



Bruxelles, 1.12.2016
COM(2016) 525 final

**RELAZIONE DELLA COMMISSIONE AL PARLAMENTO EUROPEO, AL
CONSIGLIO, AL COMITATO ECONOMICO E SOCIALE EUROPEO E AL
COMITATO DELLE REGIONI**

**sull'attuazione, sui risultati e sulla valutazione generale
dell'Anno europeo per lo sviluppo 2015**

{SWD(2016) 286 final}

RELAZIONE DELLA COMMISSIONE AL PARLAMENTO EUROPEO, AL CONSIGLIO, AL COMITATO ECONOMICO E SOCIALE EUROPEO E AL COMITATO DELLE REGIONI

sull'attuazione, sui risultati e sulla valutazione generale dell'Anno europeo per lo sviluppo 2015

1. INTRODUZIONE

1.1. Contesto: Il 2015 come Anno europeo per lo sviluppo

L'Anno europeo per lo sviluppo è stato il primo Anno europeo¹ dedicato alle relazioni esterne. Si è svolto in un momento significativo, in coincidenza con fondamentali decisioni di politica internazionale: Gli obiettivi di sviluppo del millennio (OSM) sono stati sostituiti dagli obiettivi di sviluppo sostenibile (OSS) nell'ambito dell'agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile adottata in occasione dell'Assemblea generale delle Nazioni Unite nel settembre 2015. Un importante passo avanti è stato compiuto nel luglio 2015, quando è stato concordato il programma d'azione di Addis Abeba su un quadro globale per il finanziamento dello sviluppo sostenibile. Infine, nel dicembre 2015, durante la conferenza delle Nazioni Unite sul cambiamento climatico a Parigi (COP 21), 195 paesi hanno adottato il primo accordo universale e giuridicamente vincolante sul clima mondiale.

È in questo contesto che l'Unione europea ha coordinato un'innovativa campagna di comunicazione per lo sviluppo, mirante ad avvicinare tali decisioni globali ai cittadini europei e alla loro vita quotidiana. Sono state organizzate conferenze preparatorie per dare alla campagna una dimensione quanto più possibile inclusiva. Tutte le parti - gli Stati membri, le istituzioni dell'UE, le organizzazioni internazionali, la società civile e il settore privato - si sono trovate d'accordo sul fatto che la campagna rappresentasse una celebrazione multilaterale della cooperazione allo sviluppo.

1.2. Obiettivi e principi

La decisione n. 472/2014/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, relativa all'Anno europeo per lo sviluppo 2015² (in appresso "la decisione") fissa tre obiettivi:

a) informare i cittadini dell'Unione circa la cooperazione allo sviluppo dell'Unione e degli Stati membri, sottolineando i risultati che l'Unione ha conseguito come attore mondiale e l'impegno a proseguire nello svolgere un ruolo guida, in linea con l'emergente quadro globale post-2015;

b) promuovere la partecipazione diretta, il pensiero critico e l'interesse attivo tra i cittadini dell'Unione e le parti interessate in materia di cooperazione allo sviluppo, anche per quanto riguarda la formulazione e attuazione delle politiche; nonché

¹ A partire dal 1983 gli Anni europei sono stati dedicati ad argomenti specifici al fine di incoraggiare il dibattito e il dialogo all'interno dei paesi e tra di essi.

² <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/HTML/?uri=CELEX:32014D0472&from=EN>

c) aumentare la consapevolezza dei benefici della cooperazione allo sviluppo dell'Unione, non solo per i beneficiari dell'assistenza allo sviluppo ma anche per i cittadini dell'Unione, e giungere a una più vasta comprensione della coerenza delle politiche per lo sviluppo nonché promuovere un senso di responsabilità, solidarietà e opportunità tra i cittadini dell'Europa e dei paesi in via di sviluppo in un mondo sempre più mutevole e interdipendente.

1.3. Le risorse dell'Anno europeo per lo sviluppo 2015

Le risorse finanziarie mobilitate per la campagna ammontavano a 10 579 345,11 EUR³.

I contributi dell'Unione europea ai programmi di lavoro nazionali degli Stati membri impegnati nella campagna ammontavano a 5 268 613,31 EUR; CONCORD (l'Alleanza della società civile) ha ricevuto 938 639,50 EUR; 170 258,5 EUR sono stati investiti nel 2014 nello sviluppo della strategia per la campagna di comunicazione; 3 451 833,75 EUR sono stati stanziati per l'attuazione della strategia e 500 000 EUR per l'assunzione temporanea di personale di sostegno supplementare; 250 000 EUR sono stati destinati allo studio esterno di valutazione.

1.4. Approccio istituzionale e di partenariato

L'Anno europeo per lo sviluppo 2015 ha rappresentato una priorità della comunicazione istituzionale per la Commissione europea e le altre istituzioni dell'UE. È stato creato un gruppo di lavoro interistituzionale⁴ per contribuire a fare sì che la comunicazione sull'Anno raggiungesse un vasto pubblico, mentre un gruppo di lavoro interservizi (interno alla Commissione) ha garantito la coerenza dei messaggi, con particolare enfasi sulla coerenza delle politiche per lo sviluppo. Le riunioni di coordinamento con i gruppi di lavoro sono state essenziali per lo scambio di informazioni, la produzione di materiale sull'Anno europeo per lo sviluppo 2015 e l'organizzazione di dibattiti pubblici.

È stata costituita una nuova rete tra la Commissione e gli Stati membri partecipanti⁵. Sono stati organizzati sei seminari a Bruxelles per riunire tutti i soggetti incaricati dell'attuazione e sviluppare metodi per promuovere lo sviluppo della comunicazione a livello europeo. Tutte le parti partecipanti hanno assicurato il loro forte impegno a mantenere in funzione questa rete.

I partenariati non istituzionali della campagna hanno apportato alla stessa più varietà e un maggiore dinamismo. La coalizione formatasi per l'Anno europeo per lo sviluppo 2015 ha riunito organizzazioni internazionali, autorità locali, gruppi della società civile, il settore privato, il mondo accademico e le organizzazioni giovanili.

³ Le risorse sono state stanziare attraverso le seguenti decisioni: C/2013/8977; C/2013/9197; C/2014/5179; C/2015/4689;

⁴ Tra i partecipanti vi erano esponenti dei servizi della Commissione europea, del Servizio europeo per l'azione esterna nonché rappresentanti del Consiglio, del Parlamento europeo, del Comitato delle regioni, del Comitato economico e sociale europeo e di CONCORD.

⁵ Sono stati 25 i programmi di lavoro nazionali firmati, ma tutti gli Stati membri dell'UE hanno partecipato a taluni tra i gruppi di lavoro regolari.

1.5. I risultati dell'Eurobarometro sullo sviluppo

Sono state svolte due indagini Eurobarometro⁶, una all'inizio e una alla fine della campagna. L'obiettivo era sondare l'opinione pubblica riguardo ai temi attinenti allo sviluppo e individuarne tutti i cambiamenti di atteggiamento durante l'anno. L'indagine Eurobarometro del 2016 sullo sviluppo ha evidenziato un netto aumento della percentuale di cittadini che sostengono lo sviluppo (dall'85% all'89%) ed ha confermato che i cittadini europei hanno acquisito una maggiore conoscenza dei nuovi obiettivi di sviluppo sostenibile: il 36% della popolazione ha infatti dichiarato di averne sentito parlare o di avere letto informazioni al riguardo. Per quanto riguarda la percentuale di cittadini che conoscevano l'Anno europeo per lo sviluppo 2015, l'indagine di Eurobarometro evidenzia un balzo dal 12% del gennaio 2015 al 50% della fine dell'anno.

2. ATTUAZIONE A LIVELLO DECENTRATO

La decisione relativa all'Anno europeo per lo sviluppo 2015 sottolinea la necessità di un ampio sostegno per lo sviluppo, giacché “la responsabilità primaria di aumentare la consapevolezza dei cittadini sulle questioni relative allo sviluppo è di competenza degli Stati membri”.⁷ Contemporaneamente si è giunti a un consenso riguardo all'importanza dei partenariati multilaterali per la capacità degli Stati membri di raggiungere gli obiettivi prefissati dall'Anno europeo⁸.

2.1. Cooperazione con gli Stati membri dell'UE

La cooperazione con gli Stati membri dell'UE è divenuta una pietra angolare della campagna, dando vita a una rete di responsabili della comunicazione per lo sviluppo. 25 Stati membri hanno attuato un programma di lavoro nazionale relativo all'Anno europeo per lo sviluppo 2015. L'Anno europeo dello sviluppo 2015 ha offerto l'opportunità di concentrarsi sui risultati degli OSM e sull'Agenda 2030 sugli obiettivi di sviluppo sostenibile (OSS) nonché di rafforzare l'interesse e l'impegno per il settore dello sviluppo. Gli eventi svolti nella totalità degli Stati membri dell'UE sono stati 3 828, con un totale di 1 923 240 partecipanti.

Sono state organizzate numerose attività, quali le speciali giornate dello sviluppo, eventi culturali, programmi televisivi e radiofonici, concorsi letterari, fotografici e video, conferenze e attività di formazione. Gli uffici di informazione del Parlamento europeo hanno organizzato 35 eventi, seminari e dibattiti negli Stati membri sulle questioni relative allo sviluppo, in molti casi con la presenza di membri del Parlamento europeo.

Particolare enfasi è stata posta sulle attività d'istruzione rivolte ai giovani. La Commissione ha elaborato un toolkit didattico sullo sviluppo contenente un manuale

⁶ Speciale Eurobarometro 421 (2015) - "The European Year for Development - Citizens' Views on Development, Cooperation and Aid" ("L'Anno europeo per lo sviluppo - il punto di vista dei cittadini sullo sviluppo, la cooperazione e gli aiuti"): http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_421_en.pdf; Speciale Eurobarometro 441 (2016) - "The European Year for Development - Citizens' Views on Development, Cooperation and Aid" ("L'Anno europeo per lo sviluppo - il punto di vista dei cittadini sullo sviluppo, la cooperazione e gli aiuti"): http://ec.europa.eu/europeaid/sites/devco/files/sp441-devco-report-final_en.pdf

⁷ Decisione 472/2014/UE. Link: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/HTML/?uri=CELEX:32014D0472&from=EN>

⁸ Ibid

per gli insegnanti, 12 programmi per lezioni e un opuscolo di quiz nelle 23 lingue dell'UE⁹. Tale materiale didattico è stato distribuito agli enti d'istruzione attraverso i ministeri dell'istruzione competenti, soprattutto nelle scuole secondarie, ma anche ai singoli insegnanti, nelle università e nelle sedi dei sindacati. Numerosi Stati membri hanno nominato ambasciatori nazionali la cui notorietà ha contribuito in larga misura ad ampliare la portata della campagna.

In tutti gli Stati membri sono stati creati partenariati con i media e con la stampa; complessivamente vi sono stati 45 partenariati in sostegno della campagna; tali partenariati - soprattutto in Irlanda, Spagna e Austria - hanno rappresentato eccellenti esempi di come indirizzarsi a un pubblico giovane.

Buone notizie per l'Europa - una giornata speciale

La Commissione ha cooperato gomito a gomito con l'ONG danese *World's Best News* a supporto di una serie di speciali Giornate europee dello sviluppo, celebrate in 19 Stati membri per diffondere messaggi positivi sulla cooperazione allo sviluppo dell'UE e sui progressi osservati nei paesi partner¹⁰.

Per l'occasione è stato realizzato un apposito giornale in tutte le lingue dell'UE con una tiratura totale di 250 000 copie. La distribuzione del quotidiano a cura di volontari, nella maggior parte dei casi in collaborazione con partner del settore privato, ha ampliato il raggio di sensibilizzazione dell'Anno. Le Giornate europee dello sviluppo sono state spesso organizzate in modo da collegarle a giornate internazionali, come ad esempio la Giornata mondiale dell'azione per gli obiettivi globali, o ad eventi nazionali.

2.2. Working with Civil Society and Development Education Awareness Raising (DEAR) (Lavorare con la società civile e Educazione e sensibilizzazione allo sviluppo (DEAR))

L'Alleanza della società civile europea, sotto la guida di CONCORD, ha tratto opportunità dall'Anno europeo per lo sviluppo 2015 per stimolare la discussione e l'impegno attivo sulla giustizia globale tra i cittadini dell'UE. Nell'arco di 15 mesi, 17 progetti di minore entità hanno ricevuto sovvenzioni da CONCORD e sono stati attuati in 20 paesi in Europa, raggiungendo circa 17 milioni di persone a livello locale, nazionale, europeo e mondiale. Alla fine del 2015 CONCORD ha pubblicato un opuscolo contenente raccomandazioni politiche¹¹.

La società civile è stata ulteriormente coinvolta nella campagna attraverso l'obbligo imposto a tutti i beneficiari di DEAR nei 28 Stati membri di tenere conto dell'Anno europeo per lo sviluppo 2015 nei propri programmi per il 2015. Ne sono scaturiti eventi quali concorsi e mostre fotografiche, festival cinematografici e musicali, concorsi di scrittura, campi estivi dedicati allo sviluppo, mostre, manifestazioni culturali e forum per insegnanti.

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

¹⁰ Gli Stati membri dell'UE che hanno partecipato sono l'Austria, la Bulgaria, la Finlandia, la Francia, la Germania, l'Irlanda, l'Italia, la Lettonia, il Lussemburgo, Malta, il Portogallo, il Regno Unito, la Repubblica ceca, la Romania, la Slovacchia, la Slovenia, la Spagna e l'Ungheria.

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

2.3. Sul piano internazionale: collaborazione con organizzazioni internazionali

Le Nazioni Unite (ONU) e la Banca mondiale hanno svolto un importante ruolo nella campagna, contribuendo al sito web nonché alla copertura tramite i social media e sensibilizzando il pubblico riguardo alla campagna sia all'interno che all'esterno dell'Unione. Il Centro regionale di informazione delle Nazioni Unite per l'Europa (UNRIC) ha svolto un ruolo di coordinamento particolarmente prezioso durante tutto l'anno. 15 agenzie delle Nazioni Unite hanno pubblicato post, narrazioni web e annunci di eventi sul sito web dell'Anno europeo per lo sviluppo 2015 e contribuito alla copertura dell'Anno sui social media.

Tra i numerosi eventi organizzati, l'incontro tra un gruppo di giovani e il Segretario generale delle Nazioni Unite Ban Ki-moon al Bozar di Bruxelles, la Giornata delle Nazioni Unite celebrata sulla Grand Place di Bruxelles, le proiezioni Ciné-ONU con il logo dell'Anno a Bruxelles e la Conferenza sugli obiettivi di sviluppo sostenibile nel quadro della "Quinzaine de la Solidarité internationale" a Bruxelles. Due conferenze internazionali per la cooperazione allo sviluppo, intitolate "*Engage. Cooperate. Share Experience*" (Lituania) e "*Advancing Women's Economic Empowerment via the Post 2015 Development Framework*" (Polonia) sono state sostenute dalla Banca mondiale nel quadro della campagna dell'Anno europeo per lo sviluppo 2015.

2.4. Impegno del settore privato

Nel corso dell'Anno sono stati formati 20 nuovi partenariati con il settore privato.

Soggetti del settore privato hanno utilizzato materiale visivo e di altro tipo dell'Anno europeo per lo sviluppo 2015 per le proprie iniziative di comunicazione, come eventi, newsletter, riviste, distribuendolo attraverso le reti delle imprese/associazioni coinvolte. Ad esempio, tutte le 160 000 imprese europee che compongono l'associazione di agribusiness "Cooperative Europe" e le 10000 imprese associate a "Corporate Social Responsibility Europe in Energy" hanno ricevuto messaggi dell'Anno europeo per lo sviluppo 2015.

3. ATTUAZIONE A LIVELLO DECENTRATO

Agendo in uno spirito improntato all'inclusività e alla paternità progettuale condivisa, la Commissione europea, in collaborazione con le altre istituzioni dell'UE, ha svolto un ruolo centrale di coordinamento nella gestione della campagna.

3.1. Il materiale promozionale per la campagna

Un toolkit completo per la campagna è stato reso disponibile online tramite il sito web dell'Anno, con la più parte del materiale promozionale tradotta in 23 lingue dell'UE. Il materiale consisteva in: due video sull'Anno europeo per lo sviluppo 2015; uno spot radiofonico; 52 "storie della settimana"; una newsletter mensile; infografiche e schede tematiche mensili; poster tematici sull'Anno europeo per lo sviluppo 2015; presentazioni PowerPoint; due edizioni del giornale "EYD2015 - World's Best News"; un toolkit educativo sull'Anno europeo per lo sviluppo 2015; un toolkit completo per l'identità visiva; una banca dati fotografica; materiale visivo su dispositivo avvolgibile; un numero limitato di gadget; dopo la fine dell'anno, una

pubblicazione a copertina rigida ad ampia diffusione contenete tutte le “storie della settimana”. Dal canto suo, anche il Parlamento europeo ha creato un toolkit speciale per la campagna relativa all’Anno europeo per lo sviluppo 2015.

La realizzazione della rappresentazione grafica del motto dell’Anno europeo per lo sviluppo 2015 è stata essenziale per rafforzare l’identità visiva della campagna. Inoltre, l’approccio basato sui “mesi tematici”¹² (con un tema chiave assegnato ad ogni mese dell’anno), è stato utile per aiutare i partner a comunicare efficacemente su un argomento, un evento o un settore per essi particolarmente rilevante.

3.2. I giovani in primo piano

La decisione relativa all’Anno europeo per lo sviluppo 2015 definisce i giovani come gruppo target chiave. Numerose attività organizzate dalla Commissione europea, dalle altre istituzioni dell’UE e dagli Stati membri erano indirizzate direttamente ai giovani. 12 giovani provenienti da tutto il mondo sono stati nominati “giovani leader” per partecipare a tavole rotonde ad alto livello durante le Giornate europee dello sviluppo (EDD) nel giugno 2015. Nello stesso spirito, in maggio al Bozar di Bruxelles è stato organizzato un dibattito interattivo sull’agenda post-2015 e sul ruolo dei giovani, con la partecipazione di “ambasciatori della gioventù” e del Segretario generale delle Nazioni Unite Ban Ki-moon. L’evento è stato trasmesso in streaming via web, e l’hashtag #AskBanKimoon è stato menzionato nei feed Twitter di oltre 10 milioni di persone.

Alcuni tra i principali opinionisti del mondo hanno discusso di questioni inerenti allo sviluppo nel quadro delle “Kapusinski Development Lectures”, conferenze organizzate congiuntamente dalla Commissione europea e dal programma di sviluppo delle Nazioni Unite (PSNU). Durante lo svolgimento della campagna, in ciascuno Stato membro si è svolta almeno una delle “Kapusinski Development Lectures”, coinvolgendo università nazionali e oratori di primo piano come Thomas Piketty, Julia Gillard, Dani Rodrik e Carl Bildt, che hanno tenuto affascinanti conferenze.

Uno speciale video dedicato all’Anno europeo per lo sviluppo 2015 è stato realizzato grazie a una collaborazione senza precedenti con una famosa giovane blogger. Il video si è rivelato la più popolare produzione audiovisiva mai realizzata dalla Direzione generale per la cooperazione internazionale e lo sviluppo (DG DEVCO), con oltre 1 milione di visualizzazioni su YouTube; su Facebook, la campagna ha attirato un totale di 6 073 539 commenti; nelle sale cinematografiche, il video è stato visto da di 335 389 spettatori.

3.3. Eventi faro, ampia grande visibilità, varietà degli obiettivi e delle attività

Le cerimonie di apertura e chiusura (svoltesi rispettivamente in Lettonia e Lussemburgo) hanno visto la partecipazione del collegio dei Commissari e dei leader politici delle due presidenze. Nel marzo 2015 si è svolta una conferenza sulla dimensione di genere con la partecipazione di esperti e delle parti interessate, al fine

¹² I 12 mesi temi mensili sono stati i seguenti: L’Europa nel mondo (gennaio); istruzione (febbraio); donne e ragazze (marzo); salute (aprile); pace e sicurezza (maggio); crescita verde e sostenibile, lavori dignitosi e imprese (giugno); infanzia e giovani (luglio); aiuti umanitari (agosto); demografia e flussi migratori (settembre); sicurezza alimentare (ottobre); lo sviluppo sostenibile e l’azione per il clima (novembre); diritti umani e governance (dicembre).

di esaminare la situazione delle disuguaglianze in Europa e al di fuori dell'Europa. Il 9 maggio 2015, l'Anno europeo per lo sviluppo 2015 è stato il tema centrale della Festa dell'Europa, e oltre 30 000 cittadini hanno presenziato alla Giornata porte aperte delle istituzioni dell'UE.

L'Anno europeo per lo sviluppo 2015 è stata inoltre promosso dalle istituzioni dell'UE durante la 20 Km di corsa organizzata a Bruxelles, e durante tutto l'anno un grande striscione con il logo dell'Anno decorava la *skywalk plaza* presso la sede del Parlamento europeo. Inoltre, l'Anno europeo per lo sviluppo 2015 è stato parte integrale del programma Euroscuola del Parlamento europeo, che nel febbraio 2015 ha accolto a Strasburgo migliaia di studenti di età compresa tra 16 e 18 anni. Il concorso fotografico del Parlamento europeo per fotografi ospiti era basato sui temi mensili dell'Anno europeo per lo sviluppo 2015, e la foto vincitrici sono state esposte durante una mostra tenutasi presso l'Agora "Bronislaw Geremek" a Strasburgo, nel novembre 2015. Un'analogia mostra fotografica, intitolata "Family Meal" è stata allestita presso il Parlamentarium tra maggio e novembre.

La campagna per l'Anno europeo per lo sviluppo 2015 è stata presente durante i principali eventi internazionali dell'anno: un apposito stand dell'Anno europeo per lo sviluppo 2015 è stato istituito alla conferenza COP 21 di Parigi; una speciale "Kapusinski Development Lecture" (conferenza sullo sviluppo) è stata organizzata in occasione dell'adozione dell'Agenda 2030 da parte dell'Assemblea generale delle Nazioni Unite a New York.

La campagna è stata presente all'Expo 2015 di Milano, dove elementi visivi dell'Anno europeo per lo sviluppo 2015 avevano una parte di spicco accanto al tema dell'Expo, la nutrizione (*Nutrire il pianeta: Energia per la vita*), nel padiglione dell'UE.

L'Anno europeo per lo sviluppo 2015 ha inoltre svolto un ruolo attivo durante le celebrazioni per il 70° anniversario dell'ONU, il 25 ottobre 2015, con un grande stand allestito sulla Grand Place di Bruxelles, che ha attirato circa 5 000 visitatori.

3.4. Collaborazione con le delegazioni dell'UE: un anno di storie

L'approccio narrativo è stato al centro della campagna. Le delegazioni dell'UE hanno elaborato oltre 150 narrazioni che evidenziano l'impatto concreto della politica di sviluppo dell'UE sulla vita dei cittadini nei paesi partner. Tali narrazioni si basavano su un linguaggio semplice, su racconti in prima persona e su informazioni chiave riguardo ai risultati positivi dell'assistenza allo sviluppo dell'UE. Le storie migliori sono state selezionate per il filo conduttore della campagna - la serie "Storia della settimana"-, tradotte in 23 lingue, pubblicate sul sito web e diffuse attraverso i social media. La maggior parte delle rimanenti storie sono state pubblicate in lingua originale.

Vista l'elevata qualità dei contributi ricevuti e l'incoraggiante feedback ottenuto, è stato pubblicato in edizione speciale un libro che raccoglie tutte le "Storie della settimana". Il libro, dal titolo "*ANNO EUROPEO PER LO SVILUPPO 2015: un anno di storie*"¹³, è stato distribuito al pubblico in 23 versioni linguistiche durante l'evento

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

conclusivo svoltosi a Lussemburgo, oltre che presso le Rappresentanze della Commissione europea, i centri di informazione Europe Direct e le delegazioni dell'UE.

3.5. Un sito web innovativo per la campagna

Il sito web dell'Anno europeo per lo sviluppo 2015 ha rappresentato una piattaforma per forgiare nuovi rapporti tra l'UE e i suoi partner nel settore dello sviluppo, consentendo una comunicazione autenticamente interattiva. Anche se progettato e gestito dalla Commissione, il sito consentiva alle organizzazioni partner di avere un pieno controllo editoriale sui propri contenuti. Gli oltre 200 partner accreditati erano liberi di postare informazioni su se stessi, le proprie attività, manifestazioni, storie e altre informazioni nella lingua di propria scelta. Tra questi partner vi erano 24 Stati membri, 30 organizzazioni internazionali e 137 organizzazioni della società civile/organizzazioni non/governative e 9 imprese del settore privato.

Copertura social media condivisa

Il lavoro svolto a livello di social media - Facebook e Twitter¹⁴ - ha rappresentato un successo per l'Anno europeo per lo sviluppo 2015 e un valido investimento nelle future campagne online. L'hashtag dell'Anno europeo per lo sviluppo 2015 (#EYD2015) ha avuto oltre 330 000 citazioni. L'evento che ha attratto il maggior numero di menzioni per l'hashtag #EYD2015 è stata la “presa in consegna” degli account social media della DG DEVCO da parte dei giovani nell'ottobre 2015.

Uno dei principali successi è stata la gestione condivisa degli account social media dell'Anno europeo per lo sviluppo 2015 da parte di un partner differente per ciascuna settimana del 2015; la richiesta di slot per la gestione associata è stata superiore al numero delle settimane dell'anno. I gestori associati provenivano da tutte le sfere della vita pubblica, dalle imprese del settore privato alle ONG. Il sistema della gestione condivisa ha funzionato per la produzione di contenuti diversificati, imprimendo un “effetto leva” alle reti esistenti e facendo nascere nuovi partenariati.

3.6. Attività nel settore dei media

Portare il tema della cooperazione allo sviluppo al centro dell'attenzione dei media è stata una componente importante della campagna. L'Anno europeo per lo sviluppo 2015 ha ottenuto un'importante copertura mediatica da parte di organi di stampa di elevata qualità in tutta l'UE. Sono stati pubblicati numerosi articoli ben documentati, alcuni dei quali nei loro resoconti hanno menzionato il motto dell'Anno. Complessivamente, sono stati 3 914 gli articoli che hanno menzionato l'Anno europeo per lo sviluppo 2015. La DG DEVCO ha regolarmente informato la stampa sulla campagna, organizzando seminari e briefing per giornalisti. Nel quadro della campagna è stato organizzato un viaggio per la stampa in Tanzania, mirante a focalizzare l'attenzione sui cambiamenti climatici in vista della conferenza COP21.

4. EREDITÀ E FOLLOW-UP DELL'ANNO EUROPEO PER LO SVILUPPO 2015

La campagna relativa all'Anno europeo per lo sviluppo 2015 ha consentito la nascita di partenariati più forti nel campo della comunicazione per lo sviluppo. La Commissione

¹⁴ <https://twitter.com/eyd2015>

continuerà a sensibilizzare i cittadini europei riguardo al tema della cooperazione allo sviluppo.

4.1. Eredità dell'Anno europeo per lo sviluppo 2015

Il Parlamento europeo, il Consiglio e la Commissione hanno firmato una dichiarazione congiunta relativa all'Anno europeo per lo sviluppo nel corso di una cerimonia svoltasi a Lussemburgo mercoledì 9 dicembre 2015¹⁵. La dichiarazione congiunta comprendeva i seguenti elementi chiave:

- **Basarsi sui partenariati e coinvolgere nuove parti interessate oltre alla comunità per lo sviluppo:**

Le reti istituite con gli Stati membri, i parlamenti, le regioni, la società civile, il settore privato, le autorità locali/regionali, le università, gli istituti di ricerca/di insegnamento durante l'Anno europeo per lo sviluppo 2015 si sono rivelate molto efficienti per creare sinergie, convenire su attività congiunte e condividere gli insegnamenti tratti.

- **Rivolgersi ai giovani:**

Gli sforzi nel settore dell'istruzione continueranno a svolgere un ruolo importante nel periodo precedente al 2030, assicurando che tutti i discenti acquisiscano le conoscenze e le competenze necessarie a promuovere lo sviluppo sostenibile.

- **Collocare le persone al centro:**

L'approccio narrativo è stato uno dei modi più popolari di comunicare riguardo alle sfide globali della cooperazione allo sviluppo e agli impegni che incidono sulla vita quotidiana delle persone.

- **Approccio interattivo:**

Basandosi sulla modalità estremamente partecipativa con cui l'agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile è stata sviluppata, l'interazione tra e con le parti interessate continuerà a essere fondamentale.

- **Basarsi sui fatti:**

Una campagna di comunicazione basata sui risultati rappresenterà un importante contributo al successo dell'agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile.

- **Mantenere lo spirito dell'Anno europeo per lo sviluppo:**

Il motto dell'Anno europeo per lo sviluppo 2015 - *il nostro mondo, la nostra dignità, il nostro futuro* - può rappresentare uno strumento adatto a trasmettere messaggi relativi all'Agenda 2030.

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

4.2. Conclusione

La Commissione si compiace per le conclusioni generali positive della valutazione indipendente dell'Anno europeo per lo sviluppo 2015¹⁶, pur riconoscendo che alcune conclusioni devono essere valutate alla luce dei vincoli incontrati nella raccolta dei dati, e che la valutazione stessa si basa in ampia misura su un'indagine condotta presso soggetti che sono stati coinvolti nella realizzazione di campagne, con conseguente rischio potenziale di distorsione in senso positivo delle risposte.

La Commissione si compiace per le conclusioni del valutatore quanto alla *pertinenza* e *complementarità* degli obiettivi e delle attività. L'Anno europeo per lo sviluppo 2015 si è avvalso dei contributi dell'Unione europea e degli Stati membri per rendere possibile una campagna mirata su target adeguati, che ha contribuito ad aumentare la consapevolezza, la conoscenza e la comprensione da parte del pubblico in generale e dei giovani in particolare. Potere contare su un'ampia gamma di obiettivi e gruppi target ha aiutato gli Stati membri e gli altri partner ad adottare una strategia di comunicazione adatta alle loro priorità e interessi, anche se in alcuni casi una comunicazione più chiara su specifici messaggi politici sarebbe stata utile per contenere l'attenuazione della dimensione europea. La Commissione rileva con soddisfazione che l'approccio basato sullo "storytelling" ha avvicinato la comunicazione sullo sviluppo ai vari tipi di pubblico, e che si è riusciti a garantire la complementarità delle diverse attività della campagna (comprese quelle riguardanti le organizzazioni internazionali) tra livello nazionale a livello europeo.

La Commissione riconosce la correttezza delle conclusioni interdipendenti riguardanti l'*efficacia* e l'*impatto*. Mentre non si può stabilire alcun nesso causale diretto tra la campagna e l'aumento della percentuale di cittadini che si dicono favorevoli allo sviluppo nel sondaggio Eurobarometro 2016, è ragionevole supporre - visto il volume delle attività e la certezza riguardo al fatto che siano state raggiunte nuove fasce di pubblico - che l'Anno europeo per lo sviluppo 2015 abbia contribuito al miglioramento del sostegno pubblico e politico per la cooperazione allo sviluppo. La strategia attuata in materia di internet e social media è stata particolarmente efficace nel presentare l'UE come attore globale e nell'informare i cittadini sulle attività in materia di sviluppo dell'UE e dei suoi Stati membri. La Commissione osserva che l'apertura ai partner del sito web e degli account social media è stata un modo efficace per costruire partenariati, una strategia che si sarebbe peraltro potuta vantaggiosamente adottare già precedentemente. La valutazione evidenzia inoltre una buona copertura mediatica della campagna e l'efficace coordinamento tra tutti i principali soggetti.

Per quanto riguarda l'efficienza, la coerenza e il valore aggiunto UE delle attività dell'Anno europeo per lo sviluppo 2015, il modello basato sul partenariato è stato percepito come un modo efficace per raggiungere la comunità degli addetti allo sviluppo, rilevanti per la loro funzione di moltiplicatori, ma anche l'opinione pubblica in generale ed i giovani in particolare. La Commissione prende atto del fatto che alcuni partner hanno giudicato onerosi i requisiti in materia di monitoraggio e rendicontazione. La Commissione prende inoltre atto del suggerimento del valutatore, secondo cui si sarebbero potute stanziare maggiori risorse umane e finanziarie per

¹⁶ Cfr. documento di lavoro dei servizi della Commissione sull'attuazione, sui risultati e sulla valutazione globale dell'Anno europeo per lo sviluppo 2015 (SWD(2016)286)

l'Anno europeo per lo sviluppo 2015, e presenta questa relazione sulla base delle risorse disponibili per il progetto, tenendo conto del più ampio contesto di limitazione delle risorse umane e finanziarie.

Quanto alla *sostenibilità* delle attività dell'Anno europeo per lo sviluppo 2015, la valutazione conclude che la campagna ha fornito alle parti interessate l'opportunità di sviluppare nuove forme di partecipazione, in particolare attraverso lo storytelling e l'uso di nuovi strumenti o apprendendo a comunicare con un pubblico più ampio. Sono state gettate le basi per risultati durevoli, tra le altre cose attraverso la dichiarazione comune; la sfida consiste ora nel fare sì che la motivazione e lo slancio generato dall'Anno europeo per lo sviluppo 2015 siano mantenuti e che vengano messe a disposizione le risorse umane e finanziarie necessarie.

Il nuovo quadro globale dell'agenda 2030 delle Nazioni Unite per lo sviluppo sostenibile (compresi gli obiettivi di sviluppo sostenibile), richiederà campagne innovative e inclusive. Le future campagne trarranno beneficio dagli insegnamenti tratti durante l'Anno europeo per lo sviluppo 2015, oltre che dalle reti di cooperazione e dalle buone pratiche sviluppate e attuate. Grazie all'Anno europeo per lo sviluppo 2015, l'UE ha significativamente migliorato la propria capacità di comunicare con i cittadini europei riguardo allo sviluppo.