



Brussel, 1.12.2016
COM(2016) 525 final

**VERSLAG VAN DE COMMISSIE AAN HET EUROPEES PARLEMENT, DE RAAD,
HET EUROPEES ECONOMISCH EN SOCIAAL COMITÉ EN HET COMITÉ VAN
DE REGIO'S**

**inzake de uitvoering, resultaten en algehele beoordeling
van het Europees Jaar voor ontwikkeling 2015**

{SWD(2016) 286 final}

VERSLAG VAN DE COMMISSIE AAN HET EUROPEES PARLEMENT, DE RAAD, HET EUROPEES ECONOMISCH EN SOCIAAL COMITÉ EN HET COMITÉ VAN DE REGIO'S

inzake de uitvoering, resultaten en algehele beoordeling van het Europees Jaar voor ontwikkeling 2015

1. INLEIDING

1.1. Achtergrond 2015 als Europees Jaar voor ontwikkeling

Het Europese Jaar voor ontwikkeling 2015 was het eerste Europees Jaar ¹dat werd gewijd aan externe betrekkingen. Het kwam er op een moment dat belangrijke beslissingen op het vlak van internationaal beleid werden genomen: de millenniumdoelstellingen voor ontwikkeling werden vervangen door de duurzame-ontwikkelingsdoelstellingen, als onderdeel van de Agenda 2030 voor duurzame ontwikkeling die door de Algemene Vergadering van de Verenigde Naties in september 2015 werd goedgekeurd. In juli 2015 was er een belangrijke doorbraak met de goedkeuring van de actieagenda van Addis Abeba over een wereldwijd kader voor duurzame-ontwikkelingsfinanciering. Ten slotte keurden in december tijdens de VN-conferentie over klimaatverandering in Parijs (COP21) 195 landen het allereerste universele, wettelijk bindende mondiale klimaatakkoord goed.

In het licht daarvan heeft de Europese Unie een vernieuwende communicatiecampagne over ontwikkeling gecoördineerd, waarmee deze wereldwijde beslissingen dichterbij de Europese burger en het dagelijkse leven worden gebracht. Om de campagne zo inclusief mogelijk te maken, werden voorbereidende conferenties gehouden. Alle partners, waaronder lidstaten, EU-instellingen, internationale organisaties, het maatschappelijk middenveld en de particuliere sector, waren het erover eens dat in de campagne ontwikkelingssamenwerking moest worden gevierd door meerdere belanghebbenden.

1.2. Doelstellingen en beginselen

In Besluit nr. 472/2014/EU van het Europees Parlement en de Raad over het Europees Jaar voor ontwikkeling (2015)² werden drie doelstellingen genoemd:

a) de burgers van de Unie informeren over de ontwikkelingssamenwerking van de Unie en de lidstaten, door de nadruk te leggen op de resultaten die de Unie, samen met de lidstaten, als mondiale speler heeft bereikt en nog zal bereiken, in overeenstemming met de meest recente besprekingen over het overkoepelende post-2015-kader;

¹ Sinds 1983 waren de Europese Jaren er telkens voor specifieke onderwerpen om de dialoog en besprekingen binnen en tussen landen te bevorderen.

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

b) rechtstreekse betrokkenheid bij, kritisch nadenken over en actieve belangstelling voor ontwikkelingssamenwerking onder burgers van de Unie en belanghebbenden stimuleren, ook wat betreft de formulering en uitvoering van beleid; en

c) de bekendheid met de voordelen van de ontwikkelingssamenwerking van de Unie niet alleen voor de begunstigden van de ontwikkelingsbijstand van de Unie, maar ook voor de burgers van de Unie vergroten en tot een beter begrip van beleidscoherentie ten behoeve van ontwikkeling komen, alsmede tussen burgers in Europa en in ontwikkelingslanden een gevoel van gezamenlijke verantwoordelijkheid, solidariteit en opportuniteit tot stand brengen in een wereld in verandering en met een steeds sterkere onderlinge verbondenheid.

1.3. Middelen voor het Europese Jaar voor ontwikkeling 2015

Voor de campagne werd in totaal EUR 10 579 345,11³ vrijgemaakt.

Bijdragen aan de nationale werkprogramma's van de bij de campagne betrokken lidstaten van de Europese Unie beliepen EUR 5 268 613,31; CONCORD (de Civil Society Alliance) ontving EUR 938 639,50; EUR 170 258,55 werd geïnvesteerd in de ontwikkeling van de communicatiestrategie in 2014; EUR 3 451 833,75 werd toegewezen aan de uitvoering van de strategie, EUR 500 000 aan de aanwerving van bijkomend ondersteunend personeel; en EUR 250 000 ging naar een externe evaluatiestudie.

1.4. Institutionele en partnerschapsbenadering

Het Europees Jaar voor ontwikkeling was een prioriteit op het vlak van institutionele communicatie voor de Europese Commissie en andere EU-instellingen. Een interinstitutionele werkgroep⁴ werd opgericht om het Jaar bij een breder publiek bekend te maken, terwijl een werkgroep van diverse Commissiediensten zorgde voor een coherente boodschap waarin de nadruk werd gelegd op de coherentie van het ontwikkelingsbeleid. De coördinatievergaderingen met de werkgroepen waren cruciaal voor de uitwisseling van informatie, het maken van materiaal voor het Europees Jaar voor ontwikkeling en de organisatie van publieke debatten.

Tussen de Commissie en deelnemende lidstaten werd een nieuw netwerk opgericht⁵. In Brussel werden zes workshops gehouden om alle uitvoerende partijen samen te brengen en methodes te ontwikkelen om communicatie over ontwikkeling op Europees niveau te stimuleren. Alle deelnemers hebben de duidelijke wil dit netwerk te ondersteunen.

De niet-institutionele partnerschappen brachten diversiteit en dynamiek in de campagne. De coalitie rond het Europees Jaar voor ontwikkeling omvatte internationale organisaties, lokale overheden, maatschappelijke organisaties, de particuliere sector, de academische wereld en jongerenorganisaties.

³ Middelen uit de volgende besluiten: C/2013/8977; C/2013/9197; C/2014/5179; C/2015/4689.

⁴ Deelnemers waren vertegenwoordigers van de diensten van de Europese Commissie, de Europese Dienst voor extern optreden en vertegenwoordigers van de Raad, het Europees Parlement, het Comité van de Regio's, het Europees Economisch en Sociaal Comité en CONCORD.

⁵ Er werden 25 nationale werkprogramma's ondertekend maar alle lidstaten namen aan een van de gewone workshops deel.

1.5. Resultaten van de Eurobarometer over ontwikkeling

Zowel aan het begin als aan het einde van de campagne werd een Eurobarometer-enquête⁶ gehouden. De bedoeling was de publieke opinie te peilen ten aanzien van ontwikkelingsthema's en na te gaan of de houding veranderd was in de loop van het jaar. Uit de Eurobarometer-enquête 2016 over ontwikkeling bleek een duidelijke toename van het aandeel burgers dat ontwikkeling ondersteunt (van 85% naar 89%). De enquête bevestigde ook dat het Europese publiek beter op de hoogte was over de nieuwe duurzame-ontwikkelingsdoelstellingen, met 36% van het publiek dat verklaarde erover gehoord of gelezen te hebben. Uit de Eurobarometer-enquête bleek ook dat de herkenningsgraad van het Europees Jaar voor ontwikkeling zelf, die in januari 2015 12% bedroeg, met 50% was gestegen tegen het einde van het jaar.

2. **UITVOERING OP GEDECENTRALISEERD NIVEAU**

In het Besluit over het Europees Jaar voor ontwikkeling wordt gewezen op de behoefte aan brede steun voor ontwikkeling, aangezien het “in de eerste plaats de lidstaten [zijn] die moeten zorgen voor de bewustmaking van burgers met betrekking tot ontwikkelingskwesties”⁷. Tegelijk werd overeenstemming bereikt over het belang van multilaterale partnerschappen voor de lidstaten om de doelstellingen van het Europees Jaar voor ontwikkeling te bereiken⁸.

2.1. Werken met de EU-lidstaten

De samenwerking met de EU-lidstaten werd een hoeksteen van de campagne voor het oprichten van een netwerk van ontwikkelingscommunicatoren. 25 lidstaten voerden een nationaal werkprogramma van het Europees Jaar voor ontwikkeling uit. Het Europees Jaar voor ontwikkeling bood de mogelijkheid om te focussen op de resultaten van de millenniumdoelstellingen voor ontwikkeling en op de Agenda 2030 over de duurzame-ontwikkelingsdoelstellingen, en om de belangstelling voor en betrokkenheid bij ontwikkelingskwesties te vergroten. In alle EU-lidstaten samen vonden 3 828 evenementen plaats, waaraan 1 923 240 mensen deelnamen.

De activiteiten waren uiteenlopend, van bijzondere ontwikkelingsdagen, culturele evenementen en tv- en radioprogramma's tot literaire, foto- en videowedstrijden, conferenties en leerevenementen. De voorlichtingsbureaus van het Europees Parlement organiseerden 35 evenementen, seminars en debatten over ontwikkeling in de lidstaten; vaak waren daar ook parlementsleden bij aanwezig.

Educatieve activiteiten gericht op jongeren kregen bijzondere aandacht. De Commissie maakte een educatief dossier over ontwikkeling met een handboek voor de docent, twaalf lesplannen en een quizboekje in 23 EU-talen⁹. Dit educatief materiaal werd via de ministeries van onderwijs bezorgd aan onderwijsinstellingen, voornamelijk middelbare scholen maar ook universiteiten en docentenverenigingen.

⁶ Special Eurobarometer 421 (2015) "The European Year for Development – citizens' views on development, cooperation and aid": http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_421_en.pdf ; Special Eurobarometer 441 (2016) "The European Year for Development – citizens' views on development, cooperation and aid": http://ec.europa.eu/europeaid/sites/devco/files/sp441-devco-report-final_en.pdf

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

⁸ Ibid.

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

Veel lidstaten vaardigden nationale ambassadeurs af, dankzij wier populariteit de campagne een groter bereik kreeg.

In alle lidstaten werden media- en perspartnerschappen opgezet. In totaal 45 ondersteunden van die partnerschappen de campagne en gaven zij - met name in Ierland, Spanje en Oostenrijk - goede voorbeelden gericht op een jong publiek.

Goed nieuws voor Europa - een bijzondere dag

De Commissie werkte nauw samen met de Deense ngo *World's Best News* ter ondersteuning van speciale Europese ontwikkelingsdagen die in 19 lidstaten worden gehouden om een positieve boodschap te verspreiden over EU-ontwikkelingssamenwerking en over de vooruitgang die in partnerlanden valt te zien¹⁰.

Voor de gelegenheid werd een bijzondere krant uitgegeven in alle EU-talen, met een oplage van in totaal 250 000 exemplaren. Dankzij de distributie ervan door vrijwilligers, in de meeste gevallen in samenwerking met partners uit de particuliere sector, kreeg het Europees Jaar voor ontwikkeling meer bereik. De Europese ontwikkelingsdagen werden vaak georganiseerd in het verlengde van internationale dagen zoals de wereldwijde actiedag voor duurzame-ontwikkelingsdoelstellingen en andere nationale gelegenheden.

2.2. Samenwerken met het maatschappelijk middenveld en ontwikkelingssamenwerking en bewustmaking (DEAR)

De Europese Civil Society Alliance, onder leiding van CONCORD, gebruikte het Europees Jaar voor ontwikkeling als kans om EU-burgers aan te zetten tot kritische discussies en actieve betrokkenheid over mondiale justitie. In een periode van 15 maanden werden door CONCORD aan 17 kleinere projecten getrapte subsidies toegekend en in 20 landen in Europa uitgevoerd; zo werden ongeveer 17 miljoen mensen bereikt op lokaal, nationaal, Europees en mondiaal niveau. Eind 2015 publiceerde CONCORD een brochure met beleidsaanbevelingen¹¹.

Het maatschappelijk middenveld was ook betrokken bij de campagne via de vereiste dat DEAR-begunstigden in alle 28 lidstaten het Europees Jaar voor ontwikkeling moesten opnemen in hun programma's voor 2015. Er werden onder meer fototentoonstellingen en -wedstrijden gehouden, film- en muziekfestivals, schrijfwedstrijden, ontwikkelingszomerkampen, tentoonstellingen, culturele evenementen en docentenfora.

2.3. Samenwerken met internationale organisaties

De VN en de Wereldbank speelden een belangrijke rol in de campagne door bij te dragen aan de website, de sociale media mee te beheren en mee te werken aan de bekendmaking van de campagne zowel binnen als buiten de Unie. De rol van het regionaal informatiecentrum voor Europa van de VN als coördinator in de loop van

¹⁰ De deelnemende EU-lidstaten waren Bulgarije, Finland, Frankrijk, Duitsland, Hongarije, Ierland, Italië, Letland, Luxemburg, Malta, Oostenrijk, Portugal, Roemenië, Slovenië, Slowakije, Spanje, Tsjechië en het Verenigd Koninkrijk.

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

het Europees Jaar voor ontwikkeling, was cruciaal. Vijftien VN-agentschappen droegen met posts, verhalen en aankondigen van evenementen bij aan de website van het Europees Jaar voor ontwikkeling en beheerden mee de sociale-media-accounts van het Jaar.

Een paar van de talrijke gezamenlijke evenementen waren de ontmoeting van jongeren met VN-Secretaris-generaal Ban Ki-Moon in de Bozar in Brussel, de VN-dag op de Brusselse Grote Markt, de Ciné-ONU-voorstelling in Brussel en de conferentie over de duurzame-ontwikkelingsdoelstellingen in het kader van de Veertiendaagse van de Internationale Solidariteit in Brussel. Internationale conferenties over ontwikkelingssamenwerking als "*Engage. Cooperate. Share Experience*" (Litouwen) en "*Advancing Women's Economic Empowerment via the Post 2015 Development Framework*" (Polen) kregen ondersteuning van de Wereldbank in het kader van de campagne Europees Jaar voor ontwikkeling.

2.4. Betrokkenheid van de particuliere sector

In de loop van het jaar werden 20 nieuwe partnerschappen met de particuliere sector opgezet.

De particuliere sector gebruikte beelden en materiaal van het Europees Jaar voor ontwikkeling voor zijn eigen communicatie (o.a. evenementen, magazines en nieuwsbrieven die werden verspreid via de netwerken van de samenwerkende bedrijven of verenigingen). Zo kregen bijvoorbeeld de 160 000 Europese bedrijven van de agro-industriële vereniging Cooperative Europe en de 10 000 bedrijven die lid zijn van Corporate Social Responsibility Europe in Energy, boodschappen in het kader van het Europees Jaar voor ontwikkeling.

3. UITVOERING OP GECENTRALISEERD NIVEAU

De Europese Commissie speelde, in een geest van inclusie en gedeelde verantwoordelijkheid en in samenwerking met andere EU-instellingen, een belangrijke coördinerende rol in de campagne.

3.1. Het campagnemateriaal

Een uitgebreid campagnedossier werd online ter beschikking gesteld via de website van het Europees Jaar voor ontwikkeling, waarvan het meeste materiaal werd vertaald in 23 EU-talen. Het materiaal omvatte: twee video's over het Europees Jaar voor ontwikkeling; een radiospot, 52 "verhalen van de week"; een maandelijkse nieuwsbrief; maandelijkse thematische factsheets en infographics; thematische posters; PowerPointpresentaties; twee edities van de Europees Jaar voor ontwikkeling-'s Werelds beste krant; een educatief dossier over het Europees Jaar voor ontwikkeling; een volledige visuele identiteit; een fotoverzameling; roll-up templates; en beperkt aantal promotieartikelen. Na afloop van het jaar verschenen alle "verhalen van de week" in een hardcover-editie. Het Europees Parlement ontwierp zijn eigen bijzondere campagnedossier.

De productie van de grafische weergave van het motto van het Europees Jaar voor ontwikkeling was cruciaal voor de visuele identiteit van de campagne. Ook de keuze voor “themamaanden”¹² (waarbij iedere maand werd gewijd aan één belangrijk thema) was voor de partners een hulpmiddel om efficiënt rond een bepaald onderwerp, evenement of interessant aspect te communiceren.

3.2. Jongeren in de kijker

In het besluit over het Europees Jaar voor ontwikkeling werden jongeren beschouwd als een belangrijke doelgroep. Heel wat activiteiten van de Europese Commissie, andere EU-instellingen en lidstaten waren rechtstreeks gericht op jongeren. Uit die jongeren werden twaalf jonge leiders uit de hele wereld gekozen om te spreken voor panels op hoog niveau tijdens de Europese ontwikkelingsdagen in juni 2015. In Bozar Brussel werd in mei ook een interactief debat georganiseerd tussen jongerenambassadeurs en VN-Secretaris-generaal Ban Ki-Moon over de agenda na 2015 en de rol van jongeren. Het evenement werd gestreamd en de hashtag #AskBanKimoon verscheen op de Twitter-feed van ruim tien miljoen mensen.

Toonaangevende intellectuelen uit de hele wereld bespraken ontwikkelingskwesties in het kader van de Kapuscinski-ontwikkelingslezingen, een gezamenlijke organisatie van de Europese Commissie en het Ontwikkelingsprogramma van de Verenigde Naties (UNDP). In de loop van de campagne vond in elke lidstaat ten minste één Kapuscinski-ontwikkelingslezing plaats, met toonaangevende nationale universiteiten en sprekers als Thomas Piketty, Julia Gillard, Dani Rodrik en Carl Bildt, die fascinerende lezingen gaven.

Een speciale video werd gemaakt dankzij een unieke samenwerking met een populaire jonge blogger. De video werd het meest bekeken audiovisuele item ooit van het directoraat-generaal voor internationale samenwerking en ontwikkeling (DG DECVO) met 1 miljoen views op YouTube; op Facebook haalde de campagne 6 073 539 reacties en bij vertoningen in de bioscoop zagen 335 389 mensen de video.

3.3. Vlaggenchipevenementen, brede zichtbaarheid, uiteenlopende doelen en activiteiten

De openings- en slotceremonie (respectievelijk in Letland en Luxemburg) werden bijgewoond door het college van commissarissen en de politieke leiders van beide voorzitterschappen. In maart 2015 vond een conferentie inzake gender plaats waar specialisten en betrokkenen de stand van zaken op het vlak van ongelijkheden in Europa en daarbuiten opmaakten. Op 9 mei 2015 kreeg de Open Dag van de EU-instellingen - met als thema het Europees Jaar voor ontwikkeling - meer dan 30 000 bezoekers.

De EU-instellingen promootten het Europees Jaar voor ontwikkeling ook tijdens de 20 kilometer van Brussel en op het gebouw van het Europees Parlement prijkte het hele jaar een grote vlag van het Europees Jaar voor ontwikkeling. Het Europees Jaar voor ontwikkeling maakte ook deel uit van het Euroscola van het Europees

¹² De twaalf maandelijks thema's waren: Europa in de wereld (januari); onderwijs (februari); vrouwen en meisjes (maart); gezondheid (april); vrede en veiligheid (mei); duurzame groene groei, banen en bedrijven (juni); kinderen en jongeren (juli); humanitaire hulp (augustus); demografie en migratie (september); voedselzekerheid (oktober); duurzame ontwikkeling en klimaatverandering (november); mensenrechten en governance (december).

Parlement, waar duizenden leerlingen tussen 16 en 18 jaar aan deelnamen in februari 2015 in Straatsburg. De wedstrijd van het Europees Parlement voor gastfotografen was gebaseerd op de maandelijkse thema's en de winnende foto's prijkten op een tentoonstelling in de Bronisław Geremek Agora in Straatsburg in november 2015. De "familie-ententjes"-foto's werden van mei tot november tentoongesteld in het Parlementarium.

De campagne was aanwezig op de belangrijkste internationale evenementen van het jaar: op de COP21-conferentie in Parijs was er een stand en er werd een speciale Kapuscinski-ontwikkelingslezing georganiseerd ter gelegenheid van de goedkeuring van de Agenda 2030 door de Algemene Vergadering van de VN in New York.

De campagne was aanwezig op de Expo2015 in Milaan, waar beelden van het Europees Jaar voor ontwikkeling duidelijk zichtbaar waren naar het voedselthema van de wereldtentoonstelling (*Voedsel voor de planeet — Energie voor het leven*) in het EU-paviljoen.

Ook bij de viering van de 70e verjaardag van de VN op 25 oktober 2015 kreeg het Europees Jaar voor ontwikkeling een actieve rol, met een grote stand op de Grote Markt in Brussel, waar ongeveer 5 000 bezoekers werden geteld.

3.4. Werken met EU-delegaties: een jaar van verhalen

De kern van de campagne waren verhalen. EU-delegaties hadden ruim 150 verhalen voorbereid ter illustratie van de tastbare impact van EU-ontwikkeling op de levens van mensen in partnerlanden. De verhalen waren een combinatie van eenvoudige taal, boeiende vertellingen uit eerste hand en feiten over de positieve resultaten van EU-ontwikkelingshulp. De beste verhalen werden geselecteerd voor de "verhaal van de week"-rubriek en vertaald in 23 landen om te worden gedeeld op de website en via de sociale media. De meeste andere verhalen werden gepubliceerd in de taal waarin ze werden geschreven.

Omdat de verhalen zo goed waren en veel bijval kregen, werden alle "verhalen van de week" gepubliceerd in een speciale uitgave. "*EYD2015: een jaar van verhalen*"¹³ werd in 23 talen gedistribueerd op het slotevenement in Luxemburg en door de vertegenwoordigingen van de Europese Commissie, de Europe Direct-informatiecentra en de EU-delegaties.

3.5. Een vernieuwende website voor de campagne

De website van het Europees Jaar voor ontwikkeling was een platform waarmee nieuwe betrekkingen tot stand kwamen tussen de EU en ontwikkelingspartners, en waarmee echt interactieve communicatie mogelijk werd. De Commissie bouwde en beheerde de website, maar partnerorganisaties kregen de volledige inhoudelijke controle over wat zij erop plaatsten. Ruim 200 erkende partners konden zelf beslissen wat zij op de website publiceerden: informatie over zichzelf, evenementen, verhalen en andere informatie, in de taal van hun keuze. Die partners waren 24 lidstaten, 30 internationale organisaties, 137 maatschappelijke organisaties, niet-gouvernementele en gouvernementele organisaties, en 9 bedrijven uit de particuliere sector.

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

Gezamenlijk beheer van sociale media

Er werd met succes gebruik gemaakt van sociale media - Facebook en Twitter¹⁴. Dit was positief voor zowel het Europees Jaar voor ontwikkeling als voor toekomstige online-campagnes. De hashtag voor het Europees Jaar voor ontwikkeling werd ruim 330 000 keer vermeld. Het evenement waarvoor de #EYD2015 het vaakst werd gebruikt, was de overname van de socialemedia-accounts van DG DEVCO door jongeren in oktober 2015.

In 2015 werden de socialemedia-accounts voor het Europees Jaar voor ontwikkeling iedere week door een verschillende partner beheerd; dat was een van de meest geslaagde projecten in het kader van het gezamenlijk beheer. Er werden meer aanvragen tot medebeheer ingediend dan er weken in het jaar waren. De medebeheerders kwamen uit alle hoeken, van bedrijven uit de particuliere sector tot ngo's. Dankzij het medebeheer werd de inhoud erg gevarieerd, werden bestaande netwerken beter aangesproken en kwamen nieuwe partnerschappen tot stand.

3.6. Werken met media

Een belangrijk onderdeel van de campagne was het onder de aandacht brengen van de media van ontwikkelingssamenwerking. Het Europees Jaar voor ontwikkeling kreeg grote aandacht in kwaliteitsmedia in de EU. Een aantal goed onderbouwde artikelen verscheen, met in sommige ook het motto van het Europees Jaar voor ontwikkeling. Het Europees Jaar voor ontwikkeling werd in totaal in 3 914 artikelen vermeld. DG DEVCO briefte journalisten regelmatig over de campagne via persseminars of briefings. Als onderdeel van de campagne werd een persreis naar Tanzania georganiseerd om de aandacht toe te spitsen op de klimaatverandering in de aanloop naar de COP21-conferentie.

4. RESULTATEN EN VERVOLG VAN HET EUROPEES JAAR VOOR ONTWIKKELING

Dankzij de campagne werden sterkere partnerschappen gevormd op het vlak van ontwikkelingscommunicatie. De Commissie zal het onderwerp ontwikkelingssamenwerking dichter bij de Europese burger blijven brengen.

4.1. Erfenis van het Europees Jaar voor ontwikkeling

Tijdens een speciale ceremonie in Luxemburg op 9 december 2015 ondertekenden het Europees Parlement, de Raad en de Commissie samen een gezamenlijke verklaring over de resultaten van het Europees Jaar voor ontwikkeling¹⁵. De gezamenlijke verklaring bevatte de volgende kernaspecten:

- **De partnerschappen versterken en nieuwe belanghebbenden van buiten de ontwikkelingsgemeenschap erbij betrekken:**

De netwerken die tijdens het Europees Jaar voor ontwikkeling 2015 zijn opgezet tussen de lidstaten, parlementen, regio's, het maatschappelijke middenveld, de particuliere sector, de regionale en lokale autoriteiten, de academische wereld en educatieve en onderzoeksinstellingen zijn zeer

¹⁴ <https://twitter.com/eyd2015>

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

effectief gebleken voor het creëren van synergieën, het opzetten van gemeenschappelijke activiteiten en de uitwisseling van geleerde lessen.

- **Jongeren aanspreken:**

De inspanningen op het gebied van onderwijs zullen een belangrijke rol blijven spelen in de aanloop naar 2030, omdat er aldus voor wordt gezorgd dat alle leerlingen zich de kennis en vaardigheden eigen maken die nodig zijn om duurzame ontwikkeling te bevorderen.

- **De mensen centraal stellen:**

De benadering met verhaalvormen was een van de meest populaire manieren om de mondiale uitdagingen en inspanningen op het gebied van ontwikkelingssamenwerking die van invloed zijn op het dagelijks leven van mensen voor het voetlicht te brengen.

- **Interactief zijn:**

Voortbouwend op de uiterst participatieve wijze waarop de Agenda 2030 voor duurzame ontwikkeling werd uitgewerkt, zal de interactie met en tussen de belanghebbenden ook in de toekomst van cruciaal belang zijn.

- **Op feiten zijn gebaseerd:**

Een op resultaten gebaseerde communicatiecampagne zal een belangrijke bijdrage leveren aan het welslagen van de Agenda 2030 voor duurzame ontwikkeling.

- **De geest van het Europees Jaar voor ontwikkeling blijven uitdragen:**

Het motto van het Europees Jaar voor ontwikkeling 2015 - onze wereld, onze waardigheid, onze toekomst kan ook worden gebruikt om boodschappen van de Agenda 2030 voor duurzame ontwikkeling uit te dragen.

4.2. Conclusie

De Commissie is verheugd over de algemene bevindingen van de onafhankelijke evaluatie van het Europees Jaar voor ontwikkeling¹⁶, en erkent dat met een aantal conclusies rekening moet worden gehouden in het licht van de ondervonden beperkingen op het vlak van gegevensverzameling, en dat de evaluatie in grote mate gebaseerd is op een enquête bij de betrokkenen die zelf de campagne-activiteiten uitvoerden, zodat zij mogelijk niet helemaal onbevooroordeeld waren.

De Commissie is verheugd over de conclusies van de evaluator over de *relevantie* en *complementariteit* van de doelstellingen en activiteiten. Het Europees Jaar voor ontwikkeling combineerde de bijdragen van de EU en de lidstaten om te zorgen voor een goed opgezette campagne waarmee werd gezorgd voor meer bewustwording, kennis en inzicht bij het grote publiek en bij jongeren in het bijzonder. Dankzij de ruimere doelstellingen en doelgroepen konden de lidstaten en andere partners de boodschappen beter afstemmen op hun eigen prioriteiten en belangen, hoewel duidelijker communicatie over specifieke politieke boodschappen in een aantal

¹⁶ Zie het werkdocument van de diensten van de Commissie over de uitvoering, resultaten en beoordeling van het Europees Jaar voor ontwikkeling 2015 (SWD(2016)286).

gevallen had kunnen helpen bij het beperken van de verzwakking van de Europese dimensie. De Commissie merkt tevreden op dat de aanpak waarbij verhalen over ontwikkeling werden verteld, relevanter was voor de verschillende publieksgroepen en dat de activiteiten van de campagne - ook die waarbij internationale organisaties waren betrokken - elkaar aanvullend op nationaal en Europees niveau.

De Commissie erkent de onderling samenhangende conclusies over *efficiëntie* en *impact*. Hoewel er geen direct causaal verband kan worden gelegd tussen de campagne en het toegenomen aandeel burgers dat voorstander is van ontwikkeling dat blijkt uit de Eurobarometer-enquête 2016, kan gezien het activiteitsvolume en de bewijzen dat nieuw publiek werd bereikt, toch redelijkerwijs worden aangenomen dat het Europees Jaar voor ontwikkeling heeft bijgedragen tot de verbetering van de steun van burgers én politiek voor ontwikkelingssamenwerking. De online- en socialemediastategie was bijzonder geslaagd op het vlak van het weergeven van de EU als een wereldspeler en het informeren van burgers over de ontwikkelingsactiviteiten van de EU en haar lidstaten. De Commissie noteert dat het openstellen van de website en de accounts op de sociale media voor de partners een doeltreffende manier was om partnerschappen op te bouwen en dat die stap ook eerder al had kunnen worden gezet. De beoordeling wijst ook op de goede weerklank die de campagne in de pers kreeg en op de doeltreffende coördinatie tussen alle grote spelers.

Met betrekking tot de *doeltreffendheid*, de *samenhang* en de *meerwaarde voor de EU* van de activiteiten in het kader van het Europees Jaar voor ontwikkeling werd het partnerschap ervaren als een efficiënte manier voor het bereiken van de ontwikkelingsgemeenschap als multiplicatoren, het grote publiek en jongeren in het bijzonder. De Commissie merkt op dat een aantal partners de vereisten inzake toezicht en verslaggeving omslachtig vonden. De Commissie neemt ook nota van de suggestie van de evaluator dat meer personele en financiële middelen hadden kunnen worden toegewezen aan het Europees Jaar voor ontwikkeling, en dient dit verslag in op basis van de middelen die voor het project beschikbaar waren, rekening houdend met de bredere context van de beperkte financiële en personele middelen.

Over de duurzaamheid van de activiteiten wordt in de evaluatie geconcludeerd dat de campagne de betrokkenen de mogelijkheid bood om nieuwe vormen van betrokkenheid te ontwikkelen, met name door een verhaal te vertellen, nieuwe instrumenten te gebruiken of te leren over communicatie met nieuwe publieksgroepen. De basis is gelegd voor duurzame resultaten, onder meer via de gezamenlijke mededeling; nu moeten de motivatie en het momentum die er dankzij het Europees Jaar voor ontwikkeling kwamen, worden bestendig en de nodige financiële en personele middelen worden vrijgemaakt.

Het nieuwe mondiale kader van de Agenda 2030 voor duurzame ontwikkeling van de VN, met daarin de duurzame-ontwikkelingsdoelstellingen, vergt innovatieve en inclusieve campagnes. Voor toekomstige campagnes kan voordeel worden gehaald uit de lessen die tijdens het Europees Jaar voor ontwikkeling zijn geleerd, en uit de samenwerkingsnetwerken en goede praktijken die zijn ontwikkeld en uitgevoerd. Dankzij het Europees Jaar voor ontwikkeling heeft de EU haar capaciteit om met Europese burgers te communiceren over ontwikkeling, aanzienlijk verbeterd.