

ANSÖKNINGSFORMULÄR

1. UPPGIFTER OM SÖKANDEN

Sökandens officiella namn:	
Sökandens adress:	
Sökandens profil: <i>(Markera ett val)</i>	☐ offentligt organ ☐ privat organ med offentligt uppdrag ☐ förbund/sammanslutning av lokala myndigheter ☐ ideell organisation ☐ förening/stiftelse ☐ organisation i det civila samhället ☐ arbetsmarknadspart ☐ utbildningsanstalt
Rättslig(a) företrädare: <i>(Upprepa om fler än en person rättsligt företräder sökanden)</i>	Namn: Titel: E-post:
Kontaktperson för denna förslagsinfordran:	Namn: Titel: E-post: Telefon:

2. FÖRSLAG TILL EUROPA DIREKT-KONTOR

Kontorets namn: <i>(Infoga namnet på orten/området/regionen där kontoret ligger – inte namnet på värdorganisationen, om inte detta är vederbörligen motiverat)</i>	EUROPA DIREKT [namn]
--	----------------------

Område för föreslagna EUROPA DIREKT-åtgärder: <i>(Markera det Nuts 2-område där EUROPA DIREKT-kontoret ska inrättas)</i>	☐ SE 11 Stockholm ☐ SE 12 Östra Mellansverige ☐ SE 21 Småland med öarna ☐ SE 22 Sydsverige ☐ SE 23 Västsverige ☐ SE 31 Norra Mellansverige ☐ SE 32 Mellersta Norrland ☐ SE 33 Övre Norrland
EUROPA DIREKT-kontorets lokaler:	[Infoga kontorets adress]
Lokalernas syfte: <i>(Beskriv hur lokalen används, t.ex. för att lämna information, anordna möten, evenemang, utställningar osv.)</i>	
Namn på den ansvarige för EUROPA DIREKT-kontoret:	<i>Om den ansvarige för EUROPA DIREKT-kontoret redan har valts, bekräfta personens namn:</i> Namn: <i>Om den ansvarige för EUROPA DIREKT-kontoret inte har valts ännu, bekräfta att</i> ☐ sökanden kommer att utse en ansvarig för Europa Direkt-kontoret före åtgärdens startdatum, utifrån de krav som beskrivs i avsnitt 3.2 i förslagsinfordran. I båda fallen kommer sökanden i ett senare skede att lämna in alla begärda handlingar till Europeiska kommissionens representation i Sverige, t.ex. meritförteckning och förteckning över projektteamet (i tillämpliga fall).

3. ÅTGÄRDENS LÖPTID	
Åtgärdens löptid kopplad till den årliga kommunikationsplanen för 2026	12 månader
Startdatum	den 1 januari 2026
Slutdatum	den 31 december 2026

4. BERÄKNAD BUDGET FÖR 2026 ¹	
UTGIFTER	
Total kostnad för att driva verksamhet som EUROPA DIREKT-kontor:	... euro
INKOMSTER	
EU-bidrag	50 000 euro
Finansiella bidrag från partnern	... euro
Finansiella bidrag från en tredje part (i tillämpliga fall)	... euro Namn på tredje part (i tillämpliga fall):
Inkomster totalt	... euro
UNIONSFINANSIERING	
Har sökanden eller någon anknuten enhet redan fått eller sökt finansiering från unionen för samma åtgärd, del av samma åtgärd eller för dess drift för samma budgetår? ☐ Nej ☐ Ja	
[Om svaret är ja, ange bidragets värde och det aktuella unionsprogrammet]	

¹ Budgeten måste vara balanserad (de totala utgifterna måste vara lika med de totala inkomsterna) och upprättad i euro. Sökande utanför euroområdet bör använda den växelkurs som är publicerad på https://commission.europa.eu/funding-tenders/procedures-guidelines-tenders/information-contractors-and-beneficiaries/exchange-rate-infoeuro_sv.

5. UPPGIFTER OM DEN ÅTGÄRD SOM BIDRAGSANSÖKAN GÄLLER

DEL 1: KOMMUNIKATIONSSTRATEGI 2026–2030

Kommunikationsstrategin 2026–2030 kommer att bedömas utifrån följande kriterier:

- Relevans (15 poäng): I vilken utsträckning målen i kommunikationsstrategin överensstämmer med en tydlig bedömning av kommunikationsbehoven i området, med hänsyn till den socioekonomiska och demografiska situationen, synen på EU, de viktigaste frågorna för invånarna och Europeiska kommissionens prioriteringar.
- Kvalitet (20 poäng): Kvaliteten på beskrivningen av kommunikationsbehoven i området, kvaliteten på de föreslagna lösningarna inom de fastställda målen samt tydlig motivering av valet av målgrupper och kanaler.
- Genomsnitt (15 poäng): Förväntat långsiktigt genomsnitt för målgrupperna.

Kommunikationsstrategin för EUROPA DIREKT-kontoret för åren 2026–2030 bör innehålla en behovsanalys i linje med EUROPA DIREKT-nätverkets mål (avsnitt 2.2 i förslagsinfordran) och [Europeiska kommissionens prioriteringar 2024–2029](#).

Vilka problem/utmaningar/brister/möjligheter i kommunikationen om EU i området tänker ni arbeta med? Vilka är de huvudsakliga mål ni planerar att uppnå?

I kommunikationsstrategin anges vilka ni vänder er till, varför ni vänder er till dem, hur och när ni ska tala med dem, hur innehållet ska förmedlas och vilka kanaler ni ska använda för att dela det.

Förklara följande när ni fastställer mål:

- Huvudsakliga kommunikationsproblem och informationsluckor i ert område när det gäller EU, och hur ni ska hantera dem.
- Hur dessa mål kommer att bidra till att fullgöra EUROPA DIREKT-kontorets övergripande uppdrag.
- Vilket ert kommunikationsmål är (informera, öka medvetenheten, engagera, förändra åsikterna om eller hållningen till EU osv.).
- Vilka målgrupper ni ska nå, varför och hur.
- Vilka ni ska samarbeta med (nätverk som finns på plats, medier, informationsförmedlare osv.).
- Vilka resultat kontoret ska ha uppnått i ert område i slutet av de fem verksamhetsåren. Hur ska målgrupperna få konkret nytta av EUROPA DIREKT-kontoret och vad skulle förändras för dem?

Den femåriga kommunikationsstrategin får inte överskrida tre (3) sidor. Sidor utöver det tillåtna sidantalet beaktas inte.

Kommunikationsstrategi 2016–2030

[Infoga text]

DEL 2: ÅRLIG KOMMUNIKATIONSPLAN FÖR 2026

Den årliga kommunikationsplanen 2026 kommer att bedömas utifrån följande kriterier:

- **Relevans (15 poäng):** I vilken utsträckning målen i den årliga kommunikationsplanen för 2026 överensstämmer med del 1 i förslaget (kommunikationsstrategi 2026–2030).
- **Kvalitet (20 poäng):** Kvaliteten på de föreslagna aktiviteterna och på allsidigheten i täckning av EUROPA DIREKT-kontorets mål, i enlighet med avsnitt 2.2 i förslagsinfordran, samt tydlig motivering av valet av målgrupper och kanaler.
- **Genomslag (15 poäng):** Förväntat genomslag för målgrupperna och lämplig användning av relevanta nyckelprestationsindikatorer (se fotnot 19 och avsnitt 2.4.8 i förslagsinfordran).

I den årliga kommunikationsplanen 2026 omsätts den femåriga kommunikationsstrategins mål i konkreta åtgärder som tillgodoser de behov som anges i avsnittet ovan.

En kommunikationsplan ger personalen ett tydligt syfte och konkreta uppgifter och gör det möjligt att följa upp framstegen i fråga om de kommunikationsmål som fastställts i kommunikationsstrategin.

Planen innehåller de viktigaste åtgärderna, den metod som ska användas, verktyg, delmål, målgrupper, kanaler, tidsplaner och förväntad output och förväntade resultat.

Den årliga kommunikationsplanen ska innehålla nyckelprestationsindikatorer för output (såsom antal evenemang, antal deltagare och antal inlägg) och om möjligt för utfall/resultat under 2026. Planen ska även beskriva hur indikatorerna kommer att mätas, och det ska finnas ett referensvärde.

Den årliga kommunikationsplanen bör inledas med en kort inledning där er strategi och era mål för 2026 beskrivs, med en hänvisning till ert val av EU-prioriteringar, målgrupper och kommunikationskanaler som ni kommer att använda för att lyfta fram era aktiviteter. Strukturen efter introduktionen blir efter aktivitet, enligt instruktionerna nedan:

- **Namn på aktivitet:** Infoga en titel för er aktivitet.
- **Mål:** Ange det specifika målet med denna aktivitet och vilket mål/identifierat behov i den femåriga kommunikationsstrategin det är kopplat till.
- **Kort beskrivning:** Beskriv formatet på er aktivitet (t.ex. anordnande av evenemang eller serie evenemang, föreläsning, workshop, kampanj i sociala medier, nyhetsbrev, publikation, kampanjmaterial eller audiovisuellt material, besökscenter), och ange tydliga indikatorer vad gäller antal (t.ex. hur ofta evenemang äger rum eller hur många det blir, om det är en serie evenemang, vidare hur länge en kampanj pågår eller audiovisuellt material kommer att finnas, antal nummer eller sidor) samt aktivitetens omfattning. Klargör vid behov er roll (t.ex. definiera på vilket sätt ni aktivt deltar i ett evenemang som en tredje part anordnar). Uppge i relevanta fall i vilken ort eller område aktiviteten kommer att äga rum. Ange även eventuella partner som ni tänker ordna aktiviteten tillsammans med och hur samarbetet bidrar till att förstärka aktivitetens genomslag.

- **Målgrupp:** Beskriv målgruppen för er aktivitet och motivera ert val.
- **Kanaler, verktyg, metod:** Beskriv kanalerna, verktygen och/eller metoden ni ska använda för att anordna och lyfta fram aktiviteten, och ange varför de är de mest lämpliga för att nå era kommunikationsmål och nå ut till målgrupperna. Ange när det är en digital aktivitet eller hybridaktivitet.
- **Tidsplan:** För upprepade åtgärder nämn frekvensen, för engångsaktiviteter nämn varaktighet och tid på året då aktiviteten äger rum, t.ex. första kvartalet 2026 eller 9 maj 2026.
- **Förväntad output:** Ange ett mål och hur ni ska mäta output (t.ex. förväntat antal deltagare, läsare, onlinevisningar, nedladdningar, annonsvisningar, besök, mediepublikationer, andel nytilkomna osv.).
- **Förväntat resultat (valfritt):** Ange ett mål och hur ni ska mäta resultatet – vad ni förväntar er att målgruppen får ut av kommunikationsaktiviteten och eventuell förväntad inledande respons och bestående effekter – t.ex. hur användbart evenemanget är överlag för deltagarna, publikationerna för läsarna och videorna för tittarna, mätvärden för användarengagemang, delningar, gilla-markeringar, klick, kommentarer, konverteringsgrad: nedladdningar, anmälningar, antal ifyllda formulär, antal personer som kan komma ihåg ett kampanjmeddelande.

Den årliga kommunikationsplanen får inte överskrida **sex (6) sidor**. Sidor utöver det tillåtna sidantalet beaktas inte.

Inledning	
[Infoga text]	
Aktivitet 1	
Namn på aktivitet:	
Mål:	
Kort beskrivning:	
Målgrupp:	

Kanaler, verktyg, metod:	
Tidsplan:	
Förväntad output:	
Förväntat resultat (valfritt):	

Aktivitet 2	
Namn på aktivitet:	
Mål:	
Kort beskrivning:	
Målgrupp:	
Kanaler, verktyg, metod:	
Tidsplan:	
Förväntad output:	
Förväntat resultat (valfritt):	

Aktivitet 3	
Namn på aktivitet:	
Mål:	
Kort beskrivning:	
Målgrupp:	
Kanaler, verktyg, metod:	
Tidsplan:	
Förväntad output:	
Förväntat resultat (valfritt):	

Aktivitet 4	
Namn på aktivitet:	
Mål:	
Kort beskrivning:	
Målgrupp:	
Kanaler, verktyg, metod:	
Tidsplan:	
Förväntad output:	
Förväntat resultat (valfritt):	

Aktivitet 5	
Namn på aktivitet:	
Mål:	
Kort beskrivning:	
Målgrupp:	
Kanaler, verktyg, metod:	
Tidsplan:	
Förväntad output:	
Förväntat resultat (valfritt):	

Lägg till så många tabeller över aktiviteter som behövs, i nummerföljd.