Strategirapport för Informations- och kommunikationsverksamhet, inklusive genom organisationer i det civila samhället 2016-2022

Ärendenummer: 19/000245

Lägesuppdatering av strategigenomförandet per den 15 april 2019, samt resultat sedan den senaste strategirapporteringen

Innehåll

1. Om strategirapporten – syfte och upplägg 2
2. Sidas bedömning av strategigenomförandet – en sammanfattning 4
3. Översikt av strategisammanhanget 5
3.1 Förändringar i strategisammanhanget 5
3.1.1 Trender som påverkar strategigenomförandet 5
3.2 Synergier med andra svenska strategier 6
4. Resultatredovisning 7
4.1 Sidas bidrag till förändring på strateginivå 7
4.2 Stödområde 1: Kunskap om svenskt utvecklingssamarbetes genomförande och resultat 7
4.2.1 Analys 10
4.3 Stödområde 2: Kunskapsspridning och opinionsbildning i syfte att bidra till fattigdomsbekämpning och en rättvis och hållbar global utveckling 11
4.3.1 Analys 13
4.4 Stödområde 3: Oberoende granskning och analys av utvecklingssamarbetets roll och andra politikområdens bidrag till en rättvis och hållbar global utveckling 14
4.4.1 Analys 15
5. Implikationer 16
Bilaga 1

1 Om strategirapporten – syfte och upplägg

Syftet med strategirapporten är rapportera Sidas strategigenomförande till UD. Strategirapporten tjänar som underlag till vårsamråden med Utrikesdepartementet (UD) samt till Regeringskansliets (RK) resultatrapportering. Sida är avsändare och UD är målgrupp för och mottagare av strategirapporten.

Vid sidan av strategirapporten redovisar Sida sin verksamhet till regeringen genom årsredovisningen. Denna inkluderar redovisning från strategigenomförandet på en övergripande nivå per strategi. Strategirapporten går djupare och redogör för strategigenomförandet per strategimål för varje strategi och drar även framåtblickande slutsatser.

Strategirapporten är utformad i enlighet med regeringens riktlinjer för strategier. Strategirapporten ska redovisa, analysera och bedöma resultaten av strategigenomförandet i förhållande till angivna strategimål[1] samt redogöra för implikationer för det fortsatta strategigenomförandet. Vid behov ska rapporten redovisa förändringar i förutsättningarna för genomförandet. Det finns tre typer av strategirapporter:

1. **Strategirapport år 1** skrivs för strategiperiodens första år efter att en operationalisering ägt rum. Rapporten sammanfattar slutsatser och redovisar resultat från genomförandet av föregående strategi (i de fall det finns en tidigare strategi). Denna strategirapport redogör även för den förändringsteori som ligger till grund för Sidas stöd inom strategin, centrala överväganden samt hur verksamheten ska genomföras och följas upp under strategiperioden.
2. **Den årliga strategirapporten** skrivs för de åren varken en fördjupad översyn eller operationalisering ägt rum.
3. **Den fördjupade strategirapporten** skrivs näst sista året av strategin efter att en fördjupad översyn ägt rum. Rapporten redogör för slutsatserna från den fördjupade översyn av strategigenomförandet som sker en gång per strategi. Den fördjupade strategirapporten ska sammanfatta genomförandet av hela strategin hittills[2] (bl.a. analys av resultat per strategimål) samt ge tydliga rekommendationer inför kommande strategiperiod. Den fördjupade strategirapporten utgör Sidas huvudtillfälle att lämna rekommendationer till regeringens anvisningar inför ny strategi.

Strategirapporten är en lägesuppdatering av strategigenomförandet och bedömer resultat sedan den senaste strategirapporten. Strategirapporten bygger på det underlag som finns tillgängligt vid tillfället för strategirapportens framtagande (t.ex samarbetspartners rapporter, reserapporter, utvärderingar, analyser och mötesanteckningar).

Kapitel 1 sammanfattar Sidas bedömning av strategigenomförandet per strategimål. **Kapitel 2** ger en översikt av strategisammanhanget och beskriver den kontext (tematisk/geografisk) i vilken strategin genomförs. **Kapitel 3** redovisar resultat från strategigenomförandet. **Kapitel 4** redogör för eventuella implikationer för det fortsatta strategigenomförandet som behöver lyftas till UD.

[1] I de tidigare resultatstrategierna används begreppet *resultat*. Denna mall använder genomgående begreppet *strategimål* i linje med gällande riktlinjer för strategier. I resultatstrategierna är resultaten klustrade kring *resultatområden*. Mallen använder dock genomgående begreppet *stödområde.*

[2] Dvs. från strategins början fram till 15/4.

Sida använder **trafikljus** för att sammanfatta Sidas nulägesbedömning inom ett strategimål och ge en snabb överblick av hur det går i strategigenomförandet. Bedömningen och motiveringen till denna utgör narrativet i resultatredovisningen (kapitel 3) i strategirapporten. I strategirapporten bedöms två aspekter:

1. Utvecklingen i kontexten i förhållande till **strategimål**, dvs det kontextuella område som strategimålet handlar om. Bedömningen fokuserar på hur utvecklingen går inom detta område. Sida kan inte hållas ansvarig för utvecklingen men måste förhålla sig till denna. Bedömningen ska utgå ifrån hur det ser ut vid tidpunkten för strategirapportsskrivandet och motiveras med tillgänglig information såsom studier, utvärderingar, rapporter, indikatorer/utvecklingstrender.

   Bedömning av utvecklingen i kontexten i förhållande till **strategimålen:**

   Grön: Utvecklingen går framåt
   Gul: Utvecklingen går delvis framåt eller delvis bakåt
   Röd: Utvecklingen går bakåt

2. **Portföljens** relevans, dvs huruvida den sammansatta portföljen förväntas bidra till förändring i linje med strategimålet. Med portfölj menas insatser och andra aktiviteter som genomförs i förhållande till ett strategimål. Bedömningen motiveras med Sidas förändringsteori och de prioriteringar som vägleder insatsportföljen i förhållande till utveckling i kontexten och resultat från insatser.

   Bedömning av **portföljens relevans**:

   Grön: Portföljen är relevant
   Gul: Portföljen är delvis relevant
   Röd: Portföljen är inte relevant

2 Sidas bedömning av strategigenomförandet – en sammanfattning

	Mål[3]	Portfölj[4]
Kunskap om svenskt utvecklingssamarbetes genomförande och resultat		
Ökad kännedom om politiken för global utveckling (PGU) och Agenda 2030 med de Globala målen för hållbar utveckling		
Ökad kunskap om utvecklingssamarbetets roll i en rättvis och hållbar global utveckling		
Ökad kunskap om Sveriges offentligt finansierade bistånd som genomförs i bred samverkan mellan olika aktörer		
Ökad kunskap om att Sverige ger stöd via internationella organisationer som FN och utvecklingsbankerna samt är en viktig aktör inom ramen för EU:s utvecklingssamarbete		
Kunskapsspridning och opinionsbildning		
Ökad kunskap om politiken för global utveckling (PGU) och Agenda 2030 med de Globala målen för hållbar utveckling		
Breddat folkligt deltagande i arbetet för en rättvis och hållbar global utveckling		
Ökad kunskap om de drivkrafter och hinder som påverkar och styr en rättvis och hållbar global utveckling		
Ökad kunskap om vad man som individ själv kan göra för att bidra till en rättvis och hållbar global utveckling		
Oberoende granskning och analys		
Ökad synlighet för utvecklingsfrågor i samhällsdebatten		
Breddad bevakning och ökat intresse från granskande aktörer för globala utvecklingsfrågor och frågor som rör biståndet		
Ökad kunskap om olika politikområdens bidrag till en rättvis och hållbar globala utveckling		

[3] Bedömning av utvecklingen i kontexten i förhållande till **strategimålen:** Grön: Utvecklingen går framåt; Gul: Utvecklingen går delvis framåt eller delvis bakåt; Röd: Utvecklingen går bakåt.
[4] Bedömning av **portföljens relevans**: Grön: Portföljen är relevant; Gul: Portföljen är delvis relevant; Röd: Portföljen är inte relevant.

3 Översikt av strategisammanhanget

Totalt strategibelopp:	**Utbetalat belopp hittills**:	**Antal insatser 2018**:
1 050 MSEK	395 MSEK	70

3.1 Förändringar i strategisammanhanget

Den årliga opinionsmätningen via Kantar Sifo[5] visar att förtroendet för biståndet fortsätter att vara starkt. Sju av tio instämmer i att svenskt bistånd bidrar till en bättre värld och förtroendet för hur biståndspengarna används har ökat. Nio av tio instämmer i att man bör stödja människor som lever under omänskliga förhållanden därför att alla människor har lika värde. Fyra av fem svarar att de själva gjort något för att minska fattigdomen i världen.

65 procent anser att dagens biståndsnivå är lagom eller bör öka, medan 27 procent anser att biståndet bör minska eller slopas helt. Åtta procent svarar vet ej. Kvinnor är mer positivt inställda än män. I ett längre perspektiv blir det tydligt att frågan om biståndets storlek har blivit mindre känslig under det senaste decenniet. Sedan 2005 har andelen positiva varierat ganska lite jämfört med under tidigare perioder. Dock märks en viss försvagning jämfört med förra året, men det är för tidigt att säga om detta är början på en ny trend[6].

Nästan hälften tycker att de har en god eller ganska god kunskap om det svenska utvecklingssamarbetet och trenden är att allt fler tycker så. Kunskapsfrågorna visar också att det är en tydlig trend mot en mer korrekt världsbild. Exempelvis vet eller tror en majoritet, 59 procent, att levnadsvillkoren i de fattiga länderna har förbättrats avsevärt under de senast trettio åren. (2004 var det endast 19 procent.) Mer än hälften svarar även att de vill veta mer om svenskt bistånd.

Enligt en mätning från EU-kommissionen[7] råder en fortsatt positiv inställning bland européer till att utvecklingssamarbete är viktigt och att biståndet åtminstone ska ligga kvar på samma nivå som nu. Nästan alla svenskar, 96 procent, i Eurobarometern anser att det är viktigt med stöd till andra länder. Dock är det färre svenskar än tidigare som svarar att bistånd är ett effektivt sätt att bekämpa fattigdom, 67 procent 2018 jämfört med 75 procent vid den föregående mätningen 2016. Svenskarna är de som i högst utsträckning av alla inom EU är engagerade i att själva bidra.

3.1.1 Trender som påverkar strategigenomförandet

De trender som Sida uppmärksammat är bland annat att ungdomar har ett ökat engagemang, framförallt när det gäller enskilda frågor såsom klimatförändringar och jämställdhet. Dock upplever vi att de har begränsad kunskap om hur de ska kanalisera sitt engagemang. Sida ser sociala medier som en viktig kanal för att nå målgruppen unga.

[5] Opinion 2018, Magnus Liljeström. (Via Kantar Sifos webbpanel) Tillskillnad från Eurobarometern får respondenterna veta biståndsanslagets storlek innan de svarar på vad de tycker om nivån.
[6] År 2017 var det 69 procent som sade sig vilja behålla eller öka biståndet till andra länder.
[7] Special Eurobarometer 476, EU citizens and development cooperation, Summary country analysis Sweden, 2018. I undersökningen ingick 27 700 personer från 15 år och uppåt, varav närmare 1000 svenskar.

Flera civilsamhällesorganisationer uppger att de sett en viss ökning av negativa kommentarer på sociala medier. Samtalsklimatet beskrivs som hårdare och att det finns mindre utrymme för nyanserade diskussioner, det är mer ”rätt och fel” [8]. Sida har märkt en liten ökning av negativa kommentarer på Facebook, det är dock svårt att veta om det är en ny trend eller om det beror på att vi lyft ämnen som ibland anses som kontroversiella, t.ex menskampanj och jämställd snöröjning.

3.2 Synergier med andra svenska strategier

Då detta är Sidas enda strategi vars insatser genomförs i Sverige med i huvudsak svenska målgrupper är kopplingar och samordning med andra strategier för att uppnå synergier kring resultat och effekter annorlunda än för bilaterala och regionala strategier i samarbetsländerna. Dock utgör resultaten från alla operativa och tematiska strategier underlag för det innehåll som kommuniceras gentemot svenska målgrupper. Ett mer systematiskt arbete med strategisk kommunikation internt på Sida ska bidra till att stärka genomförandet av Sidas samtliga strategier, inklusive leda till förbättrad kommunikation mot målgrupper i Sverige. Ambitionen är att senast 2021 fullt ut även dra nytta av digitaliseringens möjligheter.

Förutom ovanstående finns kopplingar till specifika strategier som genom intern samordning och dialog kan skapa synergier, framförallt CSO-strategin och KAPAME-strategin:

Strategi för stöd genom svenska organisationer i det civila samhället 2016–2022 (CSO-strategin)
Svenska civilsamhällesorganisationer är samma aktörsgrupp i båda strategierna. Styrning och dialog samordnas internt mellan enheten för civila samhället (CIVSAM) och Sida Partnership Forum (SPF) för att bidra till harmonisering och effektivitet i genomförandet. Riktlinjer för ansökningar och rapportering utvecklas i dialog för att inte ge motstridiga budskap kring styrningen. Den verksamhet som bedrivs inom ramen för CSO-strategins insatser utgör ett centralt innehåll i det som kommuniceras gentemot svenska målgrupper, vilket ger synergier mellan de båda strategierna.

Strategi för kapacitetsutveckling, partnerskap och metoder som stödjer Agenda 2030 för hållbar utveckling, 2018-2022 (KAPAME-strategin)
De civilsamhällesorganisationer som finansieras inom kommunikationsstrategin deltar frekvent på Sidas workshops och mötesplatser kring bland annat resultatstyrning och kommunikation, vilket bidrar till att stärka deras kapacitet att genomföra och följa upp informations- och kommunikationsinsatser. Under strategigenomförandet har Sida även en regelbunden dialog med organisationerna och får återkoppling om deras behov av kapacitetsutveckling, vilket bidrar till att Sida bättre kan utveckla ett relevant kursutbud.

KAPAME-strategin har en tydlig inriktning på stärkt kapacitet och lärande inom svensk resursbas för internationellt genomförande av Agenda 2030. (Resursbasen har fått vidgad innebörd och innebär att en bredare grupp av svenska aktörer inom offentlig och privat sektor, samt det civila samhället kan bidra till det internationella genomförandet av Agenda 2030) Kunskapsökning och utbildning för svenska aktörer kring Agenda 2030 finns således som styrning från två strategier, vilket kan ses som

[8] Webbundersökning mars 2019 av hur organisationerna upplever trender och tendenser i sociala medier, samt om de vidtagit några specifika åtgärder. Besvarades av 19 civilsamhällesorganisationer.

kompletterande och förstärkande, men även bidra till otydlig styrning. För att motverka riskerna behövs en tydlig intern samordning.

4 Resultatredovisning

4.1 Sidas bidrag till förändring på strateginivå

Fördelningen av strategibeloppet mellan stödområdena enligt tabell 1 i rapport P6, bilaga 1, speglar i huvudsak budgetuppdelningen i genomförandet av strategin. Sidas kommunikationsverksamhet utgjorde den största delen av stödområde 1 (24 301 mkr av totalt 39 933 mkr) och en mindre del i stödområde 1 utgjordes av verksamhet som genomfördes av CSO och andra aktörer (15 632 av 39 933 mkr).

Huvuddelen av strategibeloppet allokerades till stödområde 2 (100 191 mkr) där olika aktörer, framförallt civilsamhällesorganisationer, får stöd för genomförande av kommunikationsinsatser. Fördelningen mellan stödområde 1 och 2 har legat relativt konstant under strategiperioden.

Lägst utfall ses i stödområde 3 (9 233 mkr), som dock har ökat i jämförelse med år 2017. Utfallet speglar den mindre portföljen av insatser som syftar till att civilsamhällesorganisationer, tankesmedjor, journalister m.fl. bidrar till oberoende granskning och analys av utvecklingssamarbetets roll för en rättvis och hållbar global utveckling.

Gällande tabell/modell 4 i rapporten P6 så redovisas inte alla insatser som pågick under 2018 då flera bereddes i Trac 6.0 som inte var kompatibelt med BISI P6. Detta kommer att åtgärdas till nästa rapporteringsperiod. Dock bedöms sannolikheten för måluppfyllelse för de insatser som saknas i tabellen vara goda, baserat på erfarenheten och bedömning av partners tidigare levererade resultat och förmåga att leva upp till ställda avtalskrav. Vissa insatser där Sida är genomförare inom ramen för strategin handläggs i särskild ordning genom interna beslut och synliggörs av den anledningen inte heller i tabellen. Måluppfyllelsen för dessa insatser är god.

4.2 Stödområde 1: Kunskap om svenskt utvecklingssamarbetes genomförande och resultat

Strategimål

- Ökad kännedom om politiken för global utveckling (PGU) och Agenda 2030 med de Globala målen för hållbar utveckling
- Ökad kunskap om utvecklingssamarbetets roll i en rättvis och hållbar global utveckling
- Ökad kunskap om Sveriges offentligt finansierade bistånd som genomförs i bred samverkan mellan olika aktörer
- Ökad kunskap om att Sverige ger stöd via internationella organisationer som FN och utvecklingsbankerna samt är en viktig aktör inom ramen för EU:s utvecklingssamarbete

Portfölj

Sidas egna kommunikationsarbete bidrar i första hand, men inte uteslutande, till stödområde 1. Flera av de aktiviteter som Sida genomför har också en positiv påverkan på andra mål i strategin,

exempelvis Globala Kommunen, Sida Alumni, Magasinet Omvärlden och journalististipendierna via Hiertanämnden.

I enlighet med strategin vänder sig Sida till samtliga prioriterade målgrupper i Sverige, det vill säga intresserad allmänhet, beslutsfattare, ungdomar och journalister, men fortsätter att ha ett särskilt fokus på de två sistnämnda. Unga är den grupp där engagemanget och intresset för utveckling i fattiga länder ökar mest, samtidigt som endast en av tre anser sig ha en god bild av hur Sverige arbetar med bistånd[9].

Sida har fortsatt med de flesta av kommunikationsaktiviteterna sedan föregående strategirapport, eftersom dessa uppnått goda resultat och bedöms bidra positivt till strategin. Det gäller exempelvis ungdomsturnén We_Change, Sida Alumni och Almedalen.

Även det årliga lärarseminariet, som genomförs tillsammans med Den globala skolan/Universitets- och högskolerådet, har fortsatt att vara framgångsrikt, med 300 deltagare från hela landet Förra året uppgav närmare 90 procent att de fått ökad kunskap om hur de kan arbeta med/undervisa om rättvis och hållbar utveckling.

Sidas satsning på digital kommunikation och sociala medier har fortsatt att öka. Digitala plattformar ger möjlighet att nå en stor publik enkelt och snabbt, men det är en utmaning att nå fram genom bruset och konkurrensen. Sida har dock uppnått de mål som satts, bland annat genom att samarbeta med kända influencers med många följare, och genom att ofta koppla kommunikationen till aktuella frågor som redan diskuteras i sociala medier.

En mer omfattande omgörning av sida.se pågår, där designen mer ska anpassas utifrån respektive målgrupps behov och intressen. Bland annat kommer en partnerportal att byggas, vilket förväntas underlätta kommunikationen. Förändringen är en del i Sidas digitaliseringsarbete.

Eftersom media har stort genomslag är journalister en viktig målgrupp. Sidas presstjänst har förstärkts med en pressekreterare och utvecklat sitt arbete de senaste åren, bland annat genom att bli mer proaktiva. Sida har även ökat antalet journalististipendier från 25 till cirka 35 via Hiertanämnden, men också summan de kan söka. I kriterierna har Sida uppmanat även till granskning, utöver studera och rapportera. Vid den senast ansökningsperioden mer än fördubblades antalet sökande jämfört med året innan, från 45 till 99.

Antalet inslag om globala utvecklingsfrågor var 11 900 under 2018, vilket är ungefär samma som år 2017[10]. Konkreta stora genomslag för mediearbetet under 2018 var allokeringen av de stora humanitära stöden i början av året och garantistödet Beyond the Grid till elektrifieringen med solpaneler i Zambia. Under året gjordes också en journalistresa till Zimbabwe med fyra journalister vilket resulterade i ett stort antal artiklar.

Sida har stort fokus på att öka kunskapen och engagemanget för Globala målen för hållbar utveckling. I de flesta kommunikationsaktiviteter ingår information om Globala målen, samtidigt som det är stort intresset från andra aktörer att bidra. Exempelvis kom det in 202 ansökningar i de två utlysningar som Sida hade förra året, varav 40 beviljades. I år har en utlysning hållits och då inkom 106 ansökningar

[9] *Opinion 2018*, av Magnus Liljeström, via Kantar Sifos webbpanel.
[10] *Medieanalys juli-dec 2018*, av Retriver, sid 23.

varav 27 beviljades. I den kommande utlysningen kommer Sida att se över reglerna för att ge än fler möjlighet att söka genom att kostnader för befintlig personal kan inkluderas.

Kännedomen om Globala målen har enligt Sifos telefonmätning ökat till fem av tio, medan den i Sifos webbmätning ligger kvar på fyra av tio[11]. Sidas mål är att fem av tio ska känna till målen år 2020, sex av tio 2025 och sju av tio 2030[12].

Även övriga delresultat inom stödområde 1 ingår i Sidas kommunikation, dvs utöver ökad kännedom om Agenda 2030 med de Globala målen för hållbar utveckling. Exempelvis beskrivs *utvecklingssamarbetets roll i en rättvis och hållbar global utveckling* i sociala medier, vid olika seminarier och evenemang, samt på Sidas webbplats.

Detsamma gäller information om att *Sveriges offentligt finansierade bistånd genomförs i bred samverkan mellan olika aktörer*. Globala kommunen är ett konkret exempel, där många lokala aktörer, såsom civilsamhällesorganisationer, företag och skolor, engageras och genomför aktiviteter tillsammans med Sida.

Att *Sverige ger stöd via internationella organisationer som FN och utvecklingsbankerna samt är en viktig aktör inom ramen för EU:s utvecklingssamarbete* lyfts också fram i kommunikationen. Bland annat hölls ett välbesökt Development Talks (seminarium) om FN-reformen och hur partnerskapet mellan EU och FN kan stärkas, samt vilka Sveriges möjligheter är att påverka FN, Världsbanken och EU.

Sida stödjer även UNDP Sveriges kommunikationsinsats, där ett mål är att öka kännedomen om resultatet av det multilaterala biståndet, med fokus på FN:s och UNDP:s arbete. Bland annat genomfördes en resa till Jordanien för journalister och en till Nepal för parlamentariker, för att öka kunskapen om FN:s utvecklingssamarbete. Även seminarieserien Implementing 2030, tillsammans med Dag Hammarsköldfonden, lyfte FN:s roll i arbetet med att nå Globala målen.

Den multidimensionella synen på fattigdom genomsyrar kommunikationen, liksom den gör i Sidas övriga verksamhet. Det märks framförallt i innehållet på sida.se, där kopplingen mellan de olika delarna av fattigdom konkretiseras och förklaras. Även Människan i centrum, där enskilda personer i våra samarbetsländer kommer till tals, bidrar med exempel på hur fattigdomen kan ta sig olika uttryck, dvs att den är multidimensionell.

Tabell indikatorer för Sidas eget kommunikationsarbete

Indikatorer	Mål 2018	Utfall 2018	Mål 2019
Antal deltagare vid seminarier, evenemang, kurser mm.	37 000	47 778	50 000

[11] Globala målen 2018, av Gullers Grupp.
[12] I målgruppen 18-74 år, vilket är åldersspannet som mäts i den årliga opinionsmätningen.

Antal artiklar och inslag i breda medier om globala utvecklingsfrågor	Inget jämförbart mål	11 900[13]	12 000
Antal sessioner[14] och sidvisningar på sida.se	1 000 000 sessioner 2 900 000 sidvisningar	977 525 sessioner 2 549 328 sidvisningar	1 000 000 sessioner 2 600 000 sidvisningar
Antal sessioner och sidvisningar på openaid.se	45 000 sessioner Sidvisningar ej målsatt	40 380 sessioner 157 669 sidvisningar	45 000 sessioner 160 000 sidvisningar
Sociala medier, genomsnittligt antal personer per inlägg på Facebook[15]	5 000	4 792	5 000
OmVärlden, prenumeranter på nyhetsbrev	Inte målsatt	7726	Inte målsatt[16]
OmVärlden, webbplats, genomsnittligt antal besökare per månad	Inte målsatt	30 000	Inte målsatt[17]

En ny modell för uppföljning av resultat blev klar sent under hösten 2018, så kommande strategirapporter kan följa upp resultaten gentemot dessa indikatorer.

Utöver ovanstående har kommunikationsaktiviteter om Globala målen för hållbar utveckling, som genomförts av andra aktörer genom Sida utlysning, hittills nått uppskattningsvis 2 080 705 personer. 17 aktörer har redovisat sina resultat i sin helhet, 12 aktörer fortsätter med sina aktiviteter och 11 aktörer har skjutit upp sina aktiviteter till 2019[18]. Exempel på insatser och resultat är läromedel för högstadiet och gymnasiet[19], en antologi om centrala utmaningar för att nå agendans mål i Sverige[20], samt en digital informationsplattform som hjälper entreprenörer att utveckla nya hållbara affärsidéer[21].

4.2.1 Analys

Sida bedömer att portföljen inom stödområde 1 är relevant och att insatserna uppnår målen. En ambition är dock att ständigt effektivisera arbetet för att få ett bättre resultat. Det görs bland annat

[13] Antalet inslag om globala utvecklingsfrågor var 11 900 under 2018, vilket är ungefär samma som år 2017. Tidigare användes ett annat mått; Antal artiklar och inslag i breda medier om globala utvecklingsfrågor där bistånd och Sida nämns, varför utfallet inte är jämförbart med målet 2018.

[14] Sida bytte indikator 2017 till antal sessioner samt antal sidvisningar. Orsaken är att det tidigare måttet *antal besökare* inte går att mäta på ett tillförlitligt sätt. En session är aktiviteter som genomförs under minst 30 minuter.

[15] Vid årsskiftet 2018/2019 hade Sida 32 000 följare på Twitter, 20 000 följare på Linkedin och 5 100 följare på Instagram.

[16] Upphandling har påbörjats och målen ses nu över.

[17] Upphandling har påbörjats och målen ses nu över.

[18] ”*Globala målen, Sammanställning av resultaten av kommunikationsaktiviteter genomförda 2018*”, sid 4 av Gullers Grupp.

[19] http://laroriket.com/17/

[20] https://www.globalutmaning.se/rapporter/mot-en-hallbar-framtid/

[21] https://startahållbart.se/

genom att samarbeta närmare andra aktörer och koppla ihop aktiviteter. Exempelvis ser vi över möjligheten att koppla samman FN-förbundet/SKL:s aktivitet ”Glokala Sverige” med Globala Kommunen, se sid 12-13.

Det interna initiativet om att strategiskt stärka och integrera kommunikation i hela verksamhet ska bidra till förbättrad kommunikation även mot målgrupper i Sverige. Syftet med initiativet är att utvecklingssamarbetet ska nå bättre resultat då kommunikation är ett verktyg som utnyttjas fullt ut i verksamheten. Bland annat stärks samarbetet mellan Sida, UD och SI för att förbättra stödet inom kommunikation till utlandsmyndigheterna. T.ex. har ett gemensamt material om kommunikation tagits fram, och ett arbete för att tillsammans bidra i regionala främjarmöten har inletts.

Ett tydligt förbättringsområde är samarbetet med avdelningen för Partnerskap och innovation. Det gäller framförallt enheten för kapacitetsutveckling, vars strategi fått en tydligare anknytning till kommunikationsstrategin, framförallt genom Agenda 2030. Här har ett förstärkt samarbete påbörjats där vi bland annat ska använda våra arenor som strategiska plattformar för våra partners, t.ex under Almedalen.

Även om det över tid skett små förändringar när det gäller åsikten om biståndsnivån, så är det en försvagning jämfört med föregående år. Det är för tidigt att säga om det är början på en trend, men behöver bevakas.

4.3 Stödområde 2: Kunskapsspridning och opinionsbildning i syfte att bidra till fattigdomsbekämpning och en rättvis och hållbar global utveckling

Strategimål

- Ökad kunskap om politiken för global utveckling (PGU) och Agenda 2030 med de Globala målen för hållbar utveckling
- Breddat folkligt deltagande i arbetet för en rättvis och hållbar global utveckling
- Ökad kunskap om de drivkrafter och hinder som påverkar och styr en rättvis och hållbar global utveckling
- Ökad kunskap om vad man som individ själv kan göra för att bidra till en rättvis och hållbar global utveckling

Portfölj

Stödet till civilsamhällesorganisationer (CSO) utgör den största delen av strategigenomförandet. Under 2018 fick samtliga 15 ramorganisationer[22] stöd från Sida. Några av dessa har vidareförmedlat medel till sammanlagt 87 mindre organisationer.

Majoriteten av insatserna från organisationerna avser ökat engagemang, ökad kunskap samt påverkans- och opinionsarbete, medan en minoritet omfattar granskning av biståndet och samarbete

[22] https://www.sida.se/Svenska/Samarbetsparter/aktorsgrupper/Civila-samhallet-organisationer/Om-samarbetet-med-det-civila-samhallet/Stod-till-svenska-organisationer-genom-ramavtal/

med andra aktörer[23]. Ett exempel på kommunikationsinsats är *Svenska kyrkan* som under 2018 anordnade en studieresa för journalister till Tanzania med fokus på SRHR – Sexuell och reproduktiv hälsa och rättigheter – och genusfrågor, i tider av minskat demokratiskt utrymme. Syftet var att ge en fördjupad inblick i de samhällsutmaningar som Tanzania står inför, samt att visa på goda exempel på mobilisering och social förändring som möjliggörs inom ramen för Svenska kyrkans internationella arbete och svenskt utvecklingssamarbete. Resan resulterade i flera artiklar som fått god spridning.[24]

Ett annat exempel är *Plan Sverige* som har skapat virtuella miljöer där målgrupperna exponerats för barns levnadsförhållanden i katastrofområden, genom att Plan använt verktyg för Virtual Reality och Augmented Reality. Kommunikationsmetoden har väckt stark emotionell respons och skapat engagemang både online och offline för människor som lever i eller hotas av katastrofer.

Civilsamhällesorganisationernas insatser riktar sig i de flesta fall till målgrupper över hela Sverige. Istället för att ha den breda allmänheten som målgrupp är det en trend det senaste året att avgränsa för att få större träffsäkerhet. Vanligaste målgrupperna är unga och politiker/beslutsfattare. Även media och influensers har fått ökat fokus, samtidigt som unga män finns med som en ny grupp. En utmaning som Sida ser är att även inkludera diaspora och nyanlända.

För att nå ut är sociala medier och andra digitala kanaler vanligast. Många organisationer väljer dock att komplettera digitala kanaler med kanaler som lämpar sig bättre för fördjupning, till exempel fysiska möten, seminarier och konferenser.

Tematiken och innehållet i kommunikationsarbetet speglar prioriterade ämnesområden inom utvecklingssamarbetet som till exempel de fattigas perspektiv, jämställdhet och demokrati. Organisationerna arbetar hellre fokuserat inom något område än att arbeta brett. Genus och humanitärt bistånd är områden som fått ett ökat fokus.

Ett fåtal organisationer arbetar uttryckligen med att öka kunskapen om Agenda 2030 och Globala målen för hållbar utveckling. Det är dock flera som relaterar till Agenda 2030 och de 17 målen, men de håller fast vid sin tidigare tematik. En utmaning är att länka kommunikationen bättre till Agenda 2030. Miljö och klimat är ett annat prioriterat område för svenskt utvecklingssamarbete som inte är så framträdande i organisationernas kommunikation. Här för Sida en dialog med organisationerna för att få till en förändring.

Ett exempel på insats inom stödområdet är *Glokala Sverige - Agenda 2030 i kommuner och regioner*. Det är ett kommunikations- och utbildningsprojekt som drivs av Svenska FN-förbundet i samverkan med Sveriges Kommuner och Landsting, SKL. Projektets mål är att öka kunskapen och engagemanget för Agenda 2030 bland politiker och tjänstepersoner i svenska kommuner och regioner. 2018 var ett pilotår för Glokala Sverige med syfte att bygga upp projektet. Sex kommuner (Malmö, Kristianstad, Gislaved, Växjö, Nyköping och Luleå) och ett landsting (Sörmland) rekryterades som pilotdeltagare.

Under pilotåret har 14 utbildningstillfällen hållits där deltagarna fått delta i en process med avstamp i det globala perspektivet och genom det nationella landa i hur Agenda 2030 kan vara relevant på lokal

[23] https://inside.sida.se/samarbeta/spf/Informationsbidrag/Rapporter och analyser/Portf%C3%B6lj%C3%B6versikt infokom/Portf%C3%B6lj%C3%B6versikt infokom 2018.xlsx

[24] https://www.omvarlden.se/Reportage/feature/tufft-lage-for-unga-tjejer-i-tanzania--men-motstandet-vaxer/?fbclid=IwAR1fOYvRbHlPBOl5j-zP-VfyPBREdTkWcT-gRo0pgi6OWRHEja7z2YtW7bg

nivå. Exempel på deltagare under utbildningarna är chefer, koncernledning, fullmäktigeledamöter, presidieledamöter, hållbarhetstrateger, kommunikatörer, tjänstepersoner som arbetar med översiktsplanering, samt tvärgrupper med tjänstepersoner och politiker.

Under hösten 2018 öppnade möjligheten för alla kommuner och regioner att ansöka om att delta i Glokala Sveriges andra år. Under 2019 kommer 15 regioner och 81 kommuner att medverka. Tillsammans utgör de en rörelse med inte mindre än 75 procent av Sveriges regioner och nästan 30 procent av landets kommuner.

Innehållet inom ramen för FN-förbundets/SKL:s ”Glokala Sverige” har likheter med den insats som bedrivs genom Sidas ”Globala Kommunen”. Dialog har påbörjats för att undersöka möjligheten att slå ihop dessa insatser då målgrupper, innehåll och syfte kompletterar och förstärker varandra.

4.3.1 Analys

Sidas bedömning är att portföljen gällande strategins stödområde 2 är relevant. De insatser och aktiviteter som genomförs av svenska CSO samt de som genomförs av Sida bedöms gemensamt bidra till att öka kunskapen och skapa stärkt engagemang för globala utvecklingsfrågor bland Sidas och aktörernas målgrupper.

Sida ser dock utvecklingspotential i CSO-delen av portföljen som sedan länge bedöms vara relativt statisk och inbegriper i stort sett samma partners sedan strategiperiodens början. Det finns förvisso en trygghet och en stabilitet i de befintliga partnerskapen, avtalen är fleråriga och det finns inom avtalen utrymme för flexibilitet i termer av att förändra och justera innehåll efter förändringar i kontexten.

Dock skulle en omfördelning av budgetutrymmet i portföljen skapa förutsättningar att göra portföljen mer flexibel och ge möjlighet att stötta fler eller andra aktörer, projektidéer utifrån aktuella händelser i omvärlden, stärka kommunikationen kring en viss tematik eller utveckla metoder. Dialog förs med enheten för Civila samhället (CIVSAM) kring detta, vilka gjort en portföljanalys och har liknande iakttagelser kring portföljutrymme, behov av högre flexibilitet och möjlighet för fler aktörer såsom diaspora, trossamfund och civilsamhällesorganisationer, dvs andra än ramorganisationerna att arbeta närmare Sida.

En iakttagelse på portföljnivå är att det finns potential att stärka kommunikation kring miljö och klimat som generellt mest synliggörs i de mer traditionella miljö/klimatorganisationerna som WWF och Naturskyddsföreningen. En annan iakttagelse är att målgrupper utanför civilsamhällesorganisationernas egna sfärer (såsom egna medlemmar, redan aktiva och engagerade målgrupper) verkar vara mindre prioriterade. Arbetet med att nå ut med information och stärka kommunikationen med underrepresenterade grupper, såsom nya trossamfund, diaspora och unga i förorten, kan förstärkas. Hur nå ut till de som inte är urbana, digitala och unga? Sida ser möjligheter att tydligare understryka detta i dialog med partners, samt genom att uppmana till och stödja initiativ som riktas tydligare till dessa grupper utifrån principen ”leave no one behind”.

Under 2019 planeras ett dialogmöte med ramorganisationerna där bland annat målgruppsarbete, uppföljning och utvärdering, samt kommunikation om Agenda 2030 och särskilt miljö och klimatmålen kommer att diskuteras.

4.4 Stödområde 3: Oberoende granskning och analys av utvecklingssamarbetets roll och andra politikområdens bidrag till en rättvis och hållbar global utveckling

Strategimål

- Ökad synlighet för utvecklingsfrågor i samhällsdebatten
- Breddad bevakning och ökat intresse från granskande aktörer för globala utvecklingsfrågor och frågor som rör biståndet
- Ökad kunskap om olika politikområdens bidrag till en rättvis och hållbar globala utveckling

Portfölj

Insatser som genomförs inom stödområde 3 bidrar framför allt till delmålet *ökad synlighet för utvecklingsfrågor i samhällsdebatten,* där exempelvis webbportalen Biståndsdebatten.se synliggör aktuella frågeställningar inom utvecklingssamarbetet, samt granskar åtaganden och efterlevnaden av dessa. Stipendieverksamheten till journalister genom Hiertanämnden är ytterligare ett exempel, och under 2018 utvidgades Hiertanämndens stipendieverksamhet till att även inbegripa granskning av biståndet.

Även nyhetsmagasinet OmVärlden bidrar till ökad synlighet för utvecklingsfrågor. Den prioriterade målgruppen är intresserad allmänhet, särskilt unga vuxna i åldern 18-35 år med ett intresse för internationell politik, utvecklings- eller rättighetsfrågor. OmVärlden lyckas relativt bra med att nå den intresserade allmänheten, men har större utmaningar när det kommer till att nå avsmalningen till unga vuxna, enligt en nyligen genomförd utvärdering[25]. I kommande upphandling kommer den granskande rollen att tydliggöras, samtidigt som målgruppen ses över.

Ett flertal civilsamhällesorganisationer bedriver granskning och analys av globala utvecklingsfrågor, exempelvis Naturskyddsföreningen som tillsammans med Swedwatch (inom ramen för sitt CSO-stöd) granskade nordiska bankers investeringar i asiatiska banker som i sin tur investerar i Palmolje- och gruvindustrin. Granskningsrapporten lanserades i en kampanj som kommunicerades gentemot svenska beslutsfattare, vilket resulterade i att en av intresseorganisationerna i FN-initiativet för ansvarsfulla investeringar, där bl a banken SEB ingår, ska rikta starkare hållbarhetskrav mot de asiatiska bankerna.

Under 2018 gjordes en utlysning, främst riktad mot tankesmedjor, för att genomföra granskningar, producera analytiska rapporter samt kommunicera dessa mot svenska målgrupper. Utlysningen syftade till att stimulera dialog och debatt om svenskt utvecklingssamarbete och relaterade politikområden. Fyra organisationer beviljades finansiering för ettårigt stöd; Global Reporting, Inclusive Business Sweden, Fores samt Fonden för Mänskliga Rättigheter.

Efter utlysningen gjordes en konsultstudie[26] för att få rekommendationer för framtida utlysningar och söka svar på om I) formen, dvs en utlysning, är ett effektivt sätt att genomföra granskning och analys och II) stödet har förutsättningar att bidra till att stimulera diskussion och debatt i Sverige, samt kring hur intern förankring och kommunikation beaktats. Sidas analys är att perioden är för kort för att hinna genomföra beviljade projekt och visa på effekt. Detta utlysningsförfarande bör förändras i huvudsak

[25] *Utvärdering av magasinet OmVärlden*, februari 2019, sid 26. Av Gullers Grupp.

[26] *Stöd till granskning - genomlysning av Sidas utlysning*, rapport januari 2019, Gullers Grupp.

genom längre perioder, större budget och tydligare förväntningar på resultat av kommunikationen. Dessutom bör Sidas roll att välja granskningsområden ses över. Eventuellt skulle en extern referensgrupp kunna användas.

Transparensgaranti och Openaid

Det råder sedan 1 januari 2010 en transparensgaranti för det svenska utvecklingssamarbetet som innebär att all offentlig information om biståndet ska göras tillgänglig på webben. Det arbete som görs för att svara upp mot transparensgarantin bidrar på flera sätt till måluppfyllelsen av strategin för informations- och kommunikationsverksamhet.[27]

Sedan hösten 2018 pågår ett gediget förändringsarbete av publiceringsrutinerna för Openaid. Målsättningen är att öka informationsmängden på Openaid och samtidigt leva upp till högt ställda säkerhets- och lagstiftningskrav. Viktigt att notera är att mer information inte nödvändigtvis innebär mer transparens, eftersom stora mängder irrelevant dokumentation kan hindra Openaids besökare att överblicka relevant information.

Under 2019 ska Sidas och utlandsmyndigheternas olika arbetssätt för informationsuppladdning till Openaid harmoniseras och inkluderas i den reguljära insatshanteringsprocessen, med ökad säkerhet och effektivitet som följd. Under 2019 genomförs en målgruppsundersökning och andra studier för att lägga grunden till utvecklingen av en ny Openaid-hemsida som kan lanseras under senare hälften av 2020.

Av 45 bedömda organisationer hamnade Sida på fjortonde plats i den senaste mätningen (2018) av Aid Transparency Index (IATI). I den begränsade kategorin ”bilaterala givare” hamnade Sida på fjärde plats, efter indexledarna Storbritannien, USA och Kanada[28].

4.4.1 Analys

Sidas bedömning är att portföljen gällande strategins stödområde 3 är relevant. De pågående insatserna och aktiviteterna som genomförs bedöms framförallt bidra till ökad synlighet för utvecklingsfrågor i samhällsdebatten. Det finns dock utrymme och ambitioner att ytterligare utveckla arbetet med att stärka portföljrelevansen och identifiera fler insatser under strategiperioden, då målområdet fortfarande utgör en relativt liten del av den totala strategiportföljen.

Rekommendationerna från konsultstudien från utlysningen för tankesmedjor 2018 ger vägledning i arbetet framåt kring förutsättningar och idéer om alternativa tillvägagångssätt.

Sida ser även potential i att, genom utlysning eller upphandling, uppmana aktörer - och eventuellt även individuella forskare - att paketera och kommunicera resultat från utvärderingar, forskningsområden och studier.

[27] Bidrar till stödområde 1 *ökad kunskap om det svenska utvecklingssamarbetes genomförande och resultat*, samt stödområde 3 *oberoende granskning och analys*.

[28] https://www.publishwhatyoufund.org/the-index/2018

5 Implikationer

Sida måste fortsätta att kontinuerligt testa nya metoder, budskap och kanaler, med ökat fokus på digital kommunikation. Det innebär att följa med i debatten och fånga upp de frågor som intresserar målgrupperna och haka på diskussionen. Vi kan sedan leda diskussionen vidare till mer fördjupad information och kommunikation.

Snabbheten är särskilt viktigt i sociala medier, där mycket av debatten förs – särskilt för Sidas prioriterade målgrupp unga. En skillnad mot tidigare beteenden inom sociala medier berör filmer. Vill vi nå unga behöver det ofta gå mycket snabbare idag – fångar du inte in dem redan de först sekunderna så riskerar du att tappa dem. Vi behöver alltså ”gå rakt på sak”, samt korta ner eller dela upp filmer i kortare avsnitt.

Sidas presstjänst har under året förstärkts och består nu av tre tjänster. Detta ger möjlighet till ett mer proaktivt arbete, vilket är viktigt för att nå ut till allmänheten via media. Få journalister är specialiserade vad gäller biståndsfrågor och presstjänsten arbetar aktivt med att öka kunskapen och intresset, bland annat genom seminarier på journalistutbildningar och stipendier för journaliststudenter.

För att öka insatserna som bidrar till stödområde 3 *oberoende granskning och analys* krävs justeringar. Ansökningsprocessen för medel till granskning kommer att förändras, liksom att ägarpolicyn för magasinet OmVärlden görs om i samband med en ny upphandling.

Sidas kommunikationsenhet avser att fortsätta samarbetet och de regelbundna avstämningarna med UD:s kommunikationsavdelning, vilket bland annat är viktigt för att stärka Team Sweden. Vi ska samtidigt förstärka samarbetet med Svenska Institutet och på så sätt bli bättre på att dra nytta av varandras kommunikationsarbete. Det är som tidigare nämnt ett mål inom det strategiska initiativet att göra Sida till en mer kommunikativ organisation. Genom samarbetet förbättras förutsättningarna för Sidas medarbetare att berätta om biståndet och dess resultat, samt om sitt tematiska område och hur det bidrar till utveckling. I förlängningen leder det till en högre måluppfyllnad för kommunikationsstrategin.

Sida ser även över vilka aktörer som får medel inom strategin och överväger om gruppen kan utökas och breddas. En identifierad aktörsgrupp som bedriver internationellt utvecklingssamarbete är myndigheter, exempelvis SMHI, Polisen och Patent- och registreringsverket, samt kommuner. Trots att de genomför insatser får de inga medel för att kommunicera dessa gentemot målgrupper i Sverige. Styrning från UD efterfrågas.

Sida ska ta tillvara på digitaliseringens möjligheter. Här pågår ett internt arbete inom initiativet om att stärka den strategiska kommunikationen inom hela Sidas verksamhet. Samordning bör ske med UD.

Bilaga 1: Strategiöversikt i tabeller och diagram

All data in report is per December 31, 2018. It is an annex to the Strategy Report submitted to the Ministry of Foreign Affairs.

P6 Annex to Strategy Report 2018 for Information and communication 201607-2022

Average Annual Strategy Amount 2018:	150 000 KSEK
Total Strategy Outcome 2018:	149 357 KSEK

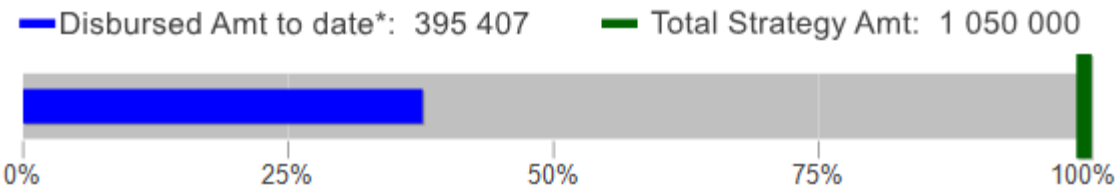
Table 1. Financial Overview 2018 per Area of Support/Objective in Strategy

Strategi	Stödområde	Mål	Utbetalat 2018
Strategy	**Areas of Support**	**Objective**	**Outcome 2018 (KSEK)**
Information and communication through CSOs 201607-2022	**Total**		**149 357**
	Kunskap om svenskt utvecklingssamarbetes genomförande och resultat	Ökad kännedom om politiken för global utveckling (PGU) och Agenda 2030 med de globala målen för hållbar utveckling	19 715
		Ökad kunskap om utvecklingssamarbetes roll i en rättvis och hållbar global utveckling	16 944
		Ökad kunskap om Sveriges offentligt finansierade bistånd som genomförs i bred samverkan mellan olika aktörer	3 274
		Total	**39 933**
	Kunskapsspridning och opinionsbildning i syfte till att bidra till fattigdomsbekämpning och en rättvis och hållbar global utveckling	Ökad kunskap om genomförandet för politiken för global utveckling (PGU) och Agenda 2030 med de globala målen för hållbar utveckling	32 718
		Breddat folkligt deltagande i arbetet för en rättvis och hållbar global utveckling	30 296
		Ökad kunskap om de drivkrafter och hinder som påverkar och styr en rättvis och hållbar global utveckling	29 561
		Ökad kunskap om vad man som individ själv kan göra för att bidra till en rättvis och hållbar global utveckling	7 616
		Total	**100 191**
	Oberoende granskning och analys av utvecklingssamarbetetes roll och andra politikområdens bidrag till en rättvis och hållbar global utveckling	Ökad synlighet för utvecklingsfrågor i samhällsdebatten	5 164
		Breddad bevakning och ökat intresse för granskande aktörer för globala utvecklingsfrågor och frågor som rör bistånd	329
		Ökad kunskap om olika politikområdens bidrag till en rättvis och hållbar global utveckling	3 740

		Total	**9 233**

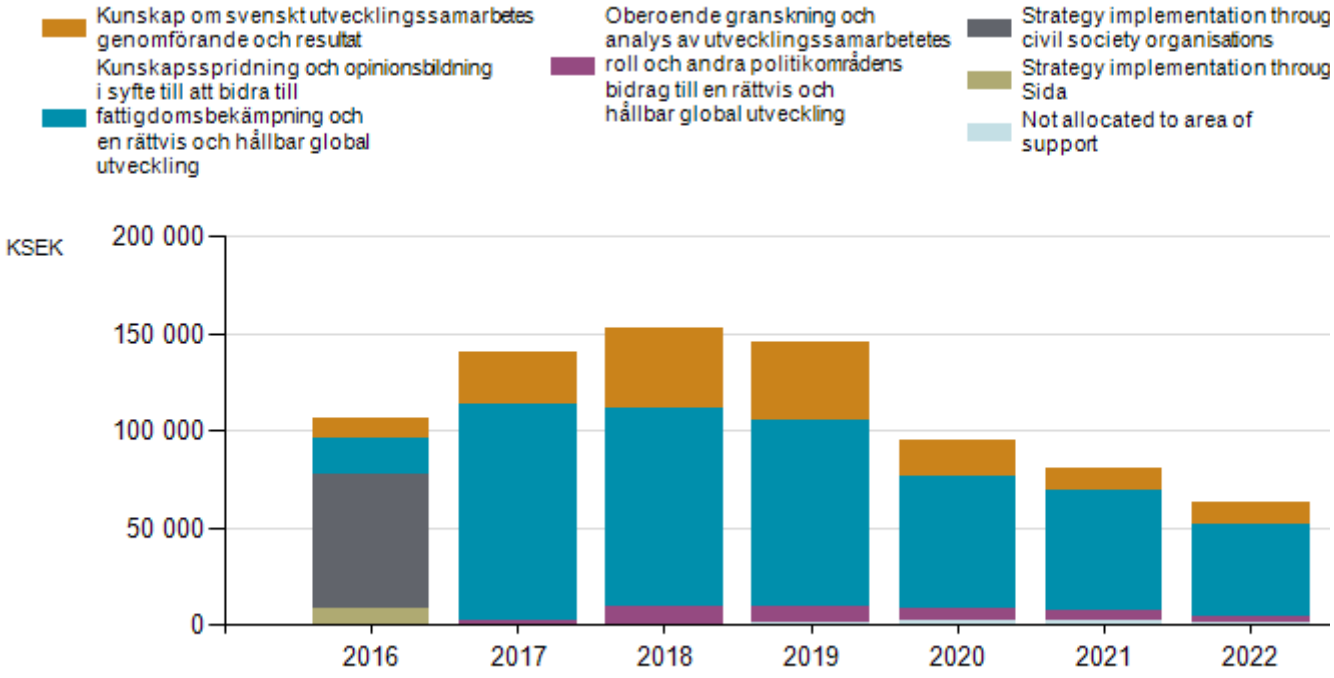
Table 2. Total Strategy Amount and Disbursed Amount During the Strategy Period (KSEK)

Strategy is in its 3rd year with total duration of 7 years.



** Note that the Disbursed Amt to date includes even payments made in the last year of the previous strategy, 77 036 KSEK*

Table 3. Agreed Amounts per Area of Support for the Strategy Period

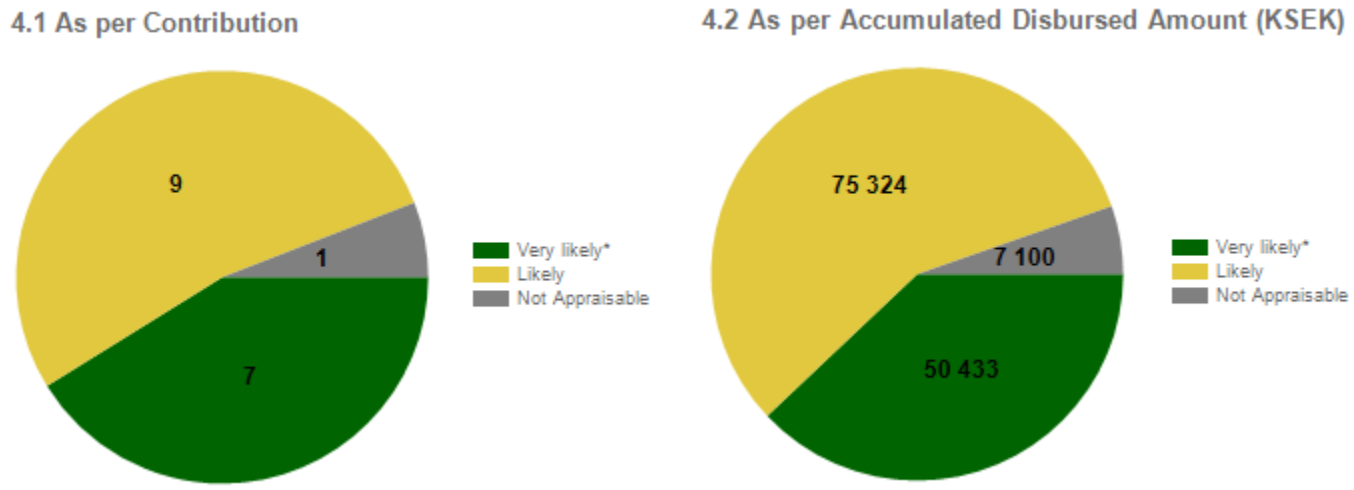


Information on area of support/objective in strategies was phased into Sida's systems starting 2012, but is incomplete up to 2015. This relates only to system generated data. Sidas contributions have always been assessed in relation to decided strategies incl. areas of support and objective (and previously areas and subareas). Correct information on division per area of support for 2015 and earlier is available in the previous strategy reports.

Table 4. Assessment of the Likelihood of Achieving the Contribution Objectives

The two pie charts show the assessments of the likelihood of achieving the objectives of the contributions included in the strategy portfolio as per (4.1) contributions and (4.2) accumulated disbursed amount. The data is system-generated and aggregated based on the *Conclusion on Performance* (CoP) in Trac. In connection with the CoP, the question of the likelihood of achieving the contribution objective is answered according to a four-point scale, namely:

1. Very likely
2. Likely
3. Not likely
4. Not appraisable[1]



** Agreements newer than one year are assessed as "very likely" by default.*
*** Assessments made in Trac 6 have not been migrated since some questions in Trac 7.0 are new and have no equivalent in earlier versions of Trac. Therefore, the assessments made in Trac 6 are grey.*

[1] *Assessment "Not appraisable" is justified in cases when:*
•There is not enough data to make an assessment (eg in difficult environments or late reports)
•The context of the contribution has changed significantly (eg natural disaster, coup d'état, extensive staff change of partner, corruption claim or similar.)
•The contribution itself has changed significantly (eg, the goal, scope, or timeframe of the contribution has been changed)

P6 Annex to Strategy Report 2018 for Information and communication 201607-2022

This is a breakdown of Table 4: Assessment of the Likelihood of Achieving the Contribution Objectives in the BISI report P6 intended for **internal** use only. Thus, it is not covered by the BISI P6 attached to the strategy report sent to the MFA.

The purpose of the breakdown and detailed information is to serve as a basis for analysis and conclusions of how it goes in the various contributions included in the (strategy) portfolio. The analysis and conclusions can be used in the strategy report's results reporting section, but it may primarily be utilized in Sida's internal planning and follow-up work.

The detailed information is presented in 3 different tables which show the following:

Table 1: List of contributions and likelihood of achieving their objectives based on valid (not overdue) CoP or equivalent assessment

Table 2: List of contributions with CoP overdue

Table 3: List of contributions expected to get a CoP by the end of the year. Annual CoP may be replaced with approved decision on amendment of contribution, closing note or call-off from framework agreement

Annual CoP is requested for all contributions that meet the following requirements:

- Agreement started at least a year ago. Agreements newer than one year are assessed as “very likely” by default.
- The agreement is still ongoing
- The most recent CoP or equivalent assessment of the likelihood has been made more than a year ago
- Contribution is Normal
- Agreed status is Agreed

Contributions not shown on any of the lists do not require a CoP based on the current process.

Strategy includes in total 39 normal contributions

Table 1. Likelyhood for Achieving the Objectives based on Last CoP or Equivalent Assessment

	Assessment of the likelihood that the contribution objectives will be achieved - detailed list per contribution with valid CoP or equivalent assessment (11 contributions)			
	Insats	Sannolikheten att uppnå insatsmålen	Utfall ack.	Datum
	Contribution	**Likelyhood of achieving the objectives**	**Disbursed accum KSEK**	**Last evaluation***
1	12904 UNDP 2019-2022	Very likely	5 000	New agreement
2	10529 Swedish UNA information and communication contribution 2017-2018	Likely	4 900	2018-12-19

3	54060168 Diakonia infokom 2016-2018, 2019	Likely	4 700	2019-02-21
4	11225 One World	Very likely	4 432	2019-01-18
5	10291 UNAS Agenda 2030 project in Swedish Municipalities	Not Appraisable	3 300	2018-12-19
6	10387 SSNC infokom 2017-2020	Very likely	3 130	2018-06-20
7	10389 Afrikagrupperna Infokom 2017-2020	Likely	3 000	2019-02-21
8	10414 Save the children Info.Kom 2017-2019	Likely	2 800	2019-02-20
9	54060166 Olof Palme Center Info/com 2016 - 2010	Likely	2 450	2018-10-15
10	54060142 Plan Sweden infokom 2015-2018	Very likely	2 300	2018-12-20
11	10423 Church of Sweden Info.Kom 2017-2018	Likely	1 500	2019-01-07

**Agreements concluded less than one year are automatically assessed as very likely*

Table 2. CoP or Equivalent Assessment Overdue (if CoP is overdue, contributions will not show in P6 pie chart)

Conclusion on Performance/ Completion reports overdue

ContributionID and Title	Due date	Responsible officer	Agreement period
11714 Hiertanämnden 2017-2020	2018-12-31	Inga-Lill Hagberg	2017-10-01 - 2020-12-31
95010127 Omvärlden 2016-2019	2017-12-31	Anna Cory	2016-01-01 - 2020-01-11
95010128 UNDP 2016-2018	2017-12-31	Susanna Ahlfors	2016-01-01 - 2019-05-31

Table 3. CoP or Equivalent Assessment due in Near Future (once overdue, contributions will not show in the P6 pie chart)

Conclusion on Performance/ Completion reports due

ContributionID and Title	Due date	Responsible officer	Agreement period
10291 UNAS Agenda 2030 project in Swedish Municipalities	2019-12-31	Josephine Sundqvist	201710 - 202106
10387 SSNC infokom 2017-2020	2019-12-31	Josephine Sundqvist	201701 - 202106
10529 Swedish UNA information and communication contribution 2017-2018	2019-12-31	Josephine Sundqvist	201701 - 201906
11714 Hiertanämnden 2017-2020	2019-12-31	Inga-Lill Hagberg	201710 - 202012