



ЕВРОПЕЙСКИ ПАРЛАМЕНТ PARLAMENTO EUROPEO EVROPSKÝ PARLAMENT EUROPA-PARLAMENTET
EUROPAISCHES PARLAMENT EUROOPA PARLAMENT ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟ EUROPEAN PARLIAMENT
PARLEMENT EUROPÉEN PARLAIMINT NA HEORPA PARLAMENTO EUROPEO EIROPAS PARLaments
EUROPOS PARLAMENTAS EUROPAI PARLAMENT IL-PARLAMENT EWROPEW EUROPEES PARLEMENT
PARLAMENT EUROPEJSKI PARLAMENTO EUROPEU PARLAMENTUL EUROPEAN
EVROPSKY PARLAMENT EVROPSKI PARLAMENT EUROOPAN PARLAMENTTI EUROPAPARLAMENTET



Europees Parlement onthult communicatiestrategie voor de Europese verkiezingen van 4-7 juni

De communicatiestrategie van het Europees Parlement voor de verkiezingen van 4-7 juni werd dinsdag onthuld. EP Vicevoorzitters Alejo Vidal-Quadras en Mechtild Rothe onderstreepten de voornaamste boodschap: de EU zal uiterst belangrijke beleidskeuzes moeten maken, die een impact op het leven van Europese burgers hebben. Door te stemmen zullen burgers de beleidskeuzes mee kunnen beïnvloeden.

De twee Vicevoorzitters noemden een aantal van de instrumenten die een rol zullen spelen in de campagne - ze zijn allemaal ontworpen om de keuzes aan te geven, die door het nieuwe Europees Parlement al dan niet genomen kunnen worden:

- billboards met thema's zoals energie, brandstof/klimaatverandering, voedsel/landbouw, gelijke kansen, grenzen/migratie, standaardisering, veiligheid, consumentenbescherming, begroting en markten, enz.;
- 3-dimensionale straatinstallaties die de postercampagne aanvullen, over energie, grenzen/migratie, consumentenbescherming en veiligheid;
- 'Keuzedoos' (choice box) - een multimedia'doos' van een kamer groot waar kiezers hun mening kunnen uiten. Een selectie van opnames zal elke dag worden weergegeven, op schermen buiten de doos, in Brussel en op de WebTV van het Parlement, Europartv, en YouTube;
- televisie en radio;
- de verkiezingswebsite www.elections2009.eu, die in januari werd gelanceerd;
- het gebruik van sociale media, zoals MySpace, Facebook, Flickr en EU Tube.

Vicevoorzitter Alejo Vidal-Quadras (EPP-ED, ES) zei: "De enige boodschap van de campagne gaat over keuzes. Ze is niet ontworpen om een beroep te doen op de burgerplicht van potentiële kiezers, maar om te onderstrepen dat de EU geconfronteerd is met belangrijke beleidskeuzes waarbij het Parlement een leidinggevende rol zal spelen, en dat burgers die beleidskeuzes kunnen beïnvloeden door bij de Europese verkiezingen te stemmen voor kandidaten die voor hun politieke voorkeuren staan."

Hij voegde eraan toe dat de campagne institutioneel en onpartijdig was, weliswaar opgebouwd rond het concept keuze, maar zonder een bepaalde keuze voor te trekken: "Ze is speciaal zó ontworpen, zodat alle politieke opvattingen erin terugkomen, van heel felle voorstanders van integratie tot zij die de soevereiniteit van de lidstaten liever beschermd zien."

Vicevoorzitter Mechtild Rothe (PES, DE) zei: "De hoofdzaak is om in de taal van de mensen te spreken. Niet alleen wat betreft het gebruik van de officiële talen van de EU, maar ook op het vlak van gevoelens en politieke en culturele verschillen tussen lidstaten."

Persbericht

Ze zei nog: "We zullen luid en duidelijke communiceren dat het Europees Parlement belangrijk is voor de burgers en dat hun stem telt in de EU. Elke kiezer heeft een keuze te maken: *Aan jou de keuze.*"

Contact :

Jaume DUCH GUILLOT

Woordvoerder Europees Parlement en Directeur Media

E-mail: jaume.duch@europarl.europa.eu

BXL: (32-2) 28 43000

STR: (33-3) 881 74705

PORT: (32) 496 599 476