

ΕΘΝΙΚΟ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΑΝΑΦΟΡΑΣ (ΕΣΠΑ) 2007 - 2013

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ - ΘΡΑΚΗ

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟ ΣΧΕΔΙΟ

ΑΝΑΘΕΩΡΗΜΕΝΟ ΚΕΙΜΕΝΟ
ΙΟΥΛΙΟΣ 2008

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

| | |
|--|-----------|
| 1. ΓΕΝΙΚΑ..... | 3 |
| ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟ ΣΧΕΔΙΟ..... | 6 |
| 2.1 ΣΤΟΧΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ..... | 6 |
| 2.2 ΣΤΟΧΟΘΕΤΟΥΜΕΝΟ ΚΟΙΝΟ..... | 8 |
| 2.3 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ..... | 12 |
| 2.3.1 Ενδεικτικές στρατηγικές επιλογές..... | 13 |
| 2.4 ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ..... | 15 |
| 2.4.1 Φάσεις υλοποίησης της επικοινωνίας..... | 15 |
| 2.4.2 Εργαλεία για την υλοποίηση των μέτρων πληροφόρησης ανά κοινό – στόχο..... | 26 |
| 2.4.3 Τεκμηρίωση χρήσης βασικών επικοινωνιακών εργαλείων..... | 31 |
| 2.4.4 Χρονοδιάγραμμα υλοποίησης επικοινωνιακών ενεργειών..... | 38 |
| Συνεντεύξεις Τύπου..... | 40 |
| Εξωτερική Διαφήμιση..... | 40 |
| Νέα Μέσα..... | 40 |
| Ομάδες Στοχευμένης Προσέγγισης..... | 40 |
| 2.5 ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟΣ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ..... | 41 |
| 2.6 ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ Η ΦΟΡΕΙΣ ΑΡΜΟΔΙΟΙ ΓΙΑ ΤΑ ΜΕΤΡΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ..... | 45 |
| 2.7 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ..... | 48 |

1. Γενικά

«Το δικαίωμα των πολιτών να γνωρίζουν»

Σύμφωνα με το Άρθρο 69 του Κανονισμού του Συμβουλίου (ΕΚ) Υπ' Αριθ. 1083/2006 της 11^{ης} Ιουλίου 2006, περί καθορισμού γενικών διατάξεων για το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης, το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο και το Ταμείο Συνοχής και την κατάργηση του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1260/1999, «Το κράτος μέλος και η διαχειριστική αρχή για το επιχειρησιακό πρόγραμμα παρέχουν πληροφορίες όσον αφορά στις πράξεις και τα συγχρηματοδοτούμενα προγράμματα και εξασφαλίζουν τη σχετική δημοσιότητα. Η πληροφόρηση απευθύνεται στους πολίτες της Ευρωπαϊκής Ένωσης και στους δικαιούχους με στόχο την προβολή του ρόλου της Κοινότητας και τη διασφάλιση της διαφάνειας της συνδρομής των Ταμείων».

Επίσης, στον Εφαρμοστικό Κανονισμό της Επιτροπής (ΕΚ) αριθ. 1828/2006 της 8ης Δεκεμβρίου 2006, αναφέρεται μεταξύ άλλων ότι:

«Η εμπειρία έχει αποδείξει ότι οι πολίτες της Ευρωπαϊκής Ένωσης δεν γνωρίζουν επαρκώς το ρόλο της Κοινότητας στη χρηματοδότηση προγραμμάτων με στόχο την τόνωση της οικονομικής ανταγωνιστικότητας, τη δημιουργία θέσεων εργασίας και την ενίσχυση της εσωτερικής συνοχής. Για το λόγο αυτό κρίνεται σκόπιμο να καταρτιστεί ένα **επικοινωνιακό σχέδιο**, το οποίο να καθορίζει λεπτομερώς τα μέτρα πληροφόρησης και δημοσιότητας που είναι αναγκαία ώστε να γεφυρωθεί το χάσμα που παρατηρείται στην επικοινωνία και την ενημέρωση».

Το περιεχόμενο και η στρατηγική των ενεργειών της πληροφόρησης και της δημοσιότητας, ορίζονται από τον Εφαρμοστικό Κανονισμό (ΕΚ) 1828/2006 της 8^{ης} Δεκεμβρίου 2006, όπου μεταξύ άλλων, αναφέρεται, η σπουδαιότητα του ρόλου της Κοινότητας στην χρηματοδότηση προγραμμάτων, που στοχεύουν στην τόνωση της ανταγωνιστικότητας, τη δημιουργία θέσεων εργασίας και την ενίσχυση της εσωτερικής συνοχής.

Η δημοσιότητα είναι ευθύνη της Διαχειριστικής Αρχής που είναι επιφορτισμένη με την υλοποίηση των παρεμβάσεων. Πραγματοποιείται με τις κατευθύνσεις της Εθνικής Αρχής Συντονισμού και τη συνεργασία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, η οποία ενημερώνεται για τα μέτρα που λαμβάνονται για την επίτευξη αυτών των στόχων. Οι αρμόδιες εθνικές και περιφερειακές αρχές, λαμβάνουν όλα τα κατάλληλα διοικητικά μέτρα προκειμένου να διασφαλίσουν την αποτελεσματική εφαρμογή των διατάξεων που αφορούν την πληροφόρηση και τη δημοσιότητα σχετικά με τις παρεμβάσεις των διαρθρωτικών Ταμείων και να συνεργαστούν με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή.

Η Κατάρτιση του Επικοινωνιακού Σχεδίου, στο οποίο να καθορίζονται λεπτομερώς τα απαραίτητα μέτρα πληροφόρησης και δημοσιότητας για την επικοινωνία των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων, προβλέπεται από τον Εφαρμοστικό Κανονισμό της Επιτροπής (ΕΚ) αριθ. 1828/2006 της 8^{ης} Δεκεμβρίου 2006.

Για την κατάρτιση του παρόντος Επικοινωνιακού Σχεδίου έχουν ληφθεί υπόψη:

- Ο (ΕΚ)1083/2006 της 11ης Ιουλίου 2006, περί καθορισμού γενικών διατάξεων για το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης, το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο και το Ταμείο Συνοχής και την κατάργηση του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1260/1999.
- Ο (ΕΚ) 1828/2006 για τη θέσπιση κανόνων εφαρμογής των διατάξεων των (ΕΚ)1083/2006 και (ΕΚ) 1080/2006 και ειδικότερα τις διατάξεις που ορίζουν τις γενικές κατευθύνσεις για την εκπόνηση, τη διαδικασία εξέτασης και την εφαρμογή και παρακολούθηση του Επικοινωνιακού Σχεδίου.
- Ο Ν.3614/2007, Διαχείριση, έλεγχος και εφαρμογή αναπτυξιακών παρεμβάσεων για την προγραμματική περίοδο 2007-2013.

- Η Απόφαση 5337 – Ε(2007) με την οποία εγκρίθηκε το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Μακεδονίας –Θράκης
- Η αποκτηθείσα εμπειρία από τα προγράμματα Πληροφόρησης και Δημοσιότητας που υλοποιήθηκαν κατά την εφαρμογή του Γ΄ ΚΠΣ.

2. Επικοινωνιακό Σχέδιο

2.1 Στόχοι επικοινωνίας

Γενικοί στόχοι επικοινωνίας

Οι γενικοί στόχοι επικοινωνίας των δράσεων που συγχρηματοδοτούνται από τα διαρθρωτικά ταμεία της Ευρωπαϊκής Ένωσης αφορούν:

- Στην ανάδειξη του ρόλου της Κοινότητας και των Διαρθρωτικών Ταμείων της Ε.Ε. στο ευρύ κοινό, και την προβολή της προστιθέμενης αξίας της κοινοτικής συμμετοχής στα συγχρηματοδοτούμενα έργα του Ε.Π. Μακεδονίας – Θράκης 2007-2013
- Στη διασφάλιση της διαφάνειας όσον αφορά στην πρόσβαση στη χρηματοδότηση των ταμείων, δηλαδή οι μηχανισμοί χορήγησης των πόρων των συγχρηματοδοτούμενων προγραμμάτων να είναι διαφανείς στους δυνητικούς δικαιούχους.

Ειδικοί στόχοι επικοινωνίας

Για το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Μακεδονία – Θράκη 2007-2013, βασικός στόχος είναι η **επικοινωνία του οράματος** για τη χωρική ενότητα, που είναι η «Δημιουργία μίας βιώσιμης, ανταγωνιστικής περιφερειακής οικονομίας με έντονο εξωστρεφή προσανατολισμό και εσωτερική οικονομική, κοινωνική, χωρική και διοικητική συνοχή».

Ειδικοί στόχοι επικοινωνίας για το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα είναι:

- Η προβολή της προσπάθειας για την ανάδειξη της Μακεδονίας και της Θράκης ως κόμβου ενέργειας και μεταφορών διεθνούς ακτινοβολίας
- Η επικοινωνία των δράσεων για την ενίσχυση του πολυκεντρικού αστικού συστήματος της Μακεδονίας και της Θράκης με τις αναδυόμενες δικτυώσεις μεταξύ των αστικών κέντρων, και
- Η ενημέρωση των κοινών-στόχος για τις δράσεις που αναλαμβάνονται με στόχο την αναβάθμιση του ρόλου του μητροπολιτικού κέντρου της Θεσσαλονίκης σε κέντρο υπηρεσιών και καινοτομίας.

Λαμβάνοντας υπ' όψιν ότι οι γενικοί στόχοι για το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα είναι:

- Η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του παραγωγικού συστήματος
- Η αξιοποίηση της θέσης της Μακεδονίας και της Θράκης στο χώρο της Νοτιοανατολικής Ευρώπης
- Η ισόρροπη οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη στο πλαίσιο της αειφορίας,

Η στρατηγική επικοινωνίας του ΕΠ Μακεδονίας-Θράκης αποτελεί το μέσο που υποδεικνύει :

- τον τρόπο με τον οποίο η στοχοθεσία των έργων και των δράσεων που υλοποιούνται στο πλαίσιο του ΕΠ συμβάλλει στους γενικούς στόχους του ΕΠ
- τον τρόπο με τον οποίο τα αποτελέσματα και οι ωφέλειες από την ολοκλήρωση των έργων και των δράσεων του ΕΠ συμβάλλουν στην εκπλήρωση του οράματος για τη χωρική ενότητα και στην ικανοποίηση των βασικών συνιστωσών του.

Η στρατηγική επικοινωνίας θα εξειδικευτεί – στη βάση των επιδιώξεων που αναφέρονται παραπάνω – με την πρόσληψη υπηρεσιών από επαγγελματίες της επικοινωνίας, κατόπιν ανοικτού διεθνούς διαγωνισμού.

Όλες οι ενέργειες επικοινωνίας που αναλαμβάνονται από τις Ενδιάμεσες Διαχειριστικές Αρχές στο πλαίσιο των παραπάνω στόχων – δεδομένων των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών, γεωγραφικών και κοινωνικο-οικονομικών, της κάθε διοικητικής Περιφέρειας – τελούν υπό την ενιαία «ομπρέλα» επικοινωνίας του ΕΠ Μακεδονίας-Θράκης (όπως αυτή περιγράφεται στη στρατηγική επικοινωνίας) και σχεδιάζονται και υλοποιούνται σε συνέργια με την Εθνική Αρχή Συντονισμού και την επικοινωνία του ΕΣΠΑ.

2.2 Στοχοθετούμενο κοινό

Τα κύρια στοχοθετούμενα κοινά για το ΕΠ Μακεδονίας - Θράκης 2007-2013 είναι:

- Οι δυνητικοί δικαιούχοι
- Οι δικαιούχοι
- Το ευρύ κοινό

Βάσει των ειδικών στόχων κάθε περιφέρειας στα παραπάνω στοχοθετούμενα κοινά περιλαμβάνονται επιμέρους κοινά-στόχοι τα οποία επιλέγονται κατά προτεραιότητα βάσει των ειδικών στόχων του Επιχειρησιακού Προγράμματος και προσεγγίζονται με τα κατάλληλα μέσα, κατά περίπτωση.

Ενδεικτικά ειδικά στοχοθετούμενα κοινά για την Χωρική Ενότητα Μακεδονίας – Θράκης είναι:

- 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 (ΣΒΒΕ, ΣΕΠΒΕ, ΕΒΕΘ, ΓΣΣΕΕ, ΣΕΒ, ΣΒΕΕ, ΞΕΕ, κλπ)
- Μη Κυβερνητικοί Οργανισμοί
- Εκπαιδευτικά Ιδρύματα (ΑΕΙ, ΤΕΙ, κλπ)
- ΜΜΕ (Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας)
- Τοπικά κέντρα ευπαθών ομάδων, δομές κοινωνικής φροντίδας όπως ιατροκοινωνικά κέντρα κλπ
- Κάτοικοι ορεινών – μειονεκτικών περιοχών
- Ειδικές ομάδες πληθυσμού: Νέοι, γυναίκες, μαθητές, παλλινოსτούντες, επαγγελματικές ομάδες, κ.α.

Οι στόχοι επικοινωνίας και η αναμενόμενη αντιδράσεις διαφέρουν ανά στοχοθετούμενο κοινό, όπως αυτά ορίζονται από τον Κανονισμό:

| Στοχοθετούμενο κοινό | Στόχοι Επικοινωνίας | Αναμενόμενη αντίδραση |
|---|--|--|
| <p>Δυνητικοί Δικαιούχοι</p> <p>(Εθνικές, Περιφερειακές και Τοπικές Αρχές και Αναπτυξιακοί Φορείς, Εκπαιδευτικά Ιδρύματα, επιχειρήσεις και επενδυτές, κλπ)</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Ευρεία διάδοση του προγράμματος με έγκαιρη και έγκυρη πληροφόρηση, για την άμεση αξιοποίηση των χρηματοδοτικών ευκαιριών - Σαφής και λεπτομερής πληροφόρηση σχετικά με τις ευκαιρίες χρηματοδότησης, τη διαδικασία και τους όρους επιλεξιμότητας - Η έγκαιρη και πλήρης ενημέρωση σχετικά με τις διαδικασίες διαπίστευσής τους - Ενημέρωση σχετικά με τη μελλοντική τήρηση των κανόνων δημοσιότητας, μετά την εξασφάλιση χρηματοδότησης | <ul style="list-style-type: none"> - Διάθεση Στήριξης - Ενδιαφέρον για Περισσότερη Πληροφόρηση - Αναζήτηση Προκηρύξεων για Έργα και Προγράμματα Άμεσου Ενδιαφέροντος για την αξιοποίηση των ευκαιριών |
| <p>Δικαιούχοι</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Ενημέρωση και δέσμευση σχετικά με την τήρηση των κανόνων δημοσιότητας - Σαφής, λεπτομερής και συνεχής ενημέρωση και υποστήριξη σχετικά με τις υποχρεώσεις και τα δικαιώματα που απορρέουν από την εξασφάλιση χρηματοδότησης - Κινητοποίηση για την ανάδειξη καλών πρακτικών | <ul style="list-style-type: none"> - Εδραίωση του μηνύματος της από κοινού συνεισφοράς της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της Ελλάδας - Εξασφάλιση ομοιογένειας στη μετάδοση των μηνυμάτων και της ταυτότητας του ΕΠ - Λειτουργία δικαιούχων ως πολλαπλασιαστές πληροφόρησης μέσω των δικών τους δράσεων δημοσιότητας - Δημιουργία κλίματος υγιούς ανταγωνισμού μεταξύ των δικαιούχων με στόχο τον πολλαπλασιασμό των καλών πρακτικών |

| | | |
|--|--|--|
| <p>Ευρύ κοινό</p> <p>(κάτοικοι της χωρικής ενότητας, επισκέπτες της Μακεδονίας και της Θράκης, Έλληνες και αλλοδαποί)</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Εδραίωση του μηνύματος της από κοινού συνεισφοράς της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της Ελλάδας - Προβολή του Προγράμματος, των αξόνων, του οράματος και των στόχων - Προβολή των αποτελεσμάτων και ωφελειών από την υλοποίηση του προγράμματος μέσω ανάδειξης καλών πρακτικών - Προβολή των κοινωνικών και οικονομικών επιπτώσεων του προγράμματος | <ul style="list-style-type: none"> - Δημιουργία ενδιαφέροντος για περισσότερη πληροφόρηση - Διάχυση της πληροφόρησης στο θεσμικό και κοινωνικό περίγυρο - Δημιουργία κλίματος διαφάνειας γύρω από το ΕΠ και τις διαδικασίες του - Κινητοποίηση για την αξιοποίηση των χρηματοδοτικών ευκαιριών του ΕΠ (δυναμικοί δικαιούχοι) |
| <p>Πολλαπλασιαστές Πληροφόρησης</p> <p>(Αυτοδιοίκηση και φορείς της, επαγγελματικές οργανώσεις, Επιμελητήρια, Οργανισμοί που εκπροσωπούν επιχειρήσεις, οικονομικοί και κοινωνικοί εταίροι, μη κυβερνητικοί οργανισμοί, Εκπαιδευτικά Ιδρύματα, κλπ)</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Εξασφάλιση ενημέρωσης και κινητοποίηση των ίδιων, των τοπικών κοινωνιών και των φορέων ευθύνης τους, κατά περίπτωση - Εξασφάλιση συμπληρωματικότητας και συνέργιας για την πληροφόρηση και ενημέρωση - Αξιοποίηση της εμπέλειας και της θεματικής περιοχής ευθύνης των φορέων και των εταίρων για τη δημιουργία δικτύων και στρατηγικών συνεργασιών | <ul style="list-style-type: none"> - Εδραίωση του μηνύματος της από κοινού συνεισφοράς της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της Ελλάδας - Ευρεία διάχυση της πληροφόρησης στα «μέλη» ευθύνης - Δημιουργία ενδιαφέροντος για περισσότερη πληροφόρηση - Αυθόρμητη δημιουργία και διάχυση υποδειγμάτων, οδηγών, βοηθημάτων κλπ προς τα «μέλη» ευθύνης τους - Δημιουργία δικτύων |

| | | |
|---|--|--|
| <p>MME, διαμορφωτές κοινής γνώμης</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Εδραίωση του μηνύματος της από κοινού συνεισφοράς της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της Ελλάδας - Τακτική τροφοδότηση των Μέσων με ενδιαφέρουσες ειδήσεις για το πρόγραμμα - Συμμετοχή των MME σε εκδηλώσεις και δράσεις σχετικές με το πρόγραμμα - Εξασφάλιση ακρίβειας, σαφήνειας και αξιοπιστίας για τις πληροφορίες που αφορούν στο πρόγραμμα - Προβολή των αποτελεσμάτων από την υλοποίηση του προγράμματος - Κατηγοριοποίηση των ειδήσεων και προβολή τους στα κατάλληλα μέσα (τοπικής ή εθνικής εμβέλειας) | <ul style="list-style-type: none"> - Δημιουργία ενδιαφέροντος γύρω από το Πρόγραμμα - καλλιέργεια «θετικού κλίματος» γύρω από το Πρόγραμμα και τους φορείς που εμπλέκονται στην υλοποίησή του - Δημιουργία κλίματος διαφάνειας γύρω από τις δράσεις και τις διαδικασίες του ΕΠ - Λειτουργία των MME ως διαμορφωτές κοινής γνώμης (opinion leaders) |
| <p>Ειδικές κατηγορίες και ευπαθείς ομάδες πληθυσμού. Τοπικά κέντρα ευπαθών ομάδων, ιατροκοινωνικά κέντρα, νέοι, γυναίκες, μαθητές, παλλινοστούντες, επαγγελματικές ομάδες, κάτοικοι ορεινών – μειονεκτικών περιοχών</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Ενημέρωση – ευαισθητοποίηση – δημιουργία ζήτησης για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες του Ε.Π. - Αποπεριθωριοποίηση και ενθάρρυνση για συμμετοχή | <ul style="list-style-type: none"> - Ενδιαφέρον για περισσότερη πληροφόρηση για την αξιοποίηση ευκαιριών - Αίσθημα ισότιμης συμμετοχής |

2.3 Στρατηγική

Κεντρικό στοιχείο της στρατηγικής επικοινωνίας του Επιχειρησιακού Προγράμματος Μακεδονίας - Θράκης 2007-2013 είναι η ενοποίηση της επικοινωνίας όσον αφορά στα μηνύματα, την εικόνα και το ύφος, το οποίο θα πρέπει να είναι επεξηγηματικό, με περιεχόμενο ουσίας, αντιληπτό από το μέσο πολίτη και τα επιμέρους κοινά στόχους.

Η οργάνωση της επικοινωνιακής στρατηγικής είναι προσανατολισμένη έτσι ώστε να εξασφαλίζει τη μεγιστοποίηση του επικοινωνιακού αποτελέσματος μέσα από τη συνέργια, τη συμπληρωματικότητα, τη συνεκτικότητα, τη μέγιστη δυνατή ομοιογένεια και τη δυνατότητα συντονισμού και οικονομιών κλίμακας λαμβάνοντας υπόψη τις κατευθύνσεις της Εθνικής Αρχής Συντονισμού, την επικοινωνία του ΕΣΠΑ και τις ενέργειες συνεργαζόμενων φορέων και δικαιούχων.

Αναπόσπαστα τμήματα της στρατηγικής επικοινωνίας του ΕΠ Μακεδονίας-Θράκης αποτελούν η **στοχοθεσία της επικοινωνίας** (όπως περιγράφηκε παραπάνω) και η **χρονική κατανομή των ενεργειών επικοινωνίας σε φάσεις** (όπως περιγράφεται παρακάτω). Στη βάση αυτών, προσδιορίζονται η αυξομείωση της έντασης της επικοινωνίας ανά φάση και είδος ενέργειας, καθώς και οι επικοινωνιακές ενέργειες ανά ειδική ομάδα κοινού.

Με άλλα λόγια, οι επικοινωνιακοί στόχοι, το είδος των επικοινωνιακών ενεργειών, το ύφος και τα μηνύματα ακολουθούν τον «κύκλο ζωής» της επικοινωνίας – που είναι άρρηκτα συνδεδεμένος με τον «κύκλο ζωής» του Προγράμματος – ο οποίος περιγράφεται στη χρονική κατανομή της επικοινωνίας σε φάσεις, που αποτελεί τον κορμό της επικοινωνιακής στρατηγικής.

2.3.1 Ενδεικτικές στρατηγικές επιλογές

- **Η ενεργοποίηση των δικαιούχων για την επιτάχυνση 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 και η μεγαλύτερη αποτελεσματικότητα στην υλοποίηση του προγράμματος.

- **Η διασφάλιση της συνέχειας, ομοιομορφίας και απλότητας της επικοινωνίας σε όλες τις φάσεις του προγράμματος και για κάθε στοχοθετούμενο κοινό.**

Η προηγούμενη εμπειρία έχει αποδείξει ότι, για την αποτελεσματική επικοινωνία, η χρήση απλών μηνυμάτων απαλλαγμένων από περιττή πληροφόρηση γύρω από τα συγχρηματοδοτούμενα προγράμματα είναι απαραίτητη, προκειμένου να είναι κατανοητά, να εμπνέουν αξιοπιστία και να ενθαρρύνεται η συμμετοχή των πολιτών. Η πληροφόρηση θα είναι συνεχής και σταθερή για όλες τις φάσεις κάθε προγράμματος, από την προκήρυξη έως την εξέλιξη και ολοκλήρωσή του.

- **Η λειτουργία δικτύων συνεργαζόμενων φορέων για τη μεγιστοποίηση του επικοινωνιακού αποτελέσματος.**

Κατά τη διάρκεια εφαρμογής του Προγράμματος, ενεργοποιούνται τα παρακάτω δίκτυα από τις Ενδιάμεσες Διαχειριστικές Αρχές:

- κοινωνικοί ή οικονομικοί εταίροι, ώστε να πληροφορούν και να ενημερώνουν το κοινό – στόχο γύρω από προσκλήσεις, προκηρύξεις, κριτήρια επιλεξιμότητας κλπ

- υφιστάμενα δίκτυα της δημόσιας Διοίκησης, του Πανεπιστημίου και των Επαγγελματικών Ενώσεων, αξιοποιώντας τις δομές επικοινωνίας και πληροφόρησης που ήδη λειτουργούν,
- υπεύθυνοι δημοσιότητας δικαιούχων, με στόχο το βέλτιστο συντονισμό των υποχρεώσεων δημοσιότητας των δικαιούχων και την ομοιομορφία των μηνυμάτων,
- δημοσιογράφοι σε τοπικά ή περιφερειακά ΜΜΕ, για την εξασφάλιση της διάχυσης της ενημέρωσης προς τους διαμορφωτές κοινής γνώμης.

Τα δίκτυα συνεργαζόμενων φορέων μπορούν να εξασφαλίσουν ευρεία διάδοση της πληροφόρησης, αποφυγή αλληλοεπικάλυψης, μεγιστοποίηση του επικοινωνιακού αποτελέσματος καθώς και οικονομίες κλίμακας.

- **Η προβολή των ήδη υπάρχοντων παραδειγμάτων συμμετοχής στα Επιχειρησιακά Προγράμματα**

Παρουσιάζοντας συγκεκριμένα παραδείγματα είτε από την προηγούμενη Προγραμματική Περίοδο 2000-2006, είτε από την τρέχουσα, επιτυγχάνεται τόσο η διαφάνεια όσο και η ενθάρρυνση για συμμετοχή. Το στοχοθετούμενο κοινό γνωρίζοντας ότι υπάρχουν μέλη της τοπικής κοινωνίας ή κάποιων επιχειρηματικών κλάδων ή της εκπαίδευσης, που έχουν ήδη επωφεληθεί από αντίστοιχα προγράμματα, θα εκδηλώσει ενδιαφέρον να μάθει περισσότερα ή να συμμετέχει στα συγχρηματοδοτούμενα προγράμματα.

Όλες οι ενέργειες που περιλαμβάνονται στο επικοινωνιακό σχέδιο είναι αλληλένδετες και ακολουθούν ενιαία εικαστική ταυτότητα, με χρήση του εμβλήματος του ΕΣΠΑ και του επιλεγμένου μηνύματος που ορίζεται από την Εθνική Αρχή Συντονισμού.

- **Η επιδίωξη χρήσης εναλλακτικών – καινοτόμων ιδεών ως μέτρων προσέγγισης και πληροφόρησης – δημοσιότητας.**

Η χρήση εναλλακτικών τρόπων προσέγγισης και καινοτόμων ιδεών στην επιλογή των μέτρων, κατά περίπτωση και όπου αυτό είναι εφικτό, μπορεί

να τονώσει το ενδιαφέρον του κοινού και κατά συνέπεια να ενισχύσει την αποτελεσματικότητα του Σχεδίου.

2.4 Περιεχόμενο

Τα μέτρα πληροφόρησης και δημοσιότητας του επικοινωνιακού σχεδίου έχει προβλεφθεί να καλύπτουν όλη τη διάρκεια του Επιχειρησιακού Προγράμματος και να διαφοροποιούνται ανάλογα με το στοχοθετούμενο κοινό.

Ο συνδυασμός διαφορετικών μέσων και εργαλείων επικοινωνίας είναι επίσης απαραίτητος ώστε να εξασφαλιστεί η αποτελεσματικότερη επικοινωνία.

Στο επικοινωνιακό σχέδιο περιλαμβάνονται όλα τα υποχρεωτικά μέτρα που πρέπει να λαμβάνουν οι Διαχειριστικές Αρχές, σύμφωνα με τον Κανονισμό (ΕΚ) 1828/2006, και συγκεκριμένα στα άρθρα 5, 6 και 7.

2.4.1 Φάσεις υλοποίησης της επικοινωνίας

Για την εφαρμογή των ενεργειών Πληροφόρησης και Δημοσιότητας του Επιχειρησιακού Προγράμματος Μακεδονίας – Θράκης προβλέπεται μια αλληλουχία φάσεων επικοινωνίας κλιμακούμενου χαρακτήρα, σύμφωνα με τον «κύκλο ζωής» του Επιχειρησιακού Προγράμματος (εισαγωγή, προετοιμασία, ανάπτυξη, ωρίμανση, κλείσιμο).

Κάθε φάση αποτελεί συνέχεια, συμπλήρωση και εξειδίκευση της προηγούμενης φάσης.

Η χρονική κατανομή των ενεργειών επικοινωνίας αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της στρατηγικής επικοινωνίας, καθώς μεταφράζει τις στρατηγικές επιλογές σε πράξη, της οποίας η ένταση και το είδος κατανέμονται στο χρόνο, με στόχο τη μεγιστοποίηση

της αποτελεσματικότητας και της πλήρωσης των στόχων της επικοινωνίας.

Τρεις είναι οι βασικές φάσεις επικοινωνίας:

- **Πρώτη Φάση:** Γενική πληροφόρηση για το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα και τις δράσεις του, εναρκτήρια εκδήλωση.

Η πρώτη φάση αφορά στην επικοινωνία του αναπτυξιακού «οράματος» για την Χωρική Ενότητα Μακεδονίας-Θράκης και στη συνολική παρέμβαση στα όρια των Περιφερειών. Στόχος είναι η δημιουργία αναγνωρισιμότητας, κύρους και αξιοπιστίας για την παρέμβαση, για τη συμμετοχή της Ευρωπαϊκής Ένωσης στην παρέμβαση αυτή, καθώς και η ενημέρωση των δυνητικών δικαιούχων σχετικά με τις χρηματοδοτικές ευκαιρίες του Επιχειρησιακού Προγράμματος. Στο επίπεδο αυτό διαμορφώνεται το κεντρικό μήνυμα που θα ακολουθεί το σύνολο της επικοινωνίας και θα αποτελεί την «ταυτότητά» της.

- **Δεύτερη Φάση:** Δημιουργία γνώσης για το πρόγραμμα και τις δράσεις του στα διάφορα κοινά-στόχος, εύκολη πρόσβαση στις επιμέρους δράσεις και στις ευκαιρίες που προσφέρει, δημιουργία διάθεσης για συμμετοχή στις χρηματοδοτικές ευκαιρίες.

Η δεύτερη φάση επικοινωνίας αφορά στους γενικούς και στους ειδικούς στόχους του Επιχειρησιακού Προγράμματος, καθώς και στις θεματικές ενότητες οι οποίες συνεισφέρουν στους στόχους αυτούς (έρευνα και τεχνολογική ανάπτυξη, καινοτομία και επιχειρηματικότητα, δράσεις πληροφορικής και επικοινωνιών, ενέργεια, μεταφορές, δράσεις προστασίας του περιβάλλοντος, τουρισμός, πολιτισμός, υγεία-πρόνοια, εκπαίδευση, αστική ανάπτυξη), καθώς και στη συνεισφορά της Ευρωπαϊκής Ένωσης στην υλοποίηση των δράσεων αυτών. Στόχος είναι η επιπλέον ενημέρωση του κοινού για το πώς μεταφράζεται το «αναπτυξιακό» όραμα για την Χωρική Ενότητα Μακεδονίας - Θράκης σε στόχους και δράσεις και επομένως η ενίσχυση της αξιοπιστίας που δημιουργήθηκε στην Α΄ Φάση επικοινωνίας και η τεκμηρίωση του κεντρικού επικοινωνιακού μηνύματος. Επίσης, η Β΄ Φάση επικοινωνίας αφορά στην παροχή εξειδικευμένης

πληροφόρησης και στη δημιουργία «χρηστικής» δημοσιότητας στους δυνητικούς δικαιούχους για την ενίσχυση των ρυθμών υλοποίησης του Επιχειρησιακού Προγράμματος.

- **Τρίτη Φάση:** Διάδοση των επιτευχθέντων αποτελεσμάτων και ωφελειών, ανάδειξη Καλών Πρακτικών.

Στην τρίτη φάση επικοινωνίας προβάλλονται τα αποτελέσματα από την υλοποίηση των δράσεων του Προγράμματος και το ρόλο που έπαιξε η Ευρωπαϊκή Ένωση για την επίτευξη των στόχων. Η επικοινωνία στο επίπεδο αυτό εστιάζεται στην ενίσχυση και ολοκλήρωση της εικόνας που έχει δημιουργηθεί στις δύο προηγούμενες φάσεις, συνδέοντας το αναπτυξιακό «όραμα» και τους γενικούς στόχους με τα «θετικά» αποτελέσματα από την υλοποίηση. Επίσης, στόχος είναι η κινητοποίηση των δικαιούχων στην Χωρική Ενότητα Μακεδονίας - Θράκης για την ανάδειξη των Καλών Πρακτικών τους, καθώς και η υποστήριξή τους για την αύξηση των ρυθμών υλοποίησης.

Παρακάτω αναλύονται οι ενέργειες ανά φάση επικοινωνίας με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους βάσει της ενιαίας στρατηγικής επικοινωνίας, η ένταση των ενεργειών, καθώς και η προσέγγιση των ειδικών ομάδων-στόχος. Η χρονική κατανομή της επικοινωνίας σε φάσεις αποτελεί – όπως έχει προειπωθεί – τον **«κύκλο ζωής» της επικοινωνίας**, που αποτελεί και το βασικό κορμό της επικοινωνιακής στρατηγικής.

Κατά την **πρώτη φάση** επικοινωνίας, ζητούμενο είναι **«να ενημερώσουμε»** τα κοινά-στόχος σχετικά με το ΕΠ, το βασικό του περιεχόμενο (γενικοί στόχοι και όραμα, άξονες ανά διοικητική Περιφέρεια, μεγάλα έργα, αναμενόμενα αποτελέσματα). Κατά την φάση αυτή οι Ενδιάμεσες Διαχειριστικές Αρχές (ΕΔΑ) σε συνέργια με την Εθνική Αρχή Συντονισμού, μεριμνούν για την διάδοση πληροφόρησης με απλό και κατανοητό τρόπο για τα εξής:

- Υλοποίηση εναρκτήριας δραστηριότητας

- Ανάρτηση σημαίας Ευρωπαϊκής Ένωσης 9-16 Μαΐου
- Δημοσιοποίηση καταλόγου δικαιούχων
- Δημοσίευση εγκεκριμένων εγγράφων του Επιχειρησιακού Προγράμματος
- Δημοσίευση και αποστολή περίληψης του Επιχειρησιακού Προγράμματος, που θα αποτελεί τον ενημερωτικό οδηγό βασικών γνώσεων για το πρόγραμμα και για τη συμβολή των ταμείων της Ευρωπαϊκής Ένωσης
- Εντατική ενημέρωση δυνητικών δικαιούχων σχετικά με τις διαδικασίες πιστοποίησής τους, ώστε να μπορούν να ενταχθούν στον κατάλογο των δικαιούχων
- Ενημερωτική αλληλογραφία, e-mails, ευρεία χρήση internet για διάχυση της πληροφόρησης
- Ενημερωτικές συναντήσεις, ημερίδες και συσκέψεις εργασίας, συνεντεύξεις Τύπου κλπ

Η εναρκτήρια δραστηριότητα θα περιλαμβάνει ενημέρωση προς το ευρύ κοινό για το περιεχόμενο και τους στόχους του Προγράμματος, καθώς και για τις διαδικασίες του, δεδομένου ότι το ευρύ κοινό αποτελεί «δεξαμενή» δυνητικών δικαιούχων. Θα πραγματοποιηθεί παράλληλη ενημερωτική εκδήλωση προς ειδικές ομάδες-στόχο και προς τους πολλαπλασιαστές πληροφόρησης (όπως ορίζονται παραπάνω) ανά ομάδα-στόχο, ενώ θα πραγματοποιηθεί συνέντευξη Τύπου και καμπάνια στα ΜΜΕ. Όλες οι παραπάνω ενέργειες θα συνοδεύονται από την έκδοση και διάχυση έντυπου και ηλεκτρονικού υλικού. Η εναρκτήρια δραστηριότητα δεν θα είναι σημειακή ενέργεια, αλλά θα αποτελέσει το βήμα για την υλοποίηση όλων των συμπληρωματικών ενεργειών που αναφέρονται παραπάνω.

Η πρώτη φάση επικοινωνίας θα περιλαμβάνει ενέργειες που θα υλοποιηθούν σε κοινό χρόνο από τις τρεις ΕΔΑ υπό την εποπτεία της Εθνικής Αρχής Συντονισμού (όπως η εναρκτήρια δραστηριότητα, η ευρεία χρήση internet, η δημοσίευση των εγκεκριμένων εγγράφων του ΕΠ και η αποστολή της περίληψης του ΕΠ σε τουλάχιστον 2 γλώσσες), καθώς και ενέργειες που θα υλοποιηθούν ξεχωριστά από την κάθε ΕΔΑ, δεδομένων των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών της κάθε διοικητικής Περιφέρειας (όπως η ενημέρωση των δυνητικών δικαιούχων ανά ομάδα-στόχο με τη χρήση των

πολλαπλασιαστών πληροφόρησης και η διενέργεια ενημερωτικών και τεχνικών συναντήσεων). Σε κάθε περίπτωση, οι ενέργειες επικοινωνίας της πρώτης φάσης θα υλοποιηθούν με συνέργια και συμπληρωματικότητα, ως προς το χρόνο και το περιεχόμενο της επικοινωνίας.

Η πρώτη φάση επικοινωνίας εκτείνεται από τις αρχές 2008 έως και τα μέσα 2009.

Κατά τη **δεύτερη φάση** επικοινωνίας, ζητούμενο είναι **«να κινητοποιήσουμε»** τα κοινά-στόχος, είτε για να συμμετάσχουν στο Πρόγραμμα, είτε για να λειτουργήσουν ως πολλαπλασιαστές πληροφόρησης. Η φάση αυτή χαρακτηρίζεται από την παροχή πιο εξειδικευμένης γνώσης για το περιεχόμενο και την εξέλιξη του Προγράμματος, τα κριτήρια και τις διαδικασίες ένταξης των πράξεων, τη διαχείριση και την παρακολούθηση των δράσεων του προγράμματος, με στόχο την προετοιμασία και την ενεργοποίηση των δυνητικών δικαιούχων για να έχουν πρόσβαση στις χρηματοδοτικές ευκαιρίες του Προγράμματος. Επίσης, στόχος της παρούσας φάσης είναι να ενημερωθεί το ευρύ κοινό με απλό και κατανοητό τρόπο για την εξέλιξη των παρεμβάσεων του Προγράμματος στη Μακεδονία και τη Θράκη και για την πορεία υλοποίησης των μεγάλων έργων. Κατά τη φάση αυτή οι ΕΔΑ φροντίζουν για τα εξής:

- Υλοποίηση ετήσιων δραστηριοτήτων
- Δημοσιοποίηση καταλόγου δικαιούχων
- Ανάρτηση σημαίας Ευρωπαϊκής Ένωσης 9-16 Μαΐου
- Ευρεία χρήση του internet
- Δημοσίευση Προσκλήσεων και Προκηρύξεων προς τους δυνητικούς δικαιούχους
- Έκδοση και διανομή ειδικών ενημερωτικών οδηγών
- Συστηματική οργάνωση θεματικών συναντήσεων και σεμιναρίων με τους δυνητικούς δικαιούχους και τους δικαιούχους, καθώς και με τις επιμέρους ομάδες-στόχο ανά κατηγορία δράσεων
- Αξιοποίηση των διαθέσιμων δικτύων πληροφόρησης για την προσέγγιση των δυνητικών δικαιούχων
- Παρουσίαση καλών παραδειγμάτων και καλών πρακτικών

- Συμμετοχή σε Εκθέσεις
- Ειδικά ενημερωτικά δελτία και περιοδικά ενημερωτικά έντυπα, για τη διασφάλιση της διαρκούς διάχυσης της πληροφόρησης
- Ενημέρωση κοινής γνώμης με μεγαλύτερη ποικιλία επικοινωνιακών μέσων, ιδίως με τη χρήση των ΜΜΕ ως πολλαπλασιαστών πληροφόρησης, με περιοδικές συνεντεύξεις Τύπου, θεματικές συναντήσεις με εκπροσώπους κλαδικού Τύπου, επισκέψεις σε έργα με προσκλήσεις σε δημοσιογράφους, γενικότερα ενεργοποίηση και εντατική χρήση δικτύου διαμορφωτών κοινής γνώμης, κλπ.

Κατά την πραγματοποίηση της μιας – τουλάχιστον – ενημερωτικής δραστηριότητας ετησίως, θα παρουσιάζονται τα επιτεύγματα του επιχειρησιακού προγράμματος και η πορεία υλοποίησης των μεγάλων έργων στη χωρική ενότητα. Η ετήσια δραστηριότητα είναι πιθανό να συνοδεύεται από επικοινωνία στα ΜΜΕ (τηλεόραση, ραδιόφωνο, Τύπος), ενώ θα συνοδεύεται απαραίτητως από την έκδοση εντύπου ενημερωτικού υλικού.

Η δεύτερη φάση επικοινωνίας χαρακτηρίζεται όλως ιδιαιτέρως από την ενεργοποίηση των δικτύων πολλαπλασιαστών, είτε προς το ευρύ κοινό (όπως είναι τα ΜΜΕ και οι διαμορφωτές κοινής γνώμης), είτε προς τους δυνητικούς δικαιούχους. Έτσι, οι συναντήσεις ενημέρωσης, η έκδοση οδηγιών και ενημερωτικών δελτίων, καθώς και η χρήση των επικοινωνιακών εργαλείων θα είναι προσανατολισμένα στις επιμέρους ομάδες-στόχο, με θεματική προσέγγιση. Επί παραδείγματι, για την προσέγγιση των υποψηφίων επενδυτών η διοργάνωση των εκδηλώσεων θα είναι στοχοθετημένη προς τους οικονομικούς εταίρους του Προγράμματος, όπως είναι τα Οικονομικά, Βιοτεχνικά, Βιομηχανικά Επιμελητήρια και οι Ενώσεις και Σύνδεσμοι Επιχειρηματιών, στους οποίους θα προωθηθεί ενημερωτικό υλικό και θα δοθούν οδηγίες, με στόχο στη συνέχεια να εξασφαλιστεί η διάχυση της πληροφορίας στα μέλη τους, με τρόπο ορθό, απλό και ομοιογενή. Επίσης, η ενημέρωση για την πορεία υλοποίησης των μεγάλων έργων θα απευθύνεται τόσο στους κατοίκους της Θεσσαλονίκης όσο και στους επισκέπτες της, ιδιαίτερα τους θερινούς μήνες όπου η τουριστική κίνηση αυξάνεται κατακόρυφα, με τη διάχυση ενημερωτικού

υλικού και μηνυμάτων σε περισσότερες από μία γλώσσες. Τέλος, κατά τη δεύτερη φάση επικοινωνίας, ξεκινά η προβολή έργων και δράσεων του Προγράμματος που ολοκληρώνονται ήδη και αποτελούν Καλές Πρακτικές, εισάγοντας έτσι στην τρίτη και τελευταία φάση, που έχει σαν κύριο αντικείμενο την προβολή των αποτελεσμάτων και ωφελειών του Προγράμματος.

Όπως και στην πρώτη φάση, οι ενέργειες που περιλαμβάνονται στη φάση αυτή θα υλοποιηθούν είτε με το συντονισμό της ΕΥΣ σε κοινό χρόνο από τις τρεις ΕΔΑ (ενδεικτικά αναφέρεται η ετήσια δραστηριότητα), είτε ξεχωριστά από κάθε μία ΕΔΑ για τη διοικητική Περιφέρεια ευθύνης της. Ειδικότερα, οι οικονομικοί και κοινωνικοί εταίροι του Προγράμματος έχουν τοπικό χαρακτήρα, πολλές φορές σε επίπεδο νομού (όπως τα επιμελητήρια), με αποτέλεσμα η δημιουργία ενδιαφέροντος και η διάχυση της πληροφορίας να γίνεται πιο αποτελεσματικά από την εκάστοτε ΕΔΑ. Σε κάθε περίπτωση, η υλοποίηση των ενεργειών από τις τρεις ΕΔΑ θα γίνεται συντονισμένα και με χρήση εικαστικών στοιχείων και συνθημάτων που θα εξασφαλίζουν ενιαία επικοινωνιακή ομπρέλα, στη βάση της ενιαίας στρατηγικής επικοινωνίας του Επιχειρησιακού Προγράμματος.

Η δεύτερη φάση επικοινωνίας εκτείνεται από τα μέσα του 2009 έως και τις αρχές του 2014.

Κατά την **τρίτη φάση** επικοινωνίας, ζητούμενο είναι **«να τεκμηριώσουμε»** απέναντι στο ευρύ κοινό ότι οι στόχοι της παρέμβασης στη Μακεδονία και τη Θράκη έχουν υλοποιηθεί και ότι το αναπτυξιακό «όραμα» για τη χωρική ενότητα είναι πραγματικότητα. Οι ενέργειες που αναλαμβάνονται κατά την παρούσα φάση έχουν στόχο την προβολή των αποτελεσμάτων και των ωφελειών που προκύπτουν από την ολοκλήρωση των δράσεων και των μεγάλων έργων του Προγράμματος, με έμφαση στην ανάδειξη καλών πρακτικών. Ορισμένα από τα μέσα που χρησιμοποιούνται είναι τα εξής:

- Υλοποίηση ετήσιων δραστηριοτήτων

- Δημοσιοποίηση καταλόγου δικαιούχων
- Ανάρτηση σημαίας Ευρωπαϊκής Ένωσης 9-16 Μαΐου
- Ευρεία χρήση internet
- Προβολή καλών παραδειγμάτων – καλών πρακτικών
- Διοργάνωση Ημερίδων
- Συμμετοχή σε Εκθέσεις
- Έκδοση και διάχυση έντυπου υλικού, με παρουσίαση της πορείας υλοποίησης και των αποτελεσμάτων και ωφελειών από την ολοκλήρωση των έργων
- Ενημέρωση κοινής γνώμης για τα αποτελέσματα από την ολοκλήρωση των δράσεων με πλήθος επικοινωνιακών μέσων, ιδίως με τη χρήση των ΜΜΕ ως πολλαπλασιαστών πληροφόρησης, με περιοδικές συνεντεύξεις Τύπου, συχνή έκδοση δελτίων Τύπου, θεματικές συναντήσεις με εκπροσώπους κλαδικού Τύπου, επισκέψεις σε έργα με προσκλήσεις σε δημοσιογράφους, γενικότερα ενεργοποίηση και εντατική χρήση δικτύου διαμορφωτών κοινής γνώμης, κλπ.
- Αξιοποίηση Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης (διαφημιστικές καμπάνιες αποτελεσμάτων)
- Μέτρηση γνώσης του κοινού που να τεκμηριώνει τον βαθμό στον οποίο εκπληρώνονται τουλάχιστον οι γενικοί στόχοι της επικοινωνιακής πολιτικής του ΠΕΠ, όπως περιγράφονται στην ενότητα 2.1.

Οι ενέργειες της παρούσας φάσης αναλαμβάνονται ως επί το πλείστον συντονισμένα από τις τρεις ΕΔΑ, κυρίως σε ότι αφορά τις ενέργειες above the line. Σε κάθε περίπτωση, η ένταση των ενεργειών και γενικότερα ο χρονοπρογραμματισμός γίνεται συντονισμένα από τις τρεις ΕΔΑ, υπό την επικουρία της Εθνικής Αρχής Συντονισμού. Επιπλέον, στην παρούσα φάση ενεργοποιούνται τα θεματικά (κλαδικά) δίκτυα για την ανάδειξη των καλών πρακτικών και για τη χρήση των δικαιούχων ως πολλαπλασιαστές πληροφόρησης, ανά διοικητική Περιφέρεια (λόγω των ξεχωριστών τοπικών χαρακτηριστικών των δικαιούχων, αλλά και των οικονομικών και κοινωνικών εταίρων που συμμετέχουν στα δίκτυα). Τέλος, το σημαντικότερο στοιχείο που χαρακτηρίζει τις επικοινωνιακές ενέργειες της

τρίτης φάσης – που είναι στην πλειοψηφία τους στοχοθετημένες στο ευρύ κοινό – είναι η χρήση ενιαίας ταυτότητας και κοινών μηνυμάτων στην επικοινωνία, στη βάση της ενιαίας «ομπρέλας» της επικοινωνιακής στρατηγικής του Επιχειρησιακού Προγράμματος.

Η τρίτη και τελευταία φάση επικοινωνίας εκτείνεται από τις αρχές 2013 έως και τις αρχές του 2016. Σημειώνεται ότι τα χρονοδιαγράμματα των τριών φάσεων δεν είναι απολύτως διακριτά και παρουσιάζουν αλληλεπικαλύψεις, καθώς οι φάσεις περιλαμβάνουν ενέργειες που είναι κοινές και διαχέονται στο χρόνο. Επίσης, τα όρια των φάσεων είναι άρρηκτα συνδεδεμένα με την πορεία υλοποίησης των δράσεων του ΕΠ, που καθορίζει κατά κύριο λόγο την επικαιρότητα της επικοινωνίας, και ως εκ τούτου είναι ρευστά. Κατά συνέπεια ο χρονικός προγραμματισμός των τριών φάσεων επικοινωνίας που περιγράφεται πιο πάνω είναι ενδεικτικός. Παρακάτω παρατίθεται Πίνακας με τη χρονική κατανομή των φάσεων.

Επιπλέον, οι ενέργειες επικοινωνίας που αναλαμβάνονται και η έντασή τους ανά φάση επικοινωνίας παρατίθενται σε Πίνακα στο Κεφάλαιο 2.4.7.

Πίνακας αναπαράστασης της χρονικής κατανομής των 3 φάσεων επικοινωνίας του ΕΠ Μακεδονίας – Θράκης

| | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|---------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| A' φάση | | ■ | ■ | | | | | | | |
| B' φάση | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | |
| Γ' φάση | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ |

Σε κάθε μία από τις φάσεις επικοινωνίας και **ειδικότερα για τις μεταβατικές διοικητικές Περιφέρειες**, θα εξασφαλιστεί η συνέργια και η συμπληρωματικότητα με τις ενέργειες επικοινωνίας που θα αναλαμβάνονται είτε από τις Διαχειριστικές Αρχές, είτε από τους αντίστοιχους Ενδιάμεσους Φορείς Διαχείρισης των ΕΠ «Ψηφιακή Σύγκλιση», «Ανταγωνιστικότητα & Επιχειρηματικότητα» και «Ενίσχυση της Προσπελασιμότητας», και που θα αφορούν κατηγορίες δράσεων του ΕΠ Μακεδονίας-Θράκης που θα έχουν εκχωρηθεί στα τομεακά Προγράμματα. Η συνέργια αυτή θα αφορά την προσέγγιση των δυνητικών δικαιούχων, των ειδικών κατηγοριών κοινού και των πολλαπλασιαστών πληροφόρησης, κατά περίπτωση, που λόγω των ξεχωριστών τοπικών χαρακτηριστικών τους προσεγγίζονται ευκολότερα και πιο αποτελεσματικά από τις Ενδιάμεσες Διαχειριστικές Αρχές του ΕΠ Μακεδονίας-Θράκης. Σε κάθε περίπτωση, οι ενέργειες που θα αναλαμβάνονται από τις ΕΔΑ του ΕΠ Μακεδονίας-Θράκης θα είναι υποστηρικτικές και συμπληρωματικές προς τις ενέργειες επικοινωνίας των φορέων πολιτικής στους αντίστοιχους τομείς. Τέτοιες κατηγορίες κοινών-στόχος είναι ενδεικτικά οι παρακάτω:

Στον τομέα της Έρευνας και Τεχνολογικής Ανάπτυξης:

- Επιχειρήσεις και συνεργασίες / δίκτυα / ενώσεις / clusters επιχειρήσεων
- ΑΕΙ, ΤΕΙ, Ερευνητικά Κέντρα, Ινστιτούτα και Εργαστήρια του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα, καθώς και δίκτυα αυτών
- Φορείς ανάπτυξης ή εκκόλαψης της καινοτομίας και των επιχειρήσεων έντασης γνώσης (Τεχνολογικά Πάρκα, Θερμοκοιτίδες κλπ).
- Επιμελητήρια, σύνδεσμοι επιχειρήσεων, χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί και άλλοι φορείς με συναφείς δραστηριότητες.

Στον τομέα της Ενίσχυσης της Επιχειρηματικότητας:

- Επιχειρήσεις και συνεργασίες / δίκτυα / clusters επιχειρήσεων, με έμφαση στις ΜΜΕ στους τομείς της μεταποίησης, του τουρισμού, του εμπορίου και των υπηρεσιών

- Σύγχρονοι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί και μέσα, που θα συμμετάσχουν στην επενδυτική / επιχειρηματική δραστηριότητα
- Επιμελητήρια, σύνδεσμοι επιχειρήσεων, χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί και άλλοι φορείς με συναφείς δραστηριότητες.

Στον τομέα της Ενέργειας:

- Επιχειρήσεις και σύνδεσμοι ή ενώσεις αυτών που υλοποιούν επενδύσεις στον τομέα της ενέργειας

Στον τομέα της Ψηφιακής Σύγκλισης:

- Επιχειρήσεις και σύνδεσμοι ή ενώσεις αυτών που δραστηριοποιούνται στον κλάδο των Τεχνολογιών Πληροφορικής & Επικοινωνιών
- Επιστημονικοί σύλλογοι και οργανώσεις στον κλάδο των Τεχνολογιών Πληροφορικής & Επικοινωνιών
- Φορείς της Τοπικής Αυτοδιοίκησης που είναι δυνητικοί δικαιούχοι των δράσεων του ΕΠ «Ψηφιακή Σύγκλιση»

Για τα μεγάλα έργα στη Θεσσαλονίκη:

- Το σύνολο της τοπικής κοινωνίας, που επωφελείται από τα μεγάλα έργα και στο οποίο η κατασκευή των έργων προκαλεί όχληση
- Οι επισκέπτες της πόλης, Έλληνες και μη, που αποτελούν δυνητικά πολλαπλασιαστές πληροφόρησης

2.4.2 Εργαλεία για την υλοποίηση των μέτρων πληροφόρησης ανά κοινό – στόχο.

Στον παρακάτω πίνακα, εκτός από τις ενέργειες που είναι υποχρεωτικές σύμφωνα με τον κανονισμό και έχουν προβλεφθεί και για τις τρεις Περιφέρειες της Χωρικής Ενότητας Μακεδονίας – Θράκης, αναφέρονται και άλλες ενέργειες οι οποίες θα υλοποιηθούν σε κάθε Περιφέρεια ανάλογα με τις ανάγκες, το στοχοθετούμενο κοινό και τα χαρακτηριστικά του προγράμματος.

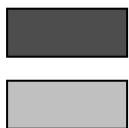
Η εμπειρία που έχει αποκομισθεί από την προηγούμενη περίοδο αναφορικά με την επιλογή και την αποτελεσματικότητα των μέτρων πληροφόρησης ανά κοινό στόχο έχει ληφθεί υπόψη για την κατάρτιση του ακόλουθου Πίνακα. Στον Πίνακα απεικονίζονται οι ενέργειες ανά κοινό-στόχο, όπως προσδιορίστηκε στο Κεφάλαιο 2.2, ο στόχος της κάθε ενέργειας συνοπτικά, καθώς και 2 επίπεδα στοχοθεσίας: η κύρια (ή κύριες) κατηγορία(ες) κοινού στο(α) οποίο(α) απευθύνεται η κάθε ενέργεια και το(α) δευτερεύον(τα) κοινό(ά) στο(α) οποίο(α) απευθύνονται οι ενέργειες, με πιο έμμεσο τρόπο.

| ΕΝΕΡΓΕΙΑ / ΕΡΓΑΛΕΙΟ | | ΚΟΙΝΟ - ΣΤΟΧΟΣ | | | | | | ΣΤΟΧΟΣ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ |
|---------------------|-------------------------------------|----------------------|------------|------------|--------------------|-----|-------------------------|--|
| | | Δυνητικοί δικαιούχοι | Δικαιούχοι | Ευρύ κοινό | Πολλ/στές πληρ/σης | ΜΜΕ | Ειδικές κατ/ρίες κοινού | |
| ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΑ | Εναρκτήρια εκδήλωση | | | | | | | Ενημέρωση για το όραμα, τους στόχους, το περιεχόμενο του νέου Προγράμματος, δημιουργία ενδιαφέροντος, ενίσχυση αναγνωρισιμότητας |
| | Ετήσια εκδήλωση | | | | | | | Διάχυση των ευκαιριών για χρηματοδότηση, ενεργοποίηση δικτύων και τοπικών πληθυσμών |
| | Ανάρτηση σημαίας ΕΕ στις 9-16 Μαΐου | | | | | | | Ενίσχυση εικόνας κύρους ΕΕ, ενίσχυση αναγνωρισιμότητας ΕΕ στη συμμετοχή της στο Πρόγραμμα |
| | Δημοσιοποίηση καταλόγου δικαιούχων | | | | | | | Ενίσχυση διαφάνειας και εξασφάλιση ενημέρωσης του πολίτη και των ΜΜΕ για τους τελικούς αποδέκτες των πόρων και το είδος της επένδυσης |
| | Internet | | | | | | | Εύκολη πρόσβαση και παραλαβή υλικού, διάχυση πληροφόρησης σχετικά με τις ευκαιρίες χρηματοδότησης, την εξέλιξη και τα αποτελέσματα του Προγράμματος, μεγιστοποίηση της διαφάνειας, βασικό εργαλείο επικοινωνίας με δικαιούχους |

| ΕΝΕΡΓΕΙΑ / ΕΡΓΑΛΕΙΟ | | ΚΟΙΝΟ – ΣΤΟΧΟΣ | | | | | | ΣΤΟΧΟΣ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ |
|---|-------------------------|----------------------|------------|------------|--------------------|-----|-------------------------|---|
| | | Δυνητικοί δικαιούχοι | Δικαιούχοι | Ευρύ κοινό | Πολλ/στές πληρ/σης | ΜΜΕ | Ειδικές κατ/ρίες κοινού | |
| ΒΑΣΙΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ (ενδεικτικά και όχι περιοριστικά) | Ημερίδες, συνέδρια, κλπ | | | | | | | Προσωπική επαφή με τις κατηγορίες κοινού και μεγιστοποίηση της ενημέρωσης και της κινητοποίησης, ειδικά των δικτύων και των πολλαπλασιαστών. Διατύπωση και επίλυση προβλημάτων δικαιούχων, ενίσχυση πορείας υλοποίησης των δράσεων του ΕΠ. Δια ζώσης επαφή με ειδικές κατηγορίες κοινού |
| | Συμμετοχή σε Εκθέσεις | | | | | | | Προσωπική επαφή με το ευρύ κοινό και ειδικές κατηγορίες κοινού, καλλιέργεια κλίματος εμπιστοσύνης, επαφή με δυνητικούς δικαιούχους σε κλαδικές εκθέσεις, παροχή ενημέρωσης και κινητοποίηση για αξιοποίηση χρηματοδοτικών ευκαιριών |
| | Direct mail | | | | | | | Απευθείας ενημέρωση για ευκαιρίες και επικαιρότητα του ΕΠ, κινητοποίηση για συμμετοχή, ενεργοποίηση δικτύων |
| | Info Points | | | | | | | Προσωπική επαφή και ενημέρωση του κοινού και ειδικών κατηγοριών κοινού, δημιουργία ενδιαφέροντος |
| | Road Show | | | | | | | Προβολή πορείας υλοποίησης ΕΠ, επαφή με το ευρύ κοινό, διανομή υλικού, προσέλκυση ΜΜΕ |
| | Εκπαιδευτικά σεμινάρια | | | | | | | Υποστήριξη υλοποίησης δράσεων του ΕΠ, κατάρτιση για τις διαδικασίες του ΕΠ, ενημέρωση και κινητοποίηση πολλαπλασιαστών |

| ΕΝΕΡΓΕΙΑ / ΕΡΓΑΛΕΙΟ | | ΚΟΙΝΟ - ΣΤΟΧΟΣ | | | | | | ΣΤΟΧΟΣ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ |
|---|--------------------------------------|----------------------|------------|------------|--------------------|-----|-------------------------|--|
| | | Δυνητικοί δικαιούχοι | Δικαιούχοι | Ευρύ κοινό | Πολλ/στές πληρ/σης | ΜΜΕ | Ειδικές κατ/ρίες κοινού | |
| ΒΑΣΙΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ (ενδεικτικά και όχι περιοριστικά) | Newsletter | | | | | | | Πληροφόρηση για την εξέλιξη των δράσεων του ΕΠ, κινητοποίηση των ΜΜΕ, επαφή με ειδικές κατηγορίες κοινού, ανάλογα με τη θεματολογία |
| | Συναντήσεις εργασίας | | | | | | | Υποστήριξη υλοποίησης δράσεων του ΕΠ, ενημέρωση για την επικαιρότητα της υλοποίησης του ΕΠ, για τις διαδικασίες του ΕΠ, επίλυση προβλημάτων |
| | Έντυπα κύρους | | | | | | | Ενίσχυση αναγνωρισιμότητας, δημιουργία εικόνας κύρους, καλλιέργεια κλίματος αξιοπιστίας |
| | Ενημερωτικά φυλλάδια | | | | | | | Ενημέρωση για την πορεία υλοποίησης του ΕΠ, δημιουργία κλίματος διαφάνειας, κινητοποίηση για αξιοποίηση ευκαιριών |
| | Έντυπο υποστηρικτικό/βοηθητικό υλικό | | | | | | | Υποστήριξη για βελτιστοποίηση των διαδικασιών υλοποίησης του ΕΠ, ενημέρωση για διάχυση της πληροφόρησης |
| | Συνεντεύξεις Τύπου | | | | | | | Ενημέρωση των ΜΜΕ για την πορεία υλοποίησης και τα αποτελέσματα/ωφέλειες του ΕΠ, καλλιέργεια κλίματος εμπιστοσύνης και δημιουργία ενδιαφέροντος για διάχυση της πληροφόρησης |
| | Ομάδες στοχευμένης προσέγγισης | | | | | | | Εκ του σύνεγγυς υποστήριξη και ενημέρωση ειδικών κατηγοριών δυνητικών δικαιούχων και κοινού, εξασφάλιση διαφάνειας |

| ΕΝΕΡΓΕΙΑ / ΕΡΓΑΛΕΙΟ | | ΚΟΙΝΟ – ΣΤΟΧΟΣ | | | | | | ΣΤΟΧΟΣ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ |
|---|---------------------|----------------------|------------|------------|--------------------|-----|-------------------------|---|
| | | Δυνητικοί δικαιούχοι | Δικαιούχοι | Ευρύ κοινό | Πολλ/στές πληρ/σης | ΜΜΕ | Ειδικές κατ/ρίες κοινού | |
| ΒΑΣΙΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ (ενδεικτικά και όχι περιοριστικά) | Τηλεόραση | | | | | | | <p>Προβολή του οράματος, των δράσεων του έργου και των αποτελεσμάτων του ΕΠ, του ρόλου της ΕΕ, καθώς και του οφέλους που προκύπτει για τον πολίτη, και συμπληρωματικά για όλα τα κοινά- στόχος. Διάχυση πληροφόρησης για το έργο, την πορεία, τις δράσεις και τα επιτεύγματα του ΕΠ με χρήση εναλλακτικών καναλιών & μέσων, τμηματοποιώντας τα κοινά – στόχος. Χρηστική δημοσιότητα για τις χρηματοδοτικές ευκαιρίες του ΕΠ. Προσέλκυση ΜΜΕ και δημιουργία ενδιαφέροντος. Ενημέρωση όλων των κατηγοριών κοινού- στόχος, εξασφάλιση διαφάνειας. Ενίσχυση αναγνωρισιμότητας ΕΠ και ΕΕ, ενίσχυση εικόνας κύρους και αξιοπιστίας.</p> <p>Χρήση σύγχρονων και πρωτότυπων μέσων προβολής, δημιουργία ενδιαφέροντος και θετικού κλίματος απέναντι στο ευρύ κοινό</p> <p>Αποτύπωση υφιστάμενης κατάστασης και εικόνας του ΕΠ και της ΕΕ στην κοινή γνώμη, κατανόηση των εκάστοτε τάσεων, δυνατοτήτων και αδυναμιών της επικοινωνίας και της ενημέρωσης, με στόχο την παρέμβαση και την εφαρμογή διορθωτικών κινήσεων για την επίλυση πιθανών προβλημάτων και τη μεγιστοποίηση της αποτελεσματικότητας</p> |
| | Ραδιόφωνο | | | | | | | |
| | Τύπος | | | | | | | |
| | Εξωτερική διαφήμιση | | | | | | | |
| | Νέα μέσα | | | | | | | |
| | Έρευνες κοινού | | | | | | | |



Πρωτεύον κοινό

Δευτερεύον κοινό

2.4.3 Τεκμηρίωση χρήσης βασικών επικοινωνιακών εργαλείων

Internet

Το διαδίκτυο αποτελεί το βασικό επικοινωνιακό εργαλείο για τη Διαχειριστική Αρχή καθ' όλη τη διάρκεια της τρέχουσας προγραμματικής περιόδου.

Για τους πολίτες (ιδιώτες), ειδικές ομάδες πληθυσμού και επιχειρήσεις αποτελεί την έγκαιρη και έγκυρη πηγή πληροφόρησης σχετικά με τις ευκαιρίες που τους δίνονται από το ΕΠ για χρηματοδότηση, εύρεση εργασίας, εκπαίδευση, παροχή κοινωνικών υπηρεσιών σε ειδικές ανάγκες τους και στην πληροφόρηση τους για τα αναπτυξιακά έργα, σε τοπικό, εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο. Επιπλέον, για το ευρύ κοινό, αποτελεί αποτελεσματικό μέσο ενημέρωσης για την πορεία υλοποίησης του Προγράμματος. Παράλληλα δε αποτελεί σημαντική πηγή άντλησης πληροφοριών για τα ΜΜΕ.

Για τους δυνητικούς δικαιούχους αποτελεί το βασικό αγωγό παροχής πληροφορίας, υποδειγμάτων και οδηγιών ενώ για τους πολίτες (ως δυνητικοί δικαιούχοι) αποτελεί εύκολη και γρήγορη μέθοδο παροχής «χρηστικής» πληροφόρησης με στόχο την εκμετάλλευση των χρηματοδοτικών ευκαιριών που προσφέρει το Πρόγραμμα.

Στην ιστοσελίδα του ΕΠ θα περιλαμβάνονται λεπτομερής παρουσίαση του Προγράμματος, οδηγίες διαχείρισης των έργων, λεπτομέρειες για τις διαδικασίες υλοποίησης του προγράμματος, θεσμικό πλαίσιο, προκηρύξεις Δικαιούχων, καλές πρακτικές, σύνδεσμοι με χρήσιμες ιστοσελίδες τόσο της Ε.Ε. (Διαρθρωτικά Ταμεία, Θεσμικά όργανα κλπ) όσο και άλλων Εθνικών Φορέων και Οργανισμών, κ.α.

Η ιστοσελίδα του Επιχειρησιακού Προγράμματος αποτελεί ένα ενιαίο σύνολο, με κοινές αρχές στην εισαγωγή, προβολή και ταξινόμηση του περιεχομένου της αλλά δίνοντας παράλληλα δυνατότητες

παραμετροποίησης των απαραίτητων ιστοσελίδων αναλόγως των ιδιαιτεροτήτων και απαιτήσεων κάθε διοικητικής Περιφέρειας.

Οι Υπεύθυνοι Δημοσιότητας των τριών ΕΔΑ του ΕΠ Μακεδονίας-Θράκης αναλαμβάνουν την ευθύνη διαχείρισης του περιεχομένου της ιστοσελίδας του ΕΠ. Το συντονισμό της διαχείρισης του ιστοτόπου έχει η Εθνική Αρχή Συντονισμού. Η γενική εικόνα θα είναι ομοιογενής και πλήρης καθώς η ανάρτηση περιεχομένου θα γίνεται σε ενιαία ιστοσελίδα με κοινά χαρακτηριστικά (look & feel).

Για το τρέχον έτος όλα τα ΕΠ θα προβληθούν άμεσα μέσω της ιστοσελίδας www.espa.gr ως υποσέλιδα.

Η ηλεκτρονική παροχή ενημέρωσης αποτελεί εργαλείο που συμπληρωματικά χρησιμοποιείται στο σύνολο των εργαλείων που παρουσιάζονται παρακάτω.

Ημερίδες, Συνέδρια, κλπ

Οι ενημερωτικές εκδηλώσεις, η διοργάνωση Ημερίδων ή Συνεδρίων εξασφαλίζουν την προσωπική επαφή με το κοινό-στόχος και λειτουργούν συμπληρωματικά στις υπόλοιπες δράσεις επικοινωνίας, ως προωθητικές και υποστηρικτικές ενέργειες. Στην περίπτωση των δικαιούχων, οι πάσης φύσεως ενημερωτικές εκδηλώσεις είναι καίριας σημασίας, διότι προσφέρουν την ευκαιρία στο κοινό-στόχος να διατυπώσει τους προβληματισμούς και τις απορίες του, στις οποίες δίνονται απαντήσεις άμεσα και κατανοητά. Επίσης, οι εκδηλώσεις αυτές είναι εξαιρετικά χρήσιμες στην περίπτωση των πολλαπλασιαστών πληροφόρησης: η ενημέρωσή τους γίνεται σε διαφορετικό επίπεδο από την ενημέρωση των άμεσων κοινών-στόχος, δεδομένου ότι καλούνται στη συνέχεια να μεταδώσουν οι ίδιοι την πληροφορία προς τα κοινά ευθύνης τους. Ως εκ τούτου, η προσωπική επαφή με τους πολλαπλασιαστές πληροφόρησης είναι συνήθως η προτιμώμενη μέθοδος επικοινωνίας, καθότι με τον τρόπο αυτόν καλλιεργείται κλίμα εμπιστοσύνης και κινητοποίησης για τη διάχυση της ενημέρωσης. Τέλος, η διενέργεια ενημερωτικών εκδηλώσεων είναι μία από τις πλέον ενδεδειγμένες ενέργειες για την προσέλκυση και την ενεργοποίηση των ειδικών ομάδων κοινού, όπως είναι οι κοινωνικοί και

οικονομικοί εταίροι, τα εκπαιδευτικά ιδρύματα, οι σύλλογοι κλαδικών επαγγελμάτων (π.χ. μηχανικοί, ξενοδόχοι, κλπ), καθώς και ομάδες δυνητικών δικαιούχων ανά τομέα παρέμβασης του Προγράμματος (υποδομές εκπαίδευσης, πολιτισμού, τουρισμού, κλπ).

Συμμετοχή σε Εκθέσεις

Η συμμετοχή σε Εκθέσεις γενικού ενδιαφέροντος, όπως είναι η Διεθνής Έκθεση Θεσσαλονίκης, αποτελεί σημαντική ευκαιρία άμεσης επαφής με το ευρύ κοινό. Η επαφή αυτή προσδίδει κύρος και αξιοπιστία σ' αυτόν που επικοινωνεί καθώς και στο προϊόν που επικοινωνεί. Επίσης, ευκαιρία άμεσης επικοινωνίας με το ευρύ κοινό αποτελεί η συμμετοχή σε θεματικές εκθέσεις (αγροτικού, επιχειρηματικού, τουριστικού, κλπ ενδιαφέροντος), όπου πλέον στο ευρύ κοινό προστίθενται ως ειδικές ομάδες-στόχος οι δυνητικοί δικαιούχοι (ανά θεματική ενότητα) και οι συλλογικοί φορείς τους ως πολλαπλασιαστές πληροφόρησης, με αποτέλεσμα την αναγκαιότητα για εξειδίκευση του περιεχομένου της ενημέρωσης.

Info points

Δημιουργία stands με πληροφοριακό υλικό, ενδεχομένως εντός του ΚΕΠ του Δήμου. Το μέτρο αναμένεται να συμβάλλει σημαντικά στη διάχυση της πληροφόρησης στο ευρύ κοινό, καθώς τα ΚΕΠ αποτελούν εξαιρετικά δημοφιλείς κόμβους εξυπηρέτησης και ενημέρωσης του κοινού.

Εκπαιδευτικά Σεμινάρια

Απευθύνονται κυρίως στους δικαιούχους, με σκοπό την σωστή κατάρτιση και εκπαίδευσή τους σε θέματα γύρω από το επιχειρησιακό πρόγραμμα και τις διαδικασίες εφαρμογής του. Επίσης, χρησιμοποιείται (όπως και οι εκδηλώσεις που παρουσιάζονται παραπάνω) με κατάλληλα προσαρμοσμένο τρόπο, για τους πολλαπλασιαστές πληροφόρησης. Πρόκειται για μία ενέργεια που απευθύνεται κατ' εξοχήν στις ειδικές θεματικές ομάδες-στόχος, ανάλογα με το είδος των έργων που υλοποιούν (υποδομές μεταφορών, εκπαίδευσης, πολιτισμού, περιβάλλοντος, τουρισμού, κλπ).

Αποστολές Υλικού - Direct Mail – Email

Αφορά μαζικές αποστολές έντυπου ή ηλεκτρονικού υλικού προς προεπιλεγμένα στοχοθετούμενα κοινά, για ενημέρωση και κινητοποίηση για συμμετοχή. Χρησιμοποιείται ευρέως στην περίπτωση των πολλαπλασιαστών πληροφόρησης και των δυνητικών δικαιούχων, ιδιαίτερα στην περίπτωση δράσεων και θεματικών κατηγοριών του Προγράμματος όπου οι κατηγορίες στοχοθετούμενου κοινού είναι ορισμένες. Επί παραδείγματι, ομαδοποιημένες αποστολές πληροφοριών και υλικού δύνανται να σταλούν σε συγκεκριμένες κατηγορίες δυνητικών δικαιούχων με την προκήρυξη πρόσκλησης – κατά τη δεύτερη φάση επικοινωνίας – με στόχο τη μεγιστοποίηση της συμμετοχής τους εν’ όψει υποβολής προτάσεων.

Συνεντεύξεις Τύπου

Η διενέργεια συνεντεύξεων Τύπου αποτελεί εργαλείο ενημέρωσης και κινητοποίησης για τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας ως πολλαπλασιαστής πληροφόρησης. Σε συνδυασμό με την τακτική ενεργοποίηση του δικτύου δημοσιογράφων αποτελεί χρήσιμο εργαλείο για τη δημιουργία κλίματος εμπιστοσύνης προς τα ΜΜΕ και «θετικής» στάσης απέναντι στο Πρόγραμμα και τους φορείς που εμπλέκονται στη διαχείριση και υλοποίησή του.

Road show

Χρησιμοποιείται συνδυαστικά ως μέσο προβολής της πορείας υλοποίησης του Επιχειρησιακού Προγράμματος, αποσκοπώντας στην διάδοση πληροφοριών κυρίως προς το ευρύ κοινό. Αποτελεί εργαλείο επικοινωνίας ιδιαίτερα αποτελεσματικό, καθώς προσελκύει τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας.

Newsletters

Τα ενημερωτικά δελτία αποτελούν μία σταθερή περιοδική πηγή πληροφόρησης στην οποία είναι δυνατόν να ανατρέξει το κοινό ή τα ΜΜΕ για να παρακολουθούν την εξέλιξη του Προγράμματος. Η ιστοσελίδα μπορεί επίσης να φιλοξενεί ηλεκτρονικές εκδόσεις των ενημερωτικών δελτίων στις οποίες ανάλογα με τη δομή του portal μπορούν να εγγραφούν συνδρομητές.

Συναντήσεις εργασίας

Πρόκειται για ένα εργαλείο διάχυσης της πληροφόρησης που λειτουργεί με τον ίδιο τρόπο που λειτουργούν οι ενημερωτικές εκδηλώσεις, Ημερίδες, κλπ όταν απευθύνεται στους δικαιούχους. Οι συναντήσεις εργασίας είναι κρίσιμης σημασίας όταν απευθύνονται στα μέλη των δικτύων, για την ορθή λειτουργία των δικτύων, με στόχο τη μεγιστοποίηση της επικοινωνίας και την εγκυρότητά της.

Ενημερωτικοί Οδηγοί

Ανάλογα με το κοινό-στόχος, παρέχει εξειδικευμένες οδηγίες προς δυνητικούς δικαιούχους για το πώς θα συμμετάσχουν σε δράσεις του Προγράμματος, προς δικαιούχους για να τους υποστηρίξει στην υλοποίηση των έργων ή των δράσεών τους. Σκόπιμο είναι οι οδηγοί να είναι γραμμένα με απλό και κατανοητό τρόπο και να αναρτώνται στην επίσημη ιστοσελίδα της Ενδιάμεσης Διαχειριστικής Αρχής. Σε κάθε περίπτωση η παραγωγή (και διάχυση) ενημερωτικών οδηγών είναι μία ενέργεια στοχοθετημένη προς ειδικές ομάδες κοινού, καθώς οι διαδικασίες και το θεσμικό πλαίσιο διαφέρουν ανά είδος παρέμβασης.

Ενημερωτικά Φυλλάδια / Έντυπα κύρους

Τα ενημερωτικά φυλλάδια παράγονται κατά τρόπο τακτικό και επαναλαμβανόμενο και παρέχουν πληροφορίες σχετικά με την πορεία υλοποίησης των δράσεων του Προγράμματος προς το ευρύ κοινό. Η παραγωγή εντύπων κύρους για το Πρόγραμμα, το περιεχόμενό του και τις διαδικασίες υλοποίησής του αποτελεί επίσης εργαλείο επικοινωνίας προς το ευρύ κοινό. Πρόκειται για ενέργεια η οποία, συνδυαστικά και συμπληρωματικά με τις υπόλοιπες ενέργειες άμεσης επικοινωνίας, ιδιαίτερα κατά την Α' φάση επικοινωνίας, προσδίδει αναγνωρισιμότητα και αξιοπιστία στο Πρόγραμμα και στην Ευρωπαϊκή Ένωση που συγχρηματοδοτεί τις παρεμβάσεις του. Το έντυπο κύρους επανεκδίδεται σε επόμενη φάση, αποτυπώνοντας πλέον τα αποτελέσματα από την ολοκλήρωση των δράσεων του Προγράμματος και τις ωφέλειες που απορρέουν από αυτές.

Τηλεόραση

Μέσο που εξασφαλίζει ευρεία ενημέρωση σε τοπικό ή εθνικό επίπεδο με βάση κατάλληλο διαφημιστικό προγραμματισμό. Εκτός από την καθαρά

διαφημιστική χρήση της τηλεόρασης, χρησιμοποιείται ως επικοινωνιακό μέσο με την προσέλκυση δημοσιογράφων για τη δημιουργία ρεπορτάζ ή ντοκυμαντέρ ή με τη συμμετοχή σε τηλεοπτικές εκπομπές διαλόγου.

Ραδιόφωνο

Μέσο που εξασφαλίζει ευρεία ενημέρωση σε τοπικό ή εθνικό επίπεδο με βάση κατάλληλο διαφημιστικό προγραμματισμό. Εκτός από την καθαρά διαφημιστική χρήση του ραδιοφώνου, χρησιμοποιείται ως επικοινωνιακό μέσο με την προσέλκυση δημοσιογράφων για τη δημιουργία ρεπορτάζ ή με τη συμμετοχή σε ραδιοφωνικές εκπομπές διαλόγου.

Τύπος

Μέσο που εξασφαλίζει ευρεία προβολή, σε εθνικό ή τοπικό επίπεδο. Μπορεί να αξιοποιηθεί μέσω καταχωρήσεων ή και μέσω αφιερωμάτων, συνεντεύξεων και σχετικής αρθρογραφίας. Επίσης, εξαιρετικά αποτελεσματική είναι η χρήση του κλαδικού Τύπου (οικονομικός, περιοδικός Τύπος εκπαιδευτικών, μηχανικών, κλπ) για την προσέγγιση και την ενημέρωση πολλαπλασιαστών πληροφόρησης και ειδικών ομάδων-στόχους.

Εξωτερική διαφήμιση

Η διαφήμιση outdoor είναι επίσης ένα μέσο που εξασφαλίζει ευρεία προβολή, σε τοπικό επίπεδο. Παρά το γεγονός ότι η αποτελεσματικότητά της μπορεί να μετρηθεί μόνο με έρευνα, θεωρείται ως ένα από τα πιο αποτελεσματικά μέσα προβολής, ιδιαίτερα στους αστικούς χώρους.

Νέα μέσα

Η χρήση νέων μέσων άμεσης επικοινωνίας (above the line) προσδίδει πρωτοτυπία στην επικοινωνία, γεγονός που καλλιεργεί θετικό κλίμα απέναντι στο ευρύ κοινό. Ενδεικτικά αναφέρεται η χρήση κινητών μέσων προβολής (σήμανση αστικού λεωφορείου, ταξί, κλπ).

Ομάδες στοχευμένης προσέγγισης

Συγκρότηση ειδικών ομάδων, στελεχών των Ε.Δ.Α. και εκπροσώπων φορέων για την ενημέρωση δυνητικών δικαιούχων καθώς και συγκεκριμένων ομάδων – στόχου με κατά τόπους επισκέψεις, π.χ. σε

ορεινές μειονεκτικές περιοχές. Το μέτρο αυτό αποτελεί καινοτομία και θεωρείται κρίσιμο λόγω των ιδιαίτερων γεωγραφικών και κοινωνικο-οικονομικών συνθηκών σε κάθε διοικητική Περιφέρεια.




Σε όλα τα παραπάνω μέσα επιβάλλεται η χρήση γλώσσας και σύνταξης απλής και κατανοητής από τον μέσο αποδέκτη της επικοινωνίας, αποφεύγοντας την «ξύλινη» γραφειοκρατική διατύπωση που αποθαρρύνει τον αναγνώστη. Η προσέγγιση αυτή, όπως έχει αναφερθεί και παραπάνω, αποτελεί **στρατηγική επιλογή**.

Επίσης σε όλες τις δημοσιεύσεις, ανακοινώσεις, εκδόσεις θα περιλαμβάνονται στοιχεία του φορέα, ο οποίος είναι υπεύθυνος για την πληροφόρηση των ενδιαφερομένων.

2.4.4 Χρονοδιάγραμμα υλοποίησης επικοινωνιακών ενεργειών

Συμπληρωματικά με τον Πίνακα χρονοδιαγράμματος των Φάσεων Επικοινωνίας του Κεφαλαίου 2.4.1, παρατίθεται διάγραμμα χρονικής κατανομής των επιλεγμένων ενεργειών που έχουν προβλεφθεί για το ΕΠ Μακεδονίας – Θράκης, και οι οποίες θα υλοποιηθούν από κάθε ΕΔΑ ανάλογα με το περιεχόμενο, την εξέλιξη και τις επικοινωνιακές ανάγκες του Προγράμματος. Στον Πίνακα εμφανίζεται η αυξομείωση της έντασης με την οποία θα υλοποιούνται οι ενέργειες επικοινωνίας ανά φάση.

| ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ | ΦΑΣΕΙΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ | | |
|--------------------------------|--|---------|---------|
| | Α΄ ΦΑΣΗ | Β΄ ΦΑΣΗ | Γ΄ ΦΑΣΗ |
| Τηλεόραση | [Progress bar with segments of light, medium, and dark gray] | | |
| Ραδιόφωνο | [Progress bar with segments of light, medium, and dark gray] | | |
| Τύπος | [Progress bar with segments of light, medium, and dark gray] | | |
| Συνεντεύξεις Τύπου | [Progress bar with segments of light, medium, and dark gray] | | |
| Εξωτερική Διαφήμιση | [Progress bar with segments of light, medium, and dark gray] | | |
| Νέα Μέσα | [Progress bar with segments of light, medium, and dark gray] | | |
| Ομάδες Στοχευμένης Προσέγγισης | [Progress bar with segments of light, medium, and dark gray] | | |

-  Μικρή ένταση
-  Μέτρια ένταση
-  Μεγάλη ένταση

2.5 Ενδεικτικός προϋπολογισμός για την υλοποίηση του επικοινωνιακού σχεδίου

Ο συνολικός ενδεικτικός προϋπολογισμός των μέτρων και δράσεων Πληροφόρησης και Δημοσιότητας του ΕΠ Μακεδονία - Θράκη για το σύνολο της περιόδου 2007-2013 ανέρχεται στο ύψος των 22.400.000 €.

Παρακάτω παρατίθενται Πίνακες με κατανομές προϋπολογισμών ανά κατηγορία ενεργειών.

Ως **«ΜΜΕ»** αναφέρονται ενδεικτικά οι ενέργειες προβολής και ενημέρωσης στα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας, όπως η μετάδοση μηνυμάτων στην τηλεόραση και το ραδιόφωνο, η καταχώρηση διαφημίσεων και δημοσιεύσεων σε έντυπα μέσα, η εξωτερική διαφήμιση (outdoor), οι διαφημιστικές εκστρατείες internet, καθώς και όλες οι παραγωγές που σχετίζονται με αυτές τις ενέργειες (σποτ, μακέτες, κλπ)

Ως **«Πρωθητικές Ενέργειες»** αναφέρονται ενδεικτικά όλες οι πρωθητικές εκδηλώσεις (ημερίδες, συναντήσεις εργασίες, direct mail, CD-Rom, φυλλάδια, banners, roadshows, κλπ) καθώς και όλες οι παραγωγές που σχετίζονται με αυτές τις ενέργειες)

Ως **«Άλλες Ενέργειες»** αναφέρονται ενδεικτικά η διενέργεια ερευνών κοινής γνώμης, η δημιουργία και λειτουργία portals για την προβολή και την ενημέρωση μέσω διαδικτύου, η δημιουργία φωτογραφικού αρχείου σε ψηφιακή μορφή για τη χρήση του σε πάσης φύσεως ενέργειες προβολής, η δημιουργία και λειτουργία του Γραφείου Ενημέρωσης, κλπ.

Πιο αναλυτικά, ο συνολικός ενδεικτικός προϋπολογισμός δράσεων δημοσιότητας και πληροφόρησης του Άξονα 10.1, «Τεχνική Υποστήριξη Εφαρμογής» του Προγράμματος κατανέμεται ως εξής:

| Ενέργειες | Κατανομή του συνόλου του προϋπολογισμού για την Πληροφόρηση και τη Δημοσιότητα ανά κατηγορία ενεργειών | | |
|-----------------------------|--|---------------------|-------------------------|
| | Δημόσια Δαπάνη | Κοινοτική Συμμετοχή | Ποσοστό επί του συνόλου |
| ΜΜΕ | 11.200.000 | 9.072.000 | 70% |
| Πρωθητικές Ενέργειες | 3.200.000 | 2.592.000 | 20% |
| Άλλες ενέργειες | 1.600.000 | 1.296.000 | 10% |
| Σύνολο | 16.000.000 | 12.960.000 | 100% |

Το ποσοστό κοινοτικής συγχρηματοδότησης στον άξονα προτεραιότητας 10.1 ανέρχεται στο 81%.

Ο συνολικός ενδεικτικός προϋπολογισμός δράσεων δημοσιότητας και πληροφόρησης του Άξονα 10.2, «Τεχνική Υποστήριξη Εφαρμογής» του Προγράμματος κατανέμεται ως εξής:

| Ενέργειες | Κατανομή του συνόλου του προϋπολογισμού για την Πληροφόρηση και τη Δημοσιότητα ανά κατηγορία ενεργειών | | |
|-----------------------------|--|---------------------|-------------------------|
| | Δημόσια Δαπάνη | Κοινοτική Συμμετοχή | Ποσοστό επί του συνόλου |
| ΜΜΕ | 800.000 | 648.000 | 33% |
| Πρωθητικές Ενέργειες | 1.000.000 | 810.000 | 42% |
| Άλλες ενέργειες | 600.000 | 486.000 | 25% |
| Σύνολο | 2.400.000 | 1.944.000 | 100% |

Το ποσοστό κοινοτικής συγχρηματοδότησης στον άξονα προτεραιότητας 10.2 ανέρχεται στο 81%.

Ο συνολικός ενδεικτικός προϋπολογισμός δράσεων δημοσιότητας και πληροφόρησης του Άξονα 10.3, «Τεχνική Υποστήριξη Εφαρμογής» του Προγράμματος κατανέμεται ως εξής:

| Ενέργειες | Κατανομή του συνόλου του προϋπολογισμού για την Πληροφόρηση και τη Δημοσιότητα ανά κατηγορία ενεργειών | | |
|-----------------------------|--|---------------------|-------------------------|
| | Δημόσια Δαπάνη | Κοινοτική Συμμετοχή | Ποσοστό επί του συνόλου |
| ΜΜΕ | 1.500.000 | 1.275.000 | 37,5% |
| Πρωθητικές Ενέργειες | 1.500.000 | 1.275.000 | 37,5% |
| Άλλες ενέργειες | 1.000.000 | 850.000 | 25% |
| Σύνολο | 4.000.000 | 3.400.000 | 100% |

Το ποσοστό κοινοτικής συγχρηματοδότησης στον άξονα προτεραιότητας 10.2 ανέρχεται στο 85%.

Συνολικά, η κατανομή του ενδεικτικού προϋπολογισμού για την Πληροφόρηση και Δημοσιότητα του Επιχειρησιακού Προγράμματος Μακεδονία - Θράκη συνοψίζεται στον πίνακα που ακολουθεί:

| Ενέργειες | Κατανομή του συνόλου του προϋπολογισμού για την Πληροφόρηση και τη Δημοσιότητα ανά κατηγορία ενεργειών | | |
|-----------------------------|--|---------------------|-------------------------|
| | Δημόσια Δαπάνη | Κοινοτική Συμμετοχή | Ποσοστό επί του συνόλου |
| ΜΜΕ | 13.500.000 | 11.475.000 | 60,27% |
| Πρωθητικές Ενέργειες | 5.700.000 | 4.845.000 | 25,45% |
| Άλλες ενέργειες | 3.200.000 | 2.720.000 | 14,28% |
| Σύνολο | 22.400.000 | 19.040.000 | 100,0% |

2.6 Διοικητικές Υπηρεσίες ή Φορείς Αρμόδιοι για τα Μέτρα Πληροφόρησης και Δημοσιότητας

Στοιχεία επικοινωνίας:

Εθνική Αρχή Συντονισμού, Νίκης 5-7, 10180 Αθήνα Τηλ:210-3332546,
Email:scos@mpec.gr

Ενδιάμεσες Διαχειριστικές Αρχές:

- Υπεύθυνος για την πληροφόρηση και τη δημοσιότητα του προγράμματος για την Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας:

Σπύρος Τσιφτσής, ΠΕΡΙΟΧΗ Ζ.Ε.Π., ΚΟΖΑΝΗ 50100, Τηλ. 2461053911 Fax. 2461053969 email: stsiftsis@mou.gr url : www.pepdym.gr

- Υπεύθυνος για την πληροφόρηση και τη δημοσιότητα για την Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας:

Αντώνης Κρυσταλλίδης, Γεωργικής Σχολής 65, 57001 Θεσσαλονίκη, τηλ. 2313 321715, fax. 2313 321701,-2 email: akristallidis@mou.gr url: www.pepkm.gr

- Υπεύθυνοι για την πληροφόρηση και δημοσιότητα για την Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας & Θράκης είναι οι:

1. Μαρία Βαλασάκη, Ηροδότου 20, 69100 Κομοτηνή, τηλ. 25313 52334, fax: 25310 81601, email: mvalasaki@mou.gr url: www.eydamth.gr

2. Ιωάννης Κεσσανλής, Ηροδότου 20, 69100 Κομοτηνή, τηλ. 25313 52332, fax: 25310 81601, email: ikessanlis@mou.gr url: www.eydamth.gr

Οι υπεύθυνοι δημοσιότητας είναι αρμόδιοι για:

- Τη διαμόρφωση και παρακολούθηση του πλαισίου αρχών πληροφόρησης και δημοσιότητας
- Την παροχή οδηγιών και κατευθύνσεων στους δυνητικούς δικαιούχους του Ε.Π. για θέματα πληροφόρησης και δημοσιότητας
- Την εκπόνηση, παρακολούθηση, την υλοποίηση και την αξιολόγηση του επικοινωνιακού σχεδίου
- Τη μέριμνα για τη συγκέντρωση και διάχυση της πληροφόρησης στους αρμόδιους φορείς, σχετικά με τα θέματα Πληροφόρησης και Δημοσιότητας
- Τη μέριμνα για την τακτική ενημέρωση και επικαιροποίηση του περιεχομένου του δικτυακού τόπου της Ενδιάμεσης Διαχειριστικής Αρχής και τη συνεχή τροφοδότηση με πληροφορίες του δικτυακού τόπου για τις δράσεις που αφορούν τους πολίτες και τις επιχειρήσεις.
- Τη συμμετοχή στο δίκτυο υπευθύνων δημοσιότητας του ΕΣΠΑ που συντονίζει η Εθνική Αρχή Συντονισμού

Οι υπεύθυνοι δημοσιότητας των ΕΔΑ θα είναι σε διαρκή συνεργασία και επαφή μεταξύ τους, για την εξασφάλιση της ομοιογένειας των μηνυμάτων, του ύφους της επικοινωνίας για το Πρόγραμμα, της ενιαίας στρατηγικής προσέγγισης κατ' εφαρμογή των αρχών του Επικοινωνιακού Σχεδίου, καθώς και για το συγχρονισμό των ενεργειών επικοινωνίας. Ένα δεύτερο επίπεδο επίπεδο συνεργασίας θα εξασφαλιστεί σε διαρκή επίσης βάση με την Εθνική Αρχή Συντονισμού, η οποία θα επικουρεί τη συνέργια και συμπληρωματικότητα των ενεργειών, καθώς και την τήρηση των βασικών αρχών που διέπουν το παρόν κείμενο. Τέλος, ένα τρίτο επίπεδο συνεργασίας, οργανικά συνδεδεμένο με τη ραχοκοκαλιά της επικοινωνιακής στρατηγικής, θα εξασφαλιστεί με τις Διαχειριστικές Αρχές των τομεακών Προγραμμάτων (φορείς εθνικών πολιτικών) και με τους Ενδιάμεσους Φορείς, για τη μεγιστοποίηση της αποτελεσματικότητας της επικοινωνίας, την ορθή αξιοποίηση των δικτύων και πολλαπλασιαστών

πληροφόρησης και την αποφυγή επικαλύψεων και αλόγιστης χρήσης των ΜΜΕ. Τις συναντήσεις εργασίας μεταξύ των υπευθύνων δημοσιότητας όλων των παραπάνω φορέων θα συντονίζει η Εθνική Αρχή Συντονισμού.

2.7 Αξιολόγηση

Σύμφωνα με το άρθρο 2 παράγραφος 2 του Κανονισμού (ΕΚ) 1828/2006 το επικοινωνιακό σχέδιο πρέπει να περιλαμβάνει: «ένδειξη του τρόπου με τον οποίο τα μέτρα πληροφόρησης και δημοσιότητας πρέπει να αξιολογούνται όσον αφορά την προβολή και την αναγνωρισιμότητα των επιχειρησιακών προγραμμάτων και του ρόλου που διαδραματίζει η Κοινότητα».

Η διαδικασία της αξιολόγησης έχει στόχο την καλύτερη δυνατή αξιοποίηση των μέτρων Πληροφόρησης και Δημοσιότητας. Η βασική μέτρηση που επιδιώκεται από τη διαδικασία αξιολόγησης είναι ο βαθμός στον οποίο επιτυγχάνονται οι στόχοι αναγνωρισιμότητας και προβολής του Επιχειρησιακού Προγράμματος, του ρόλου της Κοινότητας και της διαφάνειας προς τους δυνητικούς δικαιούχους.

Η αξιολόγηση των επιμέρους ενεργειών γίνεται από τη Διαχειριστική Αρχή 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. Οι ενδεικτικοί δείκτες αξιολόγησης διαχωρίζονται σε δύο κατηγορίες, ως εξής:

Δείκτες Υλοποίησης – οι οποίοι καταγράφουν τις ενέργειες (π.χ. αριθμός ημερίδων, αριθμός τηλεοπτικών σποτ, κλπ)

Δείκτες Αποτελέσματος – οι οποίοι καταγράφουν το αποτέλεσμα των ενεργειών προς τους αποδέκτες ή ωφελούμενους (π.χ. αριθμός συμμετεχόντων σε ημερίδα, μέτρηση τηλεθέασης, κλπ)

Υπάρχουν δυο διαφορετικές μέθοδοι αξιολόγησης: η ποσοτική αξιολόγηση, που βασίζεται κυρίως σε μετρήσεις και στατιστικά στοιχεία και η ποιοτική που βασίζεται σε έρευνες κοινής γνώμης, με ομαδικές ή ατομικές συνεντεύξεις, ερωτηματολόγια κλπ.

Είναι απαραίτητο να συνδυαστούν και οι δυο μέθοδοι για να εξασφαλιστεί η μέγιστη αποτελεσματικότητα του επικοινωνιακού σχεδίου.

Πίνακας δεικτών αξιολόγησης

| Ενέργειες | Δείκτης Υλοποίησης | Δείκτης Αποτελέσματος |
|--|--|--|
| Εκδηλώσεις (ημερίδες, συνέδρια, σεμινάρια, εκθέσεις) | Αριθμός εκδηλώσεων | <ul style="list-style-type: none"> - Αριθμός προσκεκλημένων ανά εκδήλωση - Αριθμός συμμετεχόντων ανά εκδήλωση (σύγκριση μεταξύ προσκεκλημένων και συμμετεχόντων) |
| Συμμετοχή σε Εκθέσεις | Αριθμός συμμετοχών | <ul style="list-style-type: none"> - Αριθμός επισκεπτών |
| Διαφημίσεις σε Τηλεόραση Ραδιόφωνο | <ul style="list-style-type: none"> - Αριθμός τηλεοπτικών και ραδιοφωνικών παραγωγών - Αριθμός διαφημιστικών εκστρατειών | <ul style="list-style-type: none"> - Κάλυψη - Συχνότητα |
| Διαφημίσεις στον Τύπο | <ul style="list-style-type: none"> - Αριθμός καταχωρήσεων - Αριθμός διαφημιστικών εκστρατειών | <ul style="list-style-type: none"> - Κυκλοφορία, - Γεωγραφική κάλυψη - Αναγνωσιμότητα |
| Συνεργασία/δικτύωση με δημοσιογράφους / ΜΜΕ | <ul style="list-style-type: none"> - Αριθμός συνεντεύξεων Τύπου - Αριθμός ενημερωτικών συναντήσεων / εκδηλώσεων - Αριθμός δελτίων Τύπου που απεστάλησαν | <ul style="list-style-type: none"> - Αριθμός εμφανίσεων στον Τύπο και ΜΜΕ, με θεματική αρθρογραφία και επικαιρότητα - Αριθμός δελτίων Τύπου που δημοσιεύτηκαν |
| Ιστοσελίδα | Υλοποίηση και επικαιροποίηση ιστοσελίδας | <ul style="list-style-type: none"> - Αριθμός επισκέψεων - αριθμός χρηστών - Αριθμός εγγεγραμμένων μελών |
| Έντυπο Υλικό (Φυλλάδια, Οδηγοί) | Αριθμός εντύπων που παράχθηκαν | Αριθμός εντύπων που διακινήθηκαν |

Στους παραπάνω δείκτες προστίθενται τουλάχιστον δύο βασικοί **δείκτες επιπτώσεων**, που είναι η **αναγνωρισιμότητα του Προγράμματος** και η **αναγνωρισιμότητα της στήριξης/συμμετοχής της Ευρωπαϊκής Ένωσης** στη χρηματοδότησή του. Οι δείκτες αυτοί ποσοτικοποιούνται με **έρευνες κοινού**. Σε συνεργασία με την Εθνική Αρχή Συντονισμού, οι Ενδιάμεσες Διαχειριστικές Αρχές θα διεξάγουν έρευνες κοινού σε στατιστικό δείγμα της διοικητικής Περιφέρειάς τους, με αποτέλεσμα το

συνολικό στατιστικό δείγμα στη χωρική ενότητα Μακεδονίας-Θράκης να τριπλασιαστεί, δίνοντας έτσι πιο αξιόπιστα αποτελέσματα.

Ως προς το χρόνο, οι έρευνες θα διεξάγονται συντονισμένα και σε κοινό χρόνο από τις Ενδιάμεσες Διαχειριστικές Αρχές, ακολουθώντας τις φάσεις επικοινωνίας ως εξής: η πρώτη έρευνα θα διεξαχθεί μετά την εναρκτήρια δραστηριότητα, κατά τη δεύτερη φάση επικοινωνίας – επί παραδείγματι σε συνέχεια μίας ετήσιας δραστηριότητας – θα διενεργηθεί τουλάχιστον μία έρευνα κοινού, ενώ η τελευταία έρευνα θα γίνει μετά την ολοκλήρωση των επικοινωνιακών ενεργειών προς το ευρύ κοινό που περιλαμβάνονται στην τρίτη φάση επικοινωνίας. Ο συντονισμός της διεξαγωγής των ερευνών θα γίνεται από την Εθνική Αρχή Συντονισμού ώστε οι χρόνοι υλοποίησης να συμπίπτουν και να ακολουθούν κοινές σημαντικές επικοινωνιακές δραστηριότητες των Ενδιάμεσων Διαχειριστικών Αρχών, με στόχο την οικοδόμηση ομοειδών συμπερασμάτων για την επικοινωνία του Επιχειρησιακού Προγράμματος Μακεδονίας-Θράκης.

Ως προς τον τρόπο, τα ερωτηματολόγια των ερευνών θα περιλαμβάνουν έναν κοινό κορμό που θα αφορά μεταξύ άλλων την αναγνωρισιμότητα του ΕΠ Μακεδονίας-Θράκης και την αναγνωρισιμότητα της στήριξης/συμμετοχής της Ευρωπαϊκής Ένωσης στη χρηματοδότησή του. Με τον τρόπο αυτόν, θα διεξάγονται συμπεράσματα για την επικοινωνία του Προγράμματος τα οποία θα επανατροφοδοτούν την επικοινωνιακή στρατηγική για το Πρόγραμμα. Πέραν του βασικού κορμού οι Ενδιάμεσες Διαχειριστικές Αρχές θα έχουν τη δυνατότητα, μέσω της εκάστοτε έρευνας, να αποκομίζουν γνώση για τη στάση του κοινού της Περιφέρειάς τους απέναντι στην ποιότητα, το είδος και το περιεχόμενο της πληροφόρησης που χρησιμοποιούν για να καλύψουν τους επικοινωνιακούς στόχους της ενιαίας στρατηγικής του Προγράμματος. Με δεδομένη την ιδιαιτερότητα του κοινού σε κάθε μία ξεχωριστή διοικητική Περιφέρεια, λόγω διακριτών κοινωνικών, πολιτισμικών και οικονομικών χαρακτηριστικών, οι έρευνες κοινού θα παρέχουν πολύτιμες πληροφορίες για την επιλογή των επικοινωνιακών ενεργειών ανά φάση, την έντασή τους ανάλογα με τη χρονική συγκυρία υλοποίησης του Προγράμματος, καθώς και τη διόρθωση – κάθε φορά – των ενεργειών που απευθύνονται σε ειδικές ομάδες-στόχο. Με την επικουρία της Εθνικής Αρχής Συντονισμού, οι παραπάνω

πληροφορίες – και του βασικού κοινού κορμού αλλά και των επιμέρους συμπερασμάτων – θα συνθέτουν κάθε φορά την επικοινωνιακή «τοποθέτηση» του Προγράμματος Μακεδονίας-Θράκης, καλύπτοντας τα χαρακτηριστικά του κοινού-στόχου και στις τρεις διοικητικές Περιφέρειες.

Επίσης, θα παρακολουθείται η τήρηση των δεσμεύσεων σχετικά με τα μέτρα δημοσιότητας εκ μέρους των Δικαιούχων (τοποθέτηση πινακίδων στα εργοτάξια, αναμνηστικών πλακών με την περάτωση των έργων κλπ).

Οι Ενδιάμεσες Διαχειριστικές Αρχές σε συντονισμό με την Εθνική Αρχή Συντονισμού θα αξιολογούν τακτικά την υλοποίηση των δράσεων πληροφόρησης και δημοσιότητας. Η αξιολόγηση των δράσεων θα δίνει την δυνατότητα σε περαιτέρω εξειδίκευση των ομάδων στόχου, του περιεχομένου των δράσεων, την προώθηση και αξιοποίηση ορισμένων επικοινωνιακών εργαλείων.