

Series 'Which Europe?' ©
Number 59

How should European federalists communicate? ©

Which type of communication benefits circulation of their message?

Robert Verschooten
president ESIC vzw
political adviser to UEF-Belgium

The author is writing in personal capacity

April 30, 2016

Dedicated to those
who elect a dynamic,
a pluralistic, democratic and federal Europe

Europees Studie- en Informatiecentrum (ESIC) vzw
(European Study & Information Centre - non-profit organisation)
Ryckmansstraat 5, 2020 Antwerpen - Belgium
tel. 00 32 3 238 97 74 esic@telenet.be www.europadebat.be
Copyright 2016 ESIC vzw - quoting is permitted provided source is mentioned

How should European federalists communicate? ©

Which type of communication benefits circulation of their message?

Table of Content

Introduction

Communicate with whom?

Communicate about what?

When to communicate?

How to communicate?

Reciprocal interaction

Interim conclusions

Core ideas of EFs?

What is ESIC?

Series 'Which Europe?'

How should European federalists communicate? ©

Which type of communication benefits circulation of their message?

Introduction

Times change, people change
and European federalists should adapt themselves

This paper formulates a number of recommendations for good communication by European federalists (EFs). These recommendations spring from practical experience. The EFs are volunteers with little to no knowledge whatsoever of professional communication in the public sphere.

Some preliminary questions :

- **What is the place** of communication in EFs action?
- **What is the role** of communication for the EFs?
- **How can an effectivity control** of communication take place? (not covered)

Canvassing and focussed communication are fairly new techniques for the EFs. Canvassing is the outcome of purposeful selection of target groups and adequate formulation of the message(s).

Communicate with whom?

‘A volatile context requires very stable objectives’
Annemie Turtelboom, federal minister of Justice (24/11/2012)

A **political climate** is the **context** in which each activity or campaign of the European federalists (EFs) takes place.

EFs **should act independently** from political parties, lobbyists or commercial interests.

EFs should make a **conscious choice** between dealing with a large general public or with smaller target groups, able to better contribute to the implementation of EFs objectives. An objective beyond reach of EFs demonstrates overrating its own capabilities or an underestimation of the required efforts.

The **political context is unpredictable** and volatile. Public protest causes most political parties fail to meet aroused expectations. Politics should elaborate a new durability.

Critical factors for **durable participation in the ideological struggle** on European integration: (1) play on ideological differences, (2) how to remain on course, (3) importance of content and knowledge. (adapted from Noël Slangen - 27/09/2010)

The number of **volatile electors** increases. They are dissatisfied with politicians, show little interest in politics and are even suspicious at politics. EFs should take these people into account. Europe and the integration message become subject to criticism by eurosceptics/europhobes/nationalists/populists.

‘The elector wants to be served its hand and foot. Due to digital media the elector starts to believe in the **illusion of personal influence**. He can, without personal consequences, mail or twitter whatever crosses his mind’. (Henk Hofland - NCR Handelsblad - 16/11/2012)

Trendwatchers Trendwolves and Insites Consulting reflected on the future. Their core message is **smallness, authenticity and togetherness**. These trends refer to undercurrents in society. The deepest one indicates that people seek out the other side of techocracy, featuring automation, hectic life, globalisation and anonymity, in order to **compensate it by the opposite**. (De Standaard - 13/12/2012)

‘People want to know exactly their place in society and go back to family values, small scale, home and health. People want to take back time. Is their longing for simplicity, silence, slowness and direct contact no variation on creeds such as ‘small is beautiful’ and ‘less is more’. This world is different from the Sixties. We live global, always connected. Current sighs are a **future-oriented personal urge to do it in a different way**. People just want to make **conscious choices**. To them the **world is adaptable**. However, it should come bottom-up, and not imposed top-down’. (De Standaard - P. Vantghem - 13/12/2012)

According to prof. Constance Flanagan, University of Wisconsin, the younger generation develops **political theories** - ideas about democracy, inequality, common interest and collective action - in small-scale gremia like schools, neighbourhood associations and families. Here they address day-to-day issues of in- or exclusion. They learn to cooperate with other people, which broadens their outlook. They learn to negotiate and define their opinion on specific social issues. (Ucsia - 15/04/2013)

Since important political parties and movements apparently resemble each other more and more, the citizen can but be **seduced by emotion**. How do you create an emotional bond with the interested citizen? ‘The citizen is first interested in your opinions and will later rationalize emotions and will start founding it’, states Jan Callebaut (Synovate Censydiam). The daily need for new ideas is very limited with the citizen and can easily disappear due to external factors (crisis, unemployment, etc).

‘Even if positive and negative emotions can enrich life, they can mean a serious challenge to democracy when the emotions become dominant and start to replace critical analysis’. (Anne-Cécile Robert in Le Monde Diplomatique of February 2016)

The assessment that public opinion often doesn’t react to events that affect them emotionally, should not be neglected. Using emotion in communication is **no warranty for automatic success**.

The distinction should be made between the **values underpinning your opinions** and the **way you communicate**. Values should be kept constant, communication can be adapted’. (De Standaard - 6/09/2004)

Communication by EFs should also be concentrated on its **very hard core** supporters. How can the expectations of the supporters and the capability of EFs be matched ? The

satisfaction of interested people will be determined by the degree EFs can meet these expectations.

‘Political opinions of people are not determined by their opinion about their personal well-being, as it appears from research by Mark Elchardus (em. prof. VUB), but by their opinion about the welfare of society. This opinion about the state of affairs in society has little to do with conditions of life, but for all with the interpretations they are confronted with. Many people are very much satisfied with their personal life, but estimate society goes wrong or, and this group is almost as large, people that think their life goes wrong, but that society fares well’. (from an essay by Frank Vandenbroucke, prof. KUL en UA, in *Liberales* of 2012)

‘Present **young generation** (the Millennials) is not apathic. Its decreasing membership of political parties doesn’t mean they lost interest in political themes. There are still committed young people with convictions. This generation is used to give their opinion. They want to fight their combat creatively. The image they have of politics is one of inertia and stalemate. Above all this young generation want to have real impact. These youngsters want their efforts leads to a concrete outcome’, states Pieter Marechal. (chairman Young CD&V - *De Tijd* - 23/03/2012)

It is said elderly are mostly very active, fairly sceptical against innovation and that many prejudices cross their judgement. Caution is recommended for **erroneous characterization**.

Communicate about what?

Thorny issues should be debatable

How can a movement or a line of thought **count on the public scene**? Three recommendations:

- Keep distance. No opinion on everything should be rendered.
 - Pick your battles. Not everything at a time.
 - A movement or a line of thought should be large to be meaningful.
- Being small with the right mindset can achieve very much.

(adapted from Michel Demaré, chairman Syngenta - *De Tijd* - 26/04/2013)

The **added value of the line of thought** of the European federalists (EFs) is not just the ideas. Equally important is the value a supporter, a reader, an elector or an observer attributes to these ideas. (adapted from Jan Callebaut)

EFs as a **pressure group that formulates deviating opinions** about an innovative societal and political community in Europe should communicate properly. Some ideas of the EFs are already in use by opinion-builders. Nevertheless these thoughts remain unknown by the larger part of conscious and educated public opinion.

‘EFs can be more successful if a **frame of reference** is available, where policy proposals can refer to. The danger of pragmatism without ideological standard means populism or improvisation. (adapted from Claude Nijs in *Liberales*)

‘Conscious European citizenship should be aroused with an emphasis on **shared fortune**. The argument of a permissive consensus should be abandoned and changed into a **forceful interaction** between a de facto power oligarchy and a European civil society, still being in an embryonic state’. ‘adapted from P. Defraigne, former DG European Commission - Le Monde - 13/09/2011)

‘Before offering people more Europe a **fairer Europe should get a chance**, if not more Europe can be weakened by lack of public support’. (Corine Cretu - MEP S&D - New Europe - 14/10/2012)

A **European federalist model** goes about a societal cooperation-model which EFs more or less share. This common interest doesn't lift all differences, which can remain as long as effective cooperation is not impeded.

‘The societal and political debate about innovation should acquire greater depth. Most changes are no conscious choices by individuals or politicians, but come from significant shifts in our globalized world. The reach challenge lies to deal soundly with change. Politics should become a form of **change-management**. Less we consider change a threat and succeed to find the opportunities, the better we can confront life’. (Marianne Thyssen, MEP, CD&V - De Standaard - 4/01/2013)

‘Guy Verhofstadt and Daniel Cohn-Bendit advocate a **post-national revolution** in order to establish a federal union. This generous idea could be vulnerable if people should express themselves on this subject (and possibly reject it), wonders Corine Cretu)

EFs should identify **drivers and strategies** in order to found this strategic innovation. EFs should mobilize their network of specialists in order to escape from rooted reasoning and better connect with reality. Aim is to co-evolve towards a ‘shared-value model’. How can priority target audiences be **talked into a new logic**? (Corine Cretu)

Integration by the internal market or by law exhausts tier potential and meet their limits. Neither the internal market nor the eurozone have overcome the heterogeneity of economic structures, or the mutual inflation or growth differences. **Political integration should now take the lead**. Institutions should be the means to realize a project, but should never become the reason on its own. (Pierre Defraigne)

Europe should become the **subject of debate and contradiction** because Europe is a center of power. That debate will not weaken Europe, on the contrary. Debate and democratic struggle are conditional of public awareness and the creation of a feeling of participation in a shared project of civilization. (Pierre Defraigne)

De EFn kunnen geen **goed Europees project** brengen als er niet vooraf en simultaan aan twee deelaspecten wordt gewerkt: enerzijds en vooreerst een schets van een maatschappijproject voor Europa en anderzijds een schets van het politieke project voor Europa. Het politieke project kan niet los van het maatschappijproject tot stand komen, want beide steunen op dezelfde waarden.

Jonathan Holslag, docent VUB, stelt dat onze welvaartsstaat het beste model is, maar dat ons **democratisch model moet evolueren naar een vitale democratie**. Hij stelt verder: (1) dat hoewel ideologische debatten moeten worden gevoerd, de mensen vooral nood hebben aan duidelijkheid; (2) in tijden van onzekerheid hebben mensen nood aan

leiderschap en nood aan een positief verhaal; (3) de Europese burger moet een positief perspectief krijgen om een legitimiteitscrisis te voorkomen. (Liberales - 18/05/2012)

Wat verwachten diegenen waartoe de EFn zich richten? (1) Boodschappen met een termijnvisie, voorbij de waan van de dag. (2) verantwoorde, relevante, realistische en authentieke boodschappen. (3) een geloofwaardig toekomstperspectief.

Philippe De Backer, LEP voor Open VLD, stelt dat **politiek op een nieuwe, inclusieve manier** moet worden gevoerd, los van de participatie. Welke beslissingen horen tot de verantwoordelijkheid van het individu en welke laten we over aan de democratie, vraagt hij zich af? (Liberales - 18/05/2012)

De **inhoudelijke opbouw van een maatschappijproject** op verschillende manieren:

- Ofwel uitgaan van deelproblemen en die verruimen tot globale oplossingen.
- Ofwel de ideologie van de EFn in beeld brengen door de horizontale uitbouw van standpunten over de uitdagingen.
- Ofwel opportunistisch een thema kiezen, zonder zich te bekommeren om de algemene context of om een gestructureerde aanpak (eigen korte termijn agenda).
- Ofwel de actualiteit als richtsnoer kiezen, waar o.m. de agenda van de Europese Raad en/of de politieke evenementen wordt gevolgd.

De actualiteit is meestal aanleiding **om de eigen thema's uit te spelen** en duidelijk te maken dat het zo niet verder kan en benadrukken wat de EFn daar tegenover stellen.

'Terwijl een (klein) deel van de Europese politieke en intellectuele elite spreekt over de noodzakelijk stap naar federalisme, ondermijnen nationalist, extremisten en separatisten het vertrouwen van de Europese bevolking in haar eigen leiders. Als Europa verenigd wil blijven, moet het **vertrouwen van de bevolking in de toekomst** van het Europese project worden hersteld', stelt Corina Cretu.

'Het enige goede antwoord op links of rechts populisme, nationalisme en protectionisme is een **geslaagde burgerrevolutie**. De **mobilisering van de verontwaardigden** zal gepaard gaan met een verharding van de standpunten wanneer de ongelijkheden en onrechtvaardigheden en de door de Europese/nationale beleidsvoerders gemiste kansen zichtbaar worden. De woede, die nog zal toenemen, moet kunnen worden gekanaliseerd'. (Pierre Defraigne)

Het publiek staat niet weigerachtig tegenover een sterke **ondertoon van woede en verontwaardiging**. Eventueel met gevoelens van onvrede over de wijze waarop de elite en/of de leidinggevende klasse de grote uitdagingen aanpakt. Vooral wanneer deze leiders op Europees vlak hervormingen onmogelijk maken, omwille van redenen die de bevolking uiteindelijk schaden.

Een **publiek draagvlak voor het Europese project** hangt in grote mate af van het economisch succes dat Europa kan genereren. Een Politieke Unie voor de eurozone kan daartoe een hefboom zijn. Technische afspraken zullen de bevolking nooit begeisteren, tastbare socio-economische maatregelen kunnen daarbij wellicht op een (goedkeurende) belangstelling rekenen vanwege de bevolking.

Een **diepere Europese integratie** en het scheppen van een éénvormig politiek systeem tonen praktische voordelen die geen gedeelde identiteit of taal vereisen, stelt professor en voorzitter IFO, Hans-Werner Sinn. (European Voice - 25/12/2012)

Wanneer communiceren?

Een verkeerd moment kiezen is gelijk aan een gemiste kans

Welke benadering er ook gekozen wordt, telkens zal een communicatieplan moeten worden **uitgetekend in de tijd** (stappenplan), vergezeld door duidelijke doelstellingen die door alle geledingen van de Europese federalisten (EFn) worden nageleefd.

Een **chronologisch stappenplan** van de EFn, samen met een analyse respectievelijk evaluatie, zijn essentieel om zich te bezinnen over de prioriteiten en de themakeuzes.

Periodiek moet een interregionaal en een lokaal **activiteitenplan** en een overeenstemmend **communicatieplan** worden opgesteld. Hierin worden kwalitatieve doelstellingen opgenomen, w.o. verbeterde vormen van communicatie en kwantitatieve doelstellingen, w.o. het bereiken van méér nuttige en/of noodzakelijke personen die de campagnes naar een hoger niveau kunnen tillen.

De context bepaalt het juiste moment om te communiceren. Deze gelegenheden mogen niet worden gemist, want ze zijn niet zo talrijk. Vasthouden aan de actualiteit, zoals het ritme van de Europese 'toplontmoetingen' (waarvan de agenda op voorhand gekend is, Europese tijdslijmieten en belangrijke voorvallen kunnen ook een richtsnoer zijn. Hierop laat reageren maakt communicatie overbodig.

Hoe communiceren?

'Communicatie mag geen lege doos zijn, anders val je door de mand.
Wie geen kwaliteit in huis geeft, moet niet veel ambities koesteren'.

Toon Berckmoes, directeur CultuurNet Vlaanderen (2003)

'In public relations (ook in politieke communicatie, nvdr) gaat het niet meer om positief in de pers te komen, maar om je organisatie op een **relevante manier te tonen** aan je publiek'. Kortom, communicatie **maakt zichtbaar wat relevant is voor de bestemmingen** van de EFn boodschap. (vrij naar Jeroen Wils - De Tijd - 8/11/2012)

Communicatie heeft de laatste jaren een grote omwenteling doorgemaakt. Het draait niet meer om broadcasten, maar is een **twee richting verkeer** geworden. Je publiek betrek je met behulp van relevante content. **Aandacht moet je verdienen**, want de burger bepaalt zelf wat hij interessant of relevant vindt. De EFn moeten op zoek gaan naar content die het publiek kan boeien of inspireren. (vrij naar Jeroen Wils, communicatiebureau Bepublic)

Relevantie creëer je ook door je boodschap vast te haken aan de verhalen of de thema's die op dat moment actueel zijn. **Mensen zijn het onderwerp**, niet alleen de gedachten.

Kortom, je maakt je communicatie relevant, nieuwswaardig en menselijk. (vrij naar J. Wils)

Ga op zoek naar de boodschap die **aansluit bij de leefwereld** van je toehoorders. Heb oog voor de wensen van de media. Weet wat de nieuwsmakers willen en nieuwsconsumenten verwachten. Persberichten moeten proberen de aandacht te trekken, zonder te liegen of loze beloften te maken. Zo niet wordt de eigen geloofwaardigheid ondergraven en zullen journalisten niet meer naar je luisteren. Men moet weten hoe 'onze bestemmingen' denken en functioneren. Je moet aanvoelen wat nieuws is en wat niet, wat zal werken en wat niet. (vrij naar Jeroen Wils)

Bij een **gebrek aan verhaal** hebben de EFn met een relevantieprobleem te kampen. Is het verwonderlijk dat de vroegere stilzwijgende pro-Europese meerderheid zich afkeert van de Europese gedachte en onderdak zoekt in gedachtestromingen waar deze mensen een proteststem kunnen laten horen? (vrij naar Noël Slangen - De Tijd - 19/11/2012)

De EFn moeten een klassiek Europees integratieverhaal vertellen, met een sterke nadruk op de **collectieve en individuele verantwoordelijkheid** van de burger, die door zijn keuze druk uitoefent op de beleidsvoerders teneinde de noodzakelijk politieke hervormingen in de EU te bekomen. Ten tweede moeten de EFn het geloof in een **betere toekomst** voor Europa uitstralen. Deze toekomst steunt op transnationale samenwerking, democratie en participatie. (vrij naar Noël Slangen)

De **EFn als merk**. Vooraleer bedrijven (maar ook een beweging samengesteld uit vrijwilligers, nvdr) een sterk merk kunnen hebben, moeten ze volgens het reclamebureau Brandhome voldoen aan drie A's. **Authenticity**, méér dan een historiek moet je merk een geloofwaardig erfgoed hebben. **Accountability**: je draagt als merk een verantwoordelijkheid over wat je zegt, doet en belooft. **Activation**: zet mensen aan tot zelfstandige actie en creëert betrokkenheid rond het merk. (De Tijd - W. De Preter - 9/11/2012)

De relatie tussen de overheid (en partijen of gedachtestromingen, nvdr) en de burgers is geëvolueerd naar een **relatie van volwassene tot volwassene**. De burger is niet meer tevreden met slogans. Hij wil goed worden geïnformeerd en eist eerlijkheid en openheid. (Marc Michils, CEO Saatchi & Saatchi, Brussel - 18/10/2011).

'Niet de huisideoloog, maar de discussie onder de mensen zal de standpunten van de partij (of stroming, nvdr) genereren'. Als je geen **twee richting verkeer** toelaat, kan je niet meer scoren. Je moet je sympathisanten toelaten mee over je boodschappen na te denken. We evolueren van een representatieve naar een **interactieve democratie**. Wel neemt de normale representatieve democratie de uiteindelijke beslissingen. De zwijgende meerderheid bestaat niet meer'. (Marc Michils)

De **formulering van een communicatieplan** ontstaat door de convergentie van complementaire deelgebieden: uitgangspunten, politieke analyses, politieke gevolgtrekkingen, formulering van de prioritaire thema's en activiteiten, in het kader van een lange- en middellangetermijn planning van de EFn.

Een ongunstige politieke context vergt sterke actie. Moet communicatie daarom **directe confrontaties** aangaan of is een **voorzichtige benadering** te verkiezen? Wat is de beste de huisstijl van de EFn? Als men 'zwak' staat, is polemiekt niet de beste aanpak. De EFn beschikken niet over de middelen om zich in een polemiekt te storten, deze vol te houden en tegelijkertijd geloofwaardig over te komen. Een kleinere organisatie moet op een

positieve en relevante manier de aandacht op zich proberen te vestigen

Beroep doen op (lokale) specialisten, o.m. in politieke communicatie, moet de effectiviteit van de gemeenschappelijke of individuele campagnes optillen. Een oppervlakkig professioneel advies is beter dan onprofessionele improvisatie. Dat advies inwinnen laat toe méér effect te halen uit de geleverde inspanning. De EFn hebben nood aan **een netwerk** voor advies, samenwerking en optimalisatie van hun werking.

De **capaciteitstoename in de secties** wordt in stappen bereikt en is één aspect bij de formulering van een gedeelde strategie, waarvan het einddoel en de weg daarheen voor alle EFn duidelijk moeten zijn.

De EFn moeten aanvaarden dat **gemeenschappelijke campagnes** een doorslaggevende factor voor collectief succes zijn. Een (bijna) structurele samenwerking van de deelnemende EFn secties is van belang (representativiteit, geloofwaardigheid en impact).

Interregionale samenwerking impliceert dat er over veel aspecten van de activiteiten (inhoud en vorm) **naar een consensus** wordt gezocht. Inhoudelijk moet er duidelijkheid zijn, al is er geen overeenstemming over alle inhoudelijke aspecten.

Interregionale samenwerking impliceert het bestaan van een **werkzaam samenwerkingsmodel**. Best practices zijn hierbij belangrijk.

Elke lokale sectie werkt met de middelen waarover ze beschikt. Intraregionaal moeten sterkere lokale secties zwakke/nieuwe secties met raad en daad bijstaan.

De zichtbare activiteit van de EFn, doorheen de regionale secties of thet internationaal secretariaat, bestaat hoofdzakelijk uit communicatie. Deze communicatie moet rekening houden met de schakeringen van **wat de doelpublieken hebben kunnen assimileren**.

Het **vermogen om personen aan de EFn te binden** houdt verband met de opeenvolgende gradaties van individuele belangstelling na contact met de EFn:

- Terughoudendheid, scepticisme of een uitgesproken negatieve ingesteldheid ten aanzien van de Europese integratie.
- Neutrale houding t.a.v. de Europese integratie of het Europees federalisme.
- Een positieve ingesteldheid t.a.v. de idee van de Europese integratie.
- Op de hoogte van het bestaan van de Europees federalistische gedachte.
- Positief t.a.v. bepaalde EFn-gedachten.
- Min of meer vertrouwd met enkele hoofdgedachten van de EFn.
- Beschikbaar voor een beperkte samenwerking met de EFn.
- Beschikbaar voor volledige (part-time) samenwerking met de EFn.
- Beschikbaar om verantwoordelijkheden binnen de EFn te aanvaarden.

Deze verschillende stappen zijn niet altijd toepasbaar op elkeen of op een doelpubliek.

Wat zijn de **objectieven van communicatie** bij de EFn?

- De EFn brengen hun doelpublieken een **nieuw toekomstperspectief**.
- De EFn steunen de idee van een **doelbewuste Europese integratie**.
- De E-Fn hekelen de **zwakheid en het onvermogen** van het gangbare intergouvernementele en hybride bestuursstelsel van de EU.
- De EFn spannen zich in om blijvende belangstelling voor hun ideeën te wekken bij hun doelgroepen.
- De EFn promoten een **federaal en post-nationaal project** dat aan zware eisen voldoet: democratie, legitimering, rechtsstaat, mensenrechten, billijkheid, solidariteit, een open maatschappij die dicht bij de bevolking staat, een grondwet die de rechten van de bevolking vrijwaart en een Unie die hen bescherming geeft.
- De EFn willen worden erkend als een **pragmatische beweging**, die een dussdanig bestuursstelsel promoot dat is staat is om te antwoorden op de globale uitdagingen.
- De EFn zullen de tekortkomingen van het intergouvernementalisme beantwoorden met **federale oplossingen**.
- De EFn brengen een inclusief project met een **lange termijnvisie**.
- De EFn promoten een bestuursstelsel dat de lagere bestuurshelons beschermt tegen **centralisatie of een superstaat** (subsidiariteit).

De communicatie van de EFn reageert ook op **vooringenomenheid of op verkeerde informatie**, w.o. :

- Waarom is Europese solidariteit noodzakelijk in tijden van crisis?
- Waarom steunt elke lidstaat niet op zichzelf in tijden van crisis?
- Waarom is protectionisme niet toegelaten in tijden van crisis?
- Waarom de grenzen van de lidstaten niet sluiten voor buitenlandse arbeiders/migranten?
- Waarom van Europees algemeen belang gewagen in afwezigheid van een duidelijk Europees project?
- Waarom worden er zoveel Europese beslissingen genomen door niet verkozenen of niet gemandateerde personen?
- Waarom worden er zoveel Europese beslissingen genomen die beter op een lager niveau hadden kunnen worden genomen?
- Waarom worden er zoveel ondemocratische beslissingen genomen achter gesloten deuren?
- Waarom bekommert Europa zich zo weinig om de individuele belangen?
- Waarom genieten kapitalisten en grote bedrijven zoveel deregulatie?
- Waarom is Europa zo duur en waarom wordt er zo veel geld verspild.

Hoe communicatie een hefboomeffect creëert?

- **Door een interne ideologische overeenstemming.** (communiceren rond welke hoofdlijnen?)
- **Kernobjectieven** die moeten worden bereikt. (waarom communiceren?)
- **Selection of target audiences** (communicate with whom?)
- **Conception of core ideas** (what are the priority themes?)
- Formulation of **key-ideas for each target audience** (linking messages to audiences).
- Valuable alternatives conceived **after deep study of federalism, European issues**, an **adequate polity** in a post-national Europe and global geopolitical context. This study is based on work distribution among the EFs.
- Active participation in **public debate will increase** public and political support for EFs vision.
- EFs should forge a **spirited and lasting bond**, as well as receptivity, in its priority target audiences by frequent (electronic) contacts and by distributing messages coinciding with current events, important political events/deadlines.

- EFs try to **mobilize influential people** that help disaude people from the intergovernmental method of government in Europe.
- EFs taking **legitimate needs and expectations** of European citizens at heart.
- EFs launching a **permanent campaign of active persuasion** towards well-selected and influential target audiences.
- EFs should compile a **data base** of all persons corresponding to specific characteristics in the different target audiences. Local and international levels in the EFs should meet specific objectives and assignments.
- EFs should implement **differentiated communication** with high level and influential persons who should receive **personalized and relevant information**.
- EFs should **conclude partnerships** with organisations that have a common interest and can help increase the outreach of EFs.
- EFs should seek support from an impressive **patronage committee**.
- EFs should call on **reputed politicians, academics**, scientists auto's and opinion-makers to enhance their credibility.

Features of communication by EFs secretariat general or by its sections :

- **Positive characteristics** of EFs communication :
 - EFs communication should **clarify issues** and bring forward **federalist remedies**, demystify nationalistic rhetoric and produce evidence-based arguments.
 - EFs message should be formulated so it becomes a **true alternative** and a **common place** in the European public sphere.
 - Joint EFs strategy, objectives and project/campaign should **focus on the essence**.
 - EFs should acquire better contact with its target audiences through the moral and effective support by **reputed and respected persons**.
 - The messages of EFs **should catch attention** while being focussed at :
 - Personal interests of people.
 - Confidence in the future of Europe.
 - Making new ideas public prior to the other political actors.
- **Following conditions** should be taken into account by EFs :
 - Know what your audiences want and expect.
 - **Different audiences** command specific messages and communication techniques.
 - Stand out from other organisations and have a specific image.
 - Earn attention before selling content.
 - Be relevant, newsworthy and empathic.
 - Only facts can restaure faith of European people in their joint future.
 - Positive communication with a genuine message of righteousness.
 - The line of thought of EFs should be periodically updated and deepened.
 - EFs should formulate their line of thought in such a way it can can easily be reproduced by all stakeholders.
 - Each message should revert to a **central theme** and should not be seen as a stand-alone message.
 - All messages should be **concise, clear, pertinent** and innovative.
 - Make a **pedagogic transfer** of priority messages.
 - **Unleash a momentum** with all stakeholders in de EFs in order to liberale the needed dynamism and personal initiative aimed at achieving the intended goals.
 - **Speed of communication** by EFs should equal speed at which external events occur. Reaction-time by EFs is set by the degree of internal preparation regarding content and processing of the follow-up action.

- EFs should **prepare their target audiences** and accompany them through the whole process of gradual acceptance of the federalists' ideas.
- **Pitfalls** of communication by EFs :
 - People are but willing to devote **limited time and attention to EFs**, hence **only priority messages** should be involved.
 - A **limited number of themes** should be addressed simultaneously.
 - Expert not too much of target audiences. The propagation of of core ideas resp. proposals should not degenerate in a flood of loose ideas.
 - An **undefined scope of issues and ideas** impairs a **clear narrative** by EFs.
 - **Reverting to the past** is less interesting than looking at the future.
 - Communicatie doorspekt met **abstracties** slaat niet aan.
 - Bij improvisatie of bij gebrek aan vooraf geformuleerde uitgangspunten, objectieven en boodschappen wordt de impact van communicatie overschat.

Communication can be subdivided in different categories :

- **Internal communication** by EFs is needed in order :
 - To build cohesion among the local sections and supporters.
 - To create like-mindedness, belongingness and a positive mindset among its stakeholders.
 - To disseminate internal communications and best practices.
- **External communication** by EFs/sections :
 - **Local communication** :
 - Creates a closer relation with target audiences at local level.
 - These closer relations facilitate access and impact of the messages.
 - **Europe-wide communication** :
 - Targets especially high level politicians and influential people.
 - Exposes national positions conflicting with European principles.

Three priority target audiences related to prior knowledge and influence :

- These who **understand the importance** of European integration.
- These who **can influence introduction of new concepts** by spelling them out.
- These who can **decide on the furthering of the EFs project**.

Summiere identificatie van enkele prioritaire externe doelgroepen:

- **Beleidsvoerders en beleidsvoorbereiders:**
 - W.o. premiers, ministers van Buitenlandse Zaken Defensie, Binnenlandse Zaken, Milieu, Justitie en Migratie en hun kabinetsmedewerkers. Zij zijn goed op de hoogte van de Europese ontwikkelingen en uitdagingen.
 - De (Belgische) regeringen blijven een federalistische lijn redelijk goed steunen. Toch neemt die (Belgische) regering weinig politiek initiatief.
- **Politici:**
 - Nationale, federale, regionale instanties in de uitvoerende en de wetgevende macht, die in direct contact staan met de Europese instellingen kennen de uitdagingen van de EU.
 - Enkelen staan ongetwijfeld open voor een Europees federalistisch gedachtegoed op voorwaarde er een draagvlak voor is.

- **Opinievormers:**

- Auteurs, die o.m. geïnteresseerd zijn in Europese aangelegenheden.
- Journalisten van kwaliteitskranten (in België) kennen de Europese problematiek en tonen regelmatig hun openheid voor een Europese federale Unie en voor een Europa van de burger (enkel de kerngedachte).
- Studiediensten van de (nationale) politieke partijen in Europa werden door de EFn weinig gecontacteerd/geïnformeerd. Hun beleidsvoorbereidende studies bereiken de nationale of regionale partijvoorzitters/toppolitici en hebben veel invloed op het beleid van hun partij.
- Klassieke denktanks werken voor opdrachtgevers en publiceren daarom hun conclusies zeer weinig, tenzij het om PR gaat.

- **Academici:**

- Gespecialiseerd in Europese aangelegenheden. Sommigen publiceren regelmatig opiniestukken over Europa.
- Sommigen voeren publieke debatten over de Europese politieke integratie.

- **Bedrijfsleiders**, kaderleden, bedrijfsconsulenten en werkgeversorganisaties:

- Een aantal onder hen staat redelijk positief t.o. de federale idee voor Europa, zeker als die een betere werking van de interne markt bevordert (o.m. harmonisatie van productstandaarden) en oneerlijke concurrentie in Europa wegwerpt (loondumping of arbeidsfraude).

- **Werknemersorganisaties:**

- Benadrukken hun eis voor een sociaal Europa en de herijking van het Angel-Saksische kapitalisme of neoliberalisme (dat verschilt van het liberalisme).
- Zijn meestal afwijzend ten aanzien van het exclusief economische Europa en bij uitbreiding ten aanzien van de invoering van een politiek Europa dat alleen maar de economische en financiële belangen zou dienen.
- Pleiten voor méér overheidsinvesteringen en minder besparingen om de economie terug op gang te trekken.

- **Middenveldorganisaties:**

- Heterogeniteit en beperkte doelstellingen en middelen remmen hun potentiële belangstelling voor de Europese integratie.

- **Notoire eurosceptici:**

- De EFn moeten hun woordvoerders en hun argumenten kennen?

If direct access to key-persons proves difficult, EFs should look for persons of inner circle that counsel these key-persons. These counsellors should be included in EFs mailing lists.

Profielen voor doelpublieken moeten worden gehanteerd. Dat kan betekenen dat het aantal criteria zal toenemen. Zo worden de groepen kleiner en zijn ze beter inzetbaar, op voorwaarde dat die informatie beschikbaar is op het ogenblik van een activiteit. De opsplitsing mag niet complex worden.

Each target group of EFs requires a **different approach**. Each has different priorities, is interested in different issues, consults different media/information channels.

Bij deze prioritaire doelgroepen, hoort een **databestand** waarin over elke doelpersoon een

fiche wordt aangelegd, met informatie over waarom, waar en hoe die persoon kan worden aangesproken. Zodoende wordt duidelijk wie bij bepaalde campagnes nuttig het voorwerp van specifieke communicatie kan worden.

Elke lokale sectie van de EFn legt een dergelijk bestand aan. Het is een **permanente inspanning** (inbreng en actualisering). De aanleg van die bestanden kent prioriteiten en keuzes. Dit bestand is een voorwaarde voor betere communicatie. Privacy bepalingen moeten in acht worden genomen.

Personalized messages to high level executives/top politicians can yield some effect. If personal contact is not possible, the message should still match addressee's profile and prior knowledge. This level of people is only interested in matter of fact and concrete/ focussed ideas/proposals.

Verschillende communicatiekanalen zijn complementair. Hun onderlinge synergie moet worden bevorderd:

- Frontman/woman van de EFn:

- Treedt op als woordvoerder die vertrouwen en charisma uitstraalt.
- Geeft aan de EFn een menselijk gezicht.
- Ze verspreiden de kerngedachten van de EFn of gaan het publieke debat aan.

- Persoonlijke contacten:

- Zijn de meeste doelmatige manier om gedachten/informatie over te dragen aan geselecteerde personen.
- Deze overdracht moet doorgaans zeer snel verlopen (beperkte beschikbare tijd).
- Opeenvolgende contacten zijn wenselijk. Telkens met nieuwe aspecten. Wederzijdse waardering groeit langzaam en steunt op vertrouwen.
- EFn kunnen hun 'gesprekspartners' eventueel betrekken bij hun toekomstplannen en een zekere vorm van 'medeplichtigheid' delen.
- Bevriende elite/opinieformers (buiten de EFn) moeten kunnen worden betrokken in de communicatie van de EFn. Deze contacten moeten goed worden voorbereid en aansluiten bij de prioritaire thema's van de opeenvolgende campagnes.
- Journalisten, die een luisterend oor aanbieden, verdienen constante aandacht en dienen op voorhand bondig gecontacteerd opdat de boodschap correct zou worden ontvangen en worden gereproduceerd.

- Persmededelingen:

- Bondig en gefocust (maximum twee bladen). De boodschap moet herkenbaar en consistent zijn met het imago dat de EFn naar de buitenwereld projecteren. Liefst één boodschap in korte paragrafen en korte zinnen. De eerste paragraaf vat de boodschap samen.
- EFn presenteren op de rug van de persmededeling hun voornaamste uitgangspunten. Het is fout te veronderstellen dat de bestemming weet wat de EFn willen bereiken. De geadresseerden moeten de politieke finaliteit van de EFn snel kunnen vinden.
- Deze **mededelingen moeten ondertekend worden** door de politieke verantwoordelijken, evenals door gekende politici of personen met een groot politiek, moreel of maatschappelijk aanzien (voorbeeldfunctie).
- De persmededelingen verwijzen naar publiek ingenomen standpunten, vermelden de **contactpersonen** en hoe ze te bereiken zijn.

- Brieven aan beleidsvoerders:

- Beperkt tot de strkte essentie, namelijk één aandachtspunt, want die beleidsvoerders worden overspoeld door talloze verzoeken. Relevantie, herkenbaarheid en realisme moeten sterk worden bewaakt.
- **Nieuwsbrieven:**
 - Gericht aan de **leden van de EFn secties** evenals sympathisanten, belangstellenden en militanten die op de hoogte wensen te worden gehouden.
 - Deze nieuwsbrieven worden gevoed met nieuws over de EFn (projecten in uitvoering, uitgevoerd of gepland), evenals met wervende oproepen. Ze onderhouden een sterke band, zoniet verwatert de belangstelling die kan omslaan in onverschilligheid of complete desinteresse.
- **Websites van de EFn:**
 - Zowel centraal als in de secties. Moeten informatief en overzichtelijk zijn.
 - Zijn ook het historisch geheugen van de EFn.
 - Het is de taak van de secties en van de interregionale coördinatoren om op hun websites een selectie van 'uitmuntende teksten' voor raadpleging en analyse beschikbaar te stellen van EFn en belangstellenden.
- **Sociale media:**
 - Beantwoorden aan specifieke vormen en noden van communicatie. Kunnen effectief zijn op voorwaarde dat ze correct werden geformuleerd en niet aan de eigen controle ontsnappen. Eigen personeel moet hiertoe worden opgeleid. Kortfilm and video's kunnen hierbij nuttig zijn.
 - Ook burgerjournalisten verdienen aandacht. Zij kunnen een waardevol klankbord van de ideeën van de EFn worden, kortom optreden als een multiplicator bij een jonger publiek. De burgerjournalisten moeten eerst inhoud ontvangen.
- **Brochures, boeken, teksten, flyers, en promotiefolders:**
 - Op papier of elektronisch.
 - Indien tot een algemeen publiek gericht, is de regel, hoe korter hoe beter. Genuanceerde publicaties richten zich tot specialisten of sterk geïnteresseerden.
 - De shelf-life van deze publicaties is kort.
- **Publieke activiteiten** (betogingen, debatten, uiteenzettingen, vorming, e.a.):
 - De onderwerpen sluiten aan bij de actualiteit en de prioritaire thema's van de EFn.
 - Deze evenementen halen ook de onderlinge persoonlijke banden aan.

Mutual interaction

Mutual interaction between operational objectives, priorities and communicated messages.

In phase 1: post-Treaty of Lisbon (up to 2019)

- **Operational objectives** of EFs sections and interregional alliances :
 - Increase regional and interregional joint ideological ground.
 - Increase number of motivated/able/independant doers and thinkers.
 - Increase motivation/training of active supporters.
 - Improve and focus communication effort by European federalists through profiling of target groups and constituting more homogeneous groups.

- Offer a well defined European project: in three stages, objectives and connected to the needs of people in Europe.
 - Broaden action basis of European federalists throughout Europe.
 - Call on political key-figures in order to help exerting influence on the political agenda.
- **Priorities** for EFs sections and interregional alliances :
- Initiate formulation by sections' specialists of a joint strategy, tactics, methods and communication plan.
 - Start training of members, supporters, key-persons (staff).
 - Start attracting specialists, needed for political campaigning.
 - Start trying out differentiated communication towards specific target groups.
 - Start making try-outs to measure and evaluate communication effects.
 - Establish and coach new local sections.
- **Messages** to the public (not yet as an operational formulation):
- Europe will harm itself if not adapting itself.
 - Intergovernmental and community methods reach the limits of their potential.
 - Effectivity of a policy empowers its legitimacy.
 - No Monetary and Economic Union can be successful if not backed by a Political Union.
 - Unstructured integration doesn't meet demand by society and people.
 - Member States clinging to national sovereignty cause European potential to fall short of needed political innovation.
 - Wrong decisions by Member States cost society very much (employment, growth, creativity, prosperity).
 - Member States will not disappear. Their competences will only be adapted.
 - What is good for the European Union, is good for the Member States.
 - Expenditure at European level will be better spent than at national level.
 - Separate budgets for the EU resp. eurozone.

In phase 2: pre-federal stage (estimated 2019-2024)

- **Operational objectives** of European federalist sections and interregional alliances :
- Consolidate interregional alliances among EFs sections and enlarged reach of audiences.
 - Consolidate flow of new ideological input.
 - Extend external networking and willingness by third parties to cooperate with EFs.
 - Start branding of EFs image.
- **Priorities** for European federalist sections, antennas and interregional coordination:
- Adapt organisational set-up in order to cope with extra workload.
 - Get sections, and interregional alliances operate by joint programmes.
 - Start up larger scale interregional campaigns.
 - Start up proper communication with specific target audiences.
 - Adjust operational objectives to new input.
 - Develop think tanks and complete training schemes.
 - Develop a full set of joint operational objectives, messages and communication plan.
- **Messages** conveyed to the public (not yet an operational formulation):
- Federalism is the only suitable political system for Europe.
 - Federalism has a great potential of beneficial effects.
 - Europe is a safeguard of prosperity, peace and effectivity.
 - Europe enables future-oriented development.
 - Europe is the right answer to globalisation.
 - People should safely 'feel at home' in a federal Europe.

- People should support European values (democratic system with free expression and participation, human rights and the rule of law).

In phase 3: federal stage (start estimated 2024)

- **Operational objectives** of EFs sections and interregional alliances :

- EFs capable of launching large scale campaigns.
- EFs capable of reaching larger target groups.
- EFs able to influence political agenda.
- EFs are being accepted as representing the European federalist ideology.
- EFs ideology acknowledged as the right alternative to Nation State thinking.

- **Priorities** for EFs sections and interregional alliances :

- Adapt organisational set-up in order to cope with extra workload.
- Implement a truly interregional cooperation model between (almost) all sections
- Professionalize differentiated communication process.
- Get professional and/or academic advice on concept and implementation of joint interregional campaigns.
- Identity building in larger parts of public opinion, through improved public spirit and ownership campaigns.

- **Messages** to the public (not yet an operational formulation):

- European constitution is a safeguard of future development.
- European constitution is a warrant of equitable European public interest.
- True popular participation and adapted communication (top-down and bottom-up) should make people feel better at ease about Europe.
- Public debate should create deeper ownership and would reduce number of misperceptions.
- People's participation should reduce anxiety and suspicion in Europe.

Evaluation of various audiences

a-b-c: three vertical columns comparing motives, assumptions and ideas

	<i>Motives of EFs</i>	<i>Assumptions of EFs</i>	<i>Ideas of EFs</i>
a. Purpose of communication by EFs			
a1 Top politicians/experts	show alternative of EFs	show alternative of EFs	catch attention
a2 Skilled general public	show alternative of EFs temper prejudices	show alternative of EFs gen.& personal interest	Europe of the citizens oppose populism
a3 Unskilled general public	lower alienation temper prejudices	gen. & personal interest temper prejudices	Europe of the citizens oppose populism
b. Knowledge, receptivity resp. acceptance			
b1 Top politicians/experts	familiar with can understand reasonably rational possibly interested	not familiar with can understand reasonably rational possibly interested	unknown can understand reasonably rational hard to possibly convinceable
b2 Skilled general public			

hardly knowledgeable takes little effort fairly irrational little attention	unknown takes little effort fairly irrational little attention	unknown takes little effort fairly irrational hard to catch attention/suspicion
--	---	--

b3 Unskilled general public

knows nothing understands almost nothing irrational suspicion/prejudices	knows nothing understands almost nothing irrational suspicion/prejudices	knows nothing understands almost nothing irrational suspicion/too difficult
---	---	--

c. Interest of each target group in the European integration

c1 Top politicians/experts

little	little	possibly
--------	--------	----------

c2 Skilled general public

possibly	little	possibly
----------	--------	----------

c3 Unskilled general public

none	none	none
------	------	------

d. Levers of communication by EFs

	<i>Chance of effect</i>	<i>When?</i>	<i>Frequency</i>	<i>Focus</i>
d1 Top politicians/experts direct contact	fairly limited	linked to current events	regular	high
d2 Skilled general public mass & social media	very limited	linked to current events	not regular	less
d3 Unskilled general publ mass media	very limited	linked to current events	irregular	vague

Multi-level interacting factors when formulating a thematic campaign

(repeated every year - formulated in this sequence)

Current situation

- Lack of political initiative by the European leaders (no sense of urgency).
- Waning consensus in public opinion on the European project and feeling of impotence.
- Part of people acknowledges need of reform at European level, but ignores why and how to proceed.
- Part of people is open to sectoral change, such as climate protection or human rights where mob-actions revert to broad principles.
- Part of public opinion claims more participation, deliberation and legitimacy in Europe.

Forthcoming political agenda of Europe

- April summit on immigration on proposals by the European Commission.
- June and October 2015 summits on the Four chairmen's report of December 2012 and the EP-Institutional Committee on the strengthening of the eurozone.
- A proposal by the European Commission on the energy policy for Europe.
- A proposal by the European Commission on the immigration and asylum policy for Europe.
- Brexit outcome in June 2016.
- Half-way assessment of multi-annual budget of the EU.

Current political objectives of EFs

- Solve the Greek crisis as an example of good governance.
- Create in the eurozone a fiscal, social and political union.
- Stimulate and facilitate the convening of a constitutional assembly (convention) for Europe.
- Bring completion of the internal market in higher gear.

- Promote partial and progressive increase of joint action in foreign affairs and defense in Europe.

Themes for EFs

Which prioritarian themes serve the interests of people best?

- economic government and increased legitimation in the eurozone;
- convening a Constitutional Convention with an open agenda (mandate and objectives);
- simultaneous progress in defense and safety matters (protection of people);
- a European energy policy (dependency, networks and energy-mix);
- harmonizing and strengthening of the European immigration and asylum policy;
- go beyond the European treaty limits and do what is institutionally needed.

Warnings formulated by EFs

EFs give the target audiences to understand that:

- The sense of urgency applies to all policy domeinen.
- The polity in place impedes a gradual institutional reform.
- Small adjustments cannot meet current and future needs; political immobilism affects Europe; returning competences to the Nation States is not realistic; unresolved crises illustrate the need of deep reform.
- European civic values are the basis of forthcoming institutional reform(s).

Useful recommendations to EFs

- Above themes are too sizeable for EFs. Setting the right priorities is vital.
- Specific or technical communications should not often occur, unless for specific reasons.
- Communication by EFs should remain simple and surveyable and would avoid emotional overemphasis.

Voorlopige conclusies

‘Crisisperiodes zijn boeiend en gevaarlijk.

Boeiend omdat zij beweging brengen in het maatschappelijk denken en handelen.

Gevaarlijk omdat zij een dankbare voedingsbodem vormen voor irrationele simplificaties’.

Hugo Schilz, ex-volksvertegenwoordiger (1981)

1. Communicatie hoort tot de **kern van de actie** van de Europese federalisten (EFn).
2. Vorm en inhoud van communicatie bepalen hun **doelbewuste imagovorming**.
3. De inhoud van de boodschap van de EFn weerspiegelt de **strategie en de deelplannen** in elke fase van het assimilatieproces door de doelpublieken.
4. Een **gedifferentieerde communicatie** door de EFn laat toe effectiever te communiceren met specifieke doelgroepen.
5. De EFn moeten zich ervan bewust zijn dat het presenteren van hun gedachtegoed aan derden, teneinde hun gedachtegoed te helpen realiseren, het gevaar inhoudt dat de

boodschap en hun project kunnen worden afgezwakt of grondig gewijzigd.

6. Een **abstracte gedachteformulering** spreekt niemand aan.
7. Een louter **negatieve boodschap** is géén boodschap op het politieke forum.
8. De EFn brengen een boodschap die aansluit bij de **leefwereld van hun doelpubliek**.
9. In een wereld met overaanbod aan informatie is **beknoptheid** de regel om de aandacht vast te houden en opdat de boodschap zou worden begrepen.
10. Feitelijke informatie wordt snel vergeten. **Emoties** helpen te herinneren. Verhalen over personen blijven langer hangen.
11. Om de specifieke gedachtewereld van de EFn te actualiseren, te verdiepen en duidelijk over te brengen is er een **systematische inspanning** nodig.
12. De EFn moeten een toegankelijke (elektronische), **geactualiseerde en duidelijke gedachtelijn** beschikbaar stellen. Nuancering en verschillen mogen worden getoond
13. **Kleine maar doelbewuste stappen** kunnen reeds voor een grotere impact van de communicatie van de EFn zorgen.
14. EFn moeten hun waarden behouden. Communicatie kan worden **aangepast**.
15. Een inclusieve aanpak, dank zij een sterke interne interactie, moet de werkmethode worden. Dit doel kan met een **stappenplan** worden bereikt die aansluit bij een geformuleerde en geaccepteerde strategie/tactiek
16. EFs should **not only formulate positions on policy matters**. Content should be present in a well-balanced manner.

Waar staan de Europese Federalisten voor?

De Europese federalisten (EFn) treden op als een voorhoede, die een nieuw maatschappijproject en een project voor een politieke democratische en federale unie delen. Dit geformuleerde project is gericht op de toekomst en de instandhouding van welvaart en welzijn van de bevolking in een eendrachtig Europa, dat zijn rechtmatige plaats inneemt op de internationale scene. De Europese federalisten verbinden aan de toekomst volgende boodschappen: geen Europa zonder federalisme en geen democratie zonder Europese federatie. Het intergouvernementalisme moet worden vervangen door een hechte Europese federatie die de legitieme verwachtingen van de bevolking in Europa kan inlossen, vooral de eurogroep. Europa is veel meer dan een economisch concept. Een economische, sociale, fiscale en begrotingsunie moeten worden geïntegreerd in één politiek en democratisch besturingssysteem, althans in de voorhoede groep.

Wat is ESIC ?

Opgericht in 1963 te Antwerpen door Europese federalisten, na twee succesvolle campagnes van de Vrije Europese Verkiezingen door het Congres van het Europese Volk (een initiatief van Altiero Spinelli). ESIC vervult verschillende functies: bibliotheek en documentatiecentrum over de

Europese integratie, publiceert twee publicaties: ESIC Nieuwsbrief (c) (een retrospectief van het Europese nieuws en een opiniestuk door ESIC - 4 x jaar), en themanummers in de Reeks 'Welk Europa?' (c) (2 x jaar), activiteiten in samenwerking met hoger onderwijsstudenten, jongvolwassenen en volwassenen, zoals voor 'Café-Europa' (c) en de jaarlijkse cyclus 'Federalisme, Democratie, Europa' (c). Educatieve activiteiten en het verstrekken van gratis begeleiding, ondersteuning en advies. ESIC organiseert vorming en debatten. ESIC heeft een eigen website www.europadebat.be.

Reeks 'Welk Europa?'

De publicaties in de Reeks 'Welk Europa?' zijn **beschikbaar in het Nederlands en/of het Engels**. Te raadplegen op: www.europadebat.be onder ESIC/Publicaties.

- nr 41: 'De Europese federalisten geconfronteerd met zichzelf' (c), 2010
- nr 42: 'De Europese federalisten confronteren Europa met hun project' (c), 2010
- nr 43: 'Hoe kunnen Europese federalisten hun project ontwikkelen?' (c), 2011
- nr 44: 'Welk Europees federalisme?' (c), 2011
- nr 45: 'Voorstellen om het Europese project te doen vorderen' (c), 2012
- nr 46: 'Welk maatschappijmodel leidt tot welk politiek project voor Europa?' (c), 2012
- nr 47: 'Hoe communiceren?' (c), 2013
- nr 48-49: 'Twaalf visies voor een federaal Europa' (c), 2013
- nr 50: 'Welke weg naar de toekomst?' (c), 2014
- nr 51: 'Welke politieke visie voor Europa trekt u aan?' (c), 2014
- nr 52: 'Welk conceptueel kader voor een post-nationale Europese federatie?' (c), 2014.
- nr 53: 'Which strategy for UEF?' (c), 2015 (enkel in het Engels)
- nr 54: 'Which strategy by UEF?' ©, (2015) (part 2)
- nr 55: 'A differentiated integration: a necessity', © (2015) (in English only)
- nr 56: 'A narrative for European federalists', © (2015) (in English only)

As from number 57 consolidated (substitute) texts will be published under following titles :

- nr 57: '
- nr 58: '
- nr 59: 'How should European federalists communicate?', © (2016)
- nr 60: 'The features of a Federal Union', © (2016)