2020-2022 m. Finansų ministerijos įgyvendinamoje Komunikacijos kampanijoje **„Visuomenės pasitikėjimo ES 2014-2020 m. fondų investicijomis didinimas“** ypatingas dėmesys bus skiriamas **ES Investicijų skaidrumui, nes:**

• 64 proc. gyventojų mano, kad ES investicijų skyrimas yra **neskaidrus**, (tik 23% gyventojų linkę manyti, kad ES investicijos yra skiriamos skaidriai).

• Dauguma gyventojų – 69 proc. nurodo, kad informacijos apie ES investicijų skyrimo **skaidrumą** jiems nepakanka.

• Vertinant ES investicijų valdymo profesionalumą, didesnė dalis gyventojų – 58 proc. linkusi manyti, kad ES investicijos valdomos neprofesionaliai. (Taip manančių gyventojų dalis nuo 2016 m. išaugo dvigubai (30%)).

*\*SIC 2018 m. gyventojų apklausa apie ES investicijų rezultatu.*

**Problema:** Apklausa\* rodo, kad mes mažai pasitikime savo valstybe ir taip svarbiomis mums ES investicijomis. Viešoje erdvėje trūksta informacijos apie ES investicijas, jų administravimą, naudą. Taigi, trūkstant skaidrumo įgyvendinant projektus ir objektyvios informacijos juos administruojant, atsiranda rezonansinė mitologija ir neigiamos su tuo susijusios asociacijos.

Pavyzdžiui, beveik pusė (43 procentai) gyventojų mano, kad ES investicijų administravimui išleidžiama daugiau nei pusė gaunamų pinigų. Iš tiesų, pinigų administravimui vidutiniškai yra skiriama tarp 6 ir 15 procentų visų lėšų, taigi tai tėra mitas.

ES investicijos siejamos su korupcija, neefektyviu ir netinkamu pinigų panaudojimu, o gal net plovimu. Taigi trūksta informacijos, trūksta skaidrumo. ES investicijų reputacija priklauso ne tik nuo profesionalaus investicijų administravimo, bet ir nuo gyventojų nuomonės, jų įsitraukimo.

**Komunikacijos kampanijos tikslas** – ES investicijų skaidrumo svarbos/ viešumo didinimas visuose investicijų panaudojimo etapuose: lėšų administravime, projektų vykdyme, visuomenės įsitraukime.

**Komunikacijos kampanijos uždaviniai:**

* Parodyti per dvidešimt metų sukauptą gerąją ES investicijų patirtį, skaidrumo svarbą, požiūrio į skaidrumą pokyčius šalyje.
* Edukuoti visuomenę apie skaidrumą ir taip mažinti galimą sukčiavimą ateityje, (ypač tai aktualu Lietuvos savivaldybėse, nutolusiose nuo didžiųjų miestų).

**Tikslinės grupės:** plačioji visuomenė 18 – 75 m., potencialūs pareiškėjai ir projektų vykdytojai.

**Komunikacijos kampanija turi būti prisidėti prie šių rodiklių gerinimo:**

1. ES investicijos padeda siekti teigiamų ekonominių ir socialinių pokyčių šalyje.

2. ES investicijos prisideda prie teigiamų gyvenimo kokybės pokyčių.

3. Gyventojai teigia pajutę asmeninę ES investicijų naudą.

4. Gyventojai sutinka kad ES investicijas administruoja patyrę savo srities specialistai

5. Gyventojai sutinka su tuo, kad ES investicijos valdomos skaidriai*.*