÄRDEN**

### **5.1 Behovet av gemenskapsåtgärder**

#### *5.1.1 Mål för åtgärden*

Kommissionen noterade vid sitt sammanträde den 11 november 2003 att *António Vitorino skulle lägga fram ett meddelande om införandet av en informations- och kommunikationsstrategi efter 2004.*

Med informations- och kommunikationsstrategi avses referensramen för kommunikation riktad till allmänheten (inte kommissionens samtliga informationsåtgärder) så som den har definierats i kommissionens meddelande av den 2 juli 2002 [KOM(2002) 350 slutlig].

Denna **strategi**, som utgår både från ett förstärkt interinstitutionellt samarbete och strukturerade partnerskap med medlemsstaterna, får stöd av rådet i dess slutsatser av den 10 december 2002 och av Europaparlamentet i dess resolution av den 10 april 2003, efter ett betänkande av Juan José Bayona de Perogordo.

Det viktigaste målet är att ”påverka uppfattningen om Europeiska unionen och dess institutioner och deras legitimitet i positiv riktning genom att fördjupa kunskaperna och förståelsen för EU:s uppdrag, organisation och landvinningar och genom att få till stånd en dialog med allmänheten”.

För det krävs en bättre planering av informationsverksamheten inom ramen för det interinstitutionella samarbetet och ett förtydligande av hur genomförandet skall ske.

Detta genomförande måste ske på ett nytt sätt som dels kännetecknas av konsekvenserna av hur den nya budgetförordningen och dess genomförandebestämmelser tillämpas och dels ett behov av att anpassa tillgängliga resurser till den kommande utvidgningen.

#### *5.1.2 Förhandsutvärdering*

Genomförandet av den föreslagna strategin grundar sig på de opinionsundersökningar och studier som finns tillgängliga hos GD Press. Detta meddelande (punkt I.2.) utgår bland annat ifrån en rapport om en kvalitativ studie av inriktningen på kommunikationen om EU, som utarbetats av OPTEM i januari 2004. I denna rapport bekräftas att det är absolut nödvändigt att organisera kommissionens kommunikation kring konkreta exempel som återspeglar Europeiska unionens politiska mål.

#### *5.1.3 Åtgärder som vidtagits till följd av en efterhandsgranskning*

Då en utvärderingsmetod utformades i oktober 2003 inom GD Press och kommunikation kommer de viktigaste utvärderingsprinciperna att fastställas varje år i generaldirektoratets verksamhetsplanering.

### **5.2 Planerad verksamhet och villkor för finansiering via budgeten**

Budgetposter som berörs är politikområdet ”Press och kommunikation” (avdelning 16).

Den planerade verksamheten gäller i huvudsak allmän informationsverksamhet i partnerskap med medlemsstaterna, finansiering av EU:s informationscentrum och nätverk för information

samt de centrala och decentraliserade kommunikationsresurser som kommissionen förfogar över.

De förvaltningsbestämmelser som föreslagits för partnerskapet med medlemsstaterna (se punkt 5.3 nedan) kan också användas för att genomföra de prioriterade informationsåtgärderna i Princeprogrammet.<sup>20</sup>

### 5.3 Genomförandebestämmelser

De övergripande målen kommer framför allt att uppnås i form av

#### – **Partnerskap med medlemsstaterna:**

I samband med kommissionens meddelande av den 2 juli 2002 om en informations- och kommunikationsstrategi för Europeiska unionen (KOM(2002) 350 slutlig), och med hänsyn till bestämmelserna i den nya budgetförordningen, baseras genomförandet av informations- och kommunikationsverksamheten via medlemsstaterna på ett partnerskap mellan kommissionen och medlemsstaterna, det vill säga en gemensam satsning, kring en överenskommen kommunikationsplan och varje parts kapacitet.

Tre olika typer av partnerskap planeras:

- (1) **Förvaltningspartnerskap:** Ett system som genomförs med en indirekt centraliserad förvaltning där informationsverksamhetens förvaltning, efter beslut av kommissionen, överläts åt medlemsstaterna.
- (2) **Punktvis partnerskap:** Vanlig medfinansiering av specifika åtgärder som genomförs av medlemsstaterna. Det är medlemsstaterna själva som blir mottagare av de ekonomiska stöden (som beviljas efter beslut av kommissionen<sup>21</sup>) och inte andra parter som medverkar i genomförandet av strategin. Detta alternativ ger en möjlighet att tillämpa metoden med ramavtal (tillsammans med specifika avtal) under en fyraårsperiod.
- (3) **Strategiskt partnerskap:** Finansieringen av dessa åtgärder sker separat och kompletterande utifrån en gemensam kommunikationsplan.

#### – **Nätverk och centra:**

Kommissionen har ett nätverk med fler än 1 000 informationskontor till sitt förfogande för att informera medborgarna. Det är endast Info-Points Europe (IPE) och Carrefourkontor för landsbygdsutveckling, som uppgår till 266 i år, som blir föremål för EU-stöd (driftstöd).

I avsikt att utforma denna nya åtgärdsform för nätverken (den andra generationen) inom ramen för EU-25, kommer kommissionen att behålla det stöd som beviljats dessa enheter som

---

<sup>20</sup> - Prince – Debatt om Europeiska unionens framtid (budgetpost 25 03 02)  
- Prince – Informations- och kommunikationsstrategi/Utvidgning (budgetpost 22 04 01)  
- Prince – Ett område med frihet, säkerhet och rättvisa (budgetpost 18 08 01)  
- Prince – Information om Ekonomiska och monetära unionen, inklusive euron (budgetpost 01 02 04)  
- Prince – Europeiska unionens roll i världen (budgetpost 16 04 05)

<sup>21</sup> Syftar till att bedöma om stödmottagarens (medlemsstatens) rättsliga eller faktiska monopolställning när det gäller den planerade åtgärden.

tekniskt bistånd tillsammans med direktstöd till verksamheten. Planerade förvaltningsmetoder för dessa stöd är följande:

- (1) **EU-15: Direkt förvaltning** (en **inbjudan att lämna förslag** för urval av värdorganisationer för kontoren kommer att publiceras, enligt bestämmelserna i BF) eller en **indirekt centraliserad förvaltning**, för de medlemsstater som föredrar det.
- (2) **EU-10: Indirekt centraliserad förvaltning** (driften av nätverken kommer att anförtros de medlemsstater som godtar det efter ett beslut av kommissionen).

Kommissionen stöder sig även på tre stora nationella centra, som ligger i Lissabon, Paris och Rom och som kommissionen har varit med och grundat. De drivs i form av europeiska ekonomiska intressegrupperingar (Lissabon och Rom) eller en ekonomisk intressegruppering (Paris), och samfinansieras med berörda medlemsstater.

För att klara genomförandet av en informations- och kommunikationsstrategi och leva upp till flera medlemsstaters redan uttalade förhoppningar, finns det ett förslag om att fastställa ett mål om att göra en global utvärdering av de nuvarande tre stora informationscentrumens nytta och betydelse innan en planering av en sådan organisation för det hela det utvidgade EU sker. De riktlinjer som rör kommissionens deltagande i privaträttsliga organ kommer för övrigt att bli föremål för ett meddelande från generalsekretariatet, som kommer att underställas kommissions ledamöter omgående. Hänsyn måste med andra ord tas till ovanstående två villkor i samband med all eventuell utformning av stora centra.

#### – **Synergi med kommissionens åtgärder**

För att komplettera nedanstående åtgärder har kommissionen också tillgång till fler åtgärdsformer.

- (1) Kommunikationsverktyg och kommunikationsredskap:
  - Audiovisuella hjälpmedel:
    - Ett förstärkt multilateralt samarbete mellan olika parlamentskanaler eller politiska kanaler (projektet Channel Europe) – analys pågår och konkreta rekommendationer kommer att publiceras under 2004.
    - Medfinansiering av audiovisuella program om EU med hjälp av inbjudan att lämna förslag.
    - Informationsseminarier för journalister.
    - Skapa en grund för framtida samarbete med EuroNews med ett driftstöd under 2004 (för det krävs ett beslut av kommissionen) och ett upphandlingsförfarande från och med 2005.
  - Europaservers andra generation: Flytta kommissionens webbplatser till ett avancerat produktions- och driftsystem för information på Internet och utveckla interaktiviteten och flerspråkigheten på Europa II (pågår).
  - Opinionsundersökningar, särskilt Eurobarometern: Anpassning till ett utvidgat EU (pågår)

- Behålla Europa Direkt (tjänst med kostnadsfria telefonsamtal för att besvara medborgarnas frågor på deras språk om allt som rör EU:s verksamhet).

(2) Kommissionens representationer i medlemsstaterna (p.m.):

Omvandling av delegationerna i de nya medlemsstaterna till representationer, vilket i augusti 2005 bör resultera i en homogen organisation av representationer. De nya representationerna kommer därefter successivt att få utökade befogenheter.

-----

Som referens för att beräkna konsekvenserna för budget, personal och administrativa kostnader (punkt 6 och 7 här nedan) kan följande användas:

Partnerskap med medlemsstaterna:

- Förvaltningspartnerskap: Detta kräver att kommissionen utarbetar rättsliga och finansiella instrument och att representationerna förhandlar med medlemsstaternas myndigheter samt att utanordnande avdelningar fortsätter att ansvara för genomförande och kontroll (ingen delegering av budgetposter som rör Prince).Nätverk (Info-Point-kontoren och Carrefourkontor på landsbygden):
- Indirekt central förvaltning (för länderna EU-10 och EU-15 som så önskar) och inbjudan att lämna förslag (för EU-15 som inte önskar en indirekt förvaltning).

För audiovisuella medel (EuroNews):

- Driftstöd 2004 (kräver ett beslut om beviljande av kommissionen) och upphandling från och med 2005.

## 6. BUDGETKONSEKVENSER

### 6.1 Totala budgetkonsekvenser för den operationella delen (f.d. avsnitt B)

#### 6.1.1 Finansiellt stöd

Åtagandebemyndiganden i miljoner euro (avrundat till tre decimaler)

	2004	2005	2006	Totalt
16 02 02 Information till medborgarna via media	<b>10,165</b>	<b>9,000</b>	<b>9,000</b>	<b>28,165</b>
	8,100(*)	9,000 (*)	9,000 (*)	26,100 (*)
16.02 03 Direkt kommunikation – Medier	<b>2,710</b>	<b>2,600</b>	<b>3,000</b>	<b>8,300</b>
	1,000 (*)	1,100 (*)	1,100 (*)	3,200 (*)

16 03 01 Analys av den allmänna opinionen och närhetsåtgärder	<b>6,800</b> 4,585 (*)	<b>8,000</b> 6,000 (*)	<b>8,000</b> 6,000 (*)	<b>22,800</b> 16,585 (*)
16 03 02 Åtgärder för kommunikation	<b>9,890</b> 1,000 (*)	<b>8,650</b> 1,000 (*)	<b>8,650</b> 1,000 (*)	<b>27,190</b> 3,000 (*)
16 04 02 Verktyg för information till medborgarna	<b>9,650</b> 2,460 (*)	<b>7,300</b> 2,500 (*)	<b>7,300</b> 2,500 (*)	<b>24,250</b> 7,460 (*)
16 04 03 Redskap för kommunikation	<b>4,400</b> 2,150 (*)	<b>5,750</b> 3,450 (*)	<b>5,750</b> 3,450 (*)	<b>15,900</b> 9,050 (*)
16 05 01 Informationscentrum	<b>17,100</b> 7,682 (*)	<b>17,750</b> 15,782 (*)	<b>17,750</b> 15,782 (*)	<b>52,600</b> 39,246 (*)
<b>Totalt</b>	<b>60,715</b> 26,977 (*)	<b>59,050</b> 38,832 (*)	<b>59,450</b> 38,832 (*)	<b>179,205</b> 104,641 (*)

(\*) Beloppen i kursiv stil ingår i de bemyndiganden som har avsatts för varje post och motsvarar den budgetandel som presenteras i tabell 6.2.

#### 6.1.2 Tekniskt och administrativt bistånd och stödutgifter

Åtagandebemyndiganden i miljoner euro (avrundat till tre decimaler)

	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>Totalt</b>
16.01 04 01 Allmänna åtgärder för information om Europeiska unionen – Utgifter för administrativ verksamhet (f.d. B3-300A)	<b>0,180</b>	<b>0,180</b>	<b>0,180</b>	<b>0,540</b>
16.01 04 02 Informationscentra – Administrativa utgifter (f.d. B3-301A)	<b>0,292</b>	<b>0,325</b>	<b>0,325</b>	<b>0,942</b>
16.01 04 03 Prince (program för att informera de europeiska medborgarna) – Informationsverksamhet för särskilda politikområden – Administrativa utgifter (f.d. B3-306A)	<b>2,592</b>	<b>2,880</b>	<b>2,880</b>	<b>8,352</b>
16.01 04 04 Åtgärder för kommunikation – Administrativa utgifter (f.d. B3-303A)	<b>1,400</b>	<b>1,400</b>	<b>1,400</b>	<b>4,200</b>
<b>Totalt</b>	<b>4,464</b>	<b>4,785</b>	<b>4,785</b>	<b>14,034</b>

## 6.2. Kostnadsberäkning per åtgärd

Åtagandebemyndiganden i miljoner euro (avrundat till tre decimaler)

Fördelning	Typ av resultat (projekt, osv.)	Antal dylika resultat	Genomsnittlig kostnad per uppnått resultat	Totala kostnader 2005
	1	2	3	4=(2X3)
<b><u>16 02 02</u></b> <b><u>Information till medborgarna via massmedierna</u></b>				<b><u>9,000</u></b>
Euronews	Finansiering av samproduktion	Ett avtal att underteckna 2005	4,000 (per år)	4,000
Övriga audiovisuella åtgärder	Inbjudan att lämna audiovisuella förslag	1 (via diverse ramavtal )		4,400
	Informationsseminarier för journalister	varierande antal (med stöd av ett ramavtal )		0,600
<b><u>16 02 03</u></b> <b><u>Direkt kommunikation – Medier</u></b>				<b><u>1,100</u></b>
Övriga audiovisuella åtgärder	Produktionskapacitet för att täcka aktuella frågor	1 (via flera ramavtal )		1,100
<b><u>16 03 01</u></b> <b><u>Analys av den allmänna opinionen och närhetsåtgärder</u></b>				<b><u>6,000</u></b>
Partnerskap med medlemsstaterna (1)	Partnerskapsavtal	8		0,500
Undersökningar	Eurobarometer (EB) och särskilda undersökningar	Två ramavtal (EB standard/special och EB Flash)		5,500
<b><u>16 03 02</u></b> <b><u>Åtgärder för kommunikation</u></b>				<b><u>1,000</u></b>
Partnerskap med medlemsstaterna (1)	Partnerskapsavtal	17		1,000
<b><u>16 04 02</u></b> <b><u>Verktyg för information till medborgarna</u></b>				<b><u>2,500</u></b>
Europa Direkt	Telefonmottagning	1		2,500
<b><u>16 04 03</u></b> <b><u>Redskap för kommunikation</u></b>				<b><u>3,450</u></b>
Europa	Nytt avancerat system	1 (via diverse ramavtal )		3,100
Övriga audiovisuella åtgärder	Mediateket	1 (med stöd av tre ramavtal)		0,350



<b>16 05 01</b> <b>Informationscentrum</b>				<b>15,782</b>
<b>Centra och nätverk</b>	Stöd till kontorsansvariga	Nuvarande kontor (266)		5,292
		+ 18 nya kontor per ny medlemsstat	0,020	3,600
	Bidrag till stora centra	Tre befintliga stora centra		2,390
		+ 22 nya stora centra (varav nio under 2005)	0,500 (startbidrag)	4,500
<b>TOTALKOSTNAD</b>				<b>38,832</b>

(1) Ovanstående bemyndiganden gäller endast "institutionella" kommunikationsåtgärder som genomförs av GD Press. Partnerskapsavtalen kan även användas för Princebemyndiganden som omfattas av andra generaldirektorats behörighet.

Princeprogrammets anslag i budgeten 2004, som sker via ett avtalsförfarande, uppgår till följande:

- Prince – Debatt om Europeiska unionens framtid (25 03 02): 4,5 miljoner euro
- Prince – Informations- och kommunikationsstrategi/Utvidgning (22 04 01): 16,5 miljoner euro

Övriga Princeposter gäller följande områden (budget 2004):

- Prince – Information om Ekonomiska och monetära unionen, inklusive euron (01 02 04): 6 miljoner euro
- Prince – Ett område med frihet, säkerhet och rättvisa (18 08 01): 3 miljoner euro
- Prince – Europeiska unionens roll i världen (16 04 05): 4 miljoner euro

## 7. EFFEKTER PÅ PERSONALRESURSER OCH ADMINISTRATIVA UTGIFTER

### 7.1. Personalbehov för åtgärden

Typ av tjänster	Personal som krävs för att förvalta åtgärden (befintliga plus ev. ytterligare personalresurser)		Totalt	Beskrivning av de arbetsuppgifter som den planerade åtgärden för med sig
	Fast anställda	Tillfälligt anställda		
Fast anställda eller tillfälligt anställda	Inte aktuellt			Beroende på kommissionens beslut om strategisk policy för 2005
Övriga personalresurser				
Totalt				

Personalbehovet för genomförandet av de alternativ som nämns under punkt 5.3 uppskattas till följande:

- Förberedelse av avtal inom ramen för partnerskap med medlemsstaterna och tekniskt stöd för avtalens genomförande (1 A, 1 B).

- Genomförande och förvaltning av ett större nätverk (5 A, 4 B och 3 C).<sup>22</sup>
- Genomförande och förvaltning av nya stora informationscentra (7 B, 6 C).<sup>23</sup>
- Förstärkning av operativa samordningsåtgärder för all verksamhet som utvecklas för representationerna (1 A, 1 C).

Kommissionens utanordnande avdelningar kommer att införa lämpliga förvaltningsrutiner, med stöd av nödvändiga rättsliga bestämmelser, för att genomföra kommissionens informations- och kommunikationsstrategi, inom ramen för tilldelade personal- och budgetresurser.

## 7.2 Total budgetkonsekvens av ytterligare personalbehov

Inte aktuellt

## 7.3 Övriga administrativa utgifter till följd av åtgärden

Budgetpost (nummer och beteckning)	Belopp €	Beräkningsmetod
16 02 04 – Drift av radio- och TV-studior och audiovisuell utrustning	1 300 000 euro	Utveckling av Europe by Satellite (EbS) för att arbeta med 21 språk (pågående) och en anpassning av digital audiovisuell utrustning (produktion, mediateket) (pågående).
Totalt	1 300 000 euro	

Beloppen avser totala utgifter för tolv månader.

I.	Totalbelopp/år (tabell 7.2 + 7.3)	1 300 000 euro
II.	Varaktighet	Tre år
III.	Totalkostnad för åtgärden (I x II)	3 900 000 euro

## 8. UPPFÖLJNING OCH UTVÄRDERING

### 8.1 Metod för uppföljning

När det gäller partnerskap med medlemsstaterna skall en uppföljning av alla åtgärder göras regelbundet av huvudkontorets operativa enheter och av representationerna, via kommissionens och medlemsstaternas samordningsenheter där de är representerade.

<sup>22</sup> Detta behov har varit föremål för ett beslut den 14 april 2004 av kommissionens ordförande, António Vitorino och Michael Schreyer om följande:  
 - Fem nya tjänster som skall tillsättas 2004.  
 - Tre nya tjänster 2005.  
 - Fyra tjänster som omplaceras av GD Press 2004.

<sup>23</sup> Ungefärligt behov oberoende av resultatet av utvärderingen och det meddelande som håller på att utarbetas om kommissionens deltagande i privaträttsliga organ.

När det gäller nätverk och informationscentrum och GD Press' verksamhet kommer det interna systemet för rapport till GD Press att förstärkas för att säkerställa en optimal resursanvändning i ett nytt sammanhang (utvidgning, nya avtal enligt budgetförordningen, bättre kontroller osv.).

## **8.2 Utvärderingsform och tidsplan för dem**

Regelbundna utvärderingar kommer att ske efter 2004 enligt GD Press' egen utvärderingsmetod som påminner om den utvärderingsmetod som nu används för Princeprogrammet.

När det gäller utvärdering av nätverkens verksamhet kommer en särskild utvärdering att genomföras under 2005, enligt GD Press' utvärderingsmetod, som bland annat kommer att grunda sig på kontorens ekonomiska verksamhetsrapporter, rapporter av kontroller på plats, rapporter/analyser från kommissionens representationskontor osv. Utvärderingen kommer också att ta hänsyn till det tekniska bistånd till verksamheten som kommissionens avdelningar ger nätverken (utbildning, dokumentation, information, audiovisuella och elektroniska tjänster osv.). Genomförandet av denna utvärdering kommer att göras av en utomstående konsult.

## **9. BESTÄMMELSER OM BEDRÄGERIBEKÄMPNING**

De bestämmelser i budgetförordningen som rör budgetens genomförande, särskilt kontrollåtgärderna, kommer att tillämpas.

I alla avtal, överenskommelser och juridiska åtaganden mellan kommissionen och mottagarna ingår möjligheten för kommissionen eller revisionsrätten att göra kontroller på plats hos den mottagare som direkt får gemenskapsbidraget (eller hos mottagaren i nästa led, om det gäller en verksamhet som kommissionen förvaltar på ett decentraliserat sätt), samt möjligheten att kräva att få se alla styrkande handlingar för utgifter inom ramen för avtalen, överenskommelserna och åtagandena.

Bidragmottagarna är skyldiga att lämna in rapportering och redovisning, som analyseras dels innehållsmässigt, dels i fråga om utgifternas berättigande, i enlighet med syftet med gemenskapens finansiering och med beaktande av avtalsvillkoren och principerna om sparsamhet och sund ekonomisk förvaltning.

Det är viktigt att understryka att genomförandet av kontroller före utbetalning kommer att omfatta alla slag av verifikationsunderlag som stödmottagaren kan tillhandahålla, till exempel vidimerade räkenskapshandlingar.