



Brüssel, 1.12.2016
COM(2016) 525 final

**KOMISJONI ARUANNE EUROOPA PARLAMENDILE, NÕUKOGULE, EUROOPA
MAJANDUS- JA SOTSIAALKOMITEELE NING REGIOONIDE KOMITEELE**

**Euroopa arenguaasta (2015) rakendamine,
tulemused ja üldine hinnang**

{SWD(2016) 286 final}

KOMISJONI ARUANNE EUROOPA PARLAMENDILE, NÕUKOGULE, EUROOPA MAJANDUS- JA SOTSIAALKOMITEELE NING REGIOONIDE KOMITEELE

Euroopa arenguaasta (2015) rakendamine, tulemused ja üldine hinnang

1. SISSEJUHATUS

1.1. Taust: 2015. aasta kui Euroopa arenguaasta

Euroopa arenguaasta oli esimene välissuhetele pühendatud Euroopa aasta¹. See oli oluline aeg tähtsate rahvusvaheliste poliitiliste otsuste jaoks: aastatuhande arengueesmärgid asendati säästva arengu eesmärkidega säästva arengu tegevuskava 2030 raames, mis võeti vastu ÜRO Peaassamblees 2015. aasta septembris. Oluline läbimurre saavutati 2015. aasta juulis, kui lepidi kokku Addis Abeba tegevuskavas, milles käsitletakse üleilmset säästva arengu rahastamise raamistikku. Peale selle võttis 195 riiki 2015. aasta detsembris Pariisis toimunud ÜRO kliimamuutuste konverentsil (COP21) vastu esimese õiguslikult siduva üleilmse kliimakokkuleppe.

Sel taustal koordineeris Euroopa Liit uuenduslikku arenguteemalist teavituskampaaniat, mille eesmärk oli tuua nimetatud üleilmsed otsused lähemale Euroopa kodanikele ja nende igapäevaelule. Kampaania võimalikult suure kaasavuse tagamiseks korraldati ettevalmistavaid konverentse. Kõik partnerid – k.a liikmesriigid, ELi institutsioonid, rahvusvahelised organisatsioonid, kodanikuühiskond ja erasektor – nõustusid, et kampaania peaks andma eri sidusrühmadele võimaluse pühitseda arengu valdkonnas tehtavat koostööd.

1.2. Eesmärgid ja põhimõtted

Euroopa Parlamendi ja nõukogu otsuses nr 472/2014/EL Euroopa arenguaasta (2015) kohta² (edaspidi „arenguaasta otsus“) nimetatakse kolm eesmärki:

- a) teavitada liidu kodanikke liidu ja selle liikmesriikide arengukoostööst, juhtides tähelepanu tulemustele, mida liit on ülemaailmsel tasandil tegutsedes saavutanud, ning seda, et ta püüab jätkuvalt mängida juhtrolli arengukoostöö valdkonnas kooskõlas loodava 2015. aasta järgse raamistikuga;
- b) soodustada liidu kodanike ja sidusrühmade otsest osalemist arengukoostöös, kriitilist mõtlemist ja aktiivset huvi selle vastu, osalemist poliitika kujundamises ja elluviimises ning
- c) suurendada mitte ainult abisaajate, vaid ka liidu kodanike hulgas teadlikkust sellest, et liidu arengukoostöö on kasulik, saavutada poliitikavaldkondade arengusidususe laiem mõistmine ning edendada Euroopa ja arenguriikide kodanike

¹ Euroopa aastad on alates 1983. aastast olnud pühendatud konkreetsetele teemadele, et stimuleerida debatti ja dialoogi riikide sees ja vahel.

² <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32014D0472>

arusaama ühisest vastutusest, solidaarsusest ja võimalustest muutuvast ja üksteisest üha rohkem sõltuvas maailmas.

1.3. Euroopa arenguaasta vahendid

Kampaania jaoks kasutusele võetud rahalised vahendid moodustasid kokku 10 579 345,11 eurot³.

Sissemaksed kampaaniaga seotud Euroopa Liidu liikmesriikide riiklikesse tööprogrammidesse moodustasid 5 268 613,31 eurot; CONCORD (kodanikuühiskonna allianss) sai 938 639,50 eurot; 170 258,55 eurot investeeriti 2014. aastal teavituskampaania strateegia väljatöötamiseks; 3 451 833,75 eurot eraldati strateegia rakendamiseks, 500 000 eurot täiendava abipersonali ajutiseks palkamiseks ning 250 000 eurot kulus välisele hindamisuuringule.

1.4. Teabevahetuse- ja partnerluspõhine lähenemisviis

Euroopa arenguaastal oli Euroopa Komisjoni ja muude ELi institutsioonide jaoks prioriteediks ettevõtjate teabevahetus. Et aasta sõnum jõuaks laia auditooriumini, moodustati institutsioonidevaheline töörühm,⁴ samal ajal, kui komisjoni talituste vaheline töörühm tagas järjekindla teavitamise, milles pandi rõhku arengupoliitika sidususele. Koordineerimishooldused töörühmadega olid üliolulised teabevahetuseks, arenguaasta teabematerjalide koostamiseks ja avalike mõttevahetuste korraldamiseks.

Komisjon ja osalevad liikmesriigid moodustasid uue võrgustiku⁵. Brüsselis korraldati kuus õpikoda, et tuua osapooled kokku ja töötada välja meetodid arengu teemalise teabevahetuse edendamiseks Euroopa tasandil. Kõik osalejad on kindlalt pühendunud selle raamistiku säilitamisele.

Institutsioonidevälised partnerlused kampaania raames aitasid kampaaniat mitmekesistada ja seda dünaamilisemaks muuta. Euroopa arenguaasta ümber moodustus koalitsioon rahvusvahelistest organisatsioonidest, kohalikest ametiasutustest, kodanikuühiskonna rühmadest ning erasektori, teadusringkondade ja noorteorganisatsioonide esindajatest.

1.5. Eurobaromeetri arenguteemalise uuringu tulemused

Viidi läbi kaks Eurobaromeetri uuringut,⁶ üks kampaania alguses ja teine selle lõpus. Nende eesmärk oli hinnata avalikkuse arvamusi arenguteemade kohta ja tuvastada nende võimalikud muutused aasta jooksul. Eurobaromeetri 2016. aasta arenguteemaline uuring näitas arengut toetavate kodanike osakaalu selget kasvu (85 %-lt 89 %-le) ja kinnitas, et Euroopa avalikkus oli saanud teadlikumaks uutest säästva arengu eesmärkidest, arvestades, et 36 % küsitletutest väitis, et olid neist

³ Vahendid eraldati järgmiste otsustega: C/2013/8977; C/2013/9197; C/2014/5179; C/2015/4689.

⁴ Nendel osalesid Euroopa Komisjoni talituste, Euroopa välisteenistuse, samuti nõukogu, Euroopa Parlamendi, Regioonide Komitee, Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomitee ning CONCORDi esindajad.

⁵ Kirjutati alla 25 riiklikku tööprogrammi, kuid regulaarsetes õpikodades osalesid kõik ELi liikmesriigid.

⁶ Eurobaromeetri eriuuring nr 421 (2015) „Euroopa arenguaasta – kodanike vaated arengule, koostööle ja abile“: http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_421_en.pdf ; Eurobaromeetri eriuuring nr 441 (2016) „Euroopa arenguaasta – kodanike vaated arengule, koostööle ja abile“: http://ec.europa.eu/europeaid/sites/devco/files/sp441-devco-report-final_en.pdf

kuulnud või lugenud. Euroopa arenguaasta puhul näitas Eurobaromeetri uuring aasta lõpuks esialgse 12 % tunnustamise määra (jaanuar 2015) 50 % kasvu.

2. RAKENDAMINE DETSENTRALISEERITUD TASANDIL

Arenguaasta otsuses kinnitati arengu laialdase toetamise vajadust, kuna „peamine vastutus kodanike teadlikkuse suurendamisel arenguküsimustes lasub liikmesriikidel“⁷. Samal ajal jõuti konsensusele mitmepoolse partnerluse olulisuses selleks, et liikmesriigid suudaksid saavutada Euroopa aasta eesmärged⁸.

2.1. Koostöö ELi liikmesriikidega

Koostöö ELi liikmesriikidega sai kampaania nurgakiviks arenguküsimustega tegelevate teabekorraldajate võrgustiku loomisel. 25 liikmesriiki rakendasid Euroopa arenguaasta riikliku tööprogrammi. Arenguaasta pakkus võimalust keskenduda aastatuhande arengueesmärkide ja säästva arengu tegevuskava (2030) tulemustele ning suurendada huvi arenguküsimuste vastu ja kaasatust neisse. Kõigis liikmesriikides kokku toimus 3 828 üritust 1 923 240 osavõtjaga.

Korraldati mitmesuguseid üritusi alates erilistest arengupäevadest, kultuurisündmustest ning tele- ja raadiosaadetest kirjandus-, foto- ja videovõistluste, konverentside ja õppeüritusteni. Euroopa Parlamendi infobürood korraldasid liikmesriikides 35 arenguteemalist üritust, seminari ja debatti, milles paljudel juhtudel osalesid Euroopa Parlamendi liikmed.

Erilist rõhku pandi noortele suunatud haridustegevusele. Komisjon koostas arenguteemalise õppevahendite komplekti koos õpetaja käsiraamatuga, 12 õppekava ning viktoriiniraamatu 23 ELi keeles⁹. Nimetatud õppematerjalid jagati haridusministeeriumide kaudu välja haridusasutustele, enamasti keskkoolidele, aga ka ülikoolidele ja õpetajate liitudele. Mitmed liikmesriigid määrasid ametisse riiklikud esindajad, kelle populaarsus aitas kampaanial jõuda laiemate rahvahulkadeni.

Kõigis liikmesriikides loodi partnerlus meedia ja pressiga; kokku toetas kampaaniat 45 sellist partnerlust, pakkudes häid näiteid tööst noore publikuga – eelkõige Iirimaa, Hispaanias ja Austrias.

Hea uudis Euroopa jaoks – eriline päev

Komisjon toetas tihedas koostöös Taani valitsusvälise organisatsiooniga *World's Best News* erilisi Euroopa arengupäevi 19 liikmesriigis, et levitada positiivseid sõnumeid ELi arengukoostöö ja partnerriikide edusammude kohta¹⁰.

Sündmuse tähistamiseks anti välja kõigis ELi keeltes eriajaleht trükiarvuga 250 000. Arenguaasta sõnumit aitas levitada ajalehe jaotamine vabatahtlike kaudu, enamikul juhtudel koostöös partneritega erasektoris. Euroopa arengupäevi korraldati sageli koos ülemaailmsete päevade või muude riiklike sündmustega.

⁷ Otsus nr 472/2014/EL. Link: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ET/TXT/?uri=CELEX%3A32014D0472>

⁸ Samas.

⁹ <https://europa.eu/eyd2015/et/content/teachers-corner>

¹⁰ Osalenud ELi liikmesriigid olid Austria, Bulgaaria, Hispaania, Iirimaa, Itaalia, Luksemburg, Läti, Malta, Portugal, Prantsusmaa, Rumeenia, Saksamaa, Slovakkia, Sloveenia, Soome, Tšehhi Vabariik, Ungari ja Ühendkuningriik.

2.2. Koostöö kodanikuühiskonnaga ning arenguhariduse ja teadlikkuse suurendamise (DEAR) programm

Euroopa kodanikuühiskonna allianss, mida juhib CONCORD, kasutas arenguaastat kui võimalust edendada ELi kodanike hulgas kriitilist arutelu globaalse õigluse teemal ja kaasata neid selliste küsimustega aktiivselt tegelema. 15 kuu jooksul sai 17 väiksemat projekti CONCORDilt alltoetusi ja need viidi ellu 20 Euroopa riigis, kus nende mõju jõudis 17 miljoni inimeseni kohalikul, riiklikul, Euroopa ja globaalsel tasandil. 2015. aasta lõpus avaldas CONCORD poliitilised soovitus¹¹.

Kodanikuühiskond osales kampaanias ka selle kaudu, et DEARi toetusesaajad kõigis 28 liikmesriigis võtsid Euroopa arenguaastat arvesse oma 2015. aasta programmides. Selle tulemuseks olid fotonäitused ja -võistlused, filmi- ja muusikafestivalid, kirjandusvõistlused, arenguteemalised suvelaagrid, näitused, kultuurisündmused ja õpetajate foorumid.

2.3. Rahvusvahelisel areenil: koostöö rahvusvaheliste organisatsioonidega

Olulist osa kampaanias mängisid ÜRO ja Maailmapank, kes andsid oma panuse veebisaiti ja sotsiaalmeediasse ning aitasid levitada teavet kampaania kohta nii liidu sees kui ka väljaspool. Eriti hinnatavat koordineerivat rolli mängis kogu aasta kestel ÜRO Euroopa piirkondlik teabekeskus (UNRIC). 15 ÜRO asutust avaldas artikleid, lugusid ja sündmustekuulutusi Euroopa arenguaasta veebisaidil ning aitas hallata arenguaasta sotsiaalmeedia kontosid.

Paljude ühisürituste hulgas olid noorte kohtumine ÜRO peasekretäri Ban Ki-mooniga, ÜRO päev Grand Place'il, Ciné-ONU linastused ning säästva arengu eesmärke käsitletud konverents „Quinzaine de la Solidarité internationale“ raames. Kõik need üritused toimusid Brüsselis. Maailmapank toetas arenguaasta kampaania raames arengukoostöö alaseid rahvusvahelisi konverentse „*Osalus. Koostöö. Kogemuste jagamine*“ (Leedus) ja „*Naiste majandusliku mõjuvõimu suurendamine 2015. aasta järgse arenguraamistiku kaudu*“ (Poolas).

2.4. Erasektori pühendumus

Aasta jooksul loodi 20 uut partnerlust erasektoriga.

Erasektor kasutas arenguaasta sümboolikat ja muid materjale omaenda teavitamiseesmärkidel, sh üritustel, ajakirjades ja infolehtedel, mida jagati koostööd teinud äriühingute/ühenduste võrgustiku kaudu. Näiteks olid arenguaasta sõnumite saajateks 160 000 põllumajandustööstuse ühenduses Cooperative Europe osalevat Euroopa ettevõtet ja 10 000 Euroopa ettevõtjate ühenduse CSR Europe liikmesettevõtet energeetikasektoris.

3. RAKENDAMINE TSENTRALISEERITUD TASANDIL

Tegutsedes kaasavuse ja ühisvastutuse vaimus, mängis Euroopa Komisjon koostöös muude ELi institutsioonidega kampaania juhtimises kesksel koordineerivat rolli.

¹¹ http://concordeurope.org/wp-content/uploads/2015/12/Policy_RecommendationEYD2015_Civil_Society_Alliance-1.pdf?1d6b43

3.1. Kampaania teabematerjalid

Internetis Euroopa arenguaasta veebisaidil oli kättesaadav kampaania igakülgne teavituskomplekt, mille enamik materjale olid tõlgitud 23 ELi keelde. Materjalide hulgas olid: kaks Euroopa arenguaasta videot; raadioreklaamlõik; 52 „Nädala lugu“; igakuine infoleht; igakuised temaatilised teabelehed ja teabegraafikud; arenguaasta temaatilised plakatid; PowerPointi esitlused; kaks numbrit ajalehte „EYD2015-World's Best News“ („Euroopa arenguaasta – maailma parimad uudised“); arenguaasta õppevahendite komplekt; täielik visuaalsete sümboolika komplekt; fotopank; rullplakatite mallid; piiratud arv reklaamkinke; ning pärast aasta lõppu laialt levitatud kõvakaaneline raamat kõigi „Nädala lugudega“. Euroopa Parlament valmistas arenguaasta jaoks ette oma kampaania teavituskomplekti.

Kampaania visuaalse identiteedi tugevdamiseks oli hädavajalik arenguaasta graafiline esitus. Peale selle oli selleks, et partnerid saaksid paremini edastada sõnumit konkreetse teema, sündmuse või huvivaldkonna kohta, kasu „teemakuudest“¹² (aasta igale kuule omistatud põhiteema).

3.2. Tähelepanu keskmes on noored

Arenguaasta otsuse kohaselt on peamiseks sihtauditooriumiks noored. Paljud Euroopa Komisjoni, muude ELi institutsioonide ja liikmesriikide korraldatud üritused olid suunatud noortele. Sealhulgas valiti üle kogu maailma 12 noort liidrit kõnelema kõrgetasemelistel paneelaruteludel Euroopa arengupäeval 2015. aasta juunis. Samas vaimus korraldati mais Brüsselis toimunud Bozari raames interaktiivne debatt noorte esindajate ja ÜRO peasekretäri Ban Ki-mooni vahel 2015. aasta järgse tegevuskava ja noorte rolli teemal. Sündmus striimiti veebis ja rohkem kui 10 miljonit inimest kasutas oma Twitteri-sõnumites temaviidet #AskBanKimoon.

Maailma juhtivad mõtlejad arutasid arenguküsimusi Kapuściński arenguteemaliste loengute raames, mille korraldasid ühiselt Euroopa Komisjon ja ÜRO Arenguprogramm. Kampaania käigus toimus igas liikmesriigis vähemalt üks Kapuściński arenguteemaline loeng, milles osalesid riigi juhtivad ülikoolid ja sellised kõnelejad nagu Thomas Piketty, Julia Gillard, Dani Rodrik ja Carl Bildt, kes pidasid innustavaid loenguid.

Unikaalses koostöös ühe populaarse noore blogijaga valmistati Euroopa arenguaasta videoesitlus. Sellest videoesitlusest sai rahvusvahelise koostöö ja arengu peadirektoraadi (DEVCO) enim vaadatud audiovisuaalne väljaanne, mida vaadati YouTube'is 1 miljon korda, Facebookis 6 073 539 korda ning kinos nägi videoesitlust 335 389 inimest.

3.3. Olulised sündmused, suur nähtavus ning eesmärkide ja meetmete mitmekesisus

Algus- ja lõputseremoonial (vastavalt Lätis ja Luksemburgis) osalesid komisjoni kolleegium ja kahe eesistujariigi poliitiline juhtkond. 2015. aasta märtsis toimus

¹² 12 kuuteemat olid: Euroopa maailmas (jaanuar); Haridus (veebruar); Naised ja tüdrukud (märts); Tervishoid (aprill); Rahu ja julgeolek (mai); Säätav keskkonnahoidlik majanduskasv, inimväärsed töökohad ja ettevõtjad (juuni); Lapsed ja noored (juuli); Humanitaarabi (august); Demograafia ja ränne (september); Toiduga kindlustatus (oktoober); Säätav areng ja kliimameetmed (november); Inimõigused ja valitsemistava (detsember).

spetsialistide ja sidusrühmade osalusel soolise võrdõiguslikkuse konverents, et analüüsida ebavõrdsust nii Euroopas kui ka mujal. Euroopa päeval 9. mail 2015, mille peateemaks oli Euroopa arenguaasta, külastas rohkem kui 30 000 kodanikku lahtiste uste päeval ELi institutsioone.

Arenguaastat propageerisid ELi institutsioonid ka Brüsselis toimunud 20K jooksul ja Euroopa Parlamendi hoone siseväljakut kaunistas terve aasta suur arenguaasta logoga plakat. Peale selle integreeriti arenguaasta Euroopa Parlamendi Euroscola programmi, mille raames võeti 2015. aasta veebruaris Strasbourgis vastu tuhandeid 16–18aastaseid õpilasi. Euroopa Parlamendi külalisfotograafide võistlus põhines arenguaasta kuuteemadel ja võitnud fotod pandi 2015. aasta novembris näitusele Bronisław Geremeki nimelisele agoraale Euroopa Parlamendi hoones Strasbourgis. Samuti oli Parlamentariumis maist novembrini fotonäitus „Family Meal“ („Perekonna söömaaeg“).

Euroopa arenguaasta kampaania oli esindatud aasta peamistel rahvusvahelistel sündmustel: Pariisis toimunud COP21 konverentsil oli arenguaasta eristend ning ÜRO Peaassamblee korraldas New Yorgis 2030. aasta tegevuskava vastuvõtmise puhul Kapuściński arenguteemalise loengu.

Kampaania oli esindatud Milanos EXPO 2015 ELi paviljonis, kus arenguaasta sümbolika oli Expo toitumise teema (*Planeedile toidu ja eluks vajaliku energia tagamine*) kõrval hästi nähtav.

Arenguaasta mängis aktiivset rolli ka ÜRO 70. aastapäeva tähistamisel 25. oktoobril 2015 suure väljapanekuga Brüsseli Grand Place'il, mida külastas umbes 5 000 inimest.

3.4. Koostöö ELi delegatsioonidega: lugude aasta

Lugude jutustamine oli kampaania keskne element. ELi delegatsioonid valmistasid ette rohkem kui 150 lugu, mis näitavad ELi arengu tuntavat mõju partnerriikide inimeste elule. Lugudes oli ühendatud lihtne keel vastupandamatute, esmaallikast pärinevate narratiivide ja oluliste faktidega ELi arenguabi positiivsete tulemuste kohta. Parimad lood valiti välja kampaania seeriasse „Nädala lugu“, tõlgiti 23 keelde, avaldati veebisaidil ja levitati sotsiaalmeedias. Enamik muudest lugudest avaldati nende algkeeles.

Võttes arvesse lugude kvaliteeti ja saadud julgustavat tagasisidet, avaldati kõik „Nädala lood“ eraldi raamatuna. Raamatut „*Euroopa arenguaasta: lugude aasta*“¹³ levitati lõputseremoonial Luxembourgis ning Euroopa Komisjoni esinduste, Europe Directi teabekeskuste ja ELi delegatsioonide poolt 23 keeles.

3.5. Kampaania innovaatiline veebisait

Arenguaasta veebisait on platvorm, mis pani aluse uutele suhetele ELi ja arengupartnerite vahel ning võimaldas interaktiivset suhtlemist. Kuigi selle lõi ja seda haldas komisjon, andis see partnerorganisatsioonidele sisu suhtes täieliku toimetamisvabaduse. Rohkem kui 200 akrediteeritud partneril oli vaba võimalus postitada teavet enda ja sündmuste kohta, lugusid ja muud teavet nende valitud

¹³ http://ec.europa.eu/europeaid/year-stories-european-year-development-2015_en

keeles. Nende hulgas oli 24 liikmesriiki, 30 rahvusvahelist organisatsiooni, 137 kodanikuühiskonna, valitsusvälist või valitsusorganisatsiooni ja 9 erasektori ettevõtjat.

Sotsiaalmeedia haldamine

Töö sotsiaalmeedia – Facebooki ja Twitteriga¹⁴ – oli nii arenguaasta edu kui ka investering tulevastesse kampaaniasse internetis. Registreeriti rohkem kui 330 000 teemaviite #EYD2015 (Euroopa arenguaasta) kasutamist. Teemaviitele #EYD2015 enim tähelepanu tõmmanud sündmus oli DEVCO sotsiaalmeedia kontode ülevõtmine noorte poolt 2015. aasta oktoobris.

Üks olulistest edusammudest oli arenguaasta suhtlusmeedia kontode haldamine eri partneri poolt 2015. aasta igal nädalal, kusjuures nõudmine haldamisvõimaluse järele oli suurem kui nädalate arv aastas. Kaashaldajaid oli igalt avalikult elualalt, erasektori ettevõtjatest valitsusväliste organisatsioonideni. Kaashaldamise tulemuseks oli mitmekesine sisu, mis võimendas olemasolevaid võrgustikke ja lõi uusi partnerlusi.

3.6. Meediatöö

Kampaania oluline osa oli meedia tähelepanu juhtimine arengukoostööle. Tagatud oli arenguaasta laialdane kajastamine ELi kvaliteetmeedias. Avaldati arvukalt põhjalikke artikleid, millest mõnes kasutati ka aasta juhtlauset. Kokku nimetati arenguaastat 3 914 artiklis. DEVCO teavitas kampaaniast regulaarselt ajakirjanikke, korraldades pressiseminare ja briifinguid. Kampaania raames korraldati pressireis Tansaaniasse, et keskenduda COP21 eel kliimamuutusele.

4. ARENGUAASTA 2015 PÄRAND JA JÄRELMEETMED

Euroopa arenguaasta tulemuseks olid tugevamad partnerlused arenguteemalise teabevahetuse valdkonnas. Komisjon jätkab arengukoostöö teema lähendamist Euroopa kodanikele.

4.1. Arenguaasta pärand

Euroopa Parlament, nõukogu ja komisjon kirjutasid 9. detsembril 2015 Luxembourgis toimunud eritseremoonial alla ühisdeklaratsioonile Euroopa arenguaasta kohta¹⁵. Ühisdeklaratsioon sisaldas järgmisi elemente:

- **Tuginetakse partnerlustele ja kaasatakse uusi sidusrühmi väljastpoolt arengukoostöö kogukonda.**

Liikmesriikide, parlamentide, piirkondade, kodanikuühiskonna, erasektori, piirkondlike ja kohalike omavalitsuste, teadusringkondade ning teadus- ja haridusasutustega Euroopa arenguaasta raames loodud võrgustikud on osutunud väga tõhusateks sünergia loomisel, ühismeetmete kokkuleppimisel ning saadud kogemuste jagamisel.

¹⁴ <https://twitter.com/eyd2015>

¹⁵ http://ec.europa.eu/europeaid/sites/devco/files/declaration-eyd2015_en.pdf

- **Kaasatakse noored.**

2030. aastani on endiselt tähtsal kohal jõupingutused haridussektoris, tagades kõigile õppijatele säästva arengu edendamiseks vajalikud teadmised ja oskused.

- **Keskendutakse inimestele.**

Inimeste igapäevaelu mõjutavate arengukoostöö ülemaailmsete väljakutsete ja jõupingutuste teadvustamise üheks populaarsemaks viisiks oli lugude jutustamine.

- **Tegutsetakse interaktiivselt.**

Säästva arengu tegevuskava (2030) väljatöötamisel kasutatud aktiivse osalemise põhimõttele tuginedes jääb endiselt väga oluliseks suhtlus sidusrühmade vahel ja sidusrühmadega.

- **Tuginetakse faktidele.**

Säästva arengu tegevuskava (2030) edule kaasa aitamisel täidab tähtsat rolli tulemuspõhine teavituskampaania.

- **Säilitatakse Euroopa arenguaasta vaimsus.**

Euroopa arenguaasta juhtlauset „*Meie maailm, meie väärikus, meie tulevik*” võib kasutada ka vahendina säästva arengu tegevuskava (2030) sõnumite edastamiseks.

4.2. Kokkuvõte

Komisjon tervitab Euroopa arenguaasta sõltumatu hindamise üldiselt positiivseid järeldusi,¹⁶ tunnistades samal ajal, et mõnda järeldust tuleb vaadelda, võttes arvesse ette tulnud piiranguid andmete kogumisel ning asjaolu, et hindamine tugineb suurel määral nende sidusrühmade küsitlemisele, kes ise kampaaniat ellu viisid, mis viitab teatavale positiivsele kallutatusele.

Komisjon tervitab hindaja järeldusi eesmärkide ja meetmete *asjakohasuse* ja *vastastikuse täiendavuse* kohta. Euroopa arenguaasta ühendas endas ELi ja liikmesriikide panused, et tagada sobiva rõhuasetusega kampaania, mis aitas suurendada teadlikkust ning üldsuse ja eriti noorte teadmisi ja arusaamist. Lai eesmärgivalik ja sihtauditoorium aitas liikmesriikidel ja muudel partneritel kohandada oma sõnum paremini oma prioriteetidele ja huvidele, ehkki mõnel juhul oleks olnud Euroopa mõõtme rõhutamiseks asjakohane selgem teavitamine konkreetsetest poliitilistest sõnumitest. Komisjon märgib rahuldustundega, et lugude jutustamine muutis teavitamise arengu teemadel erinevate auditooriumide jaoks huvipakkuvamaks, ning et kampaania üritused – sh need, milles osalesid rahvusvahelised organisatsioonid –, täiendasid üksteist riikide ja Euroopa tasandil.

Komisjon võtab teatavaks omavahel seotud järeldused *tulemuslikkuse* ja *mõju* kohta. Ehkki ei tuvastatud põhjuslikku seost kampaania ja 2016. aasta Eurobaromeetri uuringu kohaselt arengut toetavate kodanike osatähtsuse suurenemise vahel, võib

¹⁶ Vt komisjoni talituste töödokument Euroopa arenguaasta rakendamise, tulemuste ja üldise hindamise kohta (SWD(2016)286).

tegevuse mahtu ja tõendeid uute auditooriumideni jõudmise kohta arvesse võttes põhjendatult arvata, et arenguaasta aitas suurendada avalikkuse ja poliitilist toetust arengukoostööle. Eriti edukas ELi tutvustamisel globaalse osalejana ning kodanike teavitamisel ELi ja liikmesriikide arengumeetmete kohta oli interneti- ja sotsiaalmeedia strateegia. Komisjon märgib, et veebisaidi ja sotsiaalmeedia kontode avamine partneritele oli tõhus viis kujundada partnerlusi, ning et seda oleks saanud kasutada varemgi. Hinnangus rõhutatakse ka kampaania ulatuslikku pressikajastust ja olulisemate osaliste tegevuse tõhusat koordineerimist.

Seoses arenguaasta ürituste *tõhususe, ühtsuse ja ELi lisandväärtusega* tõlgendati partnerlusmudelit tõhusa viisina jõuda arengukogukonnani – eelkõige arvamusiidrite, üldsuse ja noorteni. Komisjon märgib, et mõne partneri meelest olid seire ja aruandluse nõuded koormavad. Komisjon võtab teadmiseks hindaja arvamuse, et arenguaasta jaoks oleks võinud eraldada rohkem inim- ja rahalisi ressursse, ning esitab käesoleva aruande projektile eraldatud ressursside alusel, võttes arvesse rahaliste ja inimressursside piirangute laiemat konteksti.

Arenguaasta *jätkusuutlikkuse* kohta järeldatakse hinnangus, et kampaania pakkus sidusrühmadele võimaluse töötada välja uusi osalemisvorme, eelkõige lugude jutustamise, uute vahendite kasutamise või uute auditooriumidega suhtlemise õppimise kaudu. On loodud alus jätkusuutlike tulemuste jaoks, sh ühisdeklaratsiooni abil. Probleemiks on tagada, et arenguaasta loodud motivatsioon ja hoog säiliks, ning et eraldataks nõutavaid rahalisi ja inimressursse.

ÜRO säästva arengu tegevuskava (2030) uus globaalne raamistik, sh säästva arengu eesmärgid, nõuavad innovaatilisi ja kaasavaid kampaaniaid. Tulevaste kampaaniate puhul on kasu arenguaasta kogemustest ning välja töötatud ja rakendatud koostöövõrgustikest ja headest tavadest. Tänu Euroopa arenguaastale on EL märgatavalt suurendanud oma suutlikkust edastada Euroopa kodanikele teavet arengu teemadel.