



V Bruseli 1. 12. 2016
COM(2016) 525 final

**SPRÁVA KOMISIE EURÓPSKEMU PARLAMENTU, RADE, EURÓPSKEMU
HOSPODÁRSKEMU A SOCIÁLNEMU VÝBORU A VÝBORU REGIÓNOV**

**o vykonávaní, výsledkoch a celkovom hodnotení
Európskeho roka rozvoja 2015**

{SWD(2016) 286 final}

SPRÁVA KOMISIE EURÓPSKEMU PARLAMENTU, RADE, EURÓPSKEMU HOSPODÁRSKEMU A SOCIÁLNEMU VÝBORU A VÝBORU REGIÓNOV

o vykonávaní, výsledkoch a celkovom hodnotení Európskeho roka rozvoja 2015

1. ÚVOD

1.1. Súvislosti: Rok 2015 ako Európsky rok rozvoja

Európsky rok rozvoja (ďalej len „ERR2015“) bol prvým európskym rokom¹ venovaným vonkajším vzťahom. V súvislosti s veľkými medzinárodnými politickými rozhodnutiami nastala dôležitá chvíľa: miléniové rozvojové ciele boli nahradené cieľmi trvalo udržateľného rozvoja v rámci programu trvalo udržateľného rozvoja do roku 2030, ktorý bol prijatý na Valnom zhromaždení OSN v septembri 2015. Zásadný prelom nastal v júli 2015, keď sa dosiahla dohoda o akčnom programe z Addis Abeby týkajúcom sa globálneho rámca pre financovanie trvalo udržateľného rozvoja. Napokon, v decembri na konferencii OSN o zmene klímy v Paríži (COP21) v roku 2015 prijalo 195 krajín historicky úplne prvú univerzálnu, právne záväznú celosvetovú dohodu o klíme.

V súlade s tým Európska únia koordinovala inovačnú komunikačnú kampaň o rozvoji s cieľom priblížiť tieto globálne rozhodnutia európskym občanom a ich každodennému životu. Prípravné konferencie boli organizované tak, aby kampaň bola čo najprístupnejšia pre široké vrstvy. Všetci partneri vrátane členských štátov, inštitúcií EÚ, medzinárodných organizácií, občianskej spoločnosti a súkromného sektora súhlasili s tým, aby kampaň bola multilaterálnou oslavou rozvojovej spolupráce.

1.2. Ciele a zásady

V rozhodnutí Európskeho parlamentu a Rady č. 472/2014/EÚ, ktorým bol vyhlásený Európsky rok rozvoja (2015)² (ďalej len „rozhodnutie o ERR2015“), boli uvedené tri ciele:

- a) informovať občanov Únie o politikách rozvojovej spolupráce a opatreniach Únie a jej členských štátov s dôrazom na výsledky, ktoré Únia ako globálny aktér dosiahla v tejto oblasti, a o záväzku pokračovať vo vedúcej úlohe v oblasti rozvoja v súlade s najnovším rámcom na obdobie po roku 2015;
- b) podporovať priamu angažovanosť, kritické myslenie a aktívny záujem občanov Únie a zainteresovaných strán o rozvojovú spoluprácu, navrhovanie a vykonávanie politík v tejto oblasti a

¹ Európske roky boli od roku 1983 zamerané na konkrétne témy s cieľom podnietiť diskusie a dialóg na vnútroštátnej, ako aj na medzinárodnej úrovni.

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

c) zvyšovať informovanosť o prínosoch rozvojovej spolupráce Únie nielen u príjemcov, ale aj u občanov Únie a zabezpečiť širšie pochopenie súdržnosti politík na podporu rozvoja a podporovať u občanov v Európe a v rozvojových krajinách zmysel pre spoločnú zodpovednosť, solidaritu a príležitosť v meniacom sa a vzájomne prepojenom svete.

1.3. Zdroje ERR2015

Na kampaň boli zmobilizované finančné zdroje v celkovej výške 10 579 345,11 EUR³.

Príspevky na vnútroštátne pracovné programy členských štátov Európskej únie zapojených do kampane boli vo výške 5 268 613,31 EUR, konfederácia CONCORD (aliancia občianskej spoločnosti) získala 938 639,50 EUR, do rozvoja komunikačnej stratégie kampane v roku 2014 bolo investovaných 170 258,55 EUR, na vykonávanie stratégie bolo vyčlenených 3 451 833,75 EUR, na dočasné zamestnávanie ďalších podporných zamestnancov 500 000 EUR a na externú hodnotiacu štúdiu 250 000 EUR.

1.4. Korporátny a partnerský prístup

Rok ERR2015 bol prioritou Európskej komisie a ďalších inštitúcií EÚ v oblasti korporátnej komunikácie. Vytvorená bola medziinštitucionálna pracovná skupina⁴ s cieľom pomôcť, aby sa informácie o tomto roku dostali k širokej verejnosti, zatiaľ čo medziútvarová pracovná skupina (v rámci Komisie) zabezpečovala koherentné poskytovanie správ s dôrazom na súdržnosť politík v záujme rozvoja. Koordináčne stretnutia s pracovnými skupinami boli veľmi dôležité pri výmene informácií, príprave materiálov pre ERR2015 a organizovaní verejných diskusií.

Komisia a zúčastnené členské štáty vzájomne vytvorili novú sieť⁵. Šesť seminárov sa konalo v Bruseli, na ktorých sa zišli všetky vykonávacie strany a vypracovali metódy na podporu komunikácie o rozvoji na európskej úrovni. Všetky zúčastnené strany sa rozhodne zaviazali podporovať túto sieť.

Mimoinštitucionálne partnerstvá v rámci kampane prispeli k jej rôznorodosti a dynamike. Koalícia, ktorá sa vytvorila okolo ERR2015, zahŕňala medzinárodné organizácie, miestne orgány, skupiny občianskej spoločnosti, súkromný sektor, akademickú obec a mládežnícke organizácie.

1.5. Výsledky prieskumu Eurobarometer týkajúce sa rozvoja

Uskutočnili sa dva prieskumy Eurobarometer⁶, jeden na začiatku kampane a druhý na konci. Cieľom bolo posúdiť verejnú mienku o témach týkajúcich rozvoja a sledovať

³ Zdroje pochádzajú z týchto rozhodnutí: C/2013/8977, C/2013/9197, C/2014/5179, C/2015/4689

⁴ Účastníkmi boli zástupcovia útvarov Európskej komisie, Európskej služby pre vonkajšiu činnosť, ako aj zástupcovia Rady, Európskeho parlamentu, Výboru regiónov, Európskeho hospodárskeho a sociálneho výboru a konfederácie CONCORD.

⁵ Podpísaných bolo dvadsaťpäť vnútroštátnych pracovných programov, ale všetky členské štáty EÚ sa zúčastnili na niektorých z pravidelných seminárov.

⁶ Osobitný prieskum Eurobarometer 421 (2015) „Európsky rok rozvoja – názory občanov EÚ na rozvoj, spoluprácu a pomoc“. http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_421_en.pdf, Osobitný prieskum

všetky zmeny v týchto postojoch v priebehu roka. Prieskum Eurobarometer o rozvoji z roku 2016 preukázal jasný nárast podielu občanov, ktorí podporujú rozvoj (z 85 % na 89 %) a potvrdil, že európska verejnosť už má viac poznatkov o nových cieľoch trvalo udržateľného rozvoja, pričom podiel občanov, ktorí uviedli, že o nich počuli alebo čítali, dosiahol 36 %. Pokiaľ ide o samotný rok ERR2015, prieskum Eurobarometer potvrdil, že z pôvodnej 12 % miery uznania v januári roku 2015 došlo do konca roka k nárastu o 50 %.

2. VYKONÁVANIE NA DECENTRALIZOVANEJ ÚROVNI

V rozhodnutí o ERR2015 bolo uvedené, že je potrebná široká podpora pre rozvoj, keďže „hlavnú zodpovednosť za zvyšovanie informovanosti občanov v otázkach rozvoja majú členské štáty“⁷. Zároveň sa podarilo dosiahnuť konsenzus o význame mnohostranných partnerstiev pre schopnosť členských štátov dosiahnuť ciele európskeho roka⁸.

2.1. Spolupráca s členskými štátmi

Základným kameňom kampane pri zriaďovaní siete komunikátorov v oblasti rozvoja bola spolupráca s členskými štátmi EÚ. Vnútroštátny pracovný program ERR2015 vykonávalo 25 členských štátov. Rok ERR2015 poskytol príležitosť zamerať sa na výsledky miléniových rozvojových cieľov a na program 2030 stanovujúci ciele trvalo udržateľného rozvoja a posilniť záujem o otázky rozvoja a angažovanosti v tejto oblasti. Vo všetkých členských štátoch EÚ dovedna sa uskutočnilo okolo 3 828 podujatí, na ktorých sa zúčastnilo celkovo 1 923 240 účastníkov.

Konali sa rôzne aktivity, od špeciálnych dní rozvoja, kultúrnych podujatí a televíznych a rozhlasových programov až po literárne, fotografické a video súťaže, konferencie a vzdelávacie podujatia. Informačné kancelárie Európskeho parlamentu zorganizovali v členských štátoch 35 podujatí, seminárov a diskusií o otázkach rozvoja, často za prítomnosti poslancov Európskeho parlamentu.

Osobitný dôraz sa kládol na prácu v oblasti vzdelávania zameranú na mladých ľudí. Komisia vypracovala súbor vzdelávacích nástrojov v oblasti rozvoja s Príručkou pre učiteľov, plánmi rozdelenými do 12 lekcí a kvízovou brožúrou v 23 jazykoch EÚ⁹. Tieto vzdelávacie materiály boli distribuované prostredníctvom ministerstiev školstva do vzdelávacích inštitúcií, najmä stredných škôl, ale aj na univerzity a do učiteľských zväzov prostredníctvom príslušných ministerstiev školstva. Mnohé členské štáty vymenovali národných ambasádorov, ktorých popularita pomohla zvýšiť informovanosť o kampani.

Partnerstvá s médiami a tlačou boli vytvorené vo všetkých členských štátoch, kampaň podporilo dovedna 45 takýchto partnerstiev a – najmä v Írsku, Španielsku a Rakúsku – poskytli niektoré významné príklady zamerané na mladých ľudí.

Dobré správy pre Európu – špeciálny deň

Eurobarometer 441 (2016) „Európsky rok rozvoja – názory občanov EÚ na rozvoj, spoluprácu a pomoc“. http://ec.europa.eu/europeaid/sites/devco/files/sp441-devco-report-final_en.pdf

⁷ Rozhodnutie č. 472/2014/EÚ Odkaz: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/?uri=CELEX%3A32014D0472>

⁸ Tamže.

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

Komisia úzko spolupracovala s dánskou mimovládnu organizáciou *World's Best News* na podpore série špeciálnych Európskych dní rozvoja, ktoré sa konali v 19 členských štátoch s cieľom šíriť pozitívne správy o rozvojovej spolupráci EÚ a pokroku v partnerských krajinách¹⁰.

Pri tejto príležitosti boli pripravené špeciálne noviny vo všetkých jazykoch EÚ s celkovým nákladom 250 000 výtlačkov. Distribúcia týchto novín dobrovoľníkmi a zväčša v spolupráci s partnermi zo súkromného sektora podporila informovanosť o roku rozvoja. Európske dni rozvoja boli často organizované v spojení s medzinárodnými dňami, ako napríklad Globálny akčný deň pre globálne ciele alebo pri iných vnútroštátnych príležitostiach.

2.2. Spolupráca s občianskou spoločnosťou a vzdelávanie a zvyšovanie informovanosti v oblasti rozvoja (DEAR)

Európska aliancia občianskej spoločnosti pod vedením konfederácie CONCORD využila ERR2015 ako príležitosť na podporu kritickej diskusie medzi občanmi EÚ na tému globálna spravodlivosť a na ich aktívne zapojenie do tejto oblasti. V priebehu 15 mesiacov konfederácia CONCORD prideliла čiastkové granty na 17 menších projektov a realizované boli v 20 krajinách v Európe s dosahom na približne 17 miliónov ľudí na miestnej, vnútroštátnej, európskej a globálnej úrovni. Koncom roku 2015 konfederácia CONCORD vydala brožúru Politické odporúčania¹¹.

Občianska spoločnosť sa ďalej zapojila do kampane prostredníctvom požiadavky na príjemcov občianskej spoločnosti DEAR vo všetkých 28 členských štátoch, aby zohľadnili ERR2015 vo svojich programoch na rok 2015. Výstupy zahŕňali výstavy a súťaže fotografií, filmové a hudobné festivaly, súťaže v písaní, prípravu letných táborov, výstavy, kultúrne podujatia a učiteľské fóra.

2.3. Na medzinárodnej scéne: spolupráca s medzinárodnými organizáciami

Organizácia Spojených národov (OSN) a Svetová banka zohrávali v kampani dôležitú úlohu prostredníctvom svojich príspevkov na jej webovom sídle, spoluorganizovaním obsahu na sociálnych médiách a šírením informovanosti o kampani v rámci Únie, ako aj mimo nej. Obzvlášť cennú koordinačnú úlohu počas celého roka ERR2015 zohrávalo Regionálne informačné centrum OSN pre Európu (UNRIC). Svojimi informáciami, príbehmi a oznamami o podujatiach na webovom sídle ERR2015, ako aj spoluorganizovaním obsahu na účtoch sociálnych médií prispievalo 15 agentúr OSN.

K mnohým spoločným podujatiam patrilo napríklad stretnutie mladých ľudí s generálnym tajomníkom OSN Pan Ki-munom v centre Bozar v Bruseli, Deň OSN na námestí Grand place v Bruseli, označenie premietaní Ciné-ONU v Bruseli a konferencia o cieľoch trvalo udržateľného rozvoja v kontexte podujatia „Quinzaine de la Solidarité internationale“ v Bruseli. Medzinárodné konferencie o rozvojovej spolupráci pod názvami „Engage. Cooperate. Share Experience“ (Zapojiť sa.

¹⁰ Zúčastnili sa tieto členské štáty EÚ: Bulharsko, Česká republika, Fínsko, Francúzsko, Írsko, Lotyšsko, Luxembursko, Malta, Maďarsko, Nemecko, Portugalsko, Rakúsko, Rumunsko, Slovensko, Slovinsko, Spojené kráľovstvo, Španielsko a Taliansko.

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

Spolupracovať. Podeliť sa o skúsenosti) (Litva) a „*Advancing Women's Economic Empowerment via the Post 2015 Development Framework*“ (Zlepšovanie ekonomického postavenia žien prostredníctvom rozvojového rámca po roku 2015) (Poľsko) podporila v súvislosti s kampaňou v rámci ERR2015 Svetová banka.

2.4. Závazok súkromného sektora

V priebehu roka bolo vytvorených 20 nových partnerstiev so súkromným sektorom.

Súkromný sektor používal vizuálne prvky a materiály kampane ERR2015 na svoje vlastné komunikačné účely vrátane podujatí, časopisov a spravodajcov, ktoré boli distribuované prostredníctvom siete spolupracujúcich podnikov/asociácií. Napríklad správy týkajúce sa kampane ERR2015 boli doručené 160 000 európskym podnikom, ktoré sú členmi agropodnikateľskej asociácie Cooperative Europe a 10 000 členským podnikom siete pre sociálnu zodpovednosť podnikov Corporate Social Responsibility Europe v oblasti energetiky.

3. VYKONÁVANIE NA CENTRALIZOVANEJ ÚROVNI

Európska komisia konajúc v duchu inkluzívnosti a spoluzodpovednosti zohrávala v spolupráci s ďalšími inštitúciami EÚ centrálnu koordinačnú úlohu vo vedení kampane.

3.1. Materiály o kampani

Komplexný súbor nástrojov kampane bol sprístupnený online prostredníctvom webového sídla kampane ERR2015, pričom väčšina materiálov bola preložená do 23 jazykov EÚ. Materiály obsahovali: dve videonahrávky o ERR2015, rozhlasový spot, 52 „príbehov týždňa“, mesačného spravodajcu, mesačné tematické informačné letáky a infografické materiály, tematické plagáty ERR2015, prezentácie v programe PowerPoint, dve vydania novín World's Best News venované ERR2015, vzdelávací nástroj o ERR2015, úplný súbor nástrojov na celkovú vizuálnu identitu, fotobanku, rolovacie predlohy, obmedzený počet reklamných darčiekov a knižnú publikáciu všetkých „príbehov týždňa“ po ukončení roka ERR2015, distribuovanú širokej verejnosti. Európsky parlament pripravil svoj vlastný špeciálny súbor materiálov pre kampaň ERR2015.

Na posilnenie vizuálnej identity kampane bolo nevyhnutné vytvoriť grafické zobrazenie motta ERR2015. Ďalej sa ukázalo, že prístup založený na „tematických mesiacoch“¹² (s jednou hlavnou témou určenou na každý mesiac v roku) bol užitočný, lebo pomohol partnerom účinne komunikovať o téme, podujatí alebo oblasti, ktorá ich konkrétne zaujíma.

¹² Bolo to týchto 12 tematických mesiacov: Európa vo svete (január), Vzdelávanie (február); Ženy a dievčatá (marec), Zdravie (apríl), Mier a bezpečnosť (máj); Trvalo udržateľný ekologický rast, dôstojné pracovné miesta a podnikanie (jún), Deti a mládež (júl), Humanitárna pomoc (august), Demografia a migrácia (september); Potravinová bezpečnosť (október), Trvalo udržateľný rozvoj a opatrenia v oblasti klímy (november), Ľudské práva a správa vecí verejných (december).

3.2. Mladí ľudia v centre pozornosti

V rozhodnutí o ERR2015 boli mladí ľudia určení ako kľúčová cieľová skupina. Mnohé aktivity, ktoré organizovala Európska komisia, ďalšie inštitúcie EÚ a členské štáty boli priamo zamerané na mladých ľudí. K týmto aktivitám patrila akcia, kde vybraných 12 mladých lídrov z celého sveta malo prejav v paneloch na vysokej úrovni na Európskych dňoch rozvoja (EDR) v júni 2015. V rovnakom duchu sa niesla interaktívna diskusia, ktorá sa v máji konala v centre Bozar v Bruseli medzi veľvyslancami mládeže a generálnym tajomníkom OSN Pan Ki-munom, ktorá sa týkala programu po roku 2015 a úlohy mladých ľudí. Podujatie sa vysielalo cez web a hashtag #AskBanKimoon sa objavil v príspevkoch viac než 10 miliónov ľudí na Twitteri.

Poprední svetoví myslitelia diskutovali o problematike rozvoja v rámci podujatia Kapuscinski Development Lectures organizovaného Európskou komisiou spoločne s Rozvojovým programom Organizácie Spojených národov (UNDP). V každom členskom štáte sa uskutočnila aspoň jedna prednáška počas kampane v rámci podujatia Kapuscinski Development Lectures za účasti popredných štátnych univerzít a rečníkov, ako napríklad Thomas Piketty, Julia Gillardová, Dani Rodrik a Carl Bildt, ktorí uviedli pútavé prednášky.

Vďaka jedinečnej spolupráci s obľúbeným mladým blogerom bola vyhotovená špeciálna videonahrávka venovaná ERR2015. Táto videonahrávka bola najsledovanejším audiovizuálnym výstupom Generálneho riaditeľstva pre medzinárodnú spoluprácu a rozvoj (GR DEVCO) v histórii a na YouTube si zaistila až 1 milión zhladnutí, na Facebooku kampaň získala celkovo 6 073 539 zobrazení a pri premietaní v kinách videonahrávka oslovila 335 389 osôb.

3.3. Hlavné udalosti, rozsiahle zviditeľnenie, rozmanitosť cieľov a aktivít

Na slávnostnom otvorení (v Lotyšsku) a ukončení (v Luxembursku) sa zúčastnilo kolégium komisárov a politické vedenie dvoch predsedníctiev. V marci 2015 sa uskutočnila konferencia o rodových otázkach s odborníkmi a zainteresovanými stranami s cieľom analyzovať situáciu v oblasti nerovností v Európe a mimo nej. ERR2015 bol hlavnou témou Dňa Európy, ktorý sa konal 9. mája 2015 a viac než 30 000 občanov sa v tento deň zúčastnilo na Dni otvorených dverí v inštitúciách EÚ.

Inštitúcie EÚ propagovali ERR2015 aj na podujatí Bruselských 20 km a logo ERR2015 na veľkom transparente zdobilo počas celého roka priestranstvo so skleneným prepojením Európskeho parlamentu. ERR2015 bol okrem toho začlenený do programu Euroscola, ktorý organizuje Európsky parlament a na ktorom sa vo februári 2015 v Štrasburgu zúčastnili tisíce študentov vo veku 16 až 18 rokov. Európsky parlament usporiadal súťaž pre fotografy na základe mesačných tém ERR2015 a víťazné fotografie boli vystavené na výstave umiestnenej v Agore Bronisława Geremeka, ktorá sa konala v novembri 2015 v Štrasburgu. Od mája do novembra boli v parlamentáriu obdobne vystavené fotografie v rámci fotografickej výstavy „Rodinné jedlo“.

Kampaň ERR2015 bola prezentovaná na hlavných medzinárodných podujatiach roka: špeciálny stánok ERR2015 bol zriadený na konferencii COP21 v Paríži a v rámci podujatia Kapuscinski Development Lectures sa uskutočnila prednáška pri príležitosti prijatia programu 2030 Valným zhromaždením OSN v New Yorku.

Kampaň bola prezentovaná na výstave EXPO2015 v Miláne, kde boli výrazne predstavené vizuálne prvky ERR2015 spolu s témou výživy prezentovanou na výstave Expo (*Užiť planétu, energia pre život*) v pavilóne EÚ.

Rok ERR2015 zohrával aktívnu úlohu aj v rámci osláv 70. výročia OSN, ktoré sa konali 25. októbra 2015 a jeho veľký stánok na Grand Place v Bruseli prilákal okolo 5 000 návštevníkov.

3.4. Spolupráca s delegáciami EÚ: Rok príbehov

Príbehy tvorili jadro kampane. Delegácie EÚ pripravili viac než 150 príbehov potvrdzujúcich hmatateľný vplyv rozvojovej pomoci EÚ na život ľudí v partnerských krajinách. Príbehy boli výpoveďami na základe osobných skúseností, rozprávané jednoduchým jazykom a pútavou formou a rovnako obsahovali najdôležitejšie informácie o pozitívnych výsledkoch rozvojovej pomoci EÚ. Najlepšie príbehy boli vybrané do sekcie kampane „Článok týždňa“, boli preložené do 23 jazykov a zverejnené na webovej stránke a šírené prostredníctvom sociálnych médií. Väčšina zvyšných príbehov bola uverejnená v ich pôvodnom jazyku.

Vďaka kvalitným príbehom a podnetnej spätnej väzbe bola ako špeciálna publikácia vydaná kniha so všetkými „Príbehmi týždňa“. Publikácia „ERR2015: Rok príbehov“¹³ bola distribuovaná na záverečnom podujatí v Luxemburgu a prostredníctvom zastúpení Európskej komisie, informačných centier Europe Direct a delegácií EÚ v 23 jazykoch.

3.5. Novátorské webové sídlo kampane

Webové sídlo ERR2015 predstavovalo platformu, ktorá umožňovala nadväzovanie nových vzťahov medzi EÚ a partnermi v oblasti rozvoja a umožňovala tiež skutočnú interaktívnu komunikáciu. Aj keď bolo zriadené a spravované Komisiou, partnerské organizácie mali úplnú redakčnú kontrolu nad svojím obsahom. Viac než 200 akreditovaných partnerov mohlo bezplatne uverejňovať informácie o sebe, podujatiach, príbehoch, ako aj iné informácie v jazyku, ktorý si zvolili. Patilo k nim 24 členských štátov, 30 medzinárodných organizácií, 137 občianskych spoločností/mimovládnych/vládnych organizácií a 9 podnikov zo súkromného sektora.

Spoločná správa sociálnych médií

Práca so sociálnymi médiami – Facebook a Twitter¹⁴ – znamenala v prípade ERR2015 úspech, ako aj investíciu do budúcich online kampaní. Zaznamenaných bolo viac než 330 000 odkazov s hashtagom EYD2015. Udalosťou, ktorá pritiahla najväčšiu pozornosť k hashtagu #EYD2015, bolo prevzatie účtov sociálnych médií GR DEVCO mládežou v októbri 2015.

Jedným z kľúčových úspechov bola spoločná správa účtov ERR2015 v sociálnych médiách iným partnerom každý týždeň v roku 2015, dopyt po pridelení priestoru pre spoločnú správu týchto účtov presiahol počet týždňov v roku. Partneri podieľajúci sa na spoločnej správe týchto účtov pochádzali zo všetkých oblastí verejného života,

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

¹⁴ <https://twitter.com/eyd2015>

počnúc súkromnými spoločnosťami až po mimovládne organizácie. Spoločná správa obsahu bolo úspešné, pretože prispelo k tvorbe rôznorodého obsahu, zvýšeniu vplyvu existujúcich sietí a budovaniu nových partnerstiev.

3.6. Práca v oblasti médií

Dôležitou súčasťou kampane bolo sústrediť pozornosť médií na rozvojovú spoluprácu. V prípade ERR2015 sa zabezpečilo významné pokrytie médiami vysokej kvality v rámci celej EÚ. Publikovaný bol zodpovedajúci počet článkov podložených kvalitnými informáciami a v niektorých z nich bolo uvedené aj motto ERR2015. Odkaz na ERR2015 bol celkovo uvedený v 3 914 článkoch. GR DEVCO pravidelne informovalo novinárov o kampani prostredníctvom tlačových konferencií a brífingov. Exkurzia pre tlač do Tanzánie bola organizovaná v rámci kampane so zameraním na zmenu klímy pred konferenciou COP21.

4. ODKAZ A NÁSLEDNÉ AKCIE PO ERR2015

Kampaň ERR2015 prispela k posilneniu partnerstiev v oblasti komunikácie o rozvoji. Komisia bude aj naďalej európskym občanom približovať témy rozvojovej spolupráce.

4.1. Odkaz ERR2015

Európsky parlament, Rada a Komisia podpísali Spoločné vyhlásenie o Európskom roku rozvoja na slávnostnom stretnutí v Luxemburgu v stredu 9. decembra 2015¹⁵. V spoločnom vyhlásení boli zahrnuté tieto hlavné prvky:

- **Budovanie partnerstiev a zapájanie nových účastníkov z oblastí mimo rozvojového spoločenstva:**

Siete vytvorené s členskými štátmi, parlamentmi, regiónmi, občianskou spoločnosťou, súkromným sektorom, regionálnymi a miestnymi orgánmi, akademickou obcou a výskumnými/vzdelávacími inštitúciami v priebehu ERR2015 sa ukázali ako veľmi efektívne pre vytváranie synergii, dohôd na spoločných aktivitách a výmene nadobudnutých skúseností.

- **Zameranie na mladých ľudí:**

Úsilie v oblasti vzdelávania bude naďalej zohrávať dôležitú úlohu v rámci príprav na rok 2030 s cieľom zabezpečiť, aby všetci študujúci nadobudli znalosti a zručnosti potrebné na podporu trvalo udržateľného rozvoja.

- **Orientácia na ľudí:**

Prístup založený na príbehoch patril k najobľúbenejším spôsobom komunikácie o globálnych výzvach a úsilí rozvojovej spolupráce, ktoré ovplyvňujú každodenný život ľudí.

- **Interaktívnosť:**

Zásadným prvkom budú aj naďalej vysoko participatívne interakcie so zainteresovanými stranami aj medzi nimi, aké sa uplatňovali pri príprave programu trvalo udržateľného rozvoja do roku 2030.

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

- **Vychádzanie z faktov:**

Komunikačná kampaň vychádzajúca z výsledkov významne prispeje k úspechu programu trvalo udržateľného rozvoja do roku 2030.

- **Zachovanie ducha ERR:**

Motto ERR2015 – *náš svet, naša dôstojnosť, naša budúcnosť* – môže byť nástrojom na odovzdanie odkazov týkajúcich sa programu 2030.

4.2. Záver

Komisia víta celkové pozitívne výsledky nezávislého hodnotenia ERR2015¹⁶, aj keď uznáva, že niektoré závery je potrebné posudzovať so zreteľom na obmedzenia v súvislosti so zhromažďovaním údajov a na skutočnosť, že hodnotenie vychádza zväčša z prieskumu, na ktorom sa zúčastnili zainteresované strany, ktoré samotné vykonávali aktivity v rámci kampane, čo predstavuje potenciálne riziko pozitívnej zaujatosti.

Komisia víta závery hodnotiteľa týkajúce sa *relevantnosti a komplementárnosti* cieľov a aktivít. V rámci ERR2015 sa kombinoval príspevok EÚ a členských štátov s cieľom zabezpečiť vhodne zameranú kampaň, čo pomohlo zvýšiť informovanosť širokej verejnosti a najmä mladých ľudí, ako aj ich znalosti a porozumenie. Rozsiahly súbor cieľov a cieľových skupín pomohol členským štátom a iným partnerom lepšie prispôbiť posolstvá vlastným prioritám a záujmom, aj keď jasnejšia komunikácia týkajúca sa osobitných politických posolstiev by v niektorých prípadoch pomohla zmierniť oslabovanie európskeho rozmeru. Komisia s uspokojením konštatuje, že prístup založený na príbehoch prispel k tomu, že komunikácia o rozvoji bola relevantnejšia pre jednotlivé cieľové skupiny a že aktivity v rámci kampane vrátane tých, na ktorých sa podieľali medzinárodné organizácie, boli komplementárne na národnej a na európskej úrovni.

Komisia uznáva vzájomne prepojené závery týkajúce sa *účinnosti a vplyvu*. Nedá sa však stanoviť priama príčinná súvislosť v prospech rozvoja medzi kampaňou a nárastom podielu občanov preukázanom v prieskume Eurobarometer z roku 2016, so zreteľom na objem aktivít a dôkazov o oslovení nových cieľových skupín sa môže odôvodnene predpokladať, že rok ERR2015 prispel k zlepšeniu verejnej a politickej podpory rozvojovej spolupráce. Stratégia v oblasti online komunikácie a sociálnych médií bola mimoriadne úspešná v zobrazovaní EÚ ako globálneho aktéra a informovaní občanov o aktivitách EÚ a jej členských štátov v oblasti rozvoja. Komisia konštatuje, že sprístupnenie webového sídla a účtov sociálnych médií partnerom predstavovalo účinný spôsob budovania partnerstiev a mohlo k tomu úspešne dôjsť ešte skôr. V hodnotení sa zdôrazňuje aj dobré pokrytie kampane v tlači a účinná koordinácia všetkých významných aktérov.

Pokiaľ ide o *efektívnosť, súdržnosť a pridanú hodnotu EÚ*, aktivity ERR2015 a model partnerstva boli vnímané ako efektívny spôsob oslovenia rozvojového spoločenstva, napríklad multiplikátorov, širokej verejnosti a najmä mladých ľudí. Komisia pripomína, že niektorí partneri považovali požiadavky na monitorovanie a podávanie

¹⁶ Pozri pracovný dokument útvarov Komisie o vykonávaní, výsledkoch a celkovom hodnotení Európskeho roku rozvoja 2015 (SWD(2016)286)

správ za zaťažujúce. Komisia ďalej berie na vedomie návrh hodnotiteľa, že na účely ERR2015 mohli byť pridelené väčšie ľudské a finančné zdroje a predkladá túto správu na základe zdrojov, ktoré boli dostupné pre projekt, so zreteľom na širší kontext obmedzení z hľadiska finančných a ľudských zdrojov.

Pokiaľ ide o *udržateľnosť* aktivít ERR2015, v hodnotení sa konštatuje, že kampaň poskytla zainteresovaným stranám príležitosť rozvíjať nové formy účasti, najmä prostredníctvom príbehov, pomocou nových nástrojov alebo nadobudnutých znalostí o tom, ako komunikovať s novými cieľovými skupinami. Položené boli základy pre udržateľné výsledky, a to aj prostredníctvom spoločného vyhlásenia a úlohou bude zabezpečiť podporu motivácie a dynamiky vďaka ERR2015 a sprístupnenie potrebných finančných a ľudských zdrojov.

Nový globálny rámec programu OSN pre trvalo udržateľný rozvoj do roku 2030 vrátane cieľov trvalo udržateľného rozvoja si bude vyžadovať novátorské a inkluzívne kampane. Budúce kampane budú ťažiť zo skúseností nadobudnutých v priebehu ERR2015, ako aj z vytvorených sietí spolupráce a vypracovaných a realizovaných osvedčených postupov. EÚ vďaka kampani ERR2015 významne zlepšila svoje schopnosti komunikácie s občanmi EÚ v oblasti rozvoja.