

Bruxelles, 1.12.2016.
COM(2016) 525 final

**IZVJEŠĆE KOMISIJE EUROPSKOM PARLAMENTU, VIJEĆU, EUROPSKOM
GOSPODARSKOM I SOCIJALNOM ODBORU I ODBORU REGIJA**

**o provedbi, rezultatima i cjelokupnoj ocjeni
Europske godine za razvoj (2015.)**

{SWD(2016) 286 final}

IZVJEŠĆE KOMISIJE EUROPSKOM PARLAMENTU, VIJEĆU, EUROPSKOM GOSPODARSKOM I SOCIJALNOM ODBORU I ODBORU REGIJA

o provedbi, rezultatima i cjelokupnoj ocjeni Europske godine za razvoj (2015.)

1. UVOD

1.1. Kontekst: 2015. kao Europska godina za razvoj

Europska godina za razvoj bila je prva Europska godina¹ posvećena vanjskim odnosima. Određena je u značajnom trenutku velikih međunarodnih političkih odluka: milenijski razvojni ciljevi zamijenjeni su ciljevima održivog razvoja, kao dio Programa održivog razvoja do 2030. donesenog na Općoj skupštini Ujedinjenih naroda u rujnu 2015. Glavni napredak ostvaren je u srpnju 2015. kada je postignut dogovor o Akcijskom programu iz Adis Abebe o globalnom okviru za financiranje održivog razvoja. Konačno, na Konferenciji Ujedinjenih naroda o klimatskim promjenama (COP21) koja je održana u prosincu 2015. u Parizu, 195 zemalja donijelo je prvi univerzalni, pravno obvezujući globalni klimatski sporazum.

U pozadini tih događanja Europska unija pripremala je inovativnu komunikacijsku kampanju o razvoju kojoj je cilj bio približiti te globalne odluke europskim građanima i njihovu svakodnevnom životu. Organizirane su pripremne konferencije kako bi kampanju učinile što uključivijom. Svi partneri – uključujući države članice, institucije EU-a, međunarodne organizacije, civilno društvo i privatni sektor – složili su se da bi kampanja trebala predstavljati višedioničko obilježavanje razvojne suradnje.

1.2. Ciljevi i načela

Odlukom br. 472/2014/EU Europskog parlamenta i Vijeća o određivanju Europske godine za razvoj (2015.)² (dalje u tekstu „Odluka o Europskoj godini za razvoj”) utvrđena su tri cilja:

(a) informirati građane Unije o politikama razvojne suradnje i aktivnostima Unije i država članica, naglašavajući rezultate koje je Unija ostvarila u tom području kao globalni sudionik te predanost da i dalje zauzima vodeću ulogu u razvoju, u skladu s novonastalim okvirom nakon 2015.;

(b) potaknuti izravno sudjelovanje građana Unije i dionika u razvojnoj suradnji, uključujući oblikovanje i provedbu politike, te njihovo kritičko razmišljanje i aktivno zanimanje u pogledu toga i

(c) podići svijest o prednostima razvojne suradnje Unije ne samo za korisnike razvojne pomoći Unije, već i za građane Unije, postići šire razumijevanje

¹ Europske su godine od 1983. obrađivale posebne teme kako bi potaknule raspravu i dijalog unutar zemalja i među zemljama.

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

usklađenosti politika za razvoj te poticati osjećaj zajedničke odgovornosti, solidarnosti i mogućnosti među građanima u Europi i zemljama u razvoju u svijetu koji se mijenja i koji je međuovisan.

1.3. Financijska sredstva Europske godine za razvoj

Financijska sredstva odvojena za kampanju ukupno su iznosila 10 579 345,11 EUR³.

Doprinosi nacionalnim radnim programima država članica Europske unije koje su bile uključene u kampanju iznosili su 5 268 613,31 EUR; CONCORD (Savez civilnog društva) primio je 938 639,50 EUR; 170 258,55 EUR uloženo je u razvoj komunikacijske strategije kampanje 2014.; 3 451 833,75 EUR dodijeljeno je za provedbu strategije, 500 000 EUR za privremeno zapošljavanje dodatnog pomoćnog osoblja; 250 000 EUR doznačeno je za vanjsku evaluacijsku studiju.

1.4. Zajednički i partnerski pristup

Europska godina za razvoj bila je zajednički komunikacijski prioritet Europske komisije i ostalih institucija EU-a. Osnovana je međuinstitucijska radna skupina⁴ radi upoznavanja široke publike s Europskom godinom, a radna skupina službi Komisije osigurala je slanje sadržajnih poruka s naglaskom na usklađenosti politika za razvoj. Koordinacijski sastanci s radnim skupinama bili su vrlo važni za razmjenu informacija, izradu materijala za Europsku godinu za razvoj i organiziranje javnih rasprava.

Uspostavljena je nova mreža između Komisije i država članica sudionica⁵. U Bruxellesu je organizirano šest radionica kako bi se povezale sve provedbene strane i razvile metode za promicanje komunikacije o razvoju na europskoj razini. Svi sudionici odlučno žele održati tu mrežu.

Neinstitucijsko partnerstvo kampanje doprinijelo je njezinoj raznolikosti i dinamičnosti. Koalicija okupljena oko Europske godine za razvoj uključivala je međunarodne organizacije, lokalna tijela, skupine civilnog društva, privatni sektor, akademsku zajednicu i organizacije mladih.

1.5. Rezultati Eurobarometra o razvoju

Provedena su dva istraživanja Eurobarometra⁶, jedno na početku kampanje i jedno na kraju. Svrha je bila procijeniti javno mišljenje o razvojnim temama te pratiti promjene u tim stavovima tijekom godine. Istraživanje Eurobarometra o razvoju iz 2016. pokazalo je jasno povećanje omjera građana koji podupiru razvoj (s 85 % na 89 %) i potvrdilo da se europska javnost upoznala s novim ciljevima održivog razvoja, pri

³ Sredstva su izdvojena u skladu sa sljedećim odlukama: C/2013/8977; C/2013/9197; C/2014/5179; C/2015/4689.

⁴ Sudionici su bili predstavnici službi Europske komisije, Europske službe za vanjsko djelovanje, kao i predstavnici Vijeća, Europskog parlamenta, Odbora regija, Europskoga gospodarskog i socijalnog odbora te Europske konfederacije nevladinih udruga za potporu i razvoj (CONCORD).

⁵ Potpisano je dvadeset i pet nacionalnih radnih programa, ali sve su države članice sudjelovale u nekim redovnim radionicama.

⁶ Posebno istraživanje Eurobarometra 421 (2015.) „Europska godina za razvoj – što građani misle o razvoju, suradnji i potpori”: http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_421_en.pdf ; Posebno istraživanje Eurobarometra 441 (2016.) „Europska godina za razvoj – što građani misle o razvoju, suradnji i potpori”: http://ec.europa.eu/europeaid/sites/devco/files/sp441-devco-report-final_en.pdf

čemu je 36 % javnosti izjavilo da je čulo ili čitalo o njima. U odnosu na samu Europsku godinu za razvoj, od početne stope prepoznatljivosti od 12 % u siječnju 2015., ispitivanje Eurobarometra pokazalo je povećanje od 50 % do kraja godine.

2. PROVEDBA NA DECENTRALIZIRANOJ RAZINI

U Odluci o Europskoj godini za razvoj navodi se potreba za širom potporom razvoju jer je „primarna odgovornost za podizanje svijesti građana o razvojnim pitanjima i dalje na državama članicama”⁷. Istovremeno je postignut konsenzus o važnosti multilateralnih partnerstava za sposobnost država članica da ostvare ciljeve Europske godine⁸.

2.1. Rad s državama članicama EU-a

Suradnja s državama članicama EU-a postala je temelj kampanje pri uspostavljanju mreže sugovornika o razvoju. Dvadeset i pet država članica provelo je nacionalni radni program Europske godine za razvoj. Europska godina za razvoj pružila je mogućnost usmjerenja na rezultate milenijskih razvojnih ciljeva i Program održivog razvoja do 2030. te povećavanja interesa i angažmana u razvojnim pitanjima. U svim državama članicama EU-a zajedno održano je oko 3 828 događanja s ukupno 1 923 240 sudionika.

Organizirane su različite aktivnosti, od posebnih dana razvoja, kulturnih događanja, televizijskih i radijskih programa, do literarnih, fotografskih i video natjecanja, konferencija i obrazovnih događanja. Informacijski uredi Europskog parlamenta organizirali su 35 događanja, seminara i rasprava o razvojnim pitanjima u državama članicama, a u mnogim su slučajevima bili prisutni članovi Europskog parlamenta.

Poseban je naglasak stavljen na obrazovni rad usmjeren na mlade ljude. Komisija je sastavila obrazovni programski alat o razvoju s Priručnikom za učitelje, obrazovnim planom za 12 nastavnih sati i knjižicom s kratkim ispitom znanja na 23 jezika EU-a⁹. Ti obrazovni materijali distribuirani su putem ministarstava obrazovanja obrazovnim institucijama, većinom srednjim školama, ali i sveučilištima i učiteljskim sindikatima. Mnoge su države članice imenovale nacionalne izaslanike čija je popularnost bila ključna u povećanju dosega kampanje.

Partnerstva medija i tiska uspostavljena su u svim državama članicama; sveukupno je 45 takvih partnerstava podupiralo kampanju, i – posebno u Irskoj, Španjolskoj i Austriji – osiguralo neke uspješne primjere usmjerenja na mladu publiku.

Dobre vijesti za Europu – posebni dan

Komisija je usko surađivala s danskom nevladinom organizacijom World's Best News u potpori niza posebnih europskih dana razvoja proslavljenih u devetnaest država članica kako bi se proširile pozitivne poruke o razvojnoj suradnji EU-a i napretku postignutom u partnerskim zemljama¹⁰.

⁷ Odluka br. 472/2014/EU Poveznica: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/?uri=CELEX%3A32014D0472>

⁸ Vidjeti prethodnu bilješku.

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

¹⁰ Države članice koje su sudjelovale bile su Austrija, Bugarska, Češka, Finska, Francuska, Njemačka, Mađarska, Irska, Italija, Latvija, Luksemburg, Malta, Portugal, Rumunjska, Slovačka, Slovenija, Španjolska i Ujedinjena Kraljevina.

Za tu prigodu izrađene su posebne novine na svim jezicima EU-a s ukupnom nakladom od 250 000 primjeraka. Te su novine distribuirali dobrovoljci i u većini se slučajeva distribucija provodila u suradnji s partnerima iz privatnog sektora, što je povećalo doseg Europske godine. Europski dani razvoja često su organizirani povezano s međunarodnim danima kao što je Svjetski dan djelovanja za globalne ciljeve ili drugim nacionalnim prigodama.

2.2. Rad s civilnim društvom te program za obrazovanje i podizanje svijesti o razvoju (DEAR)

Europski savez civilnog društva, koji predvodi Europska konfederacija nevladinih udruga za potporu i razvoj (CONCORD), iskoristio je Europsku godinu za razvoj kao priliku za poticanje kritične rasprave i aktivno sudjelovanje u ostvarivanju globalne pravde među građanima EU-a. U razdoblju od 15 mjeseci, 17 manjih projekata primilo je potporu CONCORD-a i provedeni su u 20 europskih zemalja te tako doprli do približno 17 milijuna ljudi na lokalnoj, nacionalnoj, europskoj i globalnoj razini. Na kraju 2015. CONCORD je objavio brošuru s Preporukama politike¹¹.

Civilno društvo bilo je dodatno uključeno u kampanju zahtjevom za korisnike programa DEAR u svih 28 država članica da u svojim programima za 2015. uzmu u obzir Europsku godinu za razvoj. Rezultati su uključivali fotografske izložbe i natjecanja, filmske i glazbene festivale, literarna natjecanja, razvojne ljetne kampove, izložbe, kulturna događanja i nastavničke forume.

2.3. Na međunarodnoj sceni: rad s međunarodnim organizacijama

Ujedinjeni narodi (UN) i Svjetska banka igrali su važnu ulogu u kampanji svojim doprinosom *web*-mjestu, zajedničkim uređivanjem profila na društvenim mrežama i širenjem svijesti o kampanji unutar i izvan Unije. Regionalni informacijski centar za Europu pri Ujedinjenim narodima (UNRIC) imao je posebno važnu ulogu koordinatora tijekom cijele Europske godine. Petnaest agencija UN-a doprinijelo je slanjem članaka, priča i najava o događanjima na *web*-mjesto Europske godine za razvoj i zajedničkim uređivanjem profila na društvenim mrežama Europske godine za razvoj.

Mnoga zajednička događanja uključivala su susrete mladih ljudi s glavnim tajnikom UN-a Ban Ki-moonom u Centru za likovnu umjetnost Bozar u Bruxellesu, obilježavanje Dana Ujedinjenih naroda na središnjem trgu Grand Place u Bruxellesu, sudjelovanje na festivalu Ciné-ONU u Bruxellesu, i Konferenciju o ciljevima održivog razvoja u kontekstu programa „Quinzaine de la Solidarité internationale” u Bruxellesu. Međunarodne konferencije o razvojnoj suradnji pod nazivima „Uključi se. Suraduj. Podijeli iskustvo” (Litva) i „Unapređivanje gospodarskog osnaživanja žena pomoću razvojnog okvira za razdoblje nakon 2015.” (Poljska) imale su potporu Svjetske banke u kontekstu kampanje Europske godine za razvoj.

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

2.4. Razvoj privatnog sektora

Tijekom godine uspostavljeno je dvadeset novih partnerstava s privatnim sektorom.

Privatni je sektor iskoristio ilustracije i materijale za potrebe vlastite komunikacije, uključujući događanja, časopise i biltene koji su distribuirani putem mreža trgovačkih društava/udruženja s kojima surađuju. Na primjer, 160 000 europskih poduzeća koja sačinjavaju poljoprivredni savez Cooperative Europe i 10 000 tvrtki-članica udruženja za društvenu odgovornost poduzeća (CSR Europe) u sektoru energetike bili su primatelji poruka Europske godine za razvoj.

3. **PROVEDBA NA CENTRALIZIRANOJ RAZINI**

Djelujući u duhu uključenosti i suvlasništva, u suradnji s drugim institucijama EU-a Europska komisija imala je središnju koordinacijsku ulogu u vođenju kampanje.

3.1. Materijali za kampanju

Sastavljen je sveobuhvatni programski alat za kampanju dostupan na *web*-mjestu Europske godine za razvoj, a većina je materijala bila prevedena na 23 jezika EU-a. Materijali su se sastojali od: dva video zapisa o Europskoj godini za razvoj; radijske reklame; 52 „priče tjedna”; mjesečnog biltena; mjesečnih tematskih činjeničnih brošura i informacijskih grafika; tematskih plakata o Europskoj godini za razvoj; prezentacija u programu PowerPoint; dva izdanja novina pod naslovom EYD2015 – World's Best News; obrazovnog programskog paketa o Europskoj godini za razvoj; programskog alata s cjelovitim vizualnim identitetom; niza fotografija; predložaka za umatanje; ograničenog broja poklona za dijeljenje; i nakon isteka godine, posvuda distribuirane publikacije tvrdog uveza sa svim „pričama tjedna”. Europski parlament stvorio je svoj posebni programski alat za Europsku godinu za razvoj.

Grafičko oblikovanje slogana Europske godine za razvoj bilo je ključno u jačanju vizualnog identiteta kampanje. Nadalje, pristup „tematskih mjeseci”¹² (s jednom ključnom temom dodijeljenom svakom mjesecu u godini) bio je koristan za pomoć partnerima da učinkovitije razgovaraju o temi, događanju ili području od njihova posebnog interesa.

3.2. Mladi u fokusu

Odlukom o Europskoj godini za razvoj (2015.) mladi su prepoznati kao ključna ciljna skupina. Mnoge aktivnosti koje su organizirali Europska komisija, druge institucije EU-a i države članice bile su izravno usmjerene na mlade. Među njima je bilo 12 mladih rukovoditelja iz cijeloga svijeta odabranih za izlaganje na panelima na visokoj razini na Europskim danima razvoja (EDD) u lipnju 2015. S istom namjerom u svibnju je organizirana rasprava u Centru za likovnu umjetnost Bozar u Bruxellesu između mladih izaslanika i glavnog tajnika UN-a Ban Ki-moon o programu nakon 2015. i ulozi mladih ljudi. Događanje se prenosilo putem interneta i na profilima više od 10 milijuna korisnika Twittera pojavila se oznaka #AskBanKimoon.

¹² Dvanaest tematskih mjeseci bili su: Europa u svijetu (siječanj); Obrazovanje (veljača); Žene i djevojke (ožujak); Zdravlje (travanj); Mir i sigurnost (svibanj); Održiv zeleni razvoj, zadovoljavajuća radna mjesta, poduzeća (lipanj); Djeca i mladi (srpanj); Humanitarna pomoć (kolovoz); Demografija i migracija (rujan); Sigurnost hrane (listopad); Održivi razvoj i klimatska politika (studenj); Ljudska prava i upravljanje (prosinac).

Vodeći globalni intelektualci raspravljali su o razvojnim pitanjima u okviru predavanja Kapuscinski o razvoju, koja su zajednički organizirali Europska komisija i Program Ujedinjenih naroda za razvoj (UNDP). Tijekom kampanje u svakoj je državi članici održano barem jedno predavanje Kapuscinski o razvoju, koje je uključivalo vodeća nacionalna sveučilišta i govornike kao što su Thomas Piketty, Julia Gillard, Dani Rodrik i Carl Bildt koji su oduševili svojim predavanjima.

Pripremljen je posebni video o Europskoj godini za razvoj u jedinstvenoj suradnji s popularnim mladim autorom internetskog bloga. Video je postao najgledaniji audio-vizualni proizvod ikad napravljen u Glavnoj upravi za međunarodnu suradnju i razvoj (GU DEVCO) s milijun pregleda na YouTubeu; na Facebooku je kampanja dosegla ukupno 6 073 539 evidentiranih dojmova; a na kinematografskim prikazivanjima video je pogledalo 335 389 ljudi.

3.3. Najvažnija događanja, široka vidljivost, raznolikost ciljeva i aktivnosti

Na svečanostima otvaranja i zatvaranja (u Latviji odnosno Luksemburgu) prisustvovali su Kolegij povjerenika i političko vodstvo dvaju predsjedništava. U ožujku 2015. održana je konferencija o ravnopravnosti spolova na kojoj su stručnjaci i dionici analizirali stanje nejednakosti u Europi i šire. Europska godina za razvoj bila je glavna tema Dana Europe 9. svibnja 2015., kada je više od 30 000 građana posjetilo dan otvorenih vrata u institucijama EU-a.

Europsku godinu za razvoj promicale su institucije EU-a na tradicionalnoj utrci „20 km de Bruxelles” i logo Europske godine za razvoj ukrašavao je na velikoj visećoj zastavi trg u kompleksu Europskog parlamenta tijekom cijele godine. Osim toga, Europska godina za razvoj bila je uključena u program Europskog parlamenta Euroscola koji je primio tisuće učenika u dobi od 16 do 18 godina u Strasbourgu u veljači 2015. Natjecanje Europskog parlamenta za gostujućeg fotografa utemeljeno je na temi mjeseca Europske godine za razvoj, a pobjedničke su fotografije bile izložene u atriju Agora Bronisław Geremek u Strasbourgu u studenome 2015. Slično tome, izložba fotografija „Family Meal” („Obiteljski obrok”) prikazana je u Parlamentariumu od svibnja do studenoga.

Kampanja Europske godine za razvoj bila je prisutna na svim glavnim međunarodnim događanjima godine: na Konferenciji COP21 u Parizu bio je postavljen posebni kiosk Europske godine za razvoj, a prigodom donošenja Programa održivog razvoja do 2030. na sjednici Opće skupštine UN-a u New Yorku organizirano je posebno predavanje Kapuscinski o razvoju.

Kampanja je bila prisutna na izložbi EXPO2015 u Milanu, na kojoj su bili istaknuti vizualni prikazi Europske godine za razvoj usporedno uz temu prehrane, glavnu temu Expoa („Prehrana planeta: energija života”) u paviljonu EU-a.

Europska godina za razvoj imala je i aktivnu ulogu u proslavi 70. obljetnice UN-a, 25. listopada 2015. s velikim štandom na trgu Grand Place u Bruxellesu koji je privukao oko 5 000 posjetitelja.

3.4. Rad s delegacijama EU-a: godina priča

Pričanje priča predstavljalo je središte kampanje. Delegacije EU-a pripremile su više od 150 priča koje su prikazale konkretan učinak razvoja EU-a na živote ljudi u partnerskim zemljama. Priče su spojile jednostavan jezik, zanimljivo pripovijedanje

iz prve ruke i ključne činjenice o pozitivnim rezultatima razvojne pomoći EU-a. Najbolje su priče odabrane za niz „priča tjedna”, prevedene na 23 jezika, objavljene na *web*-mjestu i proširene putem društvenih mreža. Većina preostalih priča objavljena je na izvornom jeziku.

S obzirom na kvalitetu priča i primljene ohrabrujuće povratne reakcije, izdana je posebna knjiga koja obuhvaća sve „priče tjedna” u zasebnom izdanju. „Europska godina za razvoj (2015.): godina priča”¹³ podijeljena je na završnom događanju u Luxembourg, a distribuirali su je i predstavništva Europske komisije, informacijski centri Europe Direct i delegacije EU-a na 23 jezika.

3.5. Inovativno web-mjesto kampanje

Web-mjesto Europske godine za razvoj bilo je platforma koja je oblikovala nove odnose između EU-a i razvojnih partnera i zaista omogućila interaktivnu komunikaciju. Iako ga je uspostavila Komisija i upravljala njime, partnerske su organizacije imale potpunu uredničku kontrolu svojeg sadržaja. Više od 200 akreditiranih partnera moglo je slobodno objaviti informacije o sebi i događajima, priče i druge informacije na jeziku po vlastitom izboru. Među njima su bile 24 države članice, 30 međunarodnih organizacija, 137 organizacija civilnog društva/nevladinih organizacija i 9 poduzeća privatnog sektora.

Zajedničko uređivanje profila na društvenim mrežama

Rad s društvenim mrežama – Facebookom i Twitterom¹⁴ – donio je uspjeh Europskoj godini za razvoj i stvorio ulog za buduće internetske kampanje. Zabilježeno je više od 330 000 navođenja pod oznakom #EYD2015. Najviše pažnje na tematsku oznaku #EYD2015 privuklo je događanje pri kojem su mladi ljudi preuzeli račune društvenih mreža GU-a DEVCO u listopadu 2015.

Jedan od ključnih uspjeha bilo je zajedničko uređivanje profila na društvenim mrežama Europske godine za razvoj koji je svakog tjedna 2015. provodio drugi partner; potražnja za terminima u kojima bi partneri uređivali profile na društvenim mrežama premašila je broj tjedana u godini. Osobe koje su zajednički uređivale profile na društvenim mrežama dolazile su iz svih područja javnog života, od poduzeća iz privatnog sektora do nevladinih organizacija. Zajedničkim uređivanjem profila na društvenim mrežama uspješno je stvoren raznovrstan sadržaj, koristeći prednosti postojećih mreža i izgrađujući nova partnerstva.

3.6. Medijska djelatnost

Pridavanje medijske pažnje razvojnoj suradnji bilo je važan dio kampanje. Europska godina za razvoj osigurala je veliku pokrivenost u najkvalitetnijim medijima u cijelom EU-u. Objavljen je znatan broj članaka s dobro istraženim materijalom, a neki od njih u svojim su reportažama koristili slogan Europske godine. Europska godina za razvoj spomenuta je u sveukupno 3 914 članaka. GU DEVCO redovito je izvještavao novinare o kampanji organizirajući seminare za predstavnike tiska i pružajući kratke upute. Putovanje u Tanzaniju za predstavnike tiska organizirano je kao dio kampanje da bi se fokus usmjerio na klimatske promjene ususret Konferenciji COP21.

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

¹⁴ <https://twitter.com/eyd2015>

4. NASLJEDE I REZULTATI EUROPSKE GODINE ZA RAZVOJ

Kampanja Europske godine za razvoj rezultirala je jačanjem partnerstava za komunikaciju o razvoju. Komisija će nastaviti približavati temu razvojne suradnje europskim građanima.

4.1. Nasleđe Europske godine za razvoj

Europski parlament, Vijeće i Komisija potpisali su Zajedničku deklaraciju o Europskoj godini za razvoj prigodom posebne svečanosti u Luxembourg u srijedu, 9. prosinca 2015.¹⁵ Zajednička deklaracija obuhvatila je sljedeće ključne elemente:

- **daljnju izgradnju partnerstva i uključivanje novih dionika izvan razvojne zajednice:**

mreže koje su uspostavljene s državama članicama, parlamentima, regijama, civilnim društvom, privatnim sektorom, regionalnim/lokanim tijelima, akademskom zajednicom i istraživačkim/obrazovnim institucijama tijekom Europske godine za razvoj pokazale su se vrlo učinkovitima za izgradnju sinergija, dogovaranje o zajedničkim aktivnostima i razmjenu naučenih lekcija,

- **obraćanje mladim ljudima:**

napori u obrazovnom sektoru i dalje će imati bitnu ulogu u razdoblju do 2030., a njima će se osigurati da svi učenici steknu znanje i vještine potrebne za promociju održivog razvoja,

- **stavljanje ljudi u središte:**

pristup pričanja priča bio je jedan od najpopularnijih načina komunikacije o globalnim izazovima razvojne suradnje i naporima koji utječu na svakodnevne živote ljudi,

- **interaktivnost:**

koristeći kao temelj daljnjeg rada metodu koja izrazito naglašava sudjelovanje dionika, prema kojoj je razvijen Program održivog razvoja do 2030., interakcija među dionicima i s dionicima i dalje će biti od ključne važnosti,

- **utemeljenost na činjenicama:**

komunikacijska kampanja utemeljena na rezultatima bit će važan doprinos uspješnosti Programa održivog razvoja do 2030.

- **prenošenje poruke Europske godine za razvoj:**

slogan Europske godine za razvoj – *naš svijet, naše dostojanstvo, naša budućnost* – može predstavljati alat za prenošenje poruka u vezi s Programom održivog razvoja do 2030.

4.2. Zaključak

Komisija pozdravlja sveukupno pozitivne rezultate neovisne evaluacije Europske godine za razvoj¹⁶, pritom priznaje da se neki zaključci trebaju razmotriti s obzirom na

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

prepreke na koje se nailazilo prilikom prikupljanja podataka i na činjenicu da se evaluacija uvelike temelji na istraživanju dionika koji su sami provodili aktivnosti kampanje, što podrazumijeva mogući rizik pozitivne pristranosti.

Komisija pozdravlja zaključke evaluatora s obzirom na *relevantnost* i *komplementarnost* ciljeva i aktivnosti. Europska godina za razvoj povezala je doprinos EU-a i država članica da bi ostvarila odgovarajuće pripremljenu kampanju koja je pomogla povećati svijest, znanje i razumijevanje među općom javnosti, a posebno mladim ljudima. Činjenica da imaju širok skup ciljeva i ciljnih skupina pomogla je državama članicama i drugim partnerima da bolje prilagode slanje poruka vlastitim prioritetima i interesima, iako bi jasnija komunikacija o posebnim političkim porukama bila od pomoći protiv smanjivanja važnosti europske dimenzije u nekim slučajevima. Komisija sa zadovoljstvom primjećuje da je pristup pričanja priča učinio komunikaciju o razvoju relevantnijom različitim publikama i da su aktivnosti kampanje – uključujući one koje obuhvaćaju međunarodne organizacije – bile komplementarne na nacionalnoj i europskoj razini.

Komisija potvrđuje međusobno povezane zaključke u vezi s *djelotvornošću* i *učinkom*. Iako se ne može uspostaviti izravna uzročna veza između kampanje i povećanja broja građana koji su naklonjeni razvoju kako je pokazalo ispitivanje Eurobarometra iz 2016., s obzirom na opseg aktivnosti i dokaz o dopiranju do novih publika, razumno je pretpostaviti da je Europska godina za razvoj doprinijela poboljšanju javne i političke potpore razvojnoj suradnji. Internetska strategija i strategija društvenih mreža bile su posebno uspješne u predstavljanju EU-a kao globalnog igrača i informiranju građana o razvojnim aktivnostima EU-a i država članica. Komisija primjećuje da je otvaranje *web*-mjesti i računa na društvenim mrežama za partnere bio učinkovit način izgradnje partnerstava, što se moglo učiniti i ranije. U evaluaciji se također naglašava dobra medijska pokrivenost kampanje i učinkovita koordinacija među svim glavnim sudionicima.

U pogledu *učinkovitosti*, *usklađenosti* i *dodane vrijednosti* EU-a od aktivnosti Europske godine za razvoj, partnerski je model doživljen kao učinkovit način dopiranja do razvojne zajednice kao multiplikatora, opće javnosti i posebno mladih ljudi. Komisija primjećuje da su neki partneri smatrali zahtjeve za nadzor i izvješćivanje opterećujućima. Komisija dalje prihvaća prijedlog evaluatora da je Europskoj godini za razvoj moglo biti doznačeno više ljudskih i financijskih resursa te podnosi ovo izvješće na temelju resursa raspoloživih za projekt, uzimajući u obzir širi kontekst ograničenja u pogledu financijskih i ljudskih resursa.

U pogledu *održivosti* aktivnosti Europske godine za razvoj, evaluacijom se zaključuje da je kampanja dionicima osigurala mogućnost razvoja novih oblika angažmana, posebno kroz pričanje priča, korištenje novih alata ili učenje o komunikaciji s novim publikama. Osnovane su zaklade za održive rezultate, među ostalim putem Zajedničke deklaracije; izazov će biti osiguranje održivosti motivacije i pokretačke snage stvorenih u Europskoj godini za razvoj kao i raspoloživosti potrebnih financijskih i ljudskih resursa.

¹⁶ Vidjeti Radni dokument službi Komisije o provedbi, rezultatima i cjelokupnoj ocjeni Europske godine za razvoj (2015.) (SWD(2016) 286).

Novi globalni okvir Programa Ujedinjenih naroda za održivi razvoj do 2030., uključujući ciljeve održivog razvoja, zahtijevat će inovativne i sveobuhvatne kampanje. Buduće kampanje imat će korist od iskustva stečenog tijekom Europske godine za razvoj i razvijenih i primijenjenih mreža suradnje i dobre prakse. Zahvaljujući Europskoj godini za razvoj EU je značajno unaprijedio svoju sposobnost komunikacije s građanima Europe o razvoju.