



Nentor 2014

# Strategjia e Komunikimit EITI Albania

## Plani i Aktiviteteve

## Nentor 2014 – Qershor 2015

---

Pergatitur nga: Z. Lutfi Dervishi

Konsulent Individual

### Permbajtja:

- I. Permbledhje Ekzekutive
- II. Synime dhe Objektiva
- III. Grupet kryesore te interesit
- IV. Plani Strategjik i komunikimit dhe nismat e rekomanduara
- V. Plan veprimi – Kalendari i Aktiviteteve

### I. Permbledhje Ekzekutive

Strategjia e Komunikimit EITI Albania synon të bëjë të ndërgjegjshëm lidhur me situatën aktuale të industrive nxjerrëse në vend publikun e gjerë shqiptar dhe grupet e interesit. Aktualisht, njohuritë tek popullsia shqiptare janë minimale, të copëzuara dhe në varësi të blloqeve sporadike të informacionit që shpërndahet në mënyrë të paorganizuar dhe vetëm sporadike.

Strategjia synon t'i trajtojë këto nëpërmjet një rrjedhe sistematike informacioni nëpërmjet të gjitha medimeve, duke angazhuar të gjithë aktorët e ndryshëm, dhe duke shënjestruar grupet e ndryshme të popullsisë. Me qëllim që të maten njohuritë tek publiku i gjerë përpara zbatimit të strategjisë si dhe suksesin e strategjisë, propozojmë edhe një anketim në fund të zbatimit të Strategjisë (korrik 2015). Do të ishte shumë mirë nëse kampioni i anketimit do të mund të rritej në 1,000 të intervistuar.

Synimet e strategjisë do të jenë:

- T'i bëjë aktorët dhe publikun e gjerë më të ndërgjegjshëm për situatën dhe potencialin, duke rritur kështu mundësinë për më shumë llogaridhënie që më pas do të përkthehet në transparencë më të madhe;
- T'i bëjë operatorët e industrisë nxjerrëse t'i përgjigjen më shumë nevojave të komuniteteve duke informuar të dy palët lidhur me nevojën dhe detyrimet për transparencë, duke fuqizuar në këtë mënyrë publikun që të marrë pjesë në mënyrë të informuar në diskutimet lidhur me zhvillimin e qëndrueshëm të komuniteteve.

Mesazhet konkrete që do të përcillen nëpërmjet Strategjisë do të diskutohen në hollësi me EITI Albania, pas miratimit të kësaj Strategjie. Mesazhet do të përcillen nëpërmjet një game të shumëllojshme mënyrash që përfshijnë median elektronike, të shkruar, online, ne portalet e Energjise online si dhe faqen e internetit dhe llogarinë në Facebook të EITI.

Debatet në TV do të ishin të ndërtuara më mirë nëse do të përfshinin përfaqësues të EITI, zyrtarë të qeverisë, deputetë nga komisionet e përhershme të Kuvendit dhe nga zonat e industrisë nxjerrëse, si dhe përfaqësues të shoqërisë civile dhe gazetarë që mbulojnë çështje ekonomike dhe të transparencës.

Përcjellja e mesazheve do të zhvillohet në mënyrë interaktive, nëpërmjet pjesëmarrjes së zyrtarëve të EITI Albania, përfaqësuesve të Grupi NderInstitucional, debate me studentë të universiteteve dhe komunitetet lokale. Konkursi i propozuar i posterave do të jetë një mënyrë për të rritur më tej njohuritë mes komuniteteve vendore dhe për t'i bërë nxënësit pjesëmarrës më të ndërgjegjshëm për potencialin e zonave ku banojnë.

Mund të shihet edhe mundësia për angazhimin e forumeve rinore në debate në Tiranë ose, parapëlqehet, në zonat e industrisë nxjerrëse.

### II. Synime dhe Objektiva

Duke qenë se Shqipëria është një vend i pasur me burime natyrore, e njohur për rezervat e saj minerare e si qendër e rëndësishme për rezerva naftë/gazi në Mesdhe, që zhvillimi i saj ekonomik mbështetet shumë në sektorin e industrive nxjerrëse si kontribut madhor në ekonominë e saj, zhvillimin e komuniteteve dhe punësimin, si dhe bazuar në parimin e EITI se “përdorimi i mençur i pasurive të burimeve natyrore duhet të jetë një lokomotivë e rëndësishme për rritje të qëndrueshme ekonomike që kontribuon për zhvillimin e qëndrueshëm dhe uljen e varfërisë,”

Kjo Strategji Komunikimi dhe Implementimi i saj do të synojë:

- Të përforcojë të kuptuarit e parimeve të EITI nga aktorët (komunitete, zyrtarë qeveritarë, kompani nxjerrëse, shoqëria civile dhe anëtarët e mediave),
- Të nxisë debat të gjerë dhe të fokusuar lidhur me transparencën që përmbush kërkesat e EITI, çka më pas do të çojë në,
- Zhvillim të qëndrueshëm të komuniteteve dhe kapitaleve të tyre natyrore, ekonomike, mjedisore dhe sociale.

### III. Grupet Kryesore të Interesit

Audienat e synuara të Strategjisë së Komunikimit përfshijnë por nuk janë të kufizuara vetëm në grupet e aktorëve që janë të rëndësishme për programin EITI:

- Komunitetet vendore
- Njësitë e qeverisjes vendore
- Institucionet shtetërore
- Organizatat e shoqërisë civile dhe think tanks
- Operatorët e industrisë nxjerrëse
- Media
- Nxënës/studentë
- Publiku i gjerë

### IV. Plani Strategjik i Komunikimit dhe nismat e rekomanduara

Strategjia e Komunikimit do të synojë të arrijë audienat e shënjestruara me qëllim që të arrijë objektivat e mësipërme duke vënë në zbatim një kalendar energjik dhe intensiv aktivitetesh që kombinojnë përdorimin e mediave elektronike, të shkruara dhe sociale, si dhe takimet dhe diskutimet në komunitete.

Meqenëse se EITI Albania është pak i njohur për publikun e gjerë shqiptar, Strategjia do të fuqizojë një pjesë më të madhe të qytetarëve për të pasur akses të efektshëm, për të kuptuar e marrë pjesë në mënyrë kuptimplote në dialogun lidhur me përdorimin e burimit më të rëndësishëm të pasurive në Shqipëri – rezervat minerare dhe sektorin e naftës/gazit.

Slogani i Strategjisë do të jetë, “Nëntoka – Transparencë për Pasurinë e Përbashkët”.

### Komunitetet.

Shqyrtimi i gjetjeve të anketimit të fundit mbi Impaktin e EITI tek Komunitetet, ndonëse me një kampion prej vetëm 500 të intervistuarish, në fakt ofron një tregues të nivelit të ndërgjegjësimit të komuniteteve lokale mbi EITI (72% nuk kanë dijeni). Duke pasur këtë parasysh, besojmë se tryezat e rrumbullakëta, konkurimi i nxënësve të shkollave të mesme për poster, programet TV, si dhe postimet në faqen e internetit dhe Facebook do të rrisin ndërgjegjësimin e komuniteteve lokale e do ndihmojnë për t’i bërë ata pjesëmarrës më të angazhuar.

Besojmë se aktivitetet e organizuara në komunitetet lokale duhen njoftuar paraprakisht dhe në mënyrë të tillë për të nxitur pjesëmarrjen lokale, jo vetëm të zyrtarëve, përfaqësuesve të kompanive, dhe zyrtarëve të EITI, por edhe të banorëve që preken nga funksionimi i operatorëve të industrisë nxjerrëse në zonat e tyre.

Njoftimet për aktivitetet duhen ndërtuar në mënyrë të tillë që të nxisin pjesëmarrjen, të menduarit dhe pyetjet. Një ide mund të jetë që zyrtarët e EITI, përfaqësues të Grupit NderInstitucional dhe operatorëve të zhvillojnë biseda me nxënës të shkollave të mesme gjatë ditëve të tryezave të rrumbullakëta.

Do të ishte shumë mirë nëse publikimi i Studimit mbi Të Ardhurat Potenciale do të përkonte me aktivitetet në zonat përkatëse në veri dhe jug të vendit me qëllim që gjetjet të ishin më miqësore ndaj pjesëmarrësve.

### Mjetet e Komunikimit

Siç demonstron fort nga anketimi Impakti i EITI në Komunitet, si dhe nga sondazhe të shumta të ndryshme, numri një i burimit të informacionit për popullsinë Shqiptare është TV (33%), pasuar nga interneti (17.2%). Raportimet dhe programet në stacionet kombëtare si dhe aktivitete të tjera në TV lokale do të jenë vendimtare për rritjen e ndërgjegjësimit mes komuniteteve vendore.

Draft-Strategjia parashikon përdorimin e shpeshtë, intensiv, dhe të përshtatur të këtyre burimeve parësore për të siguruar një rrjedhë të qëndrueshme informacioni drejt komuniteteve vendore. Ndërkohë që TV dhe media e shkruar do të shënjestrojnë moshat e mesme dhe më të mëdha, interneti dhe Facebook do të shënjestrojnë grupmoshat më të reja të anëtarëve të komuniteteve anekënd vendit.

Besojmë që natyra interaktive e Strategjisë do të ndihmojë rritjen e ndërgjegjësimit si dhe pjesëmarrjen e grupmoshave të ndryshme të komuniteteve në aktivitetet e EITI që janë me rëndësi për këto komunitete. Konkursi për poster mes nxënësve të shkollave të mesme, shoqëruar me çmime për fituesit, do të ndihmojë për të siguruar ndërgjegjësim më të madh mes nxënësve të shkollave të mesme dhe njëkohësisht edhe mes prindërve dhe familjeve të tyre.

### V. Plan Veprimi – Kalendari i Aktiviteteve

1. Si rregull i përgjithshëm, EITI Albania duhet të nxjerrë një postim të ri çdo dhjetë ditë, si në Facebook ashtu dhe në faqen e internetit. Postimet mund të jenë lokale ose nga EITI International dhe çdo informacion ose njoftim duhet shoqëruar me një foto ose grafik. Disa postime të EITI mund të ndahen në Facebook nga Ministria e Energjisë dhe Industrisë dhe anasjelltas. Postime të tjera mund të përfshijnë foto të minierave, minatorëve e pikave të tjera.

*Duhet që faqja Facebook e EITI Albania të ndjekë dhe të ndiqet nga EITI International. Logoja e EITI Albania është tashmë e pranishme në faqen kryesore të EITI International në Facebook.*

2. Grupi Ndër-Institucional i EITI Albania (GNI) do të jetë një partner i domosdoshëm në zbatimin e strategjisë dhe pjesë e të gjitha aktiviteteve.
3. Të shqyrtohet mundësia që përfaqësues të lartë të EITI International të jenë pjesë e disa prej aktiviteteve kyçe që parashikohen në kalendar.

### Nentor 2014

Lançohet faqja e EITI Albania në Facebook, me logo dhe slogan, si dhe faqja e internetit

Postime të sponsorizuara në Facebook, 3 ditë

*Njoftim për konferencën për shtyp në Facebook dhe faqen e internetit (postime të sponsorizuara në Facebook, 3 ditë)*

*“Konferencë për Shtyp për publikimin e të dhënave fiskale për industrinë nxjerrëse për vitin 2012”*

Të ardhurat dhe destinacioni i tyre

### Nëntor 21

Zyrtarë të EITI Albania / GNI shfaqen në programin e mëngjesit Wake Up të Top Channel për të folur mbi konferencën për shtyp të asaj dite.

Konferenca e Shtypit prezanton gjetjet e Raportit

Ministri i Energjisë dhe Industrisë dhe Drejtoresha e EITI Albania

Paketa për shtypin:

- 1 faqe me gjetjet kyçe të raportit 2012
- të dhëna të hollësishme të raportit (në CD ose e printuar)
- fjala e Ministrit

Facebook: foto nga konferenca e shtypit; një citim nga Ministri; faqja me të dhënat kyçe; Postim i sponsorizuar (2 ditë)

### Nëntor 24

Dalje në TV (programi Tonight, Ora News) i një zyrtari të EITI Albania / përfaqësues i GNI dhe 3 panelistë për të diskutuar raportin 2012. Të sigurohet pjesëmarrja e përfaqësuesve të shoqërisë civile.

Facebook: njoftim paraprak dhe më pas foto nga programi TV

Faqja e internetit: foto nga programi TV

Portalet Online te Energjise (psh. Energjia.al; aea-al.org)

### Dhjetor 2014

4 ditë përpara, njoftohet në Facebook (postim i sponsorizuar) dhe faqen e internetit dalja e Studimit mbi të Ardhurat Potenciale i EITI

Publikimi i Studimit mbi të Ardhurat Pontenciale i EITI

Mëngjesi i publikimit – Drejtoresha e EITI Albania del në program mëngjesi në TV

Zyrtar i EITI Albania / përfaqësues i GNI dhe panelistët dalin në program TV ('Opinion' i TV Klan). Të sigurohet ftesa për përfaqësues të shoqërisë civile.

Të përsëritet aktiviteti në Facebook dhe faqen e internetit të zhvilluar për konferencën e shtypit dhe programin TV. Portalet online te Energjise (psh. Energjia.al; aea-al.org).

Të shihet mundësia e një bisede të një zyrtari nga EITI Albania dhe të ftuarve me studentë të gjeologjisë në Tiranë.

### Dhjetor 15

Fillon hartimi i insertit për gazetat (Panorama, Dita, Shekulli, Gazeta Shqiptare, Shqiptarja.com, Mapo, Shqip). Të diskutohet me gazetatat mbi përmasat, përmbajtjen, shtypjen, kostot.

Përmbajtja përshtatet sipas zonës së synuar (Patos – Marinëz, Bulqizë, etj.)

Të përfshihen të dhëna nga Raporti EITI 2012, nga Studimi mbi të Ardhurat Potenciale, etj.

### Janar 2015

**Janar 7** - Shpërndarje e insertit në të shtatë gazetatat, me synim jugun (postohet inserti në Facebook, faqen e internetit dhe portalet e enrgjise online).

**Janar 12** – Tryezë e rrumbullakët në Fier me aktorë të ndryshëm (qeverisja vendore, përfaqësues të kompanive, banorë të zonave, studentë e nxënës, shtypi vendor); diskutohet me një TV kombëtar për një reportazh. Të sigurohet pjesëmarrja e përfaqësuesve të shoqërisë civile.

Të diskutohet me TV dhe/ose radio lokale një intervistë me zyrtar të EITI Albania / përfaqësues të GNI. (postohen foto, informacion mbi tryezën e rrumbullakët, raporti TV, në Facebook, faqen e internetit dhe portalet e enrgjise online).

**Janar 14** – Shpërndarje e insertit në të shtatë gazetatat, duke synuar veriun.

**Janar 19** – Tryezë e rrumbullakët në Bulqizë me aktorë të ndryshëm (qeverisja vendore, përfaqësues të kompanive, banorë të zonave, nxënës/studentë, shtypi lokal); të diskutohet me një TV vendor për një reportazh të posaçëm.

(postohen foto, informacion mbi tryezën e rrumbullakët, raporti TV, në Facebook, faqen e internetit dhe portalet e enrgjise online).

Të diskutohet me një TV dhe/ose radio lokale një intervistë me një zyrtar të EITI Albania / përfaqësues të GNI.

### Shkurt 2015

Javën e parë, një ekip i EITI Albania udhëton në jug për t'u takuar me nxënës të shkollave të mesme për të shpallur "Konkursin e Nxënësve të Shkollave të Mesme mbi Thesaret e Nëntokës Shqiptare"

Postohen foto të njoftimit në Facebook.

Javën e dytë, një ekip i EITI Albania udhëton në veri për t'u takuar me nxënës të shkollave të mesme për të shpallur konkursin.

Postohen foto të njoftimit në Facebook.

Njoftimi duhet të përmbajë rregullat e konkursit.

Njoftimi duhet të përkohë në kohë me city-lights instaluar në pikat e hyrjes të zonave.

### Mars 2015

Një fitues për veriun dhe një fitues për jugun shpallen nga Ministri i Energjisë dhe Industrisë në zona. Ministri të dhurojë një iPad mini për fituesin/-en në ceremoni të organizuara nga qeverisja vendore në secilën prej dy zonave.



Insert i posterit fitues botohet në dy gazetatat me tirazhin më të madh, një për veriun dhe një për jugun.

Fituesit shpallen në Facebook. Postohen posteri dhe fotoja e nxënësit/-es fitues/-e që merr iPad Mini nga Ministri ose zyrtari i Ministrisë.

### Prill 2015

Një javë përpara publikimit të Raportit EITI 2013, shpallet ky publikim në Facebook, faqen e internetit dhe portalet e enrgjise online (postime të sponsorizuara për Facebook, 3 ditë)

Mëngjesin e konferencës për shtyp, zyrtari i EITI Albania / përfaqësues i GNI del në programin e mëngjesit të Vizion+

Konferenca e Shtypit për publikimin e Raportit EITI 2013

Paketa për shtypin:

- 1 faqe me gjetjet kryesore të Raportit 2013
- të dhënat e hollësishme të raportit (në CD ose të shtypura)
- Fjala e drejtoreshës

Përsëritet në faqen e internetit dhe Facebook aktiviteti si për Raportin 2013

2-3 ditë pas nxjerrjes së raportit, dalje në TV (programi Studio e Hapur, News 24) e zyrtarit të EITI Albania / përfaqësues i GNI dhe 3 panelistë për të diskutuar raportin 2013; gjetjet; problemet; zgjidhjet. Të sigurohet ftesë për përfaqësues të shoqërisë civile në program

### Maj 2015

Dy diskutime në tryeza të rrumbullakëta në zona (një në veri dhe një në jug).

Përsëritet aktiviteti në Facebook dhe faqen e internetit

Drejtoresha e EITI Albania intervistohet nga e përjavshmja ekonomike Monitor.

### Qershor 2015

Intervistë me përfaqësues të EITI Albania (mundësisht në të përditshmen më të madhe *Panorama*).

Postime në Facebook me pikat kryesore nga kalendari i aktiviteteve.

Anketim për të matur suksesin e Strategjisë.