



Ειδική Υπηρεσία Διαχείρισης ΕΠ Περιφέρειας Βορείου Αιγαίου

---

# Επικοινωνιακό Σχέδιο Επιχειρησιακού Προγράμματος Περιφέρειας Βορείου Αιγαίου 2014-2020



Ευρωπαϊκή Ένωση



## Περιεχόμενα

### Εισαγωγή

1. Θεσμικό πλαίσιο
2. Βασικές αρχές & πλαίσιο επικοινωνίας στη Προγραμματική Περίοδο 2014-2020
3. Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Βορείου Αιγαίου 2014-2020
4. Στρατηγική επικοινωνίας ΕΠ Περιφέρειας Βορείου Αιγαίου 2014-2020
  - 4.1. Στόχοι – Βασικά στοιχεία στρατηγικής
  - 4.2. Στοχοθετούμενο κοινό
  - 4.3. Μέθοδος
    - Βασικές επιλογές
    - Μέτρα πληροφόρησης & επικοινωνίας
    - Εργαλεία
  - 4.4. Ενδεικτικός προϋπολογισμός
  - 4.5. Συνεργαζόμενοι Φορείς
  - 4.6. Αξιολόγηση
  - 4.7. Ετήσιο Σχέδιο Επικοινωνίας

## Εισαγωγή

Το Επικοινωνιακό Σχέδιο καταρτίστηκε από την Ειδική Υπηρεσία Διαχείρισης του ΕΠ Περιφέρειας Βορείου Αιγαίου, η οποία έχει την ευθύνη για τη διαμόρφωση και την παρακολούθηση του πλαισίου αρχών πληροφόρησης και επικοινωνίας για το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα της Περιφέρειας την Προγραμματική Περίοδο 2014-2020, σύμφωνα με το Καν. 1303/2013 (Άρθρα 115 & 116) με βάση τις κατευθύνσεις της Εθνικής Αρχής Συντονισμού / ΕΥΣΑΑ και εγκρίνεται από την Επιτροπή Παρακολούθησης του ΕΠ.

Το Σχέδιο αποτελεί υποστηρικτικό εργαλείο για την εφαρμογή των υποχρεώσεων τόσο της αρχής διαχείρισης όσο και των δικαιούχων των έργων, ως προς τις αρχές Πληροφόρησης και Επικοινωνίας, ενώ γίνεται ανάλυση των βασικών και υποχρεωτικών στοιχείων και δεδομένων που πρέπει να ακολουθηθούν προκειμένου οι ενέργειες Πληροφόρησης και Επικοινωνίας να αποτελούν συστημικές όσο και αποτελεσματικές δράσεις για την ορθή κατανόηση της αναπτυξιακής παρέμβασης που επιτελείται μέσα από το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα.

## Περιεχόμενο

Το επικοινωνιακό σχέδιο του ΕΠ περιλαμβάνει κυρίως τα ακόλουθα στοιχεία :

- Περιγραφή της μεθόδου επικοινωνίας, δηλαδή τα βασικά μέτρα ενημέρωσης και επικοινωνίας που θα λάβει η Διαχειριστική Αρχή για την ενημέρωση των δυνητικών δικαιούχων, των δικαιούχων, των πολλαπλασιαστών ενημέρωσης και του ευρύτερου κοινού, σχετικά με τους στόχους που περιγράφονται στο άρθρο 115 του Κανονισμού.
- Περιγραφή του τρόπου υποστήριξης των δραστηριοτήτων επικοινωνίας των δικαιούχων
- Ενδεικτικό προϋπολογισμό για την υλοποίηση της στρατηγικής.
- Περιγραφή των διοικητικών φορέων, περιλαμβανομένων στοιχείων για το προσωπικό, που είναι αρμόδιοι για την εφαρμογή των μέτρων ενημέρωσης και επικοινωνίας
- Ένδειξη του τρόπου με τον οποίο θα αξιολογηθούν τα μέτρα ενημέρωσης και επικοινωνίας, όσον αφορά στην προβολή και την αναγνωρισιμότητα της πολιτικής, του επιχειρησιακού προγράμματος, των πράξεων και του ρόλου των Ταμείων και της Ένωσης
- Επικαιροποίηση σε ετήσια βάση στην οποία καθορίζονται οι δραστηριότητες πληροφόρησης και επικοινωνίας που θα διενεργηθούν το επόμενο έτος.

## 1. Θεσμικό πλαίσιο

Η κατάρτιση καθώς και η υλοποίηση του Επικοινωνιακού Σχεδίου βασίζεται στους Κανονισμούς :

- **Κανονισμός (ΕΕ) αριθ. 1303/2013** του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 17ης Δεκεμβρίου 2013 περί καθορισμού κοινών διατάξεων για το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης, το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο, το Ταμείο Συνοχής, το Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Αγροτικής Ανάπτυξης και το Ευρωπαϊκό Ταμείο Θάλασσας και Αλιείας και περί καθορισμού γενικών διατάξεων για το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης, το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο, το Ταμείο Συνοχής και το Ευρωπαϊκό Ταμείο Θάλασσας και Αλιείας και για την κατάργηση του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1083/2006. Για λόγους συντομίας ο Κανονισμός αυτός θα αναφέρεται εφεξής ως Κανονισμός 1303/2013. Οι σχετικές με την Πληροφόρηση και Επικοινωνία διατάξεις είναι τα Άρθρα 115 - 117 και το Παράρτημα XII του Κανονισμού.
- **Εκτελεστικός Κανονισμός (ΕΕ) αριθ. 821/2014** της Επιτροπής της 28ης Ιουλίου 2014 περί καθορισμού κανόνων εφαρμογής του κανονισμού (ΕΕ) αριθ. 1303/2013 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου όσον αφορά τις λεπτομέρειες για τη μεταβίβαση και διαχείριση των συνεισφορών των προγραμμάτων, την υποβολή εκθέσεων σχετικά με τα μέσα χρηματοοικονομικής τεχνικής, τα τεχνικά χαρακτηριστικά των μέτρων πληροφόρησης και επικοινωνίας για τις πράξεις και το σύστημα καταγραφής και αποθήκευσης των δεδομένων. Για λόγους συντομίας, ο Κανονισμός αυτός θα αναφέρεται εφεξής ως Κανονισμός 821/2014.

Καθώς επίσης και στον :

- **Νόμο υπ.αριθ. 4314/2014** α) Για τη διαχείριση, τον έλεγχο και την εφαρμογή αναπτυξιακών παρεμβάσεων για την προγραμματική περίοδο 2014–2020, β) Ενσωμάτωση της Οδηγίας 2012/17 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 13ης Ιουνίου 2012 (ΕΕ L 156/16.6.2012) στο ελληνικό δίκαιο, τροποποίηση του ν. 3419/2005 (Α 297) και άλλες διατάξεις.
- **Κανονισμό (ΕΕ) αριθ. 1301/2013** του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 17ης Δεκεμβρίου 2013 σχετικά με το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης και για τη θέσπιση ειδικών διατάξεων σχετικά με το στόχο «Επενδύσεις στην ανάπτυξη και την απασχόληση» και για την κατάργηση του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1080/2006.
- **Κανονισμό (ΕΕ) αριθ. 1304/2013** του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 17ης Δεκεμβρίου 2013 για το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο και την κατάργηση του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1081/2006 του Συμβουλίου (όπου αναφέρονται τα μέτρα πληροφόρησης και επικοινωνίας για τις πράξεις που εντάσσονται στην Πρωτοβουλία για την Απασχόληση των Νέων).

### **Βασικές Κατευθύνσεις του Κανονισμού 1303/2013**

Σύμφωνα με το άρθρο 116 του Κανονισμού 1303/2013 «Το κράτος-μέλος ή οι διαχειριστικές αρχές καταρτίζουν στρατηγική επικοινωνίας για κάθε επιχειρησιακό πρόγραμμα. Είναι δυνατόν να καταρτιστεί κοινή στρατηγική επικοινωνίας για περισσότερα επιχειρησιακά προγράμματα. Η στρατηγική επικοινωνίας λαμβάνει υπόψη το μέγεθος του οικείου επιχειρησιακού προγράμματος ή των οικείων επιχειρησιακών προγραμμάτων σύμφωνα με την αρχή της αναλογικότητας και υποβάλλεται προς έγκριση στην επιτροπή παρακολούθησης, σύμφωνα με το άρθρο 110, παράγραφος 2, στοιχείο δ', το αργότερο έξι μήνες μετά την έγκριση του αντίστοιχου επιχειρησιακού προγράμματος ή των οικείων επιχειρησιακών προγραμμάτων».

Είναι σημαντικό να ενημερώνεται το ευρύ κοινό για το έργο και τα επιτεύγματα των Ταμείων της Ένωσης και να ευαισθητοποιείται όσον αφορά τους στόχους της πολιτικής συνοχής. Οι πολίτες θα πρέπει να έχουν το δικαίωμα να γνωρίζουν πως επενδύονται οι δημοσιονομικοί πόροι της Ένωσης. Η βασική ευθύνη για τη διασφάλιση της μετάδοσης των σωστών πληροφοριών στο κοινό πρέπει να βαρύνει τόσο τις Διαχειριστικές Αρχές όσο και τους δικαιούχους.

Στο πλαίσιο αυτό, ο ρόλος της επικοινωνίας είναι ιδιαίτερα σημαντικός ώστε να διασφαλιστεί:

- **Η έγκυρη και άμεση ενημέρωση των δυνητικών δικαιούχων σχετικά με τις ευκαιρίες χρηματοδότησης στο πλαίσιο των επιχειρησιακών προγραμμάτων**
- **Η δημοσιοποίηση στους πολίτες της Ένωσης του ρόλου και των επιτευγμάτων της πολιτικής για τη συνοχή, καθώς και το έργο-επιτεύγματα των Ταμείων.**

Κατά τη διάρκεια της περιόδου προγραμματισμού μπορούν να επέλθουν τροποποιήσεις στην στρατηγική επικοινωνίας. Η τροποποιημένη στρατηγική υποβάλλεται από τη Διαχειριστική Αρχή στην επιτροπή παρακολούθησης προς έγκριση σύμφωνα με το άρθρο 110, παράγραφος 2, στοιχείο δ'.

Η Διαχειριστική Αρχή ενημερώνει την υπεύθυνη Επιτροπή Παρακολούθησης τουλάχιστον μία φορά κατ' έτος για την πρόοδο της υλοποίησης της στρατηγικής επικοινωνίας και για την ανάλυση των αποτελεσμάτων της, καθώς και για τις σχεδιαζόμενες δράσεις πληροφόρησης και επικοινωνίας που πρόκειται να πραγματοποιηθούν κατά το επόμενο έτος. Η επιτροπή παρακολούθησης, εφόσον το θεωρεί σκόπιμο, εκδίδει γνωμοδότηση για τις σχεδιαζόμενες δράσεις για το επόμενο έτος.

## 2. Βασικές αρχές & Πλαίσιο Επικοινωνίας

### Προγραμματική Περίοδος 2014-2020

Βασική κατεύθυνση στη νέα προγραμματική περίοδο είναι προσπάθεια ενίσχυσης της συνοχής και της συνάφειας της επικοινωνίας σε επίπεδο επιχειρησιακών προγραμμάτων, προκειμένου να αποφευχθεί το φαινόμενο της αποσπασματικότητας που παρατηρείται στην επικοινωνία των συγχρηματοδοτούμενων προγραμμάτων.

#### Γενικές στρατηγικές κατευθύνσεις

- **Σχεδιασμός με βάση τη γνώση** : Συγκέντρωση των πληροφοριών που είναι απαραίτητες, με στόχο την κατανόηση των ομάδων κοινού, τον αποτελεσματικότερο σχεδιασμό, την υλοποίηση και αξιολόγηση της επικοινωνίας.
- **Αξιοποίηση της αναγνωρισιμότητας του ΕΣΠΑ 2007-2013** : Λόγω της διατήρησης του “brand” ΕΣΠΑ, που έχει ήδη υψηλή αναγνωρισιμότητα, δεν θα υλοποιηθούν επικοινωνιακές ενέργειες για τη δύσκολη διαδικασία εξοικείωσης του κοινού με ένα νέο όνομα του προγράμματος.
- **Ενιαία στρατηγική** : Τόσο κατά την έναρξη όσο και κατά την υλοποίηση των ΕΠ της νέας προγραμματικής περιόδου, είναι απαραίτητο να διασφαλιστεί η συνοχή και η συνάφεια της επικοινωνίας όλων των εμπλεκόμενων φορέων.
- **Επίτευξη επικοινωνιακών στόχων** : Χρειάζεται να επιτευχθεί **αναγνωρισιμότητα, κατανόηση** και αντίστοιχα η **αντίδραση/στάση** κάθε ομάδας κοινού σχετικά με το ΕΣΠΑ 2014-2020, τα ΕΠ και τις επιμέρους πράξεις και δράσεις.
- **Εκπαίδευση του κοινού** : Παρουσίαση εννοιών, στόχων και δράσεων με τη μορφή **αφηγημάτων**, συμπεριλαμβανομένων παραδειγμάτων, τα οποία το κοινό μπορεί να κατανοήσει και να συσχετίσει με τη δική του πραγματικότητα.
- **Απλοποίηση της γλώσσας που χρησιμοποιείται** : Οι πληροφορίες που δημοσιοποιούνται στο πλαίσιο των ενεργειών επικοινωνίας των ΕΠ θα πρέπει να γίνονται αντιληπτές από όλους τους πολίτες.

#### Ειδικές στρατηγικές κατευθύνσεις

- **Διασφάλιση της συνέχειας, ομοιομορφίας και απλότητας της επικοινωνίας** σε όλες τις φάσεις του προγράμματος και για κάθε στοχοθετούμενο κοινό  
Η προηγούμενη εμπειρία έχει δείξει ότι, για την αποτελεσματική επικοινωνία, η χρήση **απλών μηνυμάτων απαλλαγμένων από περιττή πληροφόρηση** γύρω από τα συγχρηματοδοτούμενα προγράμματα είναι απαραίτητη, προκειμένου να ενθαρρύνεται η συμμετοχή των πολιτών. Είναι, επίσης, σημαντικό η πληροφόρηση να είναι συνεχής και σταθερή για όλες τις φάσεις κάθε προγράμματος, από την προκήρυξη έως την εξέλιξη και ολοκλήρωσή του.  
Η **ενιαία επικοινωνιακή ταυτότητα** και ο περιορισμός των λογοτύπων, όπως φάνηκε από την προηγούμενη εμπειρία κατά την περίοδο 2007-2013, οδήγησε στην αύξηση της αναγνωρισιμότητας του ΕΣΠΑ και στη μεγιστοποίηση του επικοινωνιακού αποτελέσματος.
- **Ενεργοποίηση των δικαιούχων για την προώθηση της υλοποίησης των επιχειρησιακών προγραμμάτων**  
Ο ρόλος του δικαιούχου είναι σημαντικός για την υλοποίηση του προγράμματος διότι λειτουργεί και ως πολλαπλασιαστής πληροφόρησης. Εδραιώνοντας τον δικαιούχο στην καρδιά του συστήματος, εξασφαλίζεται η μεγαλύτερη δυνατή διάδοση της πληροφόρησης στο ευρύ κοινό

καθώς και η μεγαλύτερη αποτελεσματικότητα στην υλοποίηση του προγράμματος. Η υποστήριξη του δικαιούχου για την οργάνωση της επικοινωνίας των δράσεων που υλοποιεί, κρίνεται απολύτως απαραίτητη.

- **Η ευρεία προβολή των δράσεων** που απευθύνονται σε μεγάλες ομάδες πληθυσμού καθώς και η προβολή των υλοποιημένων έργων είναι εξ ίσου σημαντική.
- **Λειτουργία ενός δικτύου συνεργαζόμενων φορέων**, που μπορεί να περιλαμβάνει στελέχη της Διαχειριστικής Αρχής, κοινωνικούς ή οικονομικούς εταίρους (πολλαπλασιαστές), ευρωπαϊκά δίκτυα πληροφόρησης που λειτουργούν στην Ελλάδα, συνεργάζονται ώστε να πληροφορούν και να ενημερώνουν το κοινό-στόχο γύρω από προσκλήσεις, προκηρύξεις, κριτήρια επιλεξιμότητας κλπ.
- **Προβολή των ήδη υπάρχοντων παραδειγμάτων συμμετοχής στα προγράμματα.** Παρουσιάζοντας συγκεκριμένα παραδείγματα, επιτυγχάνεται τόσο η διαφάνεια όσο και η ενθάρρυνση για συμμετοχή. Το στοχοθετούμενο κοινό γνωρίζει ότι υπάρχουν μέλη της ευρύτερης ή της τοπικής κοινωνίας ή κάποιων επιχειρηματικών κλάδων ή της εκπαιδευτικής κοινότητας, που έχουν ήδη ωφεληθεί από αντίστοιχα προγράμματα, θα εκδηλώσει ενδιαφέρον να μάθει περισσότερα ή να συμμετέχει στα συγχρηματοδοτούμενα προγράμματα. Η μέθοδος αυτή, και ειδικότερα όσον αφορά στην προβολή προσωπικών ιστοριών από ωφελούμενους, έχει αποδειχθεί ιδιαίτερα αποτελεσματική επικοινωνιακά για δράσεις του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.

### 3. Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Βορείου Αιγαίου 2014-2020

Στην παρούσα ενότητα γίνεται ανάλυση του αναπτυξιακού σχεδίου της Περιφέρειας Βορείου Αιγαίου ως Επιχειρησιακού Προγράμματος, το οποίο καλείται να εφαρμοστεί στα νησιά της Περιφέρειας προκειμένου να επιτευχθεί η αναπτυξιακή κινητοποίηση που είναι αναγκαία και να αντιμετωπιστούν κυρίαρχες αναπτυξιακές υστερήσεις. Για την παρούσα εργασία της σύνταξης του Επικοινωνιακού Σχεδίου είναι σημαντικό να παρουσιαστεί το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα ως ένα πολύπλευρο αναπτυξιακό μέσο, που αποτελεί και το «προϊόν της επικοινωνίας» το οποίο και θα επικοινωνηθεί με τις δράσεις Πληροφόρησης και Επικοινωνίας.

Η Περιφέρεια Βορείου Αιγαίου στη νέα Προγραμματική Περίοδο 2014-2020 διατυπώνει το αναπτυξιακό της όραμα και τη στρατηγική της, με βάση τις διαπιστωμένες ανάγκες της, προκειμένου να αντιμετωπίσει αποτελεσματικά διαρθρωτικές αδυναμίες, αξιοποιώντας τις σημαντικές δυνατότητες και τα πλεονεκτήματα, στο πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Στρατηγικής 2020 για έξυπνη, βιώσιμη & χωρίς αποκλεισμούς ανάπτυξη.

Για την πραγματοποίηση του οράματος της Περιφέρειας Βορείου Αιγαίου προσδιορίστηκε ο **Στρατηγικός Στόχος** της για τη νέα Προγραμματική Περίοδο 2014-2020 :

*«Αναστροφή της φθίνουσας αναπτυξιακής πορείας της Περιφέρειας Βορείου Αιγαίου και επίδιωξη της πραγματικής οικονομικής και κοινωνικής σύγκλισης με τις αναπτυγμένες περιοχές της ΕΕ, διασφαλίζοντας τις προϋποθέσεις εσωτερικής και εξωτερικής χωρικής & κοινωνικής συνοχής και διατήρηση της ιδιαίτερης νησιωτικής φυσιογνωμίας κάθε νησιού»*

Βασικές συνιστώσες του Στρατηγικού Στόχου της Περιφέρειας Βορείου Αιγαίου είναι :

- η αύξηση της ανταγωνιστικότητας & της ελκυστικότητάς της με στοχευμένη ενίσχυση των εδραιωμένων & αναδυόμενων οικονομικών δραστηριοτήτων, και η
- η άμβλυση των προβλημάτων & των μειονεκτημάτων, που οφείλονται στον ιδιαίτερο χαρακτήρα της πολύ-νησιωτικότητάς της.

Για τη διασφάλιση επίτευξης του Στρατηγικού Στόχου της Περιφέρειας προσδιορίζονται οι **βασικές Αναπτυξιακές Προτεραιότητες**, στο πλαίσιο των οποίων η κυρίαρχη αναπτυξιακή στρατηγική, οριοθετεί, τους κυρίαρχους αναπτυξιακούς πυλώνες της, οι οποίοι είναι οι εξής:

- **Ενίσχυση της χωρικής συνοχής & αναβάθμιση των υποδομών** προς την κατεύθυνση της άρσης των φαινομένων απομόνωσης (εσωτερικής & εξωτερικής) που συνεπάγεται η νησιωτική φυσιογνωμία της Περιφέρειας Βορείου Αιγαίου,
- **Ενίσχυση της ελκυστικότητας, της ανταγωνιστικότητας & της εξωστρέφειας των νησιών & των επιχειρήσεων**, με έμφαση στην αξιοποίηση των τοπικών προϊόντων & υπηρεσιών που διαθέτουν τα νησιά.



- **Κοινωνική στήριξη στην κατεύθυνση της αντιμετώπισης των φαινομένων που προκύπτουν από την κρίση, όσο & την στήριξη ευπαθών κοινωνικών ομάδων,**
- **Αναβάθμιση του περιβάλλοντος & του πολιτισμού & ανάδειξη τους σε τοπικό πόρο που θα μετασχηματιστεί σε μηχανισμό ανάπτυξης.**

Προς αυτή την κατεύθυνση ιδιαίτερη έμφαση δίδεται στην εφαρμογή της **Περιφερειακής Στρατηγικής «Έξυπνης Εξειδίκευσης»** η οποία βασίζεται στη διαμόρφωση ρεαλιστικών επιλογών για τις δυνατότητες και την προοπτική των υφιστάμενων ή αναδυόμενων οικονομικών δραστηριοτήτων, οι οποίες με την εφαρμογή του κατάλληλου μίγματος πολιτικών μπορούν να αποτελέσουν τις βάσεις του οικονομικού μετασχηματισμού της Περιφέρειας Βορείου Αιγαίου.

Η στρατηγική αναδεικνύει τους τομείς **της αγροδιατροφής & του τουρισμού** ως κυρίαρχες αλυσίδες αξίας, δίνοντας έμφαση στα τοπικά προϊόντα (κυρίως ΠΟΠ και ΠΓΕ), ενώ επίσης θεωρεί ότι **ο πολιτισμός & η φύση** των νησιών μας αποτελούν εν δυνάμει αναπτυξιακό μηχανισμό. Οι δράσεις που απαιτούνται για την ενεργοποίηση της διαδικασίας επιχειρηματικής καινοτομίας είναι η στήριξη των ερευνητικών ιδρυμάτων για ανάπτυξη καινοτομιών και ταυτόχρονα η στήριξη των επιχειρήσεων για ενσωμάτωση ή/και εκ νέου ανάπτυξη της Ε&Τ στις παραγωγικές διαδικασίες.

Για την Περιφέρεια Βορείου Αιγαίου η στρατηγική έξυπνης εξειδίκευσης συνοψίζεται στο παρακάτω **όραμα / στόχο:**

***«Μετασχηματισμός της οικονομίας της Περιφέρειας Βορείου Αιγαίου σε μια ανταγωνιστική οικονομία βασισμένη στην έξυπνη αξιοποίηση των τοπικών παραγωγικών συστημάτων & ανάδειξη τους σε συστήματα νέας δυναμικής & προοπτικής».***

Το παραπάνω όραμα εξειδικεύεται στην ανάγκη αξιοποίησης των τοπικών προϊόντων που αποτελούν τα κυρίαρχα για κάθε νησί και στην στήριξη των φορέων, επιχειρήσεων και ενασχολούμενων με αυτά για την ανάπτυξη δραστηριοτήτων εξωστρεφών, καινοτόμων και διαφοροποιημένων. Τέτοια προϊόντα είναι τόσο αυτά που αφορούν στον αγροδιατροφικό κυρίως κλάδο, καθώς και στους τομείς του τουρισμού και του πολιτισμού.

## 4. Στρατηγική Επικοινωνίας

### 4.1 Στόχοι – Βασικά στοιχεία στρατηγικής

Η στρατηγική επικοινωνίας μπορεί να θεωρηθεί ως ένας δυναμικός χάρτης στον οποίο απεικονίζεται το σημείο όπου βρισκόμαστε και ταυτόχρονα οι κατευθύνσεις που επιδιώκουμε να ακολουθήσουμε προκειμένου να επικοινωνήσουμε αποτελεσματικά και προς όλα τα κοινά - στόχους. **Η χάραξη της στρατηγικής καθορίζεται με βάση το μέγεθος και τις επιδιώξεις του επιχειρησιακού προγράμματος** καθώς και την ήδη αποκτηθείσα εμπειρία. Η στρατηγική επικοινωνίας θα στοχεύει στην «εξυπηρέτηση» του βασικού αναπτυξιακού και στρατηγικού οράματος του ΕΠ μέσω ειδικότερων επικοινωνιακών στόχων

Πριν προχωρήσουμε στην ανάλυση της στρατηγικής επικοινωνίας αξίζει να επισημανθούν με σαφήνεια οι παρακάτω βασικές αρχές :

- Η επικοινωνία στο πρόγραμμα οφείλει να τηρεί το σύνολο των αρχών για την Πληροφόρηση και δημοσιότητα ενός προϊόντος το οποίο όμως διαθέτει τα χαρακτηριστικά του «κοινωνικού προϊόντος». Αναφέρεται δηλαδή σε ένα σύνολο δράσεων που στόχο έχουν την βελτίωση των συνθηκών ζωής και εργασίας των κοινωνιών των νησιών του Βορείου Αιγαίου και υπο αυτή την έννοια είναι ένα «κοινωνικό προϊόν». Οφείλει δηλαδή να αξιοποιεί επικοινωνιακά εργαλεία, όπως αυτά κάθε άλλου «προϊόντος», όμως πρέπει να αναδεικνύει με ρεαλισμό και ειλικρίνεια την αναπτυξιακή στόχευση ενός πολυδιάστατου και πολύπλευρου χρηματοδοτικού μέσου.
- Η επικοινωνιακή στρατηγική του προγράμματος βρίσκεται σε πλήρη συμβατότητα με τους στρατηγικούς αναπτυξιακούς στόχους του Επιχειρησιακού Προγράμματος δεδομένου ότι οι ειδικοί στόχοι του προγράμματος αντιστοιχούνται σε ειδικούς επικοινωνιακούς στόχους και οι τελευταίοι επικοινωνούν με επικοινωνιακά εργαλεία/μέσα το συνολικό πρόγραμμα τους επιμέρους τους στόχους και επιτευχθέντα αποτελέσματα.
- Το σύνολο των υποχρεώσεων όπως αυτές πηγάζουν από τους κανονισμούς και θεσμικό πλαίσιο θα πρέπει να τηρούνται με απόλυτο τρόπο και ταυτόχρονα η μεθοδολογία να επιτρέπει στο κοινό - στόχος να αντιλαμβάνεται με απλούς και κατανοητούς τρόπους ότι τα έργα και η αναπτυξιακή στόχευση αποτελούν το ζητούμενο της προσπάθειας.
- Βασικές προϋποθέσεις για την επιτυχία της επικοινωνιακής τακτικής και συγχρόνως τακτικές επιδιώξεις είναι κατ' αρχήν να αντιληφθεί το στοχοθετούμενο κοινό και οι κύριοι συντελεστές / μέτοχοι του ΕΠ **«περί τίνος πρόκειται»**, στη συνέχεια να συνειδητοποιήσουν **«σε τι τους αφορά»** και τέλος να αποφασίσουν αν **«τους ενδιαφέρει και θέλουν να συμμετέχουν»**.
- Το βασικό επικοινωνιακό «μήνυμα» θα πρέπει να είναι κατά το δυνατόν ρεαλιστικό, συμβατό με την πραγματικότητα.
- Η επικοινωνιακή τακτική θα είναι εκτός των άλλων εντέλει επιτυχημένη εάν έχει καταφέρει να υλοποιήσει τον απλό στόχο **«να φθάσει η πληροφορία σε όλους»** και παράλληλα με την τήρηση / κάλυψη των κανονιστικών υποχρεώσεων, να δημιουργήσει μια **σαφή εικόνα** για τις παρεμβάσεις του Επιχειρησιακού Προγράμματος στη Περιφέρεια, **τις ευκαιρίες συμμετοχής** και

**τις θετικές επιπτώσεις** που δημιουργούνται. Ο παραπάνω στόχος αποκτά ιδιαίτερη σημασία και αξία καθώς και υποχρεώσεις σε μια νησιωτική Περιφέρεια με ιδιαιτερότητες στην επικοινωνία.

- Στο πλαίσιο αυτό και ανεξάρτητα από την επιμέρους επικοινωνιακή στοχοθεσία του ΕΠ, που θα αναλυθεί παρακάτω, ως οριζόντια βασική στοχοθεσία της επικοινωνιακής στρατηγικής θα αποτελεί ο στόχος να γνωρίσει το στοχοθετούμενο κοινό τη ταυτότητα της υπεύθυνης αρχής για την διαχείριση και επικοινωνία του ΕΠ (*ποιος είσαι και τι κάνεις*) προκειμένου να αναζητά τις πληροφορίες που χρειάζεται στη σωστή κατεύθυνση. Ο στόχος αυτός δημιουργεί την ανάγκη και τις προϋποθέσεις για τη δημιουργία της κατάλληλης «υποδομής» για τη παροχή και διάδοση της πληροφορίας και κατ' επέκταση την χρήση κατάλληλων εργαλείων και σωστής κοστολόγησης όσο και αξιολόγησης με σωστούς δείκτες.

Οι παραπάνω βασικές αρχές αποτελούν κατ' αρχήν τους κυρίαρχους πυλώνες του Επικοινωνιακού Σχεδιασμού του προγράμματος της Περιφέρειας Βορείου Αιγαίου.

Μελετώντας περαιτέρω τους βασικούς άξονες και τη στρατηγική του ΕΠ σε συνδυασμό με τις ιδιαιτερότητες της Περιφέρειας μας καθοδηγούν στην επικοινωνιακή στρατηγική που θα μας οδηγήσει στα καλύτερα αποτελέσματα.

Δεδομένου ότι οι βασικές συνιστώσες του Στρατηγικού Στόχου της Περιφέρειας Βορείου Αιγαίου είναι :

- **η αύξηση της ανταγωνιστικότητας & της ελκυστικότητάς της με στοχευμένη ενίσχυση των εδραιωμένων & αναδύομενων οικονομικών δραστηριοτήτων**, και η
- **η άμβλυση των προβλημάτων & των μειονεκτημάτων**, που οφείλονται στον ιδιαίτερο χαρακτήρα της πολύ-νησιωτικότητάς της.

αναδεικνύονται επιμέρους ειδικοί επικοινωνιακοί στόχοι που εξυπηρετούν τη βασική στρατηγική κατεύθυνση του Επιχειρησιακού Προγράμματος :

- **Επικοινωνιακός Στόχος 1** : *Προβολή δυνατοτήτων* καινοτομικής και εξωστρεφούς επιχειρηματικότητας με ανάδειξη τοπικών παραδοσιακών αλυσίδων αξίας και πολιτιστικών/φυσικών πόρων

Μέσω του Επικοινωνιακού Στόχου θα αναδεικνύονται θέματα όπως ενδεικτικά :

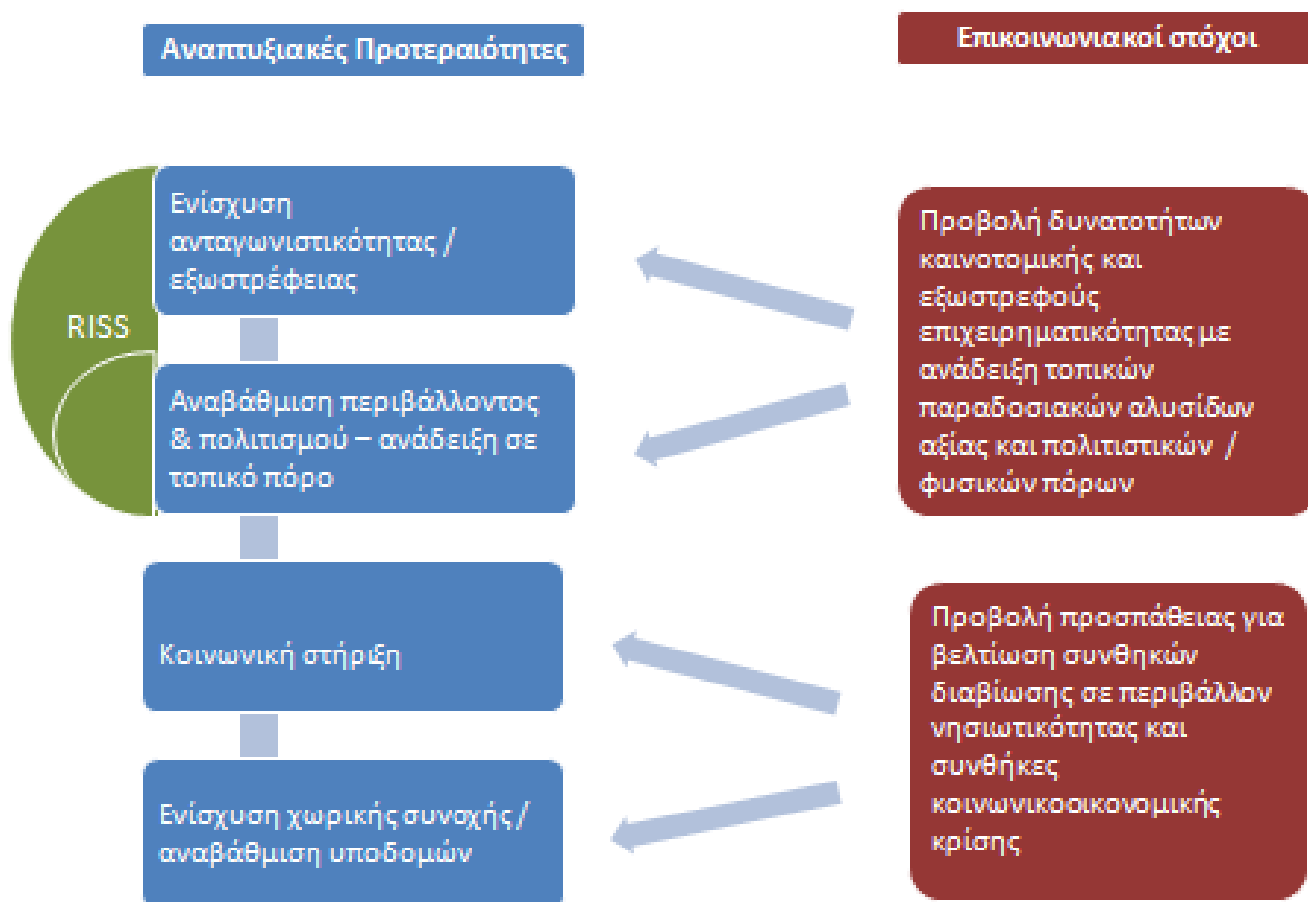
- Ανάδειξη νέων μορφών τουρισμού με αξιοποίηση ειδικών τοπικών φυσικών & πολιτιστικών χαρακτηριστικών των νησιών
- Σύνδεση ερευνας με παραγωγή τοπικών προϊόντων
- Έρευνα και καινοτομία, εξωστρέφεια επιχειρήσεων
- Ενίσχυση νέων καινοτόμων επιχειρηματικών ιδεών

- **Επικοινωνιακός Στόχος 2** : Προβολή προσπάθειας (συμβολής) για (στη) βελτίωση συνθηκών διαβίωσης σε περιβάλλον νησιωτικότητας και συνθήκες κοινωνικοοικονομικής κρίσης

Μέσω του Επικοινωνιακού Στόχου θα αναδεικνύονται θέματα όπως ενδεικτικά :

- Κοινωνική ένταξη και προστασία ευάλωτων κοινωνικά ομάδων
- Υποδομές ανθρώπινου δυναμικού
- Υποδομές προσπελασιμότητας
- Προστασία
- Εξασφάλιση και διαφύλαξη φυσικών πόρων
- Εξοικονόμηση ενέργειας
- Βελτίωση αστικού περιβάλλοντος

Στη συνέχεια παρουσιάζεται διαγραμματικά η συσχέτιση των γενικών αναπτυξιακών στόχων του ΕΠ με τους επιμέρους επικοινωνιακούς στόχους



## 4.2. Στοχοθετούμενο κοινό

Τα κύρια στοχοθετούμενα κοινά για το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Περιφέρειας Βορείου Αιγαίου 2014-2020 είναι:

- Οι δυνητικοί δικαιούχοι
- Οι δικαιούχοι
- Το ευρύ κοινό

Βάσει των ειδικών στόχων της Περιφέρειας στα παραπάνω στοχοθετούμενα κοινά περιλαμβάνονται επιμέρους κοινά-στόχοι τα οποία προσεγγίζονται με τα κατάλληλα μέσα, κατά περίπτωση.

Η στοχοθεσία του κοινού αναλύεται ως εξής:

- Ενδιάμεσοι Φορείς Διαχείρισης
- Δυνητικοί Δικαιούχοι και Δικαιούχοι
- Εμπλεκόμενοι Φορείς στην υλοποίηση του Προγράμματος
- Ειδικές κοινωνικές ομάδες
- Διαμορφωτές κοινής γνώμης (opinion leaders)
- Ευρύ κοινό

Οι **Ενδιάμεσοι Φορείς**, όπως αυτοί θα προσδιοριστούν κατά την διάρκεια υλοποίησης του ΕΠ

- (πχ Διεύθυνση Αναπτυξιακού Προγραμματισμού της Περιφέρειας)

Οι **Δυνητικοί Δικαιούχοι** και **Δικαιούχοι** είναι:

- ΟΤΑ Α & Β βαθμού και επιχειρήσεις αυτών, Δημόσιοι Φορείς (ΝΠΔΔ, ΝΠΙΔ), Υπουργεία (φορείς εποπτευόμενοι από τα υπουργεία), Οργανισμοί έρευνας και διάδοσης γνώσεων, μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ), νεοσύστατες επιχειρήσεις, Αστικές Μη Κερδοσκοπικές Εταιρείες (ΑΜΚΕ), Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις (ΜΚΟ), κλπ.

Οι **άμεσα ωφελούμενοι από την υλοποίηση του Προγράμματος**, στους οποίους στοχεύουν επικοινωνιακές δράσεις, είναι:

- Ωφελούμενοι από δράσεις ΕΚΤ (υγείας, πρόνοιας, κλπ)

Ως **ευρύ κοινό** ορίζουμε:

- Άνδρες - Γυναίκες, πολίτες του Βορείου Αιγαίου.
- Άνδρες - Γυναίκες, πολίτες της Ελληνικής Επικράτειας
- Άνδρες - Γυναίκες, πολίτες της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Οι **ειδικές κοινωνικές ομάδες**, περιλαμβάνουν:

- Νέους & Νέες
- Γυναίκες
- Άνεργους – Υποαπασχολούμενους

- Οικονομικούς Μετανάστες
- Φοιτητές
- Ευπαθείς Ομάδες Πληθυσμού

**Πολλαπλασιαστές Πληροφόρησης:**

Σημαντικός για την αποτελεσματικότερη επιτυχία των επικοινωνιακών μηνυμάτων είναι και ο πολλαπλασιασμός της πληροφόρησης, μέσω των κατάλληλων φορέων ή οργανισμών. *Ειδικότερη σημασία θα δοθεί στη συγκεκριμένη ομάδα στόχου λόγω της νησιωτικότητας και της δυσκολίας πρόσβασης στο κέντρο, προκειμένου να δημιουργηθεί τοπικό δίκτυο στη Περιφέρεια με «ανταπόκριση» σε κάθε νησί και σύνδεση με την αρχή διαχείρισης για την διάδοση της πληροφορίας.* Το ρόλο αυτό μπορεί να αναλάβουν κατά περίπτωση:

- Εθνικές, Περιφερειακές και Τοπικές Αρχές και Αναπτυξιακοί Φορείς(Αυτοδιοίκηση και φορείς της, ΟΤΑ α΄ και β΄ βαθμού, αναπτυξιακές εταιρείες ΟΤΑ, κλπ)
- Κλαδικές και Επαγγελματικές Ενώσεις και Οργανισμοί που εκπροσωπούν επιχειρήσεις (Επαγγελματικές Οργανώσεις – Επιμελητήρια: ΤΕΕ, Οικονομικό Επιμελητήριο, ΓΕΩΤΕΕ, κλπ)
- Οικονομικοί και Κοινωνικοί Εταίροι (ΕΒΕΑ, ΓΣΣΕΕ, ΣΕΒ, ΣΒΕΕ, ΞΕΕ, κλπ)
- Μη Κυβερνητικοί Οργανισμοί και σύλλογοι
- Εκπαιδευτικά Ιδρύματα
- Διαμορφωτές Γνώμης (Opinion Leaders) στο χώρο των ΜΜΕ
- Γραφείο Europe Direct στη Μυτιλήνη
- Γραφείο Αντιπροσωπείας της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στην Αθήνα

Ειδικότερα για τις δράσεις του ΕΚΤ θα δημιουργηθεί δίκτυο συνεργασίας με φορείς υλοποίησης, δικαιούχους και λοιπούς φορείς σύμφωνα και με τις κατευθύνσεις της ΕΥΣΕΚΤ.

ΚΟΙΝΟ – ΣΤΟΧΟΣ	ΣΤΟΧΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	ΜΕΣΑ
<p><b>ΔΙΚΑΙΟΥΧΟΙ</b></p>	<p>Η ευρεία διάδοση των ευκαιριών χρηματοδότησης και συμμετοχής στα προγράμματα.                      Η εδραίωση του μηνύματος της από κοινού συνεισφοράς της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της Ελλάδας.                      Η προβολή της διαφάνειας στον τρόπο επιλογής των έργων που χρηματοδοτούνται.                      Η ενημέρωση για την ταυτότητα του Επιχειρησιακού Προγράμματος (Αναπτυξιακή Στρατηγική και τις βασικές κατευθύνσεις).                      Η γνώση για την ευθύνη των δυνητικών δικαιούχων για την ενημέρωση του κοινού σχετικά με το σκοπό της πράξης και τη στήριξή τους από τα Ταμεία.                      Η ενημέρωση και δέσμευση σχετικά με την τήρηση των αρχών δημοσιότητας                      Η παρακίνηση για ανάληψη ενεργειών δημοσιότητας                      Η ενημέρωση για την αποδοχή εγγραφής στον κατάλογο των πράξεων που δημοσιεύονται                      Η ανάδειξη καλών πρακτικών – παραδειγμάτων από το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα</p>	<p>Ημερίδες                      Αποστολή έντυπου υλικού                      Ηλεκτρονική ενημέρωση                      Παραγωγή ηλεκτρονικού και άλλου υλικού                      Ενημερωτικό Υλικό επισκόπησης παρεμβάσεων                      Οριζόντιο υλικό γενικού χαρακτήρα</p>

ΚΟΙΝΟ – ΣΤΟΧΟΣ	ΣΤΟΧΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	ΜΕΣΑ
<p><b>ΔΥΝΗΤΙΚΟΙ ΔΙΚΑΙΟΥΧΟΙ</b></p>	<p>Η ευρεία διάδοση των ευκαιριών χρηματοδότησης και συμμετοχής στα προγράμματα.                      Η εδραίωση του μηνύματος της από κοινού συνεισφοράς της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της Ελλάδας.                      Η προβολή της διαφάνειας στον τρόπο επιλογής των έργων που χρηματοδοτούνται.                      Η ενημέρωση για την ταυτότητα του Επιχειρησιακού Προγράμματος (Αναπτυξιακή Στρατηγική και τις βασικές κατευθύνσεις).                      Η ενημέρωση για τις ευκαιρίες χρηματοδότησης και την πρόσκληση υποβολής αιτήσεων, τους όρους επιλεξιμότητας και για τη δυνατότητα χρηματοδότησης.                      Η ενημέρωση για την ακριβή διαδικασία για την εξέταση των αιτήσεων χρηματοδότησης, τις σχετικές προθεσμίες, τα κριτήρια για την επιλογή των πράξεων που θα χρηματοδοτηθούν                      Η ενημέρωση για τους υπεύθυνους επικοινωνίας για πληροφορίες σχετικές με το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα.                      Η γνώση για την ευθύνη των δυνητικών δικαιούχων για την ενημέρωση του κοινού σχετικά με το σκοπό της πράξης και τη στήριξή τους από τα Ταμεία.                      Η ενεργοποίηση των δυνητικών δικαιούχων για την προώθηση και την υλοποίηση των δράσεων του ΕΠ με σκοπό τη δημιουργία ενός ισχυρού δικτύου πολλαπλασιασμού και διάχυσης της επικοινωνίας.</p>	<p>Ιστοσελίδα                      Εκδηλώσεις – Σεμινάρια                      Εντυπα μέσα – Οδηγοί                      Γραφείο πληροφόρησης                      Newsletter                      Προβολή στα ΜΜΕ (τηλεόραση, ραδιόφωνο, έντυπος &amp; ηλεκτρονικός τύπος)</p>



ΚΟΙΝΟ – ΣΤΟΧΟΣ	ΣΤΟΧΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	ΜΕΣΑ
<p><b>ΕΝΔΙΑΜΕΣΟΙ ΦΟΡΕΙΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ</b></p>	<p>Ευρεία διάδοση των ευκαιριών χρηματοδότησης και συμμετοχής στο Πρόγραμμα                      Η εδραίωση του μηνύματος της από κοινού συνεισφοράς της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της Ελλάδας.                      Η προβολή της διαφάνειας στον τρόπο επιλογής των έργων που χρηματοδοτούνται.                      Η ενημέρωση για την ταυτότητα του Επιχειρησιακού Προγράμματος (Αναπτυξιακή Στρατηγική και τις βασικές κατευθύνσεις).                      Η γνώση για την ευθύνη των δυνητικών δικαιούχων για την ενημέρωση του κοινού σχετικά με το σκοπό της πράξης και τη στήριξή του από τα Ταμεία</p>	<p>Ιστοσελίδα                      Εκδηλώσεις – Σεμινάρια                      Έντυπα μέσα - Οδηγοί</p>

ΚΟΙΝΟ – ΣΤΟΧΟΣ	ΣΤΟΧΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	ΜΕΣΑ
<p><b>ΕΙΔΙΚΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΟΜΑΔΕΣ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Νέοι &amp; Νέες</li> <li>• Γυναίκες</li> <li>• Ανεργοί / Υποαπασχολούμενοι</li> <li>• Μετανάστες</li> <li>• Ευπαθείς &amp; Ευάλωτες ομάδες πληθυσμού</li> </ul>	<p>Εδραίωση του μηνύματος της από κοινού συνεισφοράς της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της Ελλάδας</p> <p>Προβολή της διαφάνειας στον τρόπο επιλογής των έργων που χρηματοδοτούνται</p> <p>Εργα και προγράμματα άμεσου ενδιαφέροντος</p> <p>Μέτρα πολιτικής προσωπικού ενδιαφέροντος</p> <p>Ευρεία διάδοση των ευκαιριών χρηματοδότησης και συμμετοχής στα Προγράμματα</p> <p>Χρηστική πληροφόρηση &amp; αξιοποίηση ευκαιριών</p>	<p>Ιστοσελίδα &amp; Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης</p> <p>Εκδηλώσεις-Επισκέψεις ενημέρωσης-Εκδηλώσεις κοινότητας</p> <p>Γραφείο πληροφόρησης</p> <p>Newsletter</p> <p>Προβολή στα ΜΜΕ</p> <p>Ερευνα</p> <p>Ενημερωτικό υλικό σε στα, φορείς, οργανώσεις κμο</p>

ΚΟΙΝΟ – ΣΤΟΧΟΣ	ΣΤΟΧΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	ΜΕΣΑ
<b>ΕΥΡΥ ΚΟΙΝΟ</b>	<p>Εδραίωση του μηνύματος της από κοινού συνεισφοράς της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της Ελλάδας</p> <p>Προβολή της διαφάνειας στον τρόπο επιλογής των έργων που χρηματοδοτούνται</p> <p>Ταυτότητα του Επιχειρησιακού Προγράμματος (Αναπτυξιακή στρατηγική, βασικές κατευθύνσεις)</p> <p>Εργα και υποδομές που υλοποιούνται στη Περιφέρεια</p> <p>Πρόσδος υλοποίησης του προγράμματος και επίτευξη των στόχων</p> <p>Καλές πρακτικές και παραδείγματα από το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα</p>	<p>Ιστοσελίδα &amp; Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης</p> <p>Εκδηλώσεις</p> <p>Γραφείο πληροφόρησης</p> <p>Newsletter</p> <p>Προβολή στα ΜΜΕ</p> <p>Ερευνα</p>
<b>ΠΟΛΛΑΠΛΑΣΙΑΣΤΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ</b>	<p>Εδραίωση του μηνύματος της από κοινού συνεισφοράς της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της Ελλάδας</p> <p>Ευρεία διάδοση των ευκαιριών χρηματοδότησης και συμμετοχής στο πρόγραμμα</p> <p>Προβολή της διαφάνειας στον τρόπο επιλογής των έργων που χρηματοδοτούνται</p> <p>Ταυτότητα του Επιχειρησιακού Προγράμματος (Αναπτυξιακή στρατηγική, βασικές κατευθύνσεις)</p> <p>Καλές πρακτικές και παραδείγματα από το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα</p>	<p>Ιστοσελίδα &amp; Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης</p> <p>Εκδηλώσεις</p> <p>Γραφείο πληροφόρησης</p> <p>Newsletter</p> <p>Προβολή στα ΜΜΕ</p> <p>Ερευνα</p>

### 4.3. Μέθοδος επικοινωνίας

#### Κεντρικά στοιχεία – επιλογές της Στρατηγικής :

- η ενοποίηση της επικοινωνίας όσον αφορά στα μηνύματα, την εικόνα και το ύφος, το οποίο θα είναι επεξηγηματικό, με περιεχόμενο ουσίας αντιληπτό από το μέσο πολίτη και τα επιμέρους κοινά-στόχους. Συνεπώς, η Στρατηγική Επικοινωνίας του Ε.Π. Βορείου Αιγαίου 2014-2020 θα εναρμονίζεται με τη γενική στρατηγική επικοινωνίας του ΕΣΠΑ 2014-2020 και θα ακολουθείται ενιαία εικαστική ταυτότητα, με τη χρήση του επιλεγμένου εμβλήματος και μηνύματος από την Εθνική Αρχή Συντονισμού.
- τα μέτρα θα είναι προσαρμοσμένα στις νέες προδιαγραφές και απαιτήσεις των ΕΠ (ιδιαιτερότητες δράσεων προβολής ΕΚΤ με περισσότερο ανθρωποκεντρικό χαρακτήρα, νέες αυξημένες προϋποθέσεις ενημέρωσης για τις νέες κατευθύνσεις των ΕΠ ειδικά στους τομείς έρευνας και καινοτομίας), στις ιδιαίτερες προδιαγραφές για άτομα με αναπηρία ενώ θα καταβληθεί προσπάθεια για από κοινού δράσεις με άλλα ΕΠ εθνικής εμβέλειας στη περίπτωση ενημέρωσης και προβολής τομεακών ή θεματικών παρεμβάσεων στη Περιφέρεια.
- η επιλογή των κατάλληλων εργαλείων (εκτός από τις υποχρεωτικές σύμφωνα με τον κανονισμό ενέργειες αναφέρονται και άλλες που θα χρησιμοποιηθούν ανάλογα με τις ανάγκες, το στοχοθετούμενο κοινό, τα χαρακτηριστικά του επιχειρησιακού προγράμματος και τη φάση υλοποίησής του.)  
Στη περίπτωση αυτή ιδιαίτερη έμφαση θα δοθεί στην εμπειρία που έχει αποκτηθεί στη χρήση επικοινωνιακών εργαλείων από τη τρέχουσα και προηγούμενες προγραμματικές περιόδους.
  - Λόγω και της νησιωτικής φυσιογνωμίας της Περιφέρειας έχει διαπιστωθεί ότι η επιτόπου ενημέρωση των κατοίκων με θεματικές ημερίδες και εκδηλώσεις είναι περισσότερο αποτελεσματική.
  - Η σωστή σήμανση των έργων συμβάλλει στο να καταστούν τα ίδια τα έργα εργαλεία προώθησης και επικοινωνίας.
  - Η παρουσίαση καλών πρακτικών πέρα από την τυπική μορφή μπορεί να συμπεριλάβει και την παρουσίαση των έργων μέσω των ωφελουμένων και των χρηστών οι οποίοι θα περιγράψουν τη θετική επίπτωση στη ζωή και τη καθημερινότητά τους.
  - Η παραγωγή προωθητικού υλικού έχει αποδειχθεί ότι έχει μεγάλη αποδοχή από το ευρύ κοινό και λειτουργεί θετικά στη προσπάθεια εξοικείωσης με το Πρόγραμμα ειδικά όταν αφορά σε χρηστικά αντικείμενα.
- Το διαδίκτυο θα αποτελέσει το βασικό επικοινωνιακό εργαλείο εξαιτίας και της απόστασης και της νησιωτικής φυσιογνωμίας της Περιφέρειας, μέθοδοι όπως η δυνατότητες τηλεδιασκέψεων και ανοικτών forum επικοινωνίας, μαζική αποστολή ηλεκτρ. μηνυμάτων και newsletters μπορούν να αποδειχθούν ιδιαίτερα χρήσιμες και λιγότερο κοστοβόρες.
- Τα ραδιοφωνικά και τηλεοπτικά σποτ οφείλουν να έχουν ενημερωτικό κυρίως χαρακτήρα, η δε δημοσιοποίησή τους στοχεύει όχι μόνο να ενημερώσει αλλά και να

προκαλέσει το ενδιαφέρον των πολιτών για το πρόγραμμα. Η χρήση των μέσων αυτών θα γίνεται ανάλογα με την εμβέλεια και τον βαθμό ακροαματικότητά τους.

- Η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης θα ενισχυθεί, έχοντας ωςτόσο υπόψη τον δημόσιο χαρακτήρα των προγραμμάτων είναι σκόπιμο να εξετασθεί η δυνατότητα διαρκούς και προσαρμοσμένης επικαιροποίησης και η διαχείριση του μέσου με τον πιο αποτελεσματικό τρόπο.
- Για ορισμένες ομάδες – στόχου με ειδικά χαρακτηριστικά, κυρίως δικαιούχοι δράσεων του Κοινωνικού Ταμείου, που παρουσιάζουν δυσκολίες προσέγγισης (π.χ. ρομά) απαιτείται η αναζήτηση ειδικών μορφών επικοινωνίας. Σε κάθε περίπτωση είναι απαραίτητη η στενή συνεργασία με φορείς που σε τοπικό επίπεδο υλοποιούν δράσεις και έχουν αναπτύξει μηχανισμούς προσέγγισης.

**Βασικές αρχικές ενέργειες** που θα προηγηθούν της χρήσης μέτρων και εργαλείων επικοινωνίας είναι :

- Η δημιουργία κοινής ταυτότητας «προϊόντος» για το ΕΠ
- Η καθιέρωση Δικτύου πολλαπλασιαστών πληροφορίας σε περιφερειακό επίπεδο
- Η λειτουργία Info – desk στη Διαχειριστική Αρχή

### **Εργαλεία**

Η παρακάτω κατανομή έχει γίνει χωρίζοντας τις δράσεις δημοσιότητας στις κατηγορίες ΜΜΕ, Προωθητικές Ενέργειες, Παραγωγές και Άλλες Ενέργειες ως εξής :

- **ΜΜΕ:**  
Τηλεόραση, Ραδιόφωνο, Τύπος, διαφημιστική εκστρατεία Ίντερνετ (Internet campaign), η εξωτερική διαφήμιση (outdoor).
- **Προωθητικές Ενέργειες:**  
Όλες οι εκδηλώσεις και τα συνέδρια.  
Οι εκδόσεις: παραγωγές οδηγών, φυλλάδια, newsletters.  
Η οργάνωση συναντήσεων και συνεδρίων και οι δράσεις προς τους δημοσιογράφους.  
Η παραγωγή προωθητικού υλικού και cd rom.  
Η λειτουργία δικτύων και η λειτουργία γραφείου ενημέρωσης.
- **Παραγωγές:**  
Παραγωγές για ΜΜΕ όπως μακέτες και spot.
- **Άλλες ενέργειες:**  
δημιουργία αρχείων φωτογραφιών, Έρευνες Κοινής Γνώμης, δημιουργία και ενημέρωση web site.

## **Μέτρα ενημέρωσης δυνητικών δικαιούχων και δικαιούχων**

### **- Αρμοδιότητες της Διαχειριστικής Αρχής**

Η Διαχειριστική Αρχή είναι υπεύθυνη τουλάχιστον για τις ακόλουθες δράσεις πληροφόρησης και επικοινωνίας. (Οι ελάχιστες υποχρεώσεις βάσει του Κανονισμού 1303/2013) :

- Κύρια διοργάνωση μιας σημαντικής ενημερωτικής δραστηριότητας για τη **δημοσιοποίηση της έναρξης** του επιχειρησιακού προγράμματος.
- Διοργάνωση **μίας σημαντικής ενημερωτικής δραστηριότητας ετησίως** με σκοπό την προβολή των ευκαιριών χρηματοδότησης, τις επιδιωκόμενες στρατηγικές και την παρουσίαση των επιτευγμάτων του επιχειρησιακού προγράμματος, κατά περίπτωση, μεγάλα έργα, κοινά σχέδια δράσης και άλλα παραδείγματα έργων.
- **Προβολή του εμβλήματος της Ένωσης** στις εγκαταστάσεις της Διαχειριστικής Αρχής. Η σημαία της Ευρωπαϊκής Ένωσης, όπως ήδη γίνεται, θα υπάρχει μαζί με την ελληνική σημαία σε εμφανές σημείο στις εγκαταστάσεις της Διαχειριστικής Αρχής.
- **Ηλεκτρονική δημοσίευση του καταλόγου των πράξεων** που θα ενημερώνεται κάθε έξι μήνες. Η λίστα όλων των έργων θα υπάρχει δημοσιευμένη στο κεντρικό portal [www.espa.gr](http://www.espa.gr), ενώ η Διαχειριστική Αρχή θα διατηρεί τη λίστα των δικών της έργων στην ιστοσελίδα της [www.pepba.gr](http://www.pepba.gr)
- **Παρουσίαση παραδειγμάτων πράξεων του επιχειρησιακού προγράμματος, στον διαδικτυακό τόπο** της Διαχειριστικής Αρχής που είναι προσβάσιμος μέσω της ενιαίας δικτυακής πύλης. Τα παραδείγματα θα παρουσιάζονται σε μία ευρέως ομιλούμενη επίσημη γλώσσα της Ένωσης εκτός από την ελληνική. Η Διαχειριστική Αρχή θα διατηρεί τα οικεία παραδείγματα πράξεων, ενώ ορισμένα από αυτά θα παρουσιάζονται και στην κεντρική πύλη [www.espa.gr](http://www.espa.gr) καθώς και στην πύλη του ΕΚΤ [www.esfhellas.gr](http://www.esfhellas.gr).
- **Επικαιροποίηση των στοιχείων σχετικά με την υλοποίηση του ΕΠ**, συμπεριλαμβανομένων, κατά περίπτωση, των βασικών επιτευγμάτων του, στον ενιαίο διαδικτυακό τόπο ή στον διαδικτυακό τόπο του επιχειρησιακού προγράμματος ο οποίος είναι προσβάσιμος μέσω της ενιαίας διαδικτυακής πύλης
- **Επικοινωνία με Δικαιούχους.** Η Διαχειριστική Αρχή θα φροντίσει να βοηθήσει τους Δικαιούχους ώστε να επικοινωνήσουν αποτελεσματικά με βάση τα προαπαιτούμενα από τους σχετικούς Κανονισμούς, εφαρμόζοντας συγκεκριμένες διαδικασίες, όπως η έκδοση Οδηγιών και προτύπων για πινακίδες, αφίσες, διαφημίσεις καθώς και σήμανση στους οικείους διαδικτυακούς τόπους.
- **Επικοινωνία για άτομα με αναπηρία.** Η Διαχειριστική Αρχή θα φροντίζει να διαθέτουν προσβάσιμο επικοινωνιακό υλικό σε άτομα με αναπηρία

### **- Ευθύνες των δικαιούχων**

**1.** Όλα τα μέτρα πληροφόρησης και επικοινωνίας που παρέχει ο δικαιούχος αναγνωρίζουν τη στήριξη της πράξης από τα Ταμεία, προβάλλοντας:

- **το έμβλημα της Ένωσης**, με αναφορά στην Ένωση, σύμφωνα με τα τεχνικά χαρακτηριστικά που καθορίζονται στο Εκτελεστικό Κανονισμό 821/2014

- **αναφορά στο Ταμείο ή στα Ταμεία** που στηρίζουν την πράξη.

**2. Κατά την υλοποίηση μιας πράξης,** ο δικαιούχος ενημερώνει το κοινό σχετικά με την στήριξη που έχει λάβει από τα Ταμεία:

- α)** παρέχοντας στον διαδικτυακό τόπο του, εάν υπάρχει, σύντομη περιγραφή της πράξης, ανάλογη προς το επίπεδο της στήριξης, που περιλαμβάνει τους στόχους και τα αποτελέσματά της και επισημαίνει τη χρηματοδοτική συνδρομή από την Ένωση
- β)** τοποθετώντας, για πράξεις που δεν εμπίπτουν στην υποχρέωση ανάρτησης πινακίδας, τουλάχιστον μία αφίσα (ελάχιστου μεγέθους Α3) με πληροφορίες σχετικά με το έργο, συμπεριλαμβανομένης της χρηματοδοτικής συνδρομής της Ένωσης, σε σημείο εύκολα ορατό από το κοινό, όπως η είσοδος σε ένα κτίριο.

**3. Για τις πράξεις που χρηματοδοτούνται από το ΕΚΤ** και κατά περίπτωση για τις πράξεις που χρηματοδοτούνται από το ΕΤΠΑ ή το Ταμείο Συνοχής, ο δικαιούχος εξασφαλίζει ότι οι συμμετέχοντες στην πράξη έχουν ενημερωθεί για τη συγκεκριμένη χρηματοδότηση. Κάθε έγγραφο που αφορά στην εφαρμογή μιας πράξης, το οποίο απευθύνεται στο κοινό ή στους συμμετέχοντες, συμπεριλαμβανομένης της βεβαίωσης παρακολούθησης ή άλλου πιστοποιητικού, περιλαμβάνει δήλωση στην οποία αναφέρεται ότι το επιχειρησιακό πρόγραμμα συγχρηματοδοτήθηκε από το Ταμείο ή τα Ταμεία.

**4. Κατά την υλοποίηση αλλά και μετά την ολοκλήρωση μιας πράξης** που χρηματοδοτείται από το ΕΤΠΑ ή το Ταμείο Συνοχής, ο δικαιούχος είναι υπεύθυνος για τις ακόλουθες ενέργειες:

- Ανάρτηση προσωρινής πινακίδας σημαντικού μεγέθους, σε σημείο εύκολα ορατό από το κοινό, κατά τη διάρκεια της υλοποίησης:
  - όταν η συνολική δημόσια συνδρομή υπερβαίνει τις 500.000€ και
  - όταν η πράξη συνίσταται στη χρηματοδότηση έργων υποδομής ή κατασκευής.

Στη προσωρινή πινακίδα περιλαμβάνονται το όνομα της πράξης, ο κύριος στόχος της πράξης, το έμβλημα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, αναφορά στην Ευρωπαϊκή Ένωση και το οικείο Ταμείο. Οι πληροφορίες αυτές καταλαμβάνουν τουλάχιστον το 25% της πινακίδας.

- Ανάρτηση μόνιμης αναμνηστικής πλάκας ή πινακίδας σημαντικού μεγέθους, μετά την υλοποίηση και εντός τριμήνου το αργότερο, σε σημείο εύκολα ορατό από το κοινό:
  - όταν η συνολική δημόσια συνδρομή υπερβαίνει τις 500.000€ και
  - όταν η πράξη συνίσταται στην αγορά υλικού αντικειμένου ή στη χρηματοδότηση έργων υποδομής ή κατασκευής.

Στην αναμνηστική πλάκα ή πινακίδα αναγράφονται η ονομασία της πράξης και ο κύριος στόχος της δραστηριότητας που υποστηρίζεται από την πράξη, το έμβλημα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, αναφορά στην Ευρωπαϊκή Ένωση και το οικείο Ταμείο. Οι πληροφορίες αυτές καταλαμβάνουν τουλάχιστον το 25% της πινακίδας.

#### 4.4 Ενδεικτικός προϋπολογισμός για την υλοποίηση της στρατηγικής επικοινωνίας

Οι δράσεις Πληροφόρησης & Επικοινωνίας χρηματοδοτούνται από τους Αξονες 5 / Τεχνική Υποστήριξη (ΕΤΠΑ) & 6 Τεχνική Υποστήριξη (ΕΚΤ) του ΕΠ Βορείου Αιγαίου με ποσοστό κοινοτικής χρηματοδότησης 80%.

Ο συνολικός ενδεικτικός προϋπολογισμός κατανέμεται ως εξής :

Ενέργειες	Κατανομή του συνόλου του προϋπολογισμού για την πληροφόρηση και την επικοινωνία ανά κατηγορία ενεργειών	
	Ποσό	%
ΜΜΕ	360.000	60
Πρωθητικές ενέργειες	150.000	25
Παραγωγές	48.000	8
Άλλες ενέργειες	42.000	7
<b>Σύνολο</b>	<b>600.000</b>	<b>100</b>



#### 4.5. Συνεργασία εντός της υπηρεσίας - Συνεργασία με άλλους εμπλεκόμενους φορείς

Η Διαχειριστική Αρχή ορίζει ένα πρόσωπο επαφής που είναι υπεύθυνο για την πληροφόρηση και επικοινωνία σε επίπεδο επιχειρησιακού προγράμματος και ενημερώνει σχετικά την Επιτροπή.

Το πρόσωπο αυτό έχει την ευθύνη για:

- Τη διαμόρφωση και παρακολούθηση του πλαισίου αρχών πληροφόρησης και επικοινωνίας και την παροχή οδηγιών και κατευθύνσεων στους δυνητικούς δικαιούχους του ΕΠ για θέματα πληροφόρησης και επικοινωνίας καθώς και στα στελέχη της ΔΑ προκειμένου να ενημερωθούν για τις υποχρεώσεις επικοινωνίας του ΕΠ.
- Την εκπόνηση, την παρακολούθηση, την υλοποίηση και την αξιολόγηση της στρατηγικής επικοινωνίας και του ετήσιου επικοινωνιακού σχεδίου
- Τη μέριμνα για την υποστήριξη των δικαιούχων
- Τη μέριμνα για τη συγκέντρωση και διάχυση της πληροφόρησης στους αρμόδιους φορείς, σχετικά με τα θέματα πληροφόρησης και επικοινωνίας.
- Τη μέριμνα για την συγκέντρωση και παρουσίαση των παραδειγμάτων πράξεων, ανά επιχειρησιακό πρόγραμμα, στον διαδικτυακό τόπο του επιχειρησιακού προγράμματος που είναι προσβάσιμος και μέσω της ενιαίας διαδικτυακής πύλης. Τα παραδείγματα θα πρέπει να παρουσιάζονται σε μία ευρέως ομιλούμενη επίσημη γλώσσα της Ένωσης εκτός από την επίσημη γλώσσα ή γλώσσες του οικείου κράτους-μέλους .
- Την επικαιροποίηση των στοιχείων σχετικά με την υλοποίηση του επιχειρησιακού προγράμματος, συμπεριλαμβανομένων, κατά περίπτωση, των βασικών επιτευγμάτων του, στον διαδικτυακό τόπο του ΕΠ ο οποίος είναι προσβάσιμος μέσω της ενιαίας διαδικτυακής πύλης .
- Τη μέριμνα για την τακτική ενημέρωση και επικαιροποίηση του περιεχομένου του διαδικτυακού τόπου του ΕΠ και την τροφοδότηση με πληροφορίες της ενιαίας διαδικτυακής πύλης [www.espa.gr](http://www.espa.gr) σχετικά με τον κατάλογο πράξεων –βάσει του Κανονισμού 1303/2013, άρθρο 115, παράγραφος 2– τα παραδείγματα έργων και τα επιτεύγματα του ΕΠ
- Την αποστολή Προσκλήσεων/Προκηρύξεων προς ανάρτηση στην ενιαία διαδικτυακή πύλη του ΕΣΠΑ [www.espa.gr](http://www.espa.gr), σε επίπεδο ΔΑ, Ενδιάμεσων Φορέων, μεγάλων δικαιούχων.
- Τη μέριμνα για την διατήρηση αρχείου ενεργειών επικοινωνίας, αποδεικτικών στοιχείων, φωτογραφιών, για την εφαρμογή των υποχρεωτικών μέτρων επικοινωνίας και χαρακτηριστικών έργων του ΕΠ.
- Τη συμμετοχή στο δίκτυο υπευθύνων πληροφόρησης και επικοινωνίας του ΕΣΠΑ που συντονίζεται από την Εθνική Αρχή Συντονισμού, με στόχο την ανταλλαγή εμπειριών και καλών πρακτικών στο πλαίσιο υλοποίησης της στρατηγικής επικοινωνίας, καθώς και στο αντίστοιχο δίκτυο της Επιτροπής. Η Επιτροπή συγκροτεί δίκτυα της Ένωσης στα οποία συμμετέχουν οι ορισμένοι από τα κράτη-μέλη υπεύθυνοι, ώστε να εξασφαλιστεί η ανταλλαγή πληροφοριών βασισμένων στα αποτελέσματα της υλοποίησης των

στρατηγικών επικοινωνίας, η ανταλλαγή εμπειριών από την εφαρμογή των μέτρων πληροφόρησης και επικοινωνίας και η ανταλλαγή ορθών πρακτικών.

**Η Εθνική Αρχή Συντονισμού, ΕΥΣΣΑ, Μονάδα Πληροφόρησης και Επικοινωνίας:**

- Διαμορφώνει το πλαίσιο αρχών πληροφόρησης και επικοινωνίας
- Συντονίζει την επικοινωνία των επιχειρησιακών προγραμμάτων
- Έχει την ευθύνη της δημιουργίας και διατήρησης της ενιαίας διαδικτυακής πύλης που παρέχει αναλυτική πληροφόρηση και πρόσβαση σε όλα τα επιχειρησιακά προγράμματα και περιλαμβάνει την υποχρεωτική ηλεκτρονική δημοσιοποίηση του καταλόγου των πράξεων, όπως προβλέπεται στο άρθρο 115, παράγραφος 2, του Κανονισμού 1303/2013
- Είναι υπεύθυνη για την επισκόπηση των μέτρων που εφαρμόζονται σε επίπεδο κράτους-μέλους και την υποβολή των σχετικών αναφορών στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή
- Αναλαμβάνει να υλοποιήσει εκστρατείες προβολής του ΕΣΠΑ 2014-2020 πανελλαδικά, με στόχο την ευρεία διάδοση των ευκαιριών χρηματοδότησης και τη διασφάλιση της διαφάνειας σχετικά με την πορεία υλοποίησης των έργων και την ανάδειξη του ρόλου της ΕΕ.
- Συντονίζει το εθνικό δίκτυο των υπεύθυνων επικοινωνίας και συμμετέχει στο δίκτυο INFORM της ΕΕ ως συντονιστής
- Συντονίζει και υποστηρίζει την συνεργασία του εθνικού δικτύου των υπεύθυνων επικοινωνίας με τα ευρωπαϊκά δίκτυα πληροφόρησης που λειτουργούν στην Ελλάδα
- Διαχειρίζεται το ηλεκτρονικό Helpdesk του [www.espa.gr](http://www.espa.gr), το γραφείο ενημέρωσης κοινού και την τηλεφωνική γραμμή πληροφόρησης
- Συμμετέχει στην ομάδα ανάπτυξης/αναβάθμισης του διαδικτυακού τόπου [www.anartychi.gov.gr](http://www.anartychi.gov.gr) όπου προβάλλονται τα έργα του ΕΣΠΑ.

**Η ΕΥΣΕΚΤ**, ως υπηρεσία της ΕΑΣ βάσει του Νόμου 4314/2014, συντονίζει το σχεδιασμό και την εφαρμογή των παρεμβάσεων που συγχρηματοδοτούνται από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο.

Ο ρόλος της για την πληροφόρηση και την επικοινωνία του ΕΚΤ σε συνεργασία με την ΕΥΣΣΑ προσδιορίζεται από την ΚΥΑ σύστασης των Ειδικών Υπηρεσιών της ΕΑΣ.

## 4.6 Αξιολόγηση

Η στρατηγική επικοινωνίας πρέπει να περιλαμβάνει ένδειξη του τρόπου με τον οποίο θα αξιολογηθούν τα μέτρα ενημέρωσης και επικοινωνίας όσον αφορά στην προβολή και την αναγνωρισιμότητα της πολιτικής συνοχής, των επιχειρησιακών προγραμμάτων, των πράξεων και του ρόλου των Ταμείων και της Ένωσης. Η αξιολόγηση αυτή γίνεται με βάση τη συμβολή των ενεργειών στην επίτευξη των στόχων του Επικοινωνιακού Σχεδίου και σύμφωνα με ποιοτικούς και ποσοτικούς στόχους ανάλογα με τη φύση των ενεργειών. Στον παρακάτω πίνακα παρατίθεται καταγραφή ενδεικτικών δεικτών :

Δραστηριότητα	Δείκτης Υλοποίησης	Δείκτης αποτελέσματος
<b>1. Ενέργειες πληροφόρησης</b>		
Ιστοσελίδα	Επικαιροποίηση ιστοσελίδας	Επισκέψεις Χρήστες
Call center- Γραφείο Πληροφόρησης	Υλοποίηση και τακτή ενημέρωση του Info Desk	Επισκέπτες Τηλεφωνικές κλήσεις Ερωτήματα
<b>2. Προωθητικές ενέργειες</b>		
Εκδηλώσεις - Συνέδρια	Αριθμός εκδηλώσεων	Αριθμός προσκεκλημένων Αριθμός συμμετεχόντων
Σεμινάρια	Αριθμός εκδηλώσεων	Αριθμός προσκεκλημένων Αριθμός συμμετεχόντων
Newsletters	Αριθμός εντύπων ή ηλεκτρονικών ενημερωτικών	Κυκλοφορία, Γεωγραφική κάλυψη
<b>3. Προβολή στα ΜΜΕ</b>		
Τηλεόραση	Αριθμός διαφημιστικών εκστρατειών	Συχνότητα Κάλυψη
Ραδιόφωνο	Αριθμός ραδιοφωνικών μηνυμάτων	Συχνότητα Κάλυψη
Τύπος	Αριθμός καταχωρήσεων	Κυκλοφορία Αναγνωσιμότητα
Καταχωρήσεις σε διαδικτυακούς τόπους	Αριθμός καταχωρήσεων	Επισκεψιμότητα
<b>4. Άλλες ενέργειες</b>		
Ερευνες	Αριθμός ερευνών	
Κοινωνικά Μέσα Πληροφόρησης	Αριθμός καταχωρήσεων	Επισκεψιμότητα Αναγνωρισιμότητα

Το κοινό-στόχος της αξιολόγησης θα είναι κατ' αρχήν οι δικαιούχοι των παρεμβάσεων του ΕΠ και το ευρύ κοινό.

Στόχος της αξιολόγησης είναι ένα μετρήσιμο αποτέλεσμα που υποστηρίζει τη στρατηγική επικοινωνίας του επιχειρησιακού προγράμματος και το οποίο περιλαμβάνει το κοινό-στόχο και μια προτεινόμενη αλλαγή του επικοινωνιακού αποτελέσματος (π.χ. αύξηση αναγνωρισιμότητας) με συγκεκριμένο χρονοδιάγραμμα.

Κατά την διαδικασία υλοποίησης του Επικοινωνιακού Σχεδίου θα υλοποιηθεί σχετική αξιολόγηση που θα βασίζεται στις παρακάτω μεθόδους :

- **ποσοτική αξιολόγηση**, θα βασίζεται κυρίως σε μετρήσεις και στατιστικά στοιχεία καθώς και ποσοτικές έρευνες κοινού που απευθύνουν ερωτήσεις σε αντιπροσωπευτικό δείγμα με τρόπο τέτοιο ώστε να είναι δυνατόν οι απαντήσεις να αθροιστούν και να παρέχουν ποσοτικά στοιχεία με συγκεκριμένη στάση ή συμπεριφορά, και
- **η ποιοτική αξιολόγηση**, θα βασίζεται σε έρευνες κοινής γνώμης, με ομαδικές ή ατομικές συνεντεύξεις, ερωτηματολόγια και άλλες τεχνικές που επιτρέπουν στο κοινό να εκφραστεί με δικά του λόγια και να αποτυπώσει τη στάση του καθώς και πιθανές απορίες. Τα εργαλεία μέτρησης και οι τεχνικές που χρησιμοποιούνται, συλλέγουν στοιχεία τα οποία αποτελούν τη βάση της αξιολόγησης (π.χ. συνεντεύξεις, focus groups).

Συνήθως, ο συνδυασμός και των δύο μεθόδων βοηθά στην αποτελεσματικότητα του επικοινωνιακού σχεδίου.

#### 4.7 Ετήσιο Σχέδιο Επικοινωνίας

Με βάση τη στρατηγική επικοινωνίας η Διαχειριστική Αρχή του Επιχειρησιακού Προγράμματος σχεδιάζει επιλεγμένες δράσεις πληροφόρησης και επικοινωνίας, σύμφωνα με τις προτεραιότητες κάθε έτους. Το ετήσιο σχέδιο επικοινωνίας περιλαμβάνει τη περιγραφή του σχεδιασμού του προσεχούς έτους, σύμφωνα με τους επικοινωνιακούς στόχους, αναφορά στις ενέργειες επικοινωνίας και ένδειξη του χρόνου που θα υλοποιηθούν καθώς και ενδεικτικού κόστους. Ο σχεδιασμός για το τρέχον έτος 2015 αποτυπώνεται ενδεικτικά στον παρακάτω πίνακα:

Δραστηριότητα	Τοποθεσία / Χρόνος	Περιγραφή	Επικοινωνιακός στόχος	Κοινό - Στόχος	Κόστος
<b>Ενέργειες πληροφόρησης</b>					
Ιστοσελίδα	11/2015				10.000
Call center- Γραφείο Πληροφόρησης	12/2015				6.000
<b>Πρωθητικές ενέργειες</b>					
Εκδηλώσεις - Συνέδρια	9/2015	Εκδήλωση έναρξης			15.000
Σεμινάρια					
Newsletters	12/2015				2.000
<b>Προβολή στα ΜΜΕ</b>					
Τηλεόραση					
Ραδιόφωνο					
Τύπος					
Καταχωρήσεις σε διαδικτυακούς τόπους					
<b>Παραγωγές</b>					
Τηλεοπτικά σποτ, Ραδιοφωνικά μηνύματα					
<b>Άλλες ενέργειες</b>					
Ερευνες					
Μελέτες	12/2015		Προσδιορισμός επικοινωνιακής ταυτότητας		40.000
Αξιολογήσεις					