



Bruksela, dnia 1.12.2016 r.  
COM(2016) 525 final

**SPRAWOZDANIE KOMISJI DLA PARLAMENTU EUROPEJSKIEGO, RADY,  
EUROPEJSKIEGO KOMITETU EKONOMICZNO-SPOŁECZNEGO I KOMITETU  
REGIONÓW**

**w sprawie wdrożenia, wyników i ogólnej oceny  
Europejskiego Roku na rzecz Rozwoju 2015**

{SWD(2016) 286 final}

# SPRAWOZDANIE KOMISJI DLA PARLAMENTU EUROPEJSKIEGO, RADY, EUROPEJSKIEGO KOMITETU EKONOMICZNO-SPOŁECZNEGO I KOMITETU REGIONÓW

w sprawie wdrożenia, wyników i ogólnej oceny Europejskiego Roku na rzecz Rozwoju  
2015

## 1. WPROWADZENIE

### 1.1. Kontekst: rok 2015 Europejskim Rokiem na rzecz Rozwoju

Europejski Rok na rzecz Rozwoju (zwany dalej „ERR 2015”) był pierwszym rokiem w historii europejskiego roku tematycznego<sup>1</sup> poświęconym stosunkom zewnętrznym. Był to również istotny moment podejmowania ważnych decyzji związanych z polityką międzynarodową: milenijne cele rozwoju (MCR) zastąpiono celami zrównoważonego rozwoju w ramach programu działań na rzecz zrównoważonego rozwoju do roku 2030 przyjętego na Zgromadzeniu Ogólnym Narodów Zjednoczonych we wrześniu 2015 r. Przełomowym momentem było uzgodnienie w lipcu 2015 r. planu działania z Addis Abeby w sprawie globalnych ram w zakresie finansowania zrównoważonego rozwoju. Ponadto w grudniu podczas Konferencji Stron Ramowej Konwencji Narodów Zjednoczonych w Sprawie Zmian Klimatu w Paryżu z 2015 r. (COP21) 195 państw przyjęło pierwsze w historii, powszechne, prawnie wiążące światowe porozumienie w dziedzinie klimatu.

W tym kontekście Unia Europejska koordynowała innowacyjną kampanię informacyjną dotyczącą rozwoju, która miała na celu przybliżenie tych światowych decyzji europejskim obywatelom w ich codziennym życiu. Zorganizowano konferencje przygotowawcze mające zapewnić, by kampania obejmowała możliwie szerokie spektrum społeczeństwa. Wszyscy partnerzy, w tym państwa członkowskie, instytucje UE, organizacje międzynarodowe, społeczeństwo obywatelskie i sektor prywatny, uzgodnili, że kampania ta powinna stanowić okazję do uczczenia współpracy na rzecz rozwoju z udziałem różnych zainteresowanych stron.

### 1.2. Cele i zasady

W decyzji Parlamentu Europejskiego i Rady nr 472/2014/UE w sprawie Europejskiego Roku na rzecz Rozwoju (2015)<sup>2</sup> (zwanej dalej „decyzją w sprawie ERR 2015”) określono trzy cele:

a) informowanie obywateli Unii o politykach i działaniach Unii i jej państw członkowskich w zakresie współpracy na rzecz rozwoju, podkreślając rezultaty, jakie Unia osiągnęła w tej dziedzinie na arenie międzynarodowej, oraz zobowiązanie do dalszego odgrywania wiodącej roli w rozwoju zgodnie z nowymi ramami działań na okres po roku 2015;

---

<sup>1</sup> Począwszy od 1983 r. w ramach europejskiego roku tematycznego zajmowano się szczególnymi kwestiami, mając na celu zachęcanie do debaty i dialogu zarówno w państwach, jak i między państwami.

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

b) wspieranie bezpośredniego zaangażowania, krytycznego myślenia i aktywnego zainteresowania obywateli Unii i zainteresowanych stron współpracą na rzecz rozwoju, w tym tworzeniem i wdrażaniem polityki; oraz

c) pogłębianie wiedzy na temat korzyści płynących ze współpracy Unii na rzecz rozwoju nie tylko wśród beneficjentów, ale również wśród obywateli Unii, osiągnięcie szerszego zrozumienia spójności polityki na rzecz rozwoju, a także promowanie wśród obywateli w Europie i krajach rozwijających się poczucia wspólnej odpowiedzialności, solidarności i szansy w zmieniającym się świecie wzajemnych powiązań.

### 1.3. Zasoby przeznaczone na ERR 2015

Zasoby finansowe przeznaczone na rzecz kampanii wyniosły łącznie 10 579 345,11 EUR<sup>3</sup>.

Wkład na rzecz krajowych programów prac państw członkowskich Unii Europejskiej uczestniczących w kampanii wyniósł 5 268 613,31 EUR; konfederacja CONCORD (sojusz społeczeństwa obywatelskiego, ang. Civil Society Alliance) otrzymała 938 639,50 EUR; kwotę 170 258,55 EUR zainwestowano w 2014 r. w opracowanie strategii kampanii informacyjnej; kwotę 3 451 833,75 EUR przydzielono na wdrożenie strategii, kwotę 500 000 EUR na tymczasową rekrutację dodatkowego personelu wspierającego; a kwotę 250 000 EUR wydano na przeprowadzenie zewnętrznej oceny.

### 1.4. Instytucjonalne i partnerskie podejście

ERR 2015 stanowił dla Komisji Europejskiej i dla instytucji UE wspólny priorytet w zakresie komunikacji instytucjonalnej. Powołano międzyinstytucjonalną grupę roboczą<sup>4</sup>, by zapewniła wsparcie przekazu informacji na temat europejskiego roku jak najszerzej grupie odbiorców, oraz grupę skupiającą przedstawicieli różnych służb Komisji w celu zapewnienia spójnego przekazu informacji, ze szczególnym naciskiem na spójność polityki na rzecz rozwoju. Spotkania koordynacyjne z grupami roboczymi miały istotne znaczenie w zakresie wymiany informacji, tworzenia materiałów dotyczących ERR 2015 i organizowania debat publicznych.

Utworzono nową sieć współpracy między Komisją a uczestniczącymi państwami członkowskimi<sup>5</sup>. Zorganizowano sześć warsztatów w Brukseli, aby zgromadzić wszystkie strony wdrażające i opracować metody wspierania działań informacyjnych na temat polityki rozwoju na szczeblu europejskim. Wszystkie uczestniczące strony zobowiązały się do utrzymania tej sieci.

Powstałe w ramach kampanii pozainstytucjonalne partnerstwa wniosły do niej różnorodność i dynamizm. Koalicja powstała w związku z ERR 2015 obejmowała organizacje międzynarodowe, samorząd terytorialny, grupy społeczeństwa

---

<sup>3</sup> Zasoby zebrane w następstwie następujących decyzji: C/2013/8977; C/2013/9197; C/2014/5179; C/2015/4689.

<sup>4</sup> Uczestnikami byli przedstawiciele służb Komisji Europejskiej, Europejskiej Służby Działań Zewnętrznych oraz Rady, Parlamentu Europejskiego, Komitetu Regionów, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i CONCORD.

<sup>5</sup> Podpisano dwadzieścia pięć krajowych programów prac, ale w niektórych regularnych warsztatach uczestniczyły wszystkie państwa członkowskie UE.

obywatelskiego, sektor prywatny, środowisko akademickie i organizacje młodzieżowe.

### 1.5. Wyniki badania Eurobarometru dotyczącego rozwoju

Przeprowadzono dwa badania Eurobarometru<sup>6</sup>: jedno na początku kampanii i drugie pod jej koniec. Celem tych badań było zbadanie opinii publicznej na tematy związane z rozwojem i wykrycie wszelkich zmian postaw, jakie zaszły w ciągu tego roku. W badaniu Eurobarometru dotyczącym rozwoju z 2016 r. wykazano wyraźny wzrost odsetka obywateli wspierających rozwój (z 85 % do 89 %) i potwierdzono, że europejska opinia publiczna zyskała większą wiedzę na temat celów zrównoważonego rozwoju: w trakcie badania 36 % ankietowanych stwierdziło, że słyszało lub czytało o tych celach. W odniesieniu do samego ERR 2015 badanie Eurobarometru wykazało, że początkowy wskaźnik rozpoznawalności, który w styczniu 2015 r. wynosił 12 %, wzrósł pod koniec roku o 50 %.

## 2. WDRAŻANIE NA POZIOMIE ZDECENTRALIZOWANYM

W decyzji w sprawie w sprawie Europejskiego Roku na rzecz Rozwoju (2015) stwierdzono, że istnieje potrzeba szerokiego poparcia rozwoju, gdyż „[o]dpowiedzialność za podnoszenie świadomości obywateli w kwestiach rozwoju spoczywa głównie na państwach członkowskich”<sup>7</sup>. Jednocześnie osiągnięto porozumienie w sprawie znaczenia partnerstw wielostronnych dla zdolności państw członkowskich do osiągnięcia celów europejskiego roku tematycznego<sup>8</sup>.

### 2.1. Współpraca z państwami członkowskimi UE

Współpraca z państwami członkowskimi UE była podstawowym elementem kampanii i miała zasadnicze znaczenie dla utworzenia sieci podmiotów informujących o działaniach na rzecz rozwoju. Dwadzieścia pięć państw członkowskich wdrożyło krajowe programy prac w ramach ERR 2015. ERR 2015 stanowił okazję do skoncentrowania się na wynikach MCR i na programie dotyczącym celów zrównoważonego rozwoju do roku 2030, jak również okazję do zwiększenia zainteresowania kwestiami związanymi z rozwojem i zaangażowania w te kwestie. We wszystkich państwach członkowskich odbyło się łącznie ok. 3828 imprez, w których wzięło udział w sumie 1 923 240 uczestników.

Zorganizowano różnorodne działania, od specjalnych dni rozwoju, wydarzeń kulturalnych i programów telewizyjnych i radiowych po konkursy literackie, fotograficzne i wideo, konferencje i wydarzenia edukacyjne. Biura Informacyjne Parlamentu Europejskiego zorganizowały w państwach członkowskich 35 imprez, seminariów i debat dotyczących kwestii związanych z rozwojem, w których często uczestniczyli członkowie Parlamentu Europejskiego.

---

<sup>6</sup> Specjalne badanie Eurobarometru 421 (2015 r.) „Europejski Rok na rzecz Rozwoju – poglądy obywateli UE na rozwój, współpracę i pomoc”: [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/ebs/ebs\\_421\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_421_en.pdf); Specjalne badanie Eurobarometru 441 (2016 r.) „Europejski Rok na rzecz Rozwoju – poglądy obywateli UE na rozwój, współpracę i pomoc”: [http://ec.europa.eu/europeaid/sites/devco/files/sp441-devco-report-final\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/europeaid/sites/devco/files/sp441-devco-report-final_en.pdf)

<sup>7</sup> Decyzja nr 472/2014/UE. Link: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=CELEX%3A32014D0472>

<sup>8</sup> *Ibidem*.

Szczególną uwagę poświęcono pracy edukacyjnej ukierunkowanej na młodych ludzi. Komisja opracowała zestaw narzędzi edukacyjnych dotyczących rozwoju obejmujących podręcznik dla nauczycieli, 12 planów lekcji i broszurę z quizami w 23 językach UE<sup>9</sup>. Materiały edukacyjne rozpowszechniono za pośrednictwem odpowiednich ministerstw wśród instytucji edukacyjnych, głównie szkół średnich, a także uczelni i związków zawodowych nauczycieli. Wiele państw członkowskich wyznaczyło krajowych ambasadorów, których popularność walczy przyczyniła się do zwiększenia zasięgu kampanii.

We wszystkich państwach członkowskich ustanowiono partnerstwa mediów i prasy; łącznie kampanię wspierało 45 takich partnerstw, które – zwłaszcza w Irlandii, Hiszpanii i Austrii – dostarczyły solidnych przykładów skierowanych do młodych odbiorców.

### Dobre wieści dla Europy – specjalny dzień

Komisja ściśle współpracowała z duńską organizacją pozarządową *World's Best News*, wspierając szereg specjalnych Europejskich Dni Rozwoju obchodzonych w dziewiętnastu państwach członkowskich w celu szerzenia pozytywnych przekazów dotyczących współpracy UE na rzecz rozwoju i postępów obserwowanych w krajach partnerskich<sup>10</sup>.

Z tej okazji zredagowano specjalną gazetę we wszystkich językach UE, której całkowity nakład wyniósł 250 000 egzemplarzy. Dystrybucją gazety zajmowali się wolontariusze i w większości przypadków odbywało się to we współpracy z partnerami z sektora prywatnego, co dodatkowo zwiększyło zasięg informacji nt. roku tematycznego. Europejskie Dni Rozwoju organizowano często w związku z dedykowanymi dniami międzynarodowymi, takimi jak światowy dzień na rzecz celów zrównoważonego rozwoju, lub w związku z innymi wydarzeniami organizowanymi na szczeblu krajowym.

## 2.2. Praca ze społeczeństwem obywatelskim oraz edukacja i podnoszenie świadomości na temat rozwoju (DEAR)

Europejski sojusz społeczeństwa obywatelskiego, któremu przewodzi CONCORD, wykorzystał ERR 2015 jako okazję do promowania wśród obywateli UE krytycznej dyskusji na temat sprawiedliwości na świecie i aktywnego zaangażowania w tę kwestię. W okresie 15 miesięcy CONCORD przyznała dotacje w systemie kaskadowym na 17 mniejszych projektów, które wdrożono w 20 państwach w Europie i które swoim zasięgiem objęły ok. 17 mln osób na poziomie lokalnym, krajowym, europejskim i globalnym. Pod koniec 2015 r. CONCORD opublikowała broszurę dotyczącą zaleceń w zakresie polityki<sup>11</sup>.

Dalsze zaangażowanie społeczeństwa obywatelskiego w kampanię wynikało z wymogu, aby beneficjenci DEAR we wszystkich 28 państwach członkowskich

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

<sup>10</sup> Państwa członkowskie UE, które uczestniczyły w tych wydarzeniach, to Bułgaria, Republika Czeska, Niemcy, Irlandia, Hiszpania, Francja, Włochy, Łotwa, Luksemburg, Węgry, Malta, Austria, Portugalia, Rumunia, Słowenia, Słowacja, Finlandia i Zjednoczone Królestwo.

<sup>11</sup> [http://concordeurope.org/wp-content/uploads/2015/12/Policy\\_RecommendationEYD2015\\_Civil\\_Society\\_Alliance-1.pdf?1d6b43](http://concordeurope.org/wp-content/uploads/2015/12/Policy_RecommendationEYD2015_Civil_Society_Alliance-1.pdf?1d6b43)

uwzględnili ERR 2015 w swoich programach na 2015 r. Wyniki obejmowały wystawy fotografii i konkursy fotograficzne, festiwale filmowe i muzyczne, konkursy pisarskie, letnie obozy o tematyce rozwoju, wystawy, wydarzenia kulturalne i fora nauczycieli.

### 2.3. Na szczeblu międzynarodowym: współpraca z organizacjami międzynarodowymi

Organizacja Narodów Zjednoczonych (ONZ) i Bank Światowy odegrały istotną rolę w kampanii, wnosząc swój wkład w stronę internetową, we wspólne działania informacyjne na portalach społecznościowych i w szerzenie wiedzy na temat kampanii w obrębie Unii i poza jej granicami. Regionalne centrum informacyjne ONZ (UNRIC) odegrało szczególnie wartościową rolę koordynacyjną. Piętnaście organizacji ONZ wniosło swój wkład w postaci postów, historii i ogłoszeń dotyczących wydarzeń na stronach internetowych ERR 2015 oraz przygotowywania treści do publikacji na profilach ERR 2015 na portalach społecznościowych.

Do wielu wspólnie organizowanych wydarzeń należały: spotkanie młodych osób z Sekretarzem Generalnym ONZ Ban Ki-moonem w centrum Bozar w Brukseli, dzień ONZ na Wielkim Placu w Brukseli, pokazy filmów sygnowanych Ciné-ONU w Brukseli oraz konferencja na temat celów zrównoważonego rozwoju w kontekście „Quinzaine de la Solidarité internationale” w Brukseli. W kontekście kampanii ERR 2015 Bank Światowy zapewnił wsparcie na potrzeby zorganizowania międzynarodowych konferencji dotyczących współpracy na rzecz rozwoju zatytułowanych „Zaangażuj się. Podejmij współpracę. Podziel się doświadczeniem” (Litwa) i „Dążenie do wzmocnienia pozycji gospodarczej kobiet poprzez ramy rozwoju po 2015 r.” (Polska).

### 2.4. Zaangażowanie prywatnego sektora

Podczas roku ustanowiono dwadzieścia nowych partnerstw z sektorem prywatnym.

Sektor prywatny korzystał z materiałów wizualnych i promocyjnych ERR 2015 do własnych celów informacyjnych, które obejmowały organizację imprez oraz redakcję czasopism i biuletynów rozprowadzanych w ramach sieci współpracujących z nim przedsiębiorstw i stowarzyszeń. Na przykład, do odbiorców przekazu ERR 2015 należało 160 000 europejskich przedsiębiorstw tworzących stowarzyszenie agrobiznesu Cooperative Europe oraz 10 000 przedsiębiorstw będących członkami sieci na rzecz społecznej odpowiedzialności biznesu CSR Europe w sektorze energetycznym.

## **3. WDRAŻANIE NA POZIOMIE ZCENTRALIZOWANYM**

Działając w duchu włączenia społecznego i współodpowiedzialności, Komisja Europejska, we współpracy z innymi instytucjami UE, pełniła rolę centralnego koordynatora kampanii.

### 3.1. Materiały kampanii

Na stronie internetowej ERR 2015 udostępniono kompleksowy zestaw materiałów promocyjnych, z których większość przetłumaczono na 23 języki UE. Materiały te składały się z: dwóch filmów wideo na temat ERR 2015; spotu radiowego; 52 „historii tygodnia”; miesięcznego biuletynu; miesięcznych tematycznych streszczeń i

infografik; tematycznych plakatów ERR 2015; prezentacji w Power Point; dwóch wydań gazety ERR 2015 „World's Best News”; zestawu materiałów edukacyjnych dotyczących ERR 2015; pełnego zestawu materiałów wizualnych; banku fotografii; szablonów na stojak typu roll-up; ograniczonej liczby gadżetów promocyjnych; oraz publikacji w twardej oprawie zawierającej wszystkie „historie tygodnia” rozpowszechnianej szeroko po zakończeniu roku. Parlament Europejski utworzył swój własny specjalny zestaw materiałów promocyjnych na potrzeby ERR 2015.

Stworzenie graficznej prezentacji motta ERR 2015 miało kluczowe znaczenie dla wzmocnienia wizualnej rozpoznawalności kampanii. Bardzo użyteczne okazało się też podejście zakładające „miesiące tematyczne”<sup>12</sup> (jeden kluczowy temat przypisany do każdego miesiąca w roku), gdyż umożliwiło partnerom skuteczne komunikowanie się w sprawie tematu, wydarzenia lub obszaru szczególnego zainteresowania.

### 3.2. Młodzi ludzie na celowniku

W decyzji w sprawie ERR 2015 młodych ludzi uznano za kluczową grupę docelową. To właśnie do nich bezpośrednio skierowanych było wiele działań organizowanych przez Komisję Europejską, inne instytucje UE i państwa członkowskie. Wybrano 12 młodych liderów z całego świata, aby zabierali głos w trakcie paneli wysokiego szczebla podczas Europejskich Dni Rozwoju w czerwcu 2015 r. W tym samym duchu zorganizowano w maju w centrum Bozar w Brukseli interaktywną debatę między ambasadorami młodzieży i Sekretarzem Generalnym ONZ Ban Ki-moonem, dotyczącą programu działań na okres po roku 2015 i roli młodych ludzi. Wydarzenie transmitowano w internecie, a hashtag #AskBanKimoon pojawił się w wiadomościach na Twitterze ponad 10 mln osób.

W ramach cyklu wykładów „Kapuściński Development Lectures”, inicjatywy podjętej wspólnie przez Komisję Europejską i UNDP, czołowi światowi myśliciele omawiali kwestie związane z rozwojem. Podczas kampanii w każdym państwie członkowskim odbył się co najmniej jeden wykład. W inicjatywę zaangażowały się wiodące państwowe uczelnie, a wśród prelegentów znaleźli się m.in. Thomas Piketty, Julia Gillard, Dani Rodrik i Carl Bildt, którzy wygłosili fascynujące wykłady.

W ramach wyjątkowej współpracy z popularnym młodym blogerem przygotowano specjalny film wideo o ERR 2015. Film, który osiągnął 1 mln wyświetleń w serwisie YouTube, stał się najczęściej oglądanym materiałem audiowizualnym w historii Dyrekcji Generalnej ds. Współpracy Międzynarodowej i Rozwoju (DG DEVCO). Na portalu społecznościowym Facebook film ten miał łącznie 6 073 539 wyświetleń, a podczas pokazów kinowych film obejrzało go 335 389 osób.

### 3.3. Wydarzenia przewodnie, duża widoczność kampanii, różnorodność celów i działań

Na ceremoniach otwarcia i zamknięcia (odpowiednio na Łotwie i w Luksemburgu) obecne było kolegium komisarzy i przywódcy polityczni dwóch prezydencji. W marcu 2015 r. odbyła się konferencja dotycząca równości płci z udziałem

---

<sup>12</sup> Dwanaście miesięcy tematycznych obejmowało: Europa w świecie (styczeń); Edukacja (luty); Kobiety i dziewczęta (marzec); Zdrowie (kwiecień); Pokój i bezpieczeństwo (maj); Zrównoważony ekologiczny wzrost gospodarczy, godna praca, przedsiębiorstwa (czerwiec); Dzieci i młodzież (lipiec); Pomoc humanitarna (sierpień); Demografia i migracja (wrzesień); Bezpieczeństwo żywności (październik); Zrównoważony rozwój i działanie w dziedzinie klimatu (listopad); Prawa człowieka i sprawowanie rządów (grudzień).

specjalistów i zainteresowanych stron, mająca na celu analizę nierówności w Europie i poza jej granicami. Dnia 9 maja 2015 r., podczas Dnia Europy, ERR 2015 stanowił główny temat, a ponad 30 000 obywateli wzięło udział w Dniu Otwartym instytucji UE.

Institucje UE promowały również ERR 2015 podczas biegu na 20 km w Brukseli, a logo ERR 2015 widniało na dużym banerze wiszącym przez cały rok na przejściu nad placem przy budynku Parlamentu Europejskiego. Ponadto w lutym 2015 r. w Strasburgu ERR 2015 włączono do projektu Parlamentu Europejskiego Eurocola, w którym wzięły udział tysiące uczniów w wieku 16–18 lat. Parlament Europejski zorganizował konkurs fotograficzny dla odwiedzających oparty na miesięcznych tematach ERR 2015. Zwycięskie zdjęcia pokazano w listopadzie 2015 r. na wystawie, która miała miejsce na terenie agory Bronisława Geremka w Strasburgu. Od maja do listopada w Parlamentarium można było też oglądać wystawę fotografii „Rodzinny posiłek”.

Kampania ERR 2015 została włączona do głównych międzynarodowych wydarzeń roku: na konferencji COP21 w Paryżu otwarto specjalne stoisko dotyczące ERR 2015, a z okazji przyjęcia programu działań na rzecz zrównoważonego rozwoju do roku 2030 przez Zgromadzenie Ogólne ONZ w Nowym Jorku zorganizowano specjalny wykład w ramach inicjatywy „Kapuściński Development Lectures”.

Kampanię zaprezentowano w pawilonie UE podczas EXPO2015 w Mediolanie, gdzie materiały wizualne dotyczące ERR 2015 wyraźnie towarzyszyły tematowi Expo związanemu z żywnością (*Wyżywić planetę, energia do życia*).

ERR 2015 odegrał również aktywną rolę w trakcie obchodów 70-lecia ONZ w dniu 25 października 2015 r. Poświęcone mu stoisko informacyjne na Wielkim Placu w Brukseli odwiedziło ok. 5000 zwiedzających.

#### 3.4. Współpraca z delegaturami Unii: podsumowanie roku

Opowiadanie historii stanowiło główny element kampanii. Delegatury Unii przygotowały ponad 150 historii przedstawiających konkretny wpływ rozwoju UE na życie ludzi w krajach partnerskich. Historie te były opowiedziane prostym językiem i w zajmujący sposób, pochodziły z pierwszej ręki i zawierały istotne fakty dotyczące pozytywnych wyników pomocy UE w zakresie rozwoju. Najlepsze historie wybrano do projektu kampanii „historia tygodnia”, przetłumaczono na 23 języki, opublikowano na stronie internetowej i udostępniono szerszej publiczności za pośrednictwem mediów społecznościowych. Większość pozostałych historii opublikowano w oryginalnym języku.

Z uwagi na jakość opracowanych materiałów i zainteresowanie, jakie wzbudziły, wydano specjalną publikację, w której zebrano wszystkie „historie tygodnia”. Książkę „ERR 2015: podsumowanie roku”<sup>13</sup> rozpowszechniano podczas uroczystości zakończenia w Luksemburgu oraz za pośrednictwem przedstawicielstw Komisji Europejskiej, Centrów informacyjnych Europe Direct i delegatur Unii w 23 językach.

---

<sup>13</sup> [http://ec.europa.eu/europeaid/year-stories-european-year-development-2015\\_en](http://ec.europa.eu/europeaid/year-stories-european-year-development-2015_en)

### 3.5. Innowacyjna strona internetowa kampanii

Strona internetowa ERR 2015 była platformą, dzięki której wypracowywano nowe relacje między UE a partnerami w zakresie rozwoju. Umożliwiła ona całkowicie interaktywną komunikację. Chociaż to Komisja ją tworzyła i administrowała, organizacje partnerskie miały pełną kontrolę edytorską nad umieszczonymi treściami. Ponad 200 akredytowanych partnerów mogło swobodnie publikować informacje na własny temat, zapowiadać wydarzenia, przedstawiać historie oraz inne informacje w wybranym przez siebie języku. Wśród partnerów były 24 państwa członkowskie, 30 organizacji międzynarodowych, 137 organizacji społeczeństwa obywatelskiego / pozarządowych i 9 przedsiębiorstw sektora prywatnego.

#### Wspólna kampania na portalach społecznościowych

Praca z mediami społecznościowymi – portalami Facebook i Twitter<sup>14</sup> – stanowiła jednocześnie sukces ERR 2015 i inwestycję w przyszłe prowadzenie kampanii online. Hasztag związany z ERR 2015 został użyty 330 000 razy. Wydarzeniem, w ramach którego użyto największej liczby hasztagu #ERR 2015, było przekazanie młodzieży profili i kont DG DEVCO w mediach społecznościowych. Miało to miejsce w październiku 2015 r.

Jednym z głównych osiągnięć było współredagowanie profili ERR 2015 w mediach społecznościowych przez różnych partnerów każdego tygodnia przez cały 2015 r.; liczba partnerów zainteresowanych współpracą przekroczyła liczbę dostępnych tygodni w roku. Podmioty redagujące konta kampanii w mediach społecznościowych działały w różnych obszarach życia publicznego. Znalazły się wśród nich zarówno przedsiębiorstwa sektora prywatnego, jak i organizacje pozarządowe. Wspólne redagowanie profili w mediach społecznościowych pozwoliło zróżnicować publikowane treści, zacieśnić współpracę w ramach istniejących sieci i zbudować nowe partnerstwa.

### 3.6. Współpraca z mediami

Zainteresowanie mediów współpracą na rzecz rozwoju było istotną częścią kampanii. Tematyka ERR 2015 cieszyła się szerokim zainteresowaniem w ważnych mediach w całej UE. Opublikowano wiele rzetelnych artykułów, a w niektórych z nich użyto motta roku tematycznego. O ERR 2015 wspomniano łącznie w 3914 artykułach. DG DEVCO regularnie dostarczała dziennikarzom informacje na temat kampanii, organizując seminaria i briefingi prasowe. Zorganizowano wyprawę prasową do Tanzanii będącą częścią kampanii w celu skoncentrowania uwagi na zmianie klimatu przed konferencją COP21.

## **4. OSIĄGNIĘCIA KAMPANII ERR 2015 I DZIAŁANIA NASTĘPCZE**

Wynikiem kampanii ERR 2015 jest silniejsze partnerstwo w szerzeniu informacji na temat rozwoju. Komisja będzie nadal przybliżać europejskim obywatelom temat współpracy na rzecz rozwoju.

---

<sup>14</sup> <https://twitter.com/eyd2015>

#### 4.1. Dziedzictwo ERR 2015

W środę dnia 9 grudnia 2015 r. na specjalnej ceremonii w Luksemburgu Parlament Europejski, Rada oraz Komisja podpisały wspólną deklarację w sprawie Europejskiego Roku na rzecz Rozwoju<sup>15</sup>. Wspólna deklaracja obejmuje szereg kluczowych elementów i zakłada, że informowanie o unijnych działaniach na rzecz rozwoju powinno być:

- **Oparte na partnerstwach i zaangażowaniu nowych podmiotów spoza wspólnoty rozwoju:**

Sieci utworzone w ramach ERR 2015 z państwami członkowskimi, parlamentami, regionami, społeczeństwem obywatelskim, sektorem prywatnym, władzami lokalnymi i regionalnymi, środowiskami akademickimi, instytucjami edukacyjnymi i badawczymi okazały się bardzo wydajne w budowaniu synergii, uzgadnianiu wspólnych działań i wymianie zdobytych doświadczeń.

- **Ukierunkowane na młodzież:**

Działania w sektorze edukacji nadal będą odgrywać ważną rolę w okresie do roku 2030, gdyż pozwolą wszystkim uczącym się na zdobycie wiedzy i umiejętności koniecznych do wspierania zrównoważonego rozwoju.

- **Stawiać ludzi w centrum:**

Podejście „gawędziarskie” było jednym z najbardziej popularnych sposobów informowania o globalnych wyzwaniach i działaniach dotyczących współpracy na rzecz rozwoju i mających wpływ na codzienne życie obywateli.

- **Interaktywne:**

Biorąc pod uwagę duży poziom zaangażowania w opracowywanie agendy na rzecz zrównoważonego rozwoju 2030, współpraca z zainteresowanymi podmiotami i między nimi będzie miała nadal kluczowe znaczenie.

- **Oparte na faktach:**

Oparta na wynikach kampania informacyjna będzie stanowić istotny wkład w pomyślną realizację agendy na rzecz zrównoważonego rozwoju 2030.

- **Zgodne z duchem ERR:**

Motto ERR 2015 – *nasz świat, nasza godność, nasza przyszłość* – może być narzędziem przekazywania komunikatów dotyczących agendy na rzecz zrównoważonego rozwoju 2030.

#### 4.2. Podsumowanie

Komisja z zadowoleniem przyjmuje ogólne pozytywne wyniki niezależnej oceny ERR 2015<sup>16</sup>, przyznając jednocześnie, że niektóre wnioski należy rozważyć w świetle

<sup>15</sup> [http://ec.europa.eu/europeaid/sites/devco/files/declaration-eyd2015\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/europeaid/sites/devco/files/declaration-eyd2015_en.pdf)

<sup>16</sup> Zob. dokument roboczy służb Komisji Europejskiego w sprawie wdrożenia, wyników i ogólnej oceny Europejskiego Roku na rzecz Rozwoju 2015 (SWD(2016)286).

napotkanych ograniczeń w gromadzeniu danych, oraz uznając fakt, że ocena opiera się w dużym stopniu na badaniu przeprowadzonym wśród zainteresowanych stron, które same wdrażały działania kampanii, co oznacza potencjalne ryzyko obciążenia pozytywnym błędem.

Komisja z zadowoleniem przyjmuje wnioski oceniającego dotyczące *przydatności* i *komplementarności* celów i działań. Wspólny wkład UE i państw członkowskich w opracowywanie ERR 2015 zapewnił odpowiednio dostosowaną kampanię, która pomogła podnieść świadomość, pogłębić wiedzę i zwiększyć zrozumienie wśród opinii publicznej, a w szczególności wśród młodzieży. Dzięki szerokiemu zakresowi celów i grup docelowych państwa członkowskie i inni partnerzy mogli lepiej dostosować przekaz komunikatów do swoich priorytetów i zainteresowań. W niektórych przypadkach bardziej przejrzyste przekazywanie informacji dotyczących konkretnych komunikatów politycznych mogłoby jednak przeciwdziałać osłabianiu europejskiego wymiaru. Komisja odnotowuje z zadowoleniem, że podejście „gawędziarskie”, polegające na przedstawianiu rzeczywistych historii, sprawiło, że informacje dotyczące rozwoju miały większe znaczenie dla różnych rodzajów odbiorców. Podobnie z zadowoleniem przyjmuje fakt, że działania wchodzące w skład kampanii – w tym działania angażujące organizacje międzynarodowe – stanowiły uzupełnienie wysiłków podejmowanych na szczeblu krajowym i europejskim.

Komisja przyjmuje do wiadomości powiązane ze sobą wnioski dotyczące *skuteczności* i *wpływu*. Nie można ustalić żadnego bezpośredniego powiązania przyczynowego między kampanią a wzrostem odsetka obywateli wspierających rozwój wykazany w badaniu Eurobarometru z 2016 r. Ze względu na skalę działań i dowody świadczące o dotarciu do nowych odbiorców można jednak racjonalnie założyć, że ERR 2015 przyczynił się do wzrostu publicznego i politycznego wsparcia dla współpracy na rzecz rozwoju. Dzięki strategii komunikacyjnej wykorzystującej internet i media społecznościowe udało się w szczególności umocnić wizerunek UE jako globalnego gracza i informować obywateli o działaniach na rzecz rozwoju podejmowanych przez UE i jej państwa członkowskie. Komisja zauważa, że udostępnienie strony internetowej i profili na portalach społecznościowych partnerom kampanii było skutecznym sposobem na budowanie partnerstw, które mogły z korzyścią mieć miejsce nawet wcześniej. W ocenie podkreślono również szeroki przekaz medialny kampanii i skuteczną koordynację wszystkich głównych uczestników.

W odniesieniu do *efektywności*, *spójności* i *europejskiej wartości dodanej* działań realizowanych w ramach ERR 2015 model partnerstwa postrzegano jako skuteczny sposób dotarcia do społeczności działającej na rzecz rozwoju jako społeczności opiniotwórczej, do opinii publicznej i w szczególności do młodych ludzi. Komisja odnotowuje, że niektórzy partnerzy ocenili wymogi w zakresie monitorowania i sprawozdawczości jako uciążliwe. Komisja przyjmuje sugestię oceniającego, zgodnie z którą na ERR 2015 można było przeznaczyć większe zasoby ludzkie i finansowe. Niniejsze sprawozdanie przedkłada w oparciu o zasoby dostępne na potrzeby projektu, uwzględniając szerszy kontekst ograniczeń dotyczących zasobów ludzkich i finansowych.

W odniesieniu do *trwałości* działań w ramach ERR 2015 w ocenie stwierdzono, że kampania dostarczyła zainteresowanym stronom możliwości opracowania nowych form zaangażowania, szczególnie dzięki historii, korzystaniu z nowych narzędzi lub poznawaniu sposobów komunikowania się z nowymi odbiorcami. Stworzony został

fundament na potrzeby trwałych wyników, m.in. w postaci przywołanej wcześniej wspólnej deklaracji. Obecnie wyzwanie polega na podtrzymaniu motywacji i tendencji powstałych w wyniku ERR 2015 i udostępnieniu niezbędnych zasobów finansowych i ludzkich.

Nowe globalne ramy programu działań ONZ na rzecz zrównoważonego rozwoju do roku 2030, w tym cele zrównoważonego rozwoju, będą wymagały opracowania innowacyjnych kampanii obejmujących możliwie szerokie spektrum społeczeństwa. Doświadczenie zebrane podczas ERR 2015, utworzone sieci współpracy oraz wdrożone najlepsze praktyki zostaną wykorzystane przy opracowaniu przyszłych kampanii informacyjnych. Dzięki ERR 2015 UE znacznie poprawiła swoją zdolność do przekazywania europejskim obywatelom informacji dotyczących rozwoju.