

Atskaite par dalību COPA-COGECA

Communication Seminar/Komunikāciju seminārs 2013

15.05.2013.

Izskatāmais jautājums:

KLP politikas aktualitātes, ES Lauksaimniecības un lauku attīstības komisāra Dačjana Čološa (Dacian CIOLOȘ) runaspersona Rodžers Vaits (Roger Waite)

Rezumējums:

R.Vaits sniedza īsu pārskatu par trialoga ietvaros notiekošo sarunu gaitu – pārsvarā šobrīd ir iespējams vienoties tikai par nepolitiskiem jautājumiem, jo jebkurš politiska rakstura jautājums izraisa plašas diskusijas. Plānots, ka trialogs noslēgsies jūnija beigās Luksemburgā, līdz tam politiskās ambīcijas ir jāsamazina līdz minimumam.

R.Vaits atzīmēja, ka no sociālajiem medijiem viņam tuvākais un ērtākais lietošanā ir Twitter un viņš ir pārliecināts, ka šobrīd neviena organizācija nedrīkst ignorēt Twitter. Tajā pašā laikā viņš uzsvēra, ka Facebook mediju attiecībās nav tik svarīgs, tas ir labs instruments organizācijas biedru informēšanai.

R.Vaits arī aicināja lauksaimnieku organizācijas savās dalībvalstīs rīkot informatīvas kampaņas par to, kādēļ lauksaimnieki vispār saņem un kādēļ viņiem ir svarīgi saņemt tiešmaksājumus.

Izskatāmais jautājums:

KLP politikas aktualitātes, Eiropas Parlamenta Lauksaimniecības komitejas preses sekretārs Jans Jakubovs (Jan Jakubov)

Rezumējums:

J.Jakubovs, lielā mērā atkārtodams iepriekšējo runātāju, skaidroja trialoga lēmumu pieņemšanas procedūru un sarunu gaitu. Viņš uzsvēra, ka EP deputāti nepiedalās trialogā, tikai ziņotāji jeb *rapporteurs*. Atbildot uz klātesošo pārmetumiem, ka trialoga gaita apvīta ar lielu noslēpumainības plīvuru, Jakubovs norādīja – lai vispār būtu iespējams panākt jebkādu vienošanos, procesam ir nepieciešams privātums. EP uzskata, ka būtu nepieciešams sarīkot vidēja termiņa nākotnes ES budžeta pārskatu.

Izskatāmais jautājums:

KLP politikas aktualitātes, ES Lauksaimniecības padomes padomnieks preses jautājumos Ksavjers Pavārs (Xavier Pavard)

Rezumējums:

Kopš 11.aprīļa notiek sarunas un ir sasniegts zināms progress, tomēr vēl ir ejams pietiekami

tāls ceļš, un par tādiem nozīmīgiem jautājumu blokiem kā convergence/capping/greening/atbalsts jauniekiem lauksaimniekiem nav panākta nekāda vienošanās.

Izskatāmais jautājums:

COPA-COGECA 2013/14 komunikācijas instrumenti – plāni Starptautiskajam Ģimeņu saimniecību gadam, KLP, COPA-COGECA ģenerālsēdētājs Pekka Pesonen

Rezumējums:

Par COPA-COGECA jauno konkursu un Farming Counts kampaņu, kura 13.maijā tika atklāta Briseles metro stacijās, mājas lapu un sociālajiem medijiem, kuri būtiski palīdzēja vērst uzmanību uz lauksaimniecības nozīmīgumu un pieaugošo pieprasījumu pēc pārtikas – 2050.gadā 70%.

Izskatāmais jautājums:

Kā labāk izmantot sociālos medijus un labākie kanāli informēšanai par sociālo mediju kampaņām, Steffen Thejll-Moller, digitālais stratēģis Fleishman-Hillard

Rezumējums:

Profesionālās digitālo pakalpojumu aģentūras pārstāvis izcēla labākos veidus un labākos kanālus sociālo mediju izmantošanai, atzīmējot reklāmas priekšrocības sociālajos medijos.

Izskatāmais jautājums:

COPA-COGECA piedāvājums dalīborganizāciju koordinētai rīcībai sociālajos medijos, Amanda Cheesley, COPA-COGECA preses sekretāre

Rezumējums:

COPA-COGECA dalīborganizācijas tiek aicinātas izmantot #votefarming atslēgas frāzi Twitter, lai popularizētu lauksaimniecību. Lai pievērstu uzmanību organizācijas prasībām, ārpusē ES lauksaimniecības ministru sanāksmei 13.maijā, tika dalītas informatīvas brošūras un tomāti (no Beļģijas kooperatīva). Tas pats saturs augsta līmeņa sanāksmē tika prezentēts arī Īrijas ministram S.Covenay. Komisārs D.Čološs pieminēja COPA-COGECA tomātus ES lauksaimniecības ministru sanāksmē, norādot, ka tie nodrošinās enerģiju, lai vienotos par KLP. Viņa preses sekretārs R.Vaits savukārt ievietoja foto ar tomātiem savā Twitter profilā un uzslavēja akciju. Schuman, Gare du Midi, Gare Centrale un Merode stacijās tika izvietoti plakāti. Piedaloties konkursā, ir iespējams vinnēt balvu, kura uzvarētājiem tiks pasniegta kokteiļvakarā Eiropas Parlamentā septembrī. Akcijas mērķis ir pozitīvā veidā politiķiem, ES institūcijām, sabiedrību, medijiem atgādināt par lauksaimniecības labumiem, ES lēmumu pieņemšanai nozīmīgā periodā.

Izskatāmais jautājums:

FNSEA 2013/14 komunikācijas aktivitātes, fokusējoties uz sociālajiem medijiem, kā tos labāk izmantot un radīt lietotājiem interesantu saturu, Arnaud Stachnik-Lemoine, Cynthia Kari, FNSEA, Francija

Rezumējums:

Francijas kolēģi prezentācijā skaidroja sociālo mediju priekšrocības un to pieaugošo nozīmi. Interesanti, ka 45% Francijas lauksaimnieki lieto sociālos medijus un 80% lieto internetu. FNSEA pārstāvji demonstrēja labāko kampaņu showcase – FNSEA rīkoto pasākumu „Le tweet est dans le Pre”, kurš notika Salons Internationale de L'Agriculture (SIA), un to apmeklēja COPA-COGECA un kuram bija liela publicitāte sociālajos medijos. FNSEA uzsvēra, ka tradicionālās un digitālās komunikācijas viena otru papildina, bet ar jaunajiem medijiem mēs varam vairāk izmantot ietekmējošo komunikāciju (influential communication). Ņemot vērā, ka arī žurnālisti izmanto google, svarīgi, kādas ir mājas lapas, kas par organizāciju ir atrodams Wikipedia.

Izskatāmais jautājums:

ASAJA-AVA 2013/14 komunikācijas aktivitātes un labākie instrumenti, Sergio Carbo, ASAJA-AVA, Spānija

Rezumējums:

Spānijas pārstāvis uzsvēra, ka sajūsminoties par jaunajiem sociālajiem medijiem, nedrīkst novērtēt par zemu arī joprojām ietekmīgos tradicionālos medijus. Viņš arī pasvītvoja, ka gan Spānijā, gan citur Eiropā paliek aizvien mazāk un mazāk profesionālu žurnālistu, kam par iemeslu ir gan sociālo mediju pieaugošā loma, gan ekonomiskā krīze. S.Carbo uzsvēra nepieciešamību pēc „jaunas informācijas”, jaunumiem, kurus ir svarīgi iekļaut preses relīzē, norādot, ka „saturs ir karalis”.

Izskatāmais jautājums:

Latvijas lauksaimnieku organizāciju komunikācijas aktivitātes, 2012 pārskats, 2013/14 instrumenti un stratēģija, Sabīne Puķe, LLKA, Latvija

Rezumējums:

S.Puķe iepazīstināja klātesošos ar Latvijas un Baltijas lauksaimnieku kopīgi veikto ES tiešmaksājumu kampaņu 2012.gadā, kā arī iezīmēja galvenos komunikācijas virzienus, kādos strādā trīs lielākās organizācijas – LLKA, Zemnieku saeima un LOSP.

Izskatāmais jautājums:

DBV Dzīvnieku labturības kampaņa un kā komunicēt ar medijiem par šo tēmu, Michael Lose, DBV, Vācija

Rezumējums:

Vācijas pārstāvis rādīja vienas kampaņas case study – kā vislabāk runāt ar medijiem par tādu jūtīgu jautājumu kā dzīvnieku labturība. Vācijā, zemē ar vēsturiski spēcīgām vides un „zaļo” organizācijām, lauksaimnieki regulāri izjūt spiedienu par mājlopu turēšanu. Kampaņas ietvaros metro tika izvietoti asprātīgi plakāti par šo tēmu, cenšoties parādīt, ka lauksaimnieki nemoka dzīvniekus.

Izskatāmais jautājums:

Upa komunikācijas plāns ANO Starptautiskajam Ģimeņu saimniecību gadam un labākie kanāli, Diego Juste Conesa, UPA, Spānija

Rezumējums:

D.Conesa informēja par plāniem nākamajam gadam, ar īpašu uzsvāru uz sociālajiem medijiem. Spānijā 80% saimniecību ir tieši ģimeņu saimniecības, tādēļ šo gadu Spānijā ieplānots atzīmēt vērienīgi.

Izskatāmais jautājums:

Pārtikas kampaņa – zemnieku vājas pozīcijas pārtikas ķēdē, Klaus Hartikainen, MTK, Somija

Rezumējums:

Somijas kolēģis izstāstīja par ļoti vērtīgu vienas dienas kampaņu, kas tika realizēta vienu dienu 10 lielākajās Somijas pilsētās. Kampaņas galvenais mērķis bija informēt sabiedrību un lēmumpieņēmējus, par zemnieku negodīgajām pozīcijām sadarbībā ar lielveikalu ķēdēm. Kampaņas galvenā ideja – kurš dara vislielāko darbu, saņem vismazāko samaksu. Uzmanības pievēršanai tika izmantoti mediji, interneta un sociālo mediju kampaņa, vides reklāma, kā arī pasākumi – zemnieki tirgoja savus labākos produktus par simbolisku samaksu pilsētu centros, netālu no lielveikaliem.

Kopsavilkums / ieteikumi nākamajam darbam:

Kopumā semināra laikā iezīmējās tendence, ka aizvien vairāk Eiropas lauksaimnieku organizācijas izmanto sociālos medijus kā nopietnu ikdienas komunikācijas rīku. Populārākā tendence ir izmantot Twitter saziņai ar medijiem, savukārt Facebook kā iekšējo informācijas rīku biedriem. Tas liecina, ka arī Latvijas lauksaimnieku organizācijām jāklūst aktīvākām šajā lauciņā. Mans ieteikums būtu sarīkot vienas dienas semināru organizāciju pārstāvjiem par digitālajiem medijiem, apmācību sociālo mediju izmantošanā.

Sabīne Puķe

Paraksts



PROJEKTU LĪDZFINANSĒ
EIROPAS SAVIENĪBA

**ELFLA**
EIROPAS LAUKSAIMNIECĪBAS FONDS LAUKU ATTĪSTĪBAI:
EIROPA INVESTĒ LAUKU APVIDOS