

2021–2027 m. ES fondų investicijų programos bei plano „Naujos kartos Lietuva“ komunikacijos strateginės gairės

2022 m.



Lietuvos Respublikos
FINANSŲ MINISTERIJA



Finansuoja
Europos Sąjunga

Situacijos apžvalga

Situacijos apžvalga

Ilgametė ESI viešinimo istorija ir patirtis

Įvairios ESI viešinimo veiklos vykdomos nuo šalies įstojimo į Europos Sąjungą.

Informuotumo ir naudos suvokimo rodikliai aukšti, stabilūs ir ženkliai nekinta.

Auditorijų pokyčiai ir kartų kaita

Į aktyvų socialinį bei ekonominį gyvenimą įžengia naujos, ES augusios kartos.

Komunikacija turi atliepti skirtingiems segmentams svarbius aspektus.

Socialiniai, ekonominiai, geopolitiniai pokyčiai

Didelių turbulencijų laikotarpis (COVID, karas, energetika, infliacija, kt.).

Kintanti situacija šalyje, Lietuvos vaidmuo ir pozicija (pvz.: ne paramos gavėjas, o teikėjas).

ESI viešinimo principai

Siekiama, kad 2021–27 m. laikotarpio komunikacija būtų:

Aktuali

Atitinkanti pakitusį Lietuvos vaidmenį ir statusą ESI kontekste bei atliepanti vyraujančių socialinį, ekonominį ir geopolitinį kontekstą.

Tikslinga

Nukreipta ne tik į žinomumą ir tiesioginę naudą, bet ir į reputacijos rodiklius, nacionalinėje Pažangos strategijose apibrėžtus tikslus.

Kryptinga

Pasakojanti vienijančią istoriją, padedanti kurti bendrą lengvai atpažįstamą ESI įvaizdį, formuoti srities ir bendrai ES reputaciją.

Paprasta

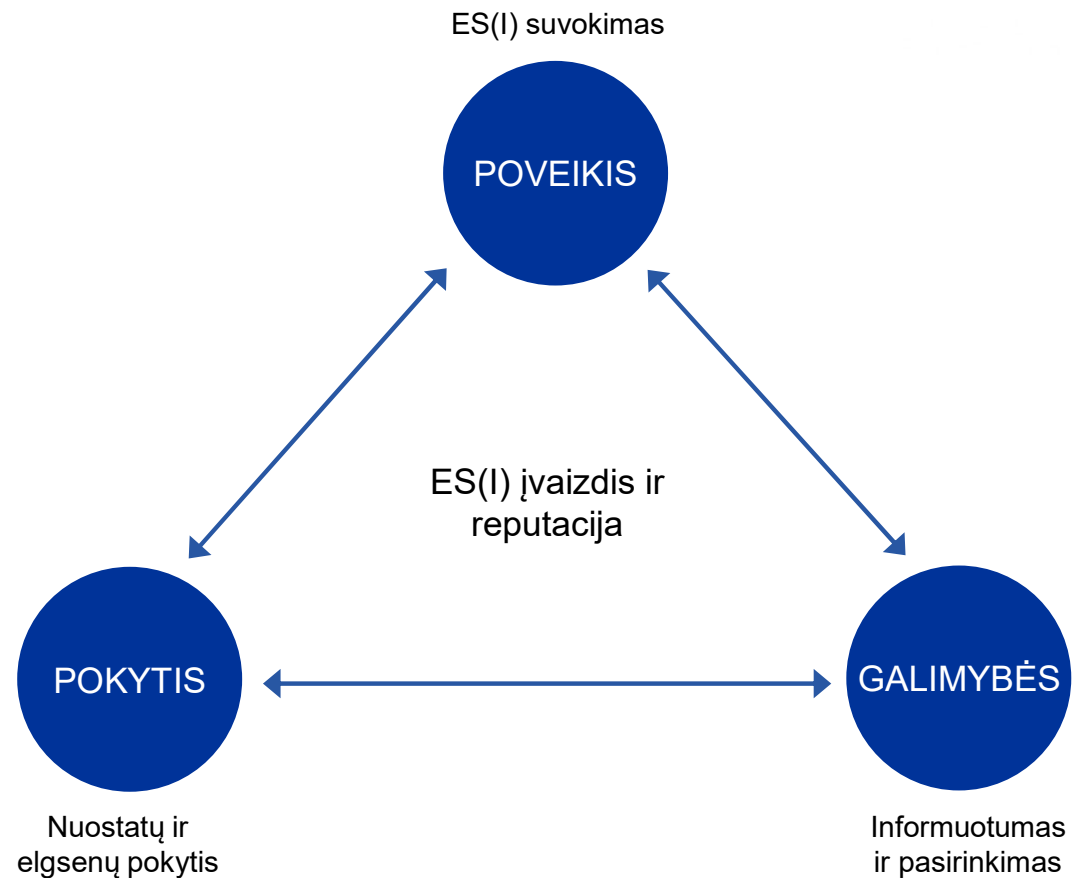
Įgyvendinama taikant lengvesnę valdymo sistemą ir naudojant siauresnį kiekį aiškiai apibrėžtų komunikacijos efektyvumo rodiklių.

Komunikacijos kryptis

Komunikacijos tikslas

ES investicijų komunikacija siekiama **formuoti nuomonę apie ESI, stiprinti ES reputaciją ir prisidėti prie pagrindinių ESFIP ir NKL numatytų socialinių ir ekonominių pokyčių įgyvendinimo Lietuvoje.**

Šio tikslo siekiama per išskirtas tris pagrindines komunikacijos sritis.



Pozicionavimo kryptis

ESI pozicionavimo kryptis apibrėžia ir atskleidžia pakitusį Lietuvos (gyventojų) vaidmenį ESI ir ES kontekste ir komunikuoja aiškią žinią:

Esame / Esu Europa

ESI komunikacija siekiama pasakoti bendrą prekės ženklo (ES, ESI) ir auditorijos (Lietuvos gyventojų) istoriją, atskleisti sąlyčio taškus, racionalų ir emocinį ryšį vadovaujantis principu, kad ES ir ESI istorija yra Lietuvos (kiekvieno Lietuvos gyventojų) sėkmės ir galimybių istorija.

Žengiame į naują etapą – link emocinio palaikymo ir vertybinės tapatybės „aš keičiuosi tavo pagalba, aš esu Europa“ kūrimo. Recipientą perkeliame iš pasyvaus klausytojo, į aktyvaus dalyvio poziciją.

Pagrindinė žinia

ESI ŽINIA

Esame / Esu Europa

ESI PAŽADAS

Esame ir augsime lyderiais – visuomenėje, versle ir aplinkosaugoje

ESI TIKSLAS

Per sukurtą vertę į tvaresnę ir atsparesnę visuomenę bei valstybę

ESI ESMĖ

BENDRAKŪRA

ĮTRAUKI

Įtraukiame visus šalies gyventojus
Mažiname atskirtį tarp visuomenės grupių
Esame dėmesingi kiekvieno sveikatai

PAŽANGI

Spartiname socialinį ir ekonominį proveržį
Skatiname lokalų ir globalų konkurencingumą
Įgaliname skaitmeninę pertvarką

TVARI

Atnešame tvarią žaliaja pertvarką
Kuriame darnaus judumo sprendimus
Kuriame socialiai atsakingą visuomenę

ESI PAGRINDAS

Investicijos – ten, kur jų labiausiai reikia
Valdymas – ir efektyvus, ir skaidrus
Pokyčiai, kuriuos galima matyti ir justi

KODĖL

KAIP

KA

Komunikacijos tonas

Kreipiamės į atvirą, tačiau skirtingose situacijose esančią, skirtingas patirtis ir lūkesčius turinčią auditoriją – paprastus naujų ir/ar geresnių galimybių ir pokyčių laukiančius, siekiančius, juos patiriančius ir kuriančius gyventojus. Turime būti aktyvūs ir ryžtingi, tačiau ir jautrūs – tiek auditorijai, tiek kontekstui.

ESI istoriją pasakojame per „kasdienybės herojaus“ personaliją, kuri yra paprasta ir artima, tačiau uždeganti ir įkvepianti:

- Tai paprastas žmogus, su kuriuo gali susitapatinti kiekvienas gyventojas. ESI istorija yra apie paprastus ir netikėtus veikėjus, kurie atskleidžia savo potencialą ir kuria pokyčius – didelius ir mažus, savo pavyzdžiu sutelkia ir įkvepia kitus.
- Ši istorija padeda atskleisti ir parodyti esamus rezultatus bei vykstančius pokyčius, paskatinti prie jų prisijungti ir pasijausti svarbia vykstančių procesų dalimi, galinčiu kurti ir realiai kuriančiu naujas geresnio gyvenimo galimybes.
- Šios istorijos esmė – potencialas, kuris glūdi istorijos herojuje – kiekviename Lietuvos pilietyje, bendruomenėje ar organizacijoje, o ESI yra įrankis / priemonė, kuri įgalina geresnį gyvenimą, stipresnę visuomenę ir Lietuvą Europoje bei pasaulyje.

Komunikuojame energingai, sutelkiančiai, vizionieriškai, humaniškai:

- Energingai: siekiame įkvėpti ir uždegti, paskatinti pokyčiams ir naujų galimybių kūrimui, naudojimuisi jau esamomis.
- Sutelkiančiai: akcentuojame bendradarbiavimo svarbą, skirtingų grupių įsitraukimą ir bendrą sprendimų paiešką.
- Vizionieriškai: nesižvalgome atgal, kalbame apie tai, kas svarbu šiandien ir ką jau dabar kuriame ateičiai.
- Humanistiškai: net jei kalbame apie infrastruktūrą, mūsų istorijos ašis yra žmogus ir visuomenė – tai ir atskleidžiame.

Komunikacijos organizavimas

Komunikacijos sistema

ESI komunikacija skaidoma į tris lygmenis – poveikio, pokyčių ir galimybių.



Komunikacijos veiklos

Įgyvendinant komunikacijos veiklas siekiama integralumo, vengiama kanalų ir priemonių dubliavimo bei persidengimo, kuomet tiems patiems tikslams pasiekti, žinioms skleisti, ir/ar projektams pristatyti kuriamos savarankiškos ir informacinėje erdvėje konkuruojančios priemonės ar kanalai.

Prie bendrųjų ESI komunikacijos veiklų priskiriami:

Kanalas, veikla	Aprašymas
Tinklapis esinvesticijos.lt	Pagrindiniai informacijos apie ESI vartai
Socialinių tinklų paskyros	ESI paskyros Facebook, Instagram, LinkedIn tinkluose
Nuomonės tyrimai	Bendri tyrimai rodiklių ir segmentų nustatymui, pokyčio stebėsenai
ESI renginiai	Temas ir auditorijas apijungiantys renginiai (pvz.: „Europos burės“)
ES renginiai	Tradiciniai renginiai (pvz.: „Eurpos dienos“)
Įvaizdžio kampanija	Bendrosios įvairias sritis ir projektus apimančios kampanijos
Pokyčio kampanijos	Nuostatų ir elgesio pokyčio skatinimas konkrečiose srityse
Metinės pažangos pristatymas	Programų pažangos pristatymo kampanijos, renginiai
Programa turinio kūrėjams	Žurnalistų ir naujosios žiniasklaidos kūrėjų apdovanojimai
ESI turinio platforma	ESI naujienų ir aktualijų sklaidos platforma (nauja priemonė)



Lietuvos Respublikos
FINANSŲ MINISTERIJA



Finansuoja
Europos Sąjunga