

2021–2027 METŲ EUROPOS SĄJUNGOS FONDŲ INVESTICIJŲ PROGRAMOS IR EKONOMIKOS GAIVINIMO IR ATSPARUMO DIDINIMO PLANO „NAUJOS KARTOS LIETUVA“ KOMUNIKACIJOS STRATEGINĖS GAIRĖS

1. 2021–2027 metų Europos Sąjungos fondų investicijų programos ir Ekonomikos gaivinimo ir atsparumo didinimo plano „Naujos kartos Lietuva“ komunikacijos strateginėse gairėse (toliau – Gairės) reglamentuojama 2021–2027 metų Europos Sąjungos investicijų programos, patvirtintos 2022 m. rugpjūčio 3 d. Europos Komisijos sprendimu Nr. C(2022)5742), (toliau – Investicijų programa) ir Ekonomikos gaivinimo ir atsparumo didinimo plano „Naujos kartos Lietuva“, patvirtinto 2021 m. liepos 28 d. Tarybos įgyvendinimo sprendimu dėl Lietuvos ekonomikos gaivinimo ir atsparumo didinimo plano įvertinimo patvirtinimo (toliau – Planas „Naujos kartos Lietuva“) komunikacijos (toliau bendrai – Komunikacija) bendra kryptis, Europos Sąjungos (toliau – ES) investicijų įvaizdžio formavimo principai, komunikacijos organizavimo principai, rodikliai, rekomenduojamos pagrindinės komunikacijos veiklos visam Investicijų programos ir Plano „Naujos kartos Lietuva“ įgyvendinimo laikotarpiu.

I SKYRIUS KOMUNIKACIJOS TIKSLAS

2. ES investicijų komunikacijos tikslas – kurti ir stiprinti ES investicijų įvaizdį bei ES reputaciją, prisidėti prie Investicijų programoje bei Plane „Naujos kartos Lietuva“ numatytų socialinių bei ekonominių pokyčių įgyvendinimo Lietuvoje ir komunikacijos apie ES investicijas tikslų bei uždavinių pasiekimo.

3. ES investicijų komunikacija turi:

3.1. atitikti Lietuvos vaidmenį ir statusą ES kontekste bei atliepti vyraujančią socialinį, ekonominį ir geopolitinį kontekstą;

3.2. būti nukreipta ne tik į ES investicijų žinomumą ir jų tiesioginę naudą, bet ir kurti bendrą ES investicijų įvaizdį, taip pat prisidėti prie ES reputacijos kūrimo;

3.3. leisti lengvai atpažinti ES investicijas;

3.4. prisidėti prie 2021–2030 metų nacionaliniame pažangos plane, patvirtintame Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2020 m. rugsėjo 9 d. nutarimu Nr. 998 „Dėl 2021–2030 metų nacionalinio pažangos plano patvirtinimo“, nustatytų tikslų siekimo;

3.5. būti vykdoma siekiant komunikacijos stebėsenos rodiklių.

II SKYRIUS PAGRINDINĖ ŽINIA

4. ES investicijų pozicionavimo kryptis apibūdinama nuostata – „Esame (esu) Europa“, t.y.:

4.1. komunikuojant apie ES investicijas siekiama pasakoti bendrą prekės ženklo (ES, ES investicijų) ir auditorijos (Lietuvos gyventojų) istoriją, atskleisti sąlyčio taškus, racionalų ir emocinį ryšį, vadovaujantis nuostata, kad ES ir ES investicijų istorija yra Lietuvos ir kiekvieno Lietuvos gyventojų sėkmės ir galimybių istorija.

4.2. Komunikacija turi būti organizuojama su emocinio palaikymo ir vertybinės tapatybės nuostata: „aš keičiuosi su tavo pagalba, aš esu Europa“. Recipientas perkeliamas iš pasyvaus klausytojo į aktyvaus dalyvio poziciją.

5. ES investicijų istorijos pasakojimo elementai, kuriais remiamasi įgyvendinant komunikacijos veiklas, nurodomi pagrindinės žinios schemoje (1 priedas).

III SKYRIUS KOMUNIKACIJOS TONAS

6. Komunikacija organizuojama kreipiantis į atvirą, tačiau skirtingose situacijose esančią, skirtingas patirtis ir lūkesčius turinčią auditoriją – naujų ir (ar) geresnių galimybių ir pokyčių laukiančius, jų siekiančius, juos patiriančius ir kuriančius Lietuvos gyventojus. Komunikacija turi būti aktyvi ir ryžtinga, tačiau kartu ir jautri tiek auditorijai, tiek kontekstui.

7. Pozicionavimo kryptį, pagrindinę žinią ir komunikacijos toną detaliau aprašo Vadovaujanti institucija Gairių pristatyme, kuris skelbiamas interneto svetainėje *esinvesticijos.lt*.

IV SKYRIUS KOMUNIKACIJOS RODIKLIAI

8. Pagrindiniai komunikacijos rodikliai nustatyti Investicijų programoje ir Plane „Naujos kartos Lietuva“.

9. Papildomai ES investicijų komunikacijai taikomi rodikliai, orientuoti į bendrą ES investicijų įvaizdį ir ES reputaciją, europietišką tapatumą, ES bei Lietuvos ES idėjos – „jaučiuosi svarbia ir lygiaverte ES bendruomenės dalimi“ – palaikymą ir ambasadorystę. Šių rodiklių skaičiavimo metodiką nustatys Vadovaujančioji institucija, kai bus patvirtintos ES investicijų komunikacijos gairės bei atlikti visuomenės nuomonės tyrimai, ir konkrečias reikšmes įtrauks į metinius komunikacijos planus.

V SKYRIUS KOMUNIKACIJOS TIKSLINĖS AUDITORIJOS

10. Skiriamos 3 lygių komunikacijos auditorijos:

10.1. bendro lygio auditorijos, nustatytos Investicijų programoje, plane „Naujos kartos Lietuva“ bei minimos Gairių 2 priede:

10.1.1. visuomenės (apima visas šio lygio grupes);

10.1.2. partnerių;

10.1.3. pareiškėjų;

10.1.4. projektų vykdytojų;

10.1.5. žiniasklaidos, ekspertų;

10.2. strateginio lygio auditorijos, išskiriamos pagal įsitraukimą į ES investicijų temas, apie kurias komunikuojama:

10.2.1. atvirieji;

10.2.2. aktyvieji;

10.2.3. uždarieji;

10.2.4. pasyvieji;

10.3. taktinio lygio auditorijos, išskiriamos pagal komunikacijos priemonių naudojimą, amžių, gyvenamąją vietą ir kt., pavyzdžiui:

10.3.1. didmiesčio gyventojai;

10.3.2. X regiono gyventojai;

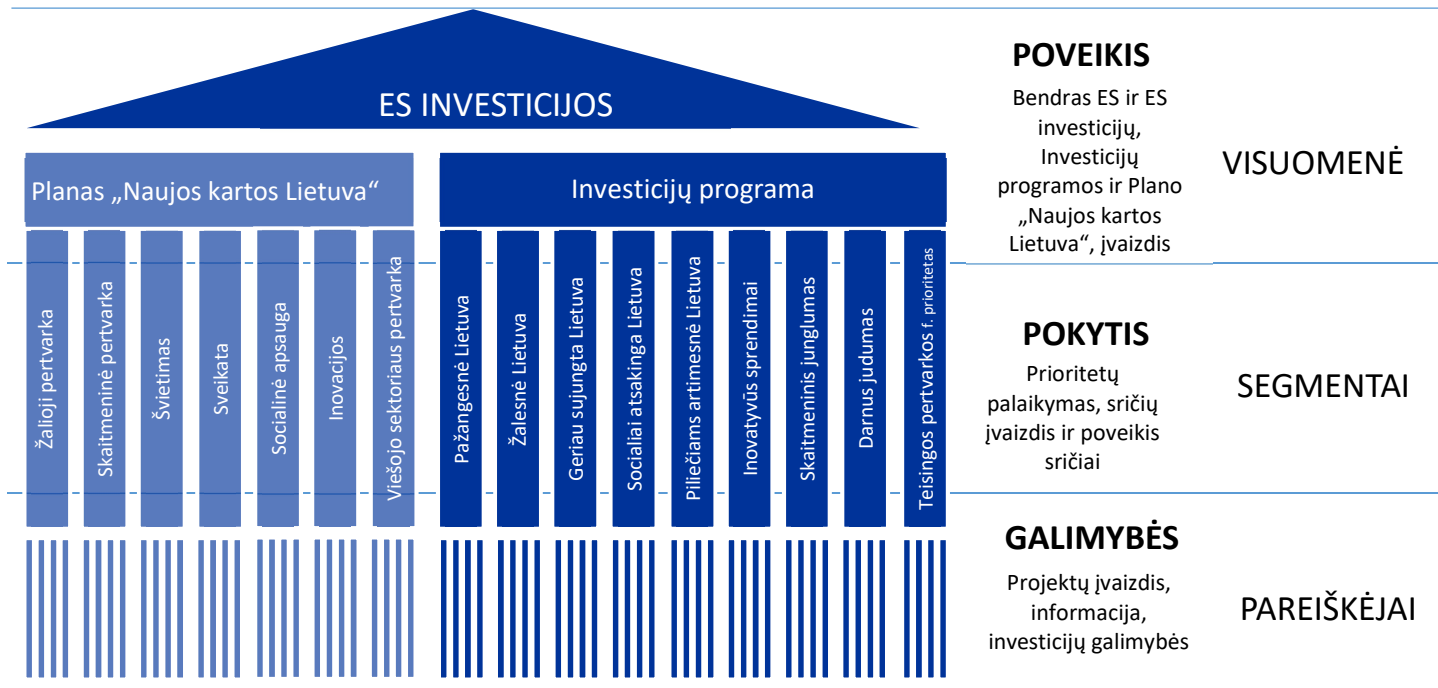
10.3.3. vyresni gyventojai;

10.3.4. moksleiviai ir kt.

VI SKYRIUS KOMUNIKACIJOS SISTEMA

11. Komunikacija skiriama į 3 lygmenis – poveikio, pokyčių ir galimybių (paveikslas).

Paveikslas



12. Poveikio lygmens komunikacija apima bendrąją ES investicijų, Investicijų programos ir Plano „Naujos kartos Lietuva“ įvaizdį ir programų prioritetus strateginiu lygmeniu. Komunikacijos veiklos orientuotos į visuomenę. Šiam komunikacijos lygmeniui priskiriamos šios komunikacijos veiklos:

- 12.1. ES investicijų įvaizdžio, sukuriamos vertės ir rezultatų kampanijos;
- 12.2. prioritetinių sričių, jų vertės ir rezultatų kampanijos;
- 12.3. programų, jų valdymo, įgyvendinimo ir rezultatų žinios.

13. Pokyčių lygmens komunikacija apima Investicijų programos ir Plano „Naujos kartos Lietuva“ prioritetus, padeda kurti bei palaikyti investicijų sričių įvaizdį ir yra orientuotas į nuostatų bei elgsenos pokyčių skatinimą strateginėse tikslinėse auditorijose. Šiam komunikacijos lygmeniui priskiriamos šios komunikacijos veiklos:

13.1. nuostatų ir elgsenos pokyčių skatinančios kampanijos pagal skirtingus prioritetus;

13.2. strateginių, reikšmingų projektų komunikacija (eiga, rezultatai, vertė).

14. Galimybių lygmens komunikacija apima projektų ir finansavimo galimybių informaciją ir yra orientuotas į pareiškėjus ir paramos gavėjus. Šiam lygmeniui priskiriamos šios komunikacijos veiklos:

14.1. informavimas apie projektų įgyvendinimą (finansavimas, eiga, rezultatai);

14.2. pareiškėjų informavimas, konsultavimas apie galimybes pasinaudoti ES investicijomis;

14.3. projektų vykdytojų informavimas, konsultavimas apie ES investicijų projektų rengimo ir įgyvendinimo reikalavimus ir kita.

VII SKYRIUS KOMUNIKACIJOS VEIKLŲ DETALIZAVIMAS

15. Įgyvendinant komunikacijos veiklas siekiama integralumo, vengiama komunikacijos priemonių ir veiklų dubliavimo, kai tiems patiems tikslams pasiekti, žinioms skleisti ir (ar) projektams pristatyti kuriamos, organizuojamos ir naudojamos savarankiškos ir informacinėje erdvėje konkuruojančios komunikacijos veiklos ar komunikacijos priemonės.

16. Bendrosios ES investicijų komunikacijos veiklos įgyvendinamos per ES investicijų komunikacijos priemones (internetu svetainę *esinvesticijos.lt*, socialinių tinklų paskyras, įvaizdžio kampanijas, renginius ir kt.). Veiklos, kurias siūloma įgyvendinti per visą Investicijų programos ir Plano „Naujos kartos Lietuva“ įgyvendinimo laikotarpį, nurodytos Gairių 2 priede ir turi būti detalizuotos metiniuose komunikacijos planuose.

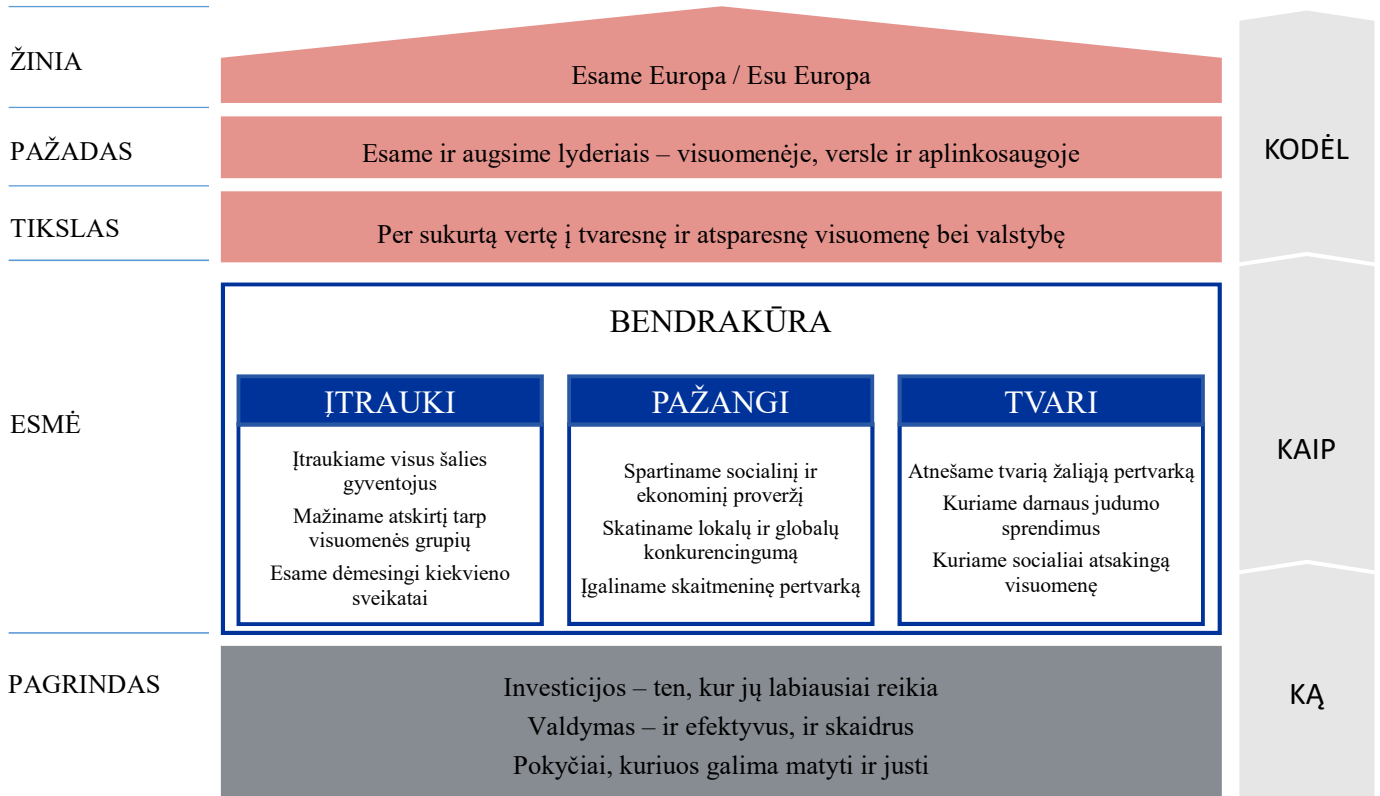
VIII SKYRIUS KOMUNIKACIJOS FINANSAVIMAS

17. Finansavimas Komunikacijai numatytas Investicijų programoje ir Plane „Naujos kartos Lietuva“.

18. Finansavimas Komunikacijos veikloms planuojamas kasmet sudarant ateinančių metų ES investicijų komunikacijos planus 2021–2027 metų Europos Sąjungos fondų investicijų programos ir Ekonomikos gaivinimo ir atsparumo didinimo plano „Naujos kartos Lietuva“ administravimo taisyklių, patvirtintų Lietuvos Respublikos finansų ministro 2022 m. birželio 22 d. įsakymu Nr. 1K-237 „Dėl 2021–2027 metų Europos Sąjungos fondų investicijų programos ir Ekonomikos gaivinimo ir atsparumo didinimo plano „Naujos kartos Lietuva“ įgyvendinimo“, 273 punkte nustatyta tvarka.

2021–2027 metų Europos Sąjungos fondų investicijų programos ir Ekonomikos gaivinimo ir atsparumo didinimo plano „Naujos kartos Lietuva“ komunikacijos strateginių gairių 1 priedas

PAGRINDINĖS ŽINIOS APIE ES INVESTICIJAS SCHEMA



BENDRŲJŲ KOMUNIKACIJOS VEIKLŲ PLANAS

Nr.	Veikla	Aprašymas	Vykdymo laikas	Komunikacijos tikslinė auditorija
1.	Tikslinių auditorijų nuomonės tyrimai	Komunikacijos efektyvumo vertinimo kriterijų, teiginių, rodiklių, tikslinių segmentų nustatymas	Kasmet	Visuomenė, galimi pareiškėjai, pareiškėjai, projektų vykdytojai
2.	Pareiškėjų ir projektų vykdytojų konsultavimas	Vykdomas nuolatinis galimų pareiškėjų, pareiškėjų, projektų vykdytojų informavimas ir konsultavimas jiems patogiais būdais	Nuolat	Pareiškėjai, projektų vykdytojai
3.	Interneto svetainės <i>esinvesticijos.lt</i> plėtra ir informacijos skelbimas joje	Skelbiama aktuali informacija. Europos Sąjungos investicijų viešumas užtikrinamas kuriant ir plėtojant informatyvią, patrauklią bei patogią naudotis interneto svetainę. Tęsiama 2021–2027 metų Europos Sąjungos fondų investicijų veiksmų programos ir ankstesnių finansavimo laikotarpių interneto svetainių tarpusavio integracija	Nuolat	Visuomenė, partneriai, pareiškėjai, projektų vykdytojai, žiniasklaida, ekspertai
4.	Informacijos skelbimas socialinių tinklų paskyrose	Parengiamas socialinių paskyrų valdymo gidas, jame apibrėžiant ilgalaikius ir trumpalaikius tikslus, auditorijas, turinio struktūrą, tono ir vizualikos stilių, reklamos taisykles, turinio skelbimo ir valdymo kalendorių. Turinio rengimas ir skelbimas Europos Sąjungos investicijų socialinių tinklų paskyrose (pavyzdžiui, <i>Facebook</i> , <i>Instagram</i> , <i>LinkedIn</i>).	2023 m. I ketv. Nuolat	Visuomenė, partneriai, pareiškėjai, projektų vykdytojai, žiniasklaida, ekspertai
5.	Metinis renginys „Europos burės“	Geriausių Europos Sąjungos investicijų projektų Lietuvoje konkursas ir informacinis sėkmės istorijų projektas komunikacijos priemonėse ir žiniasklaidoje partnerystės pagrindu	Kasmet	Pareiškėjai, projektų vykdytojai, visuomenė
6.	Metinė Europos investicijų konferencija	Metinė Europos investicijų konferencija, galinti tapti svarbiausiu metų Europos Sąjungos investicijų komunikacijos reiškiniu.	Kasmet	Visuomenė, partneriai, galimi pareiškėjai,

		<p>Pasitelkiant žiniasklaidos partnerių, fizinį renginį išplečiant į skaitmeninę erdvę, pritraukiant įkvėpiančių lektorių, formuojant paralelines temines sesijas ne tik plečiama tinklaveika tarp institucijų ir tikslinių auditorijų, bet ir siekiama Europos Sąjungos investicijų matomumo, įvaizdžio kūrimo tikslų ir sukuriama platforma Europos Sąjungos investicijų naratyvui plėtoti. Europos Sąjungos investicijų konferencijos turinys visų pirma nukreiptas į sprendimų priėmėjus, nuomonės formuotojus, ekspertus, verslo auditoriją, tačiau jo viešinimas skirtas ir visuomenei. Vykdoma aktyvi komunikacija prieš ir per konferenciją, taip pat po jos (reklaminiai anonsai, temų ir pranešėjų pristatymas, tiesioginės transliacijos, temų ar pranešimų pristatymas po renginio)</p>		pareiškėjai, projektų vykdytojai, žiniasklaida, ekspertai
7.	Įvaizdinė Europos Sąjungos investicijų komunikacijos kampanija	Įvaizdinė integruotos komunikacijos kampanija, nukreipta į aukščiausio lygio komunikacijos rodiklių stiprinimą, Europos Sąjungos investicijų, investicijų prioritetinių sričių, sukuriama vertės ir rezultatų kampanija.	Kasmet	Visuomenė
8.	Nuostatų ir elgsenos pokytį konkrečioje srityje skatinančios komunikacijos kampanijos	Komunikacijos kampanijos, vykdomos pagal poreikį ir nukreiptos į Europos Sąjungos investicijų poveikio stiprinimą ir socialinių bei ekonominių pokyčių skatinimą konkrečiose srityse	Pagal poreikį	Nustatoma metiniuose komunikacijos planuose
9.	Europos Sąjungos investicijų turinio platforma	Sukuriama ir palaikoma turinio apie Europos Sąjungos investicijų aktualijas ir projektus rengimo ir skelbimo platforma skaitmeninėje erdvėje. Platformos tikslas – pasitelkiant šiuolaikinio turinio kūrėjus (vlogeriai, podkastų autoriai ir kt.) rengti reguliarių ir patrauklų turinį, kuris būtų skelbiamas nuosavuose Europos Sąjungos investicijų kanaluose ir/ar turinio kūrėjų kanaluose	Nuolat	Visuomenė, žiniasklaida, ekspertai
10.	Metinės 2021–2027 metų Europos Sąjungos	Įgyvendinama informacinė kampanija, apimanti nuosavus, partnerių ir žiniasklaidos kanalus, informacines ir	Kasmet	Visuomenė, partneriai, pareiškėjai,

	fondų investicijų programos pažangos pristatymas	skaitmeninės reklamos priemonės		projektų vykdytojai, žiniasklaida, ekspertai
11.	Metinės Ekonomikos gaivinimo ir atsparumo didinimo plano „Naujos kartos Lietuva“ pažangos pristatymas	Kartu su Europos Komisijos atstovybe Lietuvoje (toliau – EK atstovybė) įgyvendinama informacinė kampanija, apimanti nuosavus, partnerių ir žiniasklaidos kanalus, informacines ir skaitmeninės reklamos priemones	Kasmet	Visuomenė, partneriai, pareiškėjai, projektų vykdytojai, žiniasklaida, ekspertai
12.	Dalyvavimas EK atstovybės integruotoje NextGeneration EU komunikacijos kampanijoje	Lietuvos Respublikos finansų ministerija, viešoji įstaiga Centrinė projektų valdymo agentūra pateikia EK atstovybei informaciją apie Ekonomikos gaivinimo ir atsparumo didinimo plano „Naujos kartos Lietuva“ pasiekimus ir reikšmingus projektus, vykdo papildomą EK atstovybės parengtos informacijos sklaidą savo komunikacijos priemonėse	Pagal poreikį	Visuomenė, partneriai, ekspertai
13.	Europos diena	Europos Sąjungos investicijų temos integracija į kitų institucijų (EK atstovybės, Europos Parlamento biuro Lietuvoje, Lietuvos Respublikos užsienio reikalų ministerijos ir kt.) suplanuotus renginius, netradicinių įvykių organizavimas, siekiant įtraukti auditoriją	Kasmet II ketv.	Visuomenė
14.	Investicijų projektų atvirų durų dienos	Pasiūlomas vienodas strateginių, reikšmingų ir kitų Europos Sąjungos investicijų projektų pristatymo renginius jungiantis formatas. Įvykiai siejami su Europos Sąjungos investicijų projektų įgyvendinimo kalendoriumi – pristatomais rezultatais, darbų užbaigimo ar pradžios datomis ir pan.	Nuolat	Visuomenė, projektų naudos gavėjai
15.	Programa turinio kūrėjams	Tradicinės ir naujosios žiniasklaidos turinio kūrėjų apdovanojimo projektai – tęsiami tradiciniai žurnalistų apdovanojimai. Papildomai organizuojama iniciatyva naujosios žiniasklaidos kūrėjams (vaizdo tinklaraštininkams, tinklalaidžių kūrėjams) kviečiant rengti Europos Sąjungos investicijų teminį turinį bei jį vertinant	Kasmet	Žiniasklaida