

**ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΥ  
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΚΑΙ  
ΘΡΑΚΗΣ**

**ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ  
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ  
ΚΑΙ ΘΡΑΚΗΣ 2014-2020**

**ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ**

**ΙΟΥΝΙΟΣ 2015**



## Περιεχόμενα

1. Γενικά .....	3
2. Στρατηγική Επικοινωνίας .....	5
2.1 Στόχοι επικοινωνίας .....	5
2.2 Στοχοθετούμενο κοινό .....	6
3. Μέθοδος Επικοινωνίας .....	10
3.1 Γενικές στρατηγικές κατευθύνσεις .....	10
3.2 Ειδικές στρατηγικές κατευθύνσεις.....	11
3.3 Επιλογή Μέσων Επικοινωνίας.....	12
3.4 Υποχρεωτικές Δράσεις Επικοινωνίας.....	16
3.5 Ευθύνες των δικαιούχων.....	17
4. Ενδεικτικός προϋπολογισμός.....	19
5. Συνεργασία εντός της υπηρεσίας – Συνεργασία με άλλους εμπλεκόμενους φορείς ....	19
6. Αξιολόγηση.....	22
7. Ετήσια επικαιροποίηση δράσεων πληροφόρησης και επικοινωνίας.....	25
7.1 Προγραμματισμός δράσεων πληροφόρησης και επικοινωνίας έτους 2015.....	26

## 1. Γενικά

Σύμφωνα με το άρθρο 116 του Κανονισμού 1303/2013 «Το κράτος-μέλος ή οι διαχειριστικές αρχές καταρτίζουν στρατηγική επικοινωνίας για κάθε επιχειρησιακό πρόγραμμα. 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».

Παράλληλα, όπως απορρέει από το Κανονισμό, 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, κύρια ευθύνη της Διαχειριστικής Αρχής του Ε.Π. ΠΑΜΘ είναι 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.

Για τον λόγο αυτό, η κατάρτιση της παρούσας στρατηγικής της επικοινωνίας, πέρα από κανονιστική υποχρέωση, αποτελεί και μια πραγματική αναγκαιότητα.

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, ενώ παράλληλα διαμορφώνει μια σαφή εικόνα της ταυτότητάς μας, θέτει τις βάσεις για το σχεδιασμό της στρατηγικής μας, ορίζοντας τους στόχους, το κοινό στο οποίο απευθυνόμαστε, καθώς και ενδεικτικές στρατηγικές προσέγγισης και αλληλεπίδρασης με το στοχοθετούμενο κοινό.

Επιπλέον, διασφαλίζει ότι η οργάνωση της επικοινωνιακής μας στρατηγικής βασίζεται στη συνέργεια, τη συμπληρωματικότητα και τη μέγιστη δυνατή ομοιογένεια λαμβάνοντας υπόψη τις κατευθύνσεις της Αρχής Συντονισμού και τις ενέργειες συνεργαζόμενων φορέων και δικαιούχων, με στόχο τη μεγιστοποίηση του επικοινωνιακού αποτελέσματος.

Για την κατάρτιση του παρούσης Στρατηγικής Επικοινωνίας έχουν ληφθεί υπ' όψη:

- **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.
- **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.
- **Νόμος 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.
- **Κανονισμός (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.
- **Κανονισμός (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).
- Η αποκτηθείσα εμπειρία από τα Προγράμματα Πληροφόρησης και Δημοσιότητας που υλοποιήθηκαν κατά την εφαρμογή του Γ' ΚΠΣ και του ΕΣΠΑ 2007-2013.

## 2. Στρατηγική Επικοινωνίας

### 2.1 Στόχοι επικοινωνίας

#### Βασικοί στόχοι επικοινωνίας

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

- Στην ενημέρωση των δυνητικών δικαιούχων σχετικά με τις ευκαιρίες χρηματοδότησης στο πλαίσιο των επιχειρησιακών προγραμμάτων
- Στη δημοσιοποίηση στους πολίτες της Ένωσης του ρόλου και των επιτευγμάτων της πολιτικής για τη συνοχή και των Ταμείων μέσω δράσεων πληροφόρησης και επικοινωνίας σχετικά με τα αποτελέσματα και τον αντίκτυπο των συμφώνων εταιρικής σχέσης, των επιχειρησιακών προγραμμάτων και των πράξεων.

#### Επιμέρους στόχοι επικοινωνίας

Για το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης 2014-2020, βασικός στόχος είναι η επικοινωνία του οράματος για την Περιφέρεια, που είναι η **«ανασυγκρότηση του παραγωγικού προτύπου της Περιφέρειας ώστε, να μετασχηματιστεί σε τουριστικό προορισμό αριστείας και σημαντικό βιομηχανικό πόλο, αξιοποιώντας το συγκριτικό της πλεονέκτημα στο αγροδιατροφικό σύμπλεγμα, το πλούσιο ενδογενές της δυναμικό, τη γεωγραφική της θέση και προωθώντας την κοινωνική συνοχή με την κινητοποίηση υφισταμένων αλλά και νέων κοινωνικών συλλογικοτήτων»**.

Πέραν όμως του βασικού στόχου, μία σειρά από επιμέρους επικοινωνιακούς στόχους που αφορούν το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα πρέπει να γίνουν ευρέως γνωστοί όπως:

- Η προβολή της βελτίωσης της ανταγωνιστικότητας, των οικονομικών αποτελεσμάτων και του αριθμού των θέσεων εργασίας σε τομείς - κλάδους προτεραιότητας που αναδεικνύει η στρατηγική RIS3 στην ΠΑΜΘ και αναδεικνύονται ως πυλώνες ανάπτυξης της Περιφέρειας.
- Η επικοινωνία των δράσεων για την βελτίωση της ποιότητας ζωής και βελτίωση της ικανότητας υποδομών & δομών για να στηρίζουν μακροπρόθεσμα την ανταγωνιστικότητα της οικονομίας.
- Η ενημέρωση των κοινών-στόχος για τις δράσεις που αναλαμβάνονται με στόχο την αντιμετώπιση της ανεργίας και της φτώχειας μέσω της επιχειρηματικότητας και μέσω της ένταξης μειονεκτικών ομάδων στην αγορά εργασίας.
- Η προβολή ειδικότερα των αναμενόμενων ωφελημάτων σε κρίσιμου κοινωνικού ενδιαφέροντος τομείς, όπως η ανεργία, η αξιοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού, η ανασυγκρότηση της υπαίθρου και η περιφερειακή ανάπτυξη.

## 2.2 Στοχοθετούμενο κοινό

Τα κύρια στοχοθετούμενα κοινά για το Ε.Π. Ανατολικής Μακεδονίας – Θράκης 2014-2020 είναι:

- Οι δυνητικοί δικαιούχοι
- Οι δικαιούχοι
- Το ευρύ κοινό
- Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης

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

Ενδεικτικά ειδικά στοχοθετούμενα κοινά για την Περιφέρεια Ανατολικής 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
- Μη Κυβερνητικοί Οργανισμοί
- Εκπαιδευτικά Ιδρύματα (ΑΕΙ, ΤΕΙ, κλπ)
- 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.
- Ευπαθείς ομάδες πληθυσμού (κύριες ομάδες στόχου δράσεων ΕΚΤ) : Άνεργοι, Άτομα με αναπηρία, Ρομά, φυλακισμένοι, χρήστες ουσιών, κ.α.

Για την μεγιστοποίηση της αποτελεσματικότητας των δράσεων επικοινωνίας, είναι αναγκαίο οι στόχοι και οι τρόποι επικοινωνίας να διαμορφώνονται ανάλογα με το στοχοθετούμενο –κάθε φορά- κοινό. Ενδεικτική προσέγγιση της κάθε ομάδας-στόχου περιγράφεται στον παρακάτω πίνακα:

ΚΟΙΝΟ - ΣΤΟΧΟΣ	ΣΤΟΧΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	ΜΕΣΑ
<p><b>Δυνητικοί Δικαιούχοι</b> (Εθνικές, Περιφερειακές και Τοπικές Αρχές και Αναπτυξιακοί Φορείς, Εκπαιδευτικά Ιδρύματα, επιχειρήσεις και επενδυτές, κλπ)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ευρεία διάδοση του προγράμματος με έγκαιρη και έγκυρη πληροφόρηση, για την άμεση αξιοποίηση των χρηματοδοτικών ευκαιριών</li> <li>- Σαφής και λεπτομερής πληροφόρηση σχετικά με τις ευκαιρίες χρηματοδότησης, τη διαδικασία και τους όρους επιλεξιμότητας</li> <li>- Γνώση και εύκολη συμμετοχή σε κάθε ενέργεια περιφερειακής/τοπικής εμβέλειας</li> <li>- Ενημέρωση σχετικά με τη μελλοντική τήρηση των κανόνων δημοσιότητας, μετά την εξασφάλιση χρηματοδότησης</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Εναρκτήρια εκδήλωση</li> <li>- Ετήσια εκδήλωση</li> <li>- Internet</li> <li>- Ημερίδες, συνέδρια</li> <li>- Συμμετοχή σε εκθέσεις</li> <li>- Direct mail</li> <li>- Info points</li> <li>- Ενημερωτικά φυλλάδια</li> <li>- Τοπικός και περιφερειακός τύπος</li> </ul>
<p><b>Δικαιούχοι</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ενημέρωση και δέσμευση σχετικά με την τήρηση των κανόνων δημοσιότητας</li> <li>- Σαφής, λεπτομερής και συνεχής ενημέρωση και υποστήριξη σχετικά με τις υποχρεώσεις και τα δικαιώματα που απορρέουν από την εξασφάλιση χρηματοδότησης</li> <li>- Κινητοποίηση για την ανάδειξη καλών πρακτικών</li> <li>- Πρόσβαση σε πληροφορίες που αφορούν τις ευκαιρίες χρηματοδότησης, τους όρους επιλεξιμότητας των δαπανών, τις διαδικασίες εξέτασης των αιτήσεων χρηματοδότησης και τις σχετικές προθεσμίες, τα κριτήρια επιλογής των πράξεων που θα χρηματοδοτηθούν</li> <li>- Παροχή εργαλείων ενημέρωσης και επικοινωνίας, όπως υποδείγματα σε ηλεκτρονική μορφή, για την υποβοήθηση των δικαιούχων</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Internet</li> <li>- Ημερίδες, συνέδρια</li> <li>- Direct mail</li> <li>- Εκπαιδευτικά σεμινάρια</li> <li>- Συναντήσεις εργασίας</li> <li>- Έντυπο υποστηρικτικό υλικό</li> <li>- Τοπικός και περιφερειακός τύπος</li> </ul>

ΚΟΙΝΟ - ΣΤΟΧΟΣ	ΣΤΟΧΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	ΜΕΣΑ
<p><b>Ευρύ κοινό</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Εδραίωση του μηνύματος της από κοινού συνεισφοράς της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της Ελλάδας</li> <li>- Προβολή του Προγράμματος, των αξόνων, του οράματος και των στόχων</li> <li>- Προβολή των αποτελεσμάτων και ωφελειών από την υλοποίηση του προγράμματος μέσω ανάδειξης καλών πρακτικών</li> <li>- Προβολή των κοινωνικών και οικονομικών επιπτώσεων του προγράμματος</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Εναρκτήρια εκδήλωση</li> <li>- Ετήσια εκδήλωση</li> <li>- Δημοσιοποίηση Δικαιούχων</li> <li>- Internet</li> <li>- Συμμετοχή σε εκθέσεις</li> <li>- Info points</li> <li>- Road show</li> <li>- Newsletter</li> <li>- Έντυπα κύρους</li> <li>- Ενημερωτικά φυλλάδια</li> <li>- Τοπικός και περιφερειακός τύπος</li> </ul>
<p><b>Πολλαπλασιαστές Πληροφόρησης</b> (Αυτοδιοίκηση και φορείς της, επαγγελματικές οργανώσεις, Επιμελητήρια, Οργανισμοί που εκπροσωπούν επιχειρήσεις, οικονομικοί και κοινωνικοί εταίροι, μη κυβερνητικοί οργανισμοί, Εκπαιδευτικά Ιδρύματα, γραφεία Europe Direct, κλπ)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Εξασφάλιση ενημέρωσης και κινητοποίηση των ίδιων, των τοπικών κοινωνιών και των φορέων ευθύνης τους, κατά περίπτωση</li> <li>- Εξασφάλιση συμπληρωματικότητας και συνέργειας για την πληροφόρηση και ενημέρωση</li> <li>- Αξιοποίηση της εμπέλειας και της θεματικής περιοχής ευθύνης των φορέων και των εταίρων για τη δημιουργία δικτύων και στρατηγικών συνεργασιών</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Εναρκτήρια εκδήλωση</li> <li>- Ετήσια εκδήλωση</li> <li>- Internet</li> <li>- Ημερίδες, συνέδρια</li> <li>- Direct mail</li> <li>- Εκπαιδευτικά σεμινάρια</li> <li>- Συναντήσεις εργασίας</li> <li>- Έντυπο υποστηρικτικό υλικό</li> <li>- Τοπικός και περιφερειακός τύπος</li> </ul>



ΚΟΙΝΟ - ΣΤΟΧΟΣ	ΣΤΟΧΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	ΜΕΣΑ
<p><b>MME, διαμορφωτές κοινής γνώμης</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Εδραίωση του μηνύματος της από κοινού συνεισφοράς της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της Ελλάδας</li> <li>- Τακτική τροφοδότηση των Μέσων με ενδιαφέρουσες ειδήσεις για το πρόγραμμα</li> <li>- Συμμετοχή των MME σε εκδηλώσεις και δράσεις σχετικές με το πρόγραμμα</li> <li>- Εξασφάλιση ακρίβειας, σαφήνειας και αξιοπιστίας για τις πληροφορίες που αφορούν στο πρόγραμμα</li> <li>- Προβολή των αποτελεσμάτων από την υλοποίηση του προγράμματος</li> <li>- Κατηγοριοποίηση των ειδήσεων και προβολή τους στα κατάλληλα μέσα (τοπικής ή εθνικής εμβέλειας)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Εναρκτήρια εκδήλωση</li> <li>- Ετήσια εκδήλωση</li> <li>- Δημοσιοποίηση δικαιούχων</li> <li>- Internet</li> <li>- Ημερίδες, συνέδρια</li> <li>- Direct mail</li> <li>- Road show</li> <li>- Newsletter</li> <li>- Έντυπα κύρους</li> <li>- Ενημερωτικά φυλλάδια</li> <li>- Συνεντεύξεις Τύπου</li> <li>- Τοπικός και περιφερειακός τύπος</li> </ul>
<p><b>Ειδικές κατηγορίες και ευπαθείς ομάδες πληθυσμού</b>                      Τοπικά κέντρα ευπαθών ομάδων, ιατροκοινωνικά κέντρα, νέοι, γυναίκες, μαθητές, παλιννοστούντες, επαγγελματικές ομάδες, κάτοικοι ορεινών – μειονεκτικών περιοχών, Άτομα με αναπηρία, Ρομά, κλπ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ενημέρωση – ευαισθητοποίηση – δημιουργία ζήτησης για τα «προϊόντα» και τις υπηρεσίες του Ε. Π.</li> <li>- Αποπεριθωριοποίηση και ενθάρρυνση για συμμετοχή</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ετήσια εκδήλωση</li> <li>- Internet</li> <li>- Ημερίδες, συνέδρια</li> <li>- Συμμετοχή σε εκθέσεις</li> <li>- Info points</li> <li>- Newsletter</li> <li>- Ενημερωτικά φυλλάδια</li> <li>- Τοπικός και περιφερειακός τύπος</li> <li>- Επιτόπου επισκέψεις ενημέρωσης σε χώρους συνάθροισης ευπαθών ομάδων</li> </ul>

### 3. Μέθοδος Επικοινωνίας

Τα αποτελέσματα των ενεργειών πληροφόρησης και επικοινωνίας των προηγούμενων προγραμματικών περιόδων αποτελούν τη βάση για το σχεδιασμό μιας συγκροτημένης στρατηγικής επικοινωνίας. Το περιεχόμενο του επιχειρησιακού προγράμματος (ΕΠ), η εμπλοκή των δικαιούχων και η ανάλυση της κοινωνικο-οικονομικής συγκυρίας, παρέχουν τη γνώση που είναι απαραίτητη για το σχεδιασμό της στρατηγικής επικοινωνίας του ΕΠ.

Απαιτείται κατανόηση σε βάθος των ομάδων κοινού στις οποίες απευθύνεται, για τον καθορισμό ρεαλιστικών και μετρήσιμων στόχων, για τη διαμόρφωση κατάλληλου περιεχομένου επικοινωνίας και το σχεδιασμό αποτελεσματικών ενεργειών.

Στη νέα περίοδο είναι απαραίτητο να ενισχυθεί η συνοχή και η συνάφεια της επικοινωνίας σε επίπεδο επιχειρησιακών προγραμμάτων, ώστε να αποφευχθεί το φαινόμενο της αποσπασματικότητας που παρατηρείται στην επικοινωνία των συγχρηματοδοτούμενων προγραμμάτων.

Η μεγιστοποίηση του επικοινωνιακού αποτελέσματος εξασφαλίζεται μέσα από τη συνέργεια, τη συμπληρωματικότητα, τη συνεκτικότητα, τη μέγιστη δυνατή ομοιογένεια και την επίτευξη οικονομικών κλίμακας, λαμβάνοντας υπόψη τις κατευθύνσεις της Εθνικής Αρχής Συντονισμού και τις ενέργειες των συνεργαζόμενων φορέων και δικαιούχων.

#### 3.1 Γενικές στρατηγικές κατευθύνσεις

- **Σχεδιασμός με βάση τη γνώση:** Συγκέντρωση των πληροφοριών που είναι απαραίτητες, με στόχο την κατανόηση των ομάδων κοινού, τον αποτελεσματικότερο σχεδιασμό, υλοποίηση και αξιολόγηση της επικοινωνίας.
- **Αξιοποίηση της αναγνωρισιμότητας του ΕΣΠΑ 2007-2013:** Λόγω της διατήρησης του “brand” ΕΣΠΑ, που έχει ήδη υψηλή αναγνωρισιμότητα, δεν απαιτείται να 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:** Σε επίπεδο αναγνωρισιμότητας (awareness), κατανόησης (comprehension) και στάσης (attitude) κάθε ομάδας κοινού σχετικά με το ΕΣΠΑ 2014-2020, τα ΕΠ και τις επιμέρους πράξεις και δράσεις.
- **Αφήγημα (storytelling) - 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.
- **Κεφαλαιοποίηση προηγούμενης εμπειρίας:** Η αξιοποίηση της εμπειρίας από τα αντίστοιχα προγράμματα των δύο προηγούμενων Προγραμματικών Περιόδων, οδηγώντας στην βέλτιστη επιλογή των κατάλληλων ανά περίπτωση μέσων επικοινωνίας.

### 3.2 Ειδικές στρατηγικές κατευθύνσεις

- **Διασφάλιση της συνέχειας, ομοιομορφίας και απλότητας της επικοινωνίας σε όλες τις φάσεις του προγράμματος 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 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 (78,5%, Νοέμβριος 2013) και στη μεγιστοποίηση του επικοινωνιακού αποτελέσματος.

Ειδικότερα, στην Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας – Θράκης, σε έρευνα κοινού που διενεργήθηκε τον Δεκέμβριο του 2013, κατέδειξε πως η αναγνωρισιμότητα του ΕΣΠΑ στην ΠΑΜΘ ανέρχεται στο 69 %, πράγμα που σημαίνει πως, από την μία υπάρχει ισχυρή βάση ως αφετηρία ενώ παράλληλα υπάρχουν και περιθώρια περαιτέρω βελτίωσης της αναγνωρισιμότητας στην Προγραμματική περίοδο 2014 – 2020.

- **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 και 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. Αποτελέσματα ερευνών δείχνουν ότι οι πολίτες δεν είναι ενημερωμένοι για τα έργα που υλοποιούνται πανελλαδικά.

- **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 και συνεργάζονται ώστε να πληροφορούν και να ενημερώνουν το κοινό-στόχο γύρω από προσκλήσεις, προκηρύξεις, κριτήρια επιλεξιμότητας κλπ. Το δίκτυο συνεργαζόμενων φορέων μπορεί να εξασφαλίσει ευρεία διάδοση της πληροφόρησης, αποφυγή αλληλοεπικάλυψης, μεγιστοποίηση του επικοινωνιακού αποτελέσματος καθώς και οικονομίες κλίμακας.
- **Προβολή των ήδη υπάρχοντων παραδειγμάτων συμμετοχής στα προγράμματα (testimonials)**. Παρουσιάζοντας συγκεκριμένα παραδείγματα, επιτυγχάνεται τόσο η διαφάνεια όσο και η ενθάρρυνση για συμμετοχή. Το στοχοθετούμενο κοινό γνωρίζοντας ότι υπάρχουν μέλη της ευρύτερης ή της τοπικής κοινωνίας ή κάποιων επιχειρηματικών κλάδων ή της εκπαιδευτικής κοινότητας, που έχουν ήδη επωφεληθεί 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.

### 3.3 Επιλογή Μέσων Επικοινωνίας

#### Internet

Το διαδίκτυο αποτελεί το βασικό επικοινωνιακό εργαλείο για τη Ειδική Υπηρεσία Διαχείρισης 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 ([www.eydamth.gr](http://www.eydamth.gr)) 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.

### **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 αυτό καλλιεργείται κλίμα εμπιστοσύνης και κινητοποίησης για τη διάχυση της ενημέρωσης. Τέλος, η διενέργεια ενημερωτικών εκδηλώσεων είναι μία από τις πλέον ενδεδειγμένες ενέργειες για την προσέλευση και την ενεργοποίηση των ειδικών ομάδων κοινού, όπως είναι οι κοινωνικοί και οικονομικοί εταίροι, τα εκπαιδευτικά ιδρύματα, οι σύλλογοι κλαδικών επαγγελματιών (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, ή τοπικές όπως για παράδειγμα η KavalasExpo, η Έκθεση Ανατολική Μακεδονία – Θράκη και άλλες, αποτελούν 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 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 γραμμένοι με απλό και κατανοητό τρόπο και να αναρτώνται στην επίσημη ιστοσελίδα της Ειδικής Υπηρεσίας Διαχείρισης. Σε κάθε περίπτωση η παραγωγή (και διάχυση) ενημερωτικών οδηγιών 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, 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-στόχος.

### **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) και η χρήση νέων μορφών επικοινωνίας (mobile applications, χρήση social media κλπ).

### **Ομάδες στοχευμένης προσέγγισης**

Συγκρότηση ειδικών ομάδων, στελεχών της Ειδικής Υπηρεσίας Διαχείρισης 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 στην Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας - Θράκης.

## **3.4 Υποχρεωτικές Δράσεις Επικοινωνίας**

Οι ελάχιστες υποχρεώσεις βάσει του Κανονισμού 1303/2013 είναι οι εξής:

- **Κύρια διοργάνωση μιας σημαντικής ενημερωτικής δραστηριότητας** για τη δημοσιοποίηση της έναρξης του επιχειρησιακού προγράμματος ή των επιχειρησιακών προγραμμάτων συνολικά.
- **Διοργάνωση μίας σημαντικής ενημερωτικής δραστηριότητας ετησίως** με σκοπό την προβολή των ευκαιριών χρηματοδότησης, τις επιδιωκόμενες στρατηγικές και την παρουσίαση των επιτευγμάτων του επιχειρησιακού προγράμματος ή των επιχειρησιακών προγραμμάτων που περιλαμβάνουν, κατά περίπτωση, μεγάλα έργα, κοινά σχέδια δράσης και άλλα παραδείγματα έργων.



- **Προβολή του εμβλήματος της Ένωσης στις εγκαταστάσεις κάθε Διαχειριστικής Αρχής.** Η σημαία της Ευρωπαϊκής Ένωσης, όπως ήδη γίνεται, θα υπάρχει μαζί με την ελληνική σημαία σε εμφανές σημείο στις εγκαταστάσεις των Διαχειριστικών Αρχών.
- **Ηλεκτρονική δημοσίευση του καταλόγου των πράξεων.** Η λίστα όλων των έργων θα υπάρχει δημοσιευμένη στο κεντρικό portal [www.espa.gr](http://www.espa.gr), ενώ η Ειδική Υπηρεσία Διαχείρισης ΕΠ ΠΑΜΘ θα διατηρεί τη λίστα των δικών της έργων στην οικεία ιστοσελίδα ([www.eydamth.gr](http://www.eydamth.gr)).
- **Παρουσίαση παραδειγμάτων πράξεων, ανά επιχειρησιακό πρόγραμμα,** στον ενιαίο διαδικτυακό τόπο ή στον διαδικτυακό τόπο του επιχειρησιακού προγράμματος που είναι προσβάσιμος μέσω της ενιαίας δικτυακής πύλης. Τα παραδείγματα θα πρέπει να παρουσιάζονται σε μία ευρέως ομιλούμενη επίσημη γλώσσα της Ένωσης εκτός από την ελληνική, 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 διαδικτυακό τόπο του επιχειρησιακού προγράμματος της ΠΑΜΘ ([www.eydamth.gr](http://www.eydamth.gr)).
- **Επικοινωνία με Δικαιούχους.** Η Ειδική Υπηρεσία Διαχείρισης ΕΠ ΠΑΜΘ 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 Ειδική Υπηρεσία Διαχείρισης ΕΠ ΠΑΜΘ θα φροντίζει να διαθέτει προσβάσιμο επικοινωνιακό υλικό σε άτομα με αναπηρία ώστε να εξασφαλίζεται η ισότιμη πρόσβασή τους στην Πληροφόρηση -όπως προβλέπεται άλλωστε και από τον Κανονισμό 1303/2013- και με εφαρμογή των προδιαγραφών που πρότεινε η ΕΣΑμεΑ.

### 3.5 Ευθύνες των δικαιούχων

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.

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.

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.

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€
  - 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. Ενδεικτικός προϋπολογισμός**

Ο συνολικός προϋπολογισμός των δράσεων Πληροφόρησης και Επικοινωνίας που αφορούν το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης για το σύνολο της περιόδου 2014–2020, ανέρχεται στο ύψος των 3.500.000 ευρώ. Αναλυτικότερα, για δράσεις που αφορούν το ΕΤΠΑ (Δράση 5.2.1) ο ενδεικτικός προϋπολογισμός είναι 3.000.000 ευρώ και αντίστοιχα για τις δράσεις του ΕΚΤ (Δράση 6.2.1) ο προϋπολογισμός είναι 500.000 ευρώ.

Η υλοποίηση των δράσεων Πληροφόρησης και Επικοινωνίας θα γίνει κατά βάση με ίδια μέσα και θα χρησιμοποιηθεί η εμπειρία που αποκτήθηκε από τα αντίστοιχα Προγράμματα των προηγούμενων προγραμματικών περιόδων. Παράλληλα, και σε περιπτώσεις που κρίνεται απαραίτητο, θα ζητείται η συνδρομή εξειδικευμένων εταιρειών δημοσκοπήσεων ή και εξειδικευμένων συμβούλων για την διενέργεια ερευνών κοινού και όποιων άλλων δράσεων πιθανά απαιτηθούν.

#### **5. Συνεργασία εντός της υπηρεσίας – Συνεργασία με άλλους εμπλεκόμενους φορείς**

Στοιχεία επικοινωνίας:

Ειδική Υπηρεσία Διαχείρισης Επιχειρησιακού Προγράμματος Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, Ηροδότου 28, Κομοτηνή, 69100 Κομοτηνή, Τηλ. 2531352300, Email: [anmathraki@mou.gr](mailto:anmathraki@mou.gr), <http://www.eydamth.gr/>

Υπεύθυνος για την Πληροφόρηση και Επικοινωνία του Επιχειρησιακού Προγράμματος της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης:

Παπούδης Ιωάννης, Στέλεχος Μονάδας Β.1, Ηροδότου 28, Κομοτηνή, 69100 Κομοτηνή, Τηλ. 2531352307, Email: [ipapoudis@mou.gr](mailto:ipapoudis@mou.gr)

Ο υπεύθυνος πληροφόρησης και επικοινωνίας είναι αρμόδιος 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,
- Την εκπόνηση, την παρακολούθηση, την υλοποίηση και την αξιολόγηση της στρατηγικής επικοινωνίας και του ετήσιου επικοινωνιακού σχεδίου,
- Τη μέριμνα για την υποστήριξη των δικαιούχων μέσω συντονισμού, καθοδήγησης, υποστήριξης και παρακολούθησης των δράσεων τους,
- Τη μέριμνα για τη συγκέντρωση και διάχυση της πληροφόρησης στους αρμόδιους φορείς,
- Την ενημέρωση των δυνητικών δικαιούχων σχετικά με τις ευκαιρίες χρηματοδότησης στο πλαίσιο των επιχειρησιακών προγραμμάτων,

- Τη μέριμνα για την συγκέντρωση και παρουσίαση των παραδειγμάτων πράξεων, στον διαδικτυακό τόπο του επιχειρησιακού προγράμματος ([www.eydamth.gr](http://www.eydamth.gr)) που είναι προσβάσιμος και μέσω της ενιαίας διαδικτυακής πύλης [www.espa.gr](http://www.espa.gr).
- 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)
- Την αποστολή Προσκλήσεων/Προκηρύξεων προς ανάρτηση στην ενιαία διαδικτυακή πύλη του ΕΣΠΑ [www.espa.gr](http://www.espa.gr)
- 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.

Οι **φορείς** με τους οποίους μπορεί να συνεργάζεται η Ε.Υ.Δ.Ε.Π.- Π.Α.Μ.Θ. για την ευρύτερη διάδοση των μέτρων πληροφόρησης και επικοινωνίας που είναι ή μπορούν να γίνουν πολλαπλασιαστές πληροφόρησης είναι οι ακόλουθοι:

- Αρμόδιες αστικές και άλλες δημόσιες αρχές, εθνικές, περιφερειακές, τοπικές αρχές και αναπτυξιακούς φορείς
- Κλαδικές και επαγγελματικές ενώσεις
- Οικονομικοί και κοινωνικοί εταίροι
- Οργανισμοί που εκπροσωπούν επιχειρήσεις
- Σχετικοί φορείς που εκπροσωπούν την κοινωνία των πολιτών, περιλαμβανομένων των περιβαλλοντικών εταίρων, μη κυβερνητικών οργανώσεων και φορέων που είναι υπεύθυνοι για την προώθηση της κοινωνικής ένταξης, της ισότητας των φύλων και την καταπολέμηση των διακρίσεων
- Κέντρα πληροφόρησης σχετικά με την Ευρώπη (γραφεία Europe Direct), την Αντιπροσωπεία της Επιτροπής στην Ελλάδα και τα γραφεία πληροφόρησης του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου
- Εκπαιδευτικά και ερευνητικά Ιδρύματα.

Για την τακτική ενημέρωση όλων των εμπλεκόμενων σε θέματα επικοινωνίας χρειάζεται η υλοποίηση επιπρόσθετων ενεργειών υποστήριξης δικαιούχων οι οποίες είναι:

- Ορισμός υπεύθυνου επικοινωνίας του δικαιούχου που θα συνεργάζεται με τον υπεύθυνο επικοινωνίας της Ε.Υ.Δ.Ε.Π.-Π. Α.Μ.Θ.

- Εκπαιδευτικά Σεμινάρια
- Προγραμματισμένες συναντήσεις βάση χρονοδιαγράμματος επικοινωνιακού σχεδίου
- Δημιουργία ενότητας απαντήσεων σε ερωτήματα (FAQ) ειδικά για επικοινωνιακά θέματα των δικαιούχων στον διαδικτυακό τόπο της Ε.Υ.Δ.Ε.Π.-Π.Α.Μ.Θ.
- Διανομή επικοινωνιακού υλικού που παράγεται από την Ε.Υ.Δ.Ε.Π.- Π.Α.Μ.Θ.
- Συνεργασία Ε.Υ.Δ.Ε.Π.- Π.Α.Μ.Θ. και δικαιούχου στο πλαίσιο δράσεων επικοινωνίας, με στόχο την ευρεία διάδοση της πληροφόρησης, την αποφυγή αλληλοεπικάλυψης, τη μεγιστοποίηση του επικοινωνιακού αποτελέσματος και την επίτευξη οικονομικών κλίμακας.
- Πρόσκληση συμμετοχής δικαιούχων σε προωθητικές ενέργειες που υλοποιούνται από τη ΔΑ.

Η Ε.Υ.Δ.Ε.Π.- Π.Α.Μ.Θ. επιβεβαιώνει και με επιτόπια επαλήθευση, μεταξύ άλλων προληπτικών μέτρων που αναλαμβάνει, την τήρηση των κανόνων επικοινωνίας και διατηρεί αρχείο φωτογραφιών με τις πινακίδες των έργων και άλλα αποδεικτικά στοιχεία σημαντικών μέτρων πληροφόρησης και επικοινωνίας που έχουν υλοποιηθεί από τους δικαιούχους.

Με στόχο την αποφυγή παράλειψης των υποχρεώσεων πληροφόρησης και επικοινωνίας από τους δικαιούχους, θα πρέπει η αποπληρωμή του έργου να ολοκληρώνεται μετά τον έλεγχο εφαρμογής των μέτρων ενημέρωσης και επικοινωνίας, όπως ορίζονται από τον Κανονισμό 1303/2013 και τον Εκτελεστικό Κανονισμό 821/2014.

## 6. Αξιολόγηση

Σύμφωνα με το άρθρο 4, στοιχείο ζ' του Κανονισμού 1303/2013, 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 διαδικασία της αξιολόγησης αποτελεί σημαντικό μέρος της στρατηγικής επικοινωνίας καθώς βελτιώνει την αποτελεσματικότητα των δράσεων πληροφόρησης και επικοινωνίας σε σχέση με την επίτευξη των επικοινωνιακών στόχων.

Το κοινό που αξιολογείται είναι το κοινό-στόχος (π.χ. δικαιούχοι, ευρύ κοινό) στο οποίο απευθύνονται τα μέτρα ενημέρωσης που έχουν συμπεριληφθεί στο επικοινωνιακό σχέδιο δράσης, με βάση τη στρατηγική επικοινωνίας του ΕΠ.

Οι επικοινωνιακοί στόχοι θα πρέπει να είναι συγκεκριμένοι, μετρήσιμοι, ακριβείς και χρονικά καθορισμένοι ώστε να μπορούν να αξιολογηθούν οι δράσεις πληροφόρησης και επικοινωνίας ως προς την αποτελεσματικότητά τους και να τροποποιηθούν εφόσον κριθεί απαραίτητο.

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.

Οι ενδεικτικοί δείκτες αξιολόγησης διαχωρίζονται σε τρεις κατηγορίες, ως εξής:

- **Δείκτες υλοποίησης** - οι οποίοι καταγράφουν τις επικοινωνιακές δράσεις (π.χ. αριθμός ημερίδων, έντυπο υλικό, websites).
- **Δείκτες αποτελέσματος** - οι οποίοι καταγράφουν το αποτέλεσμα των ενεργειών ως προς τους αποδέκτες ή ωφελούμενους (π.χ. αριθμός συμμετεχόντων σε ημερίδα, δελτία τύπου που δημοσιεύθηκαν, αριθμός μοναδικών επισκεπτών σε website).
- **Δείκτες επίπτωσης** οι οποίοι αναλύουν την επίδραση των επικοινωνιακών δράσεων στο κοινό στόχο (π.χ. μετρήσιμες αλλαγές βαθμού αναγνωρισιμότητας).

Υπάρχουν δύο διαφορετικές μέθοδοι αξιολόγησης:

- **η ποσοτική αξιολόγηση**, που 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**, που 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).

Ενδεικτικός πίνακας καταγραφής και αξιολόγησης ενεργειών Πληροφόρησης και Επικοινωνίας

Είδος ενέργειας	Τοποθεσία / Χρόνος	Περιγραφή	Κόστος	Κοινό- Στόχος	Δείκτης υλοποίησης	Δείκτης αποτελέσματος
<b>1. Ενέργειες πληροφόρησης</b>						
1.1 Ιστοσελίδα						Επισκέψεις κατά Μ.Ο. μηνιαίως Εγγεγραμμένοι χρήστες
1.2 Call Center						Τηλεφωνικές κλήσεις κατά Μ.Ο. μηνιαίως
1.3 Γραφείο Πληροφόρησης						Ερωτήματα κατά Μ.Ο. μηνιαίως
Σύνολο ενεργειών πληροφόρησης						Επισκέπτες στις ιστοσελίδες (κατά Μ.Ο. μηνιαίως) Εγγεγραμμένοι χρήστες Ερωτήματα: (κατά Μ.Ο. μηνιαίως)
<b>2. Προωθητικές ενέργειες</b>						
2.1 Εκθέσεις						Αριθμός επισκεπτών
2.2 Εκδηλώσεις - Συνέδρια						Αριθμός συμμετεχόντων
2.3 Σεμινάρια						Αριθμός συμμετεχόντων
2.4 Newsletters						Αριθμός δημοσιεύσεων
Σύνολο προωθητικών ενεργειών						Αριθμός συμμετεχόντων Αριθμός δημοσιεύσεων
<b>3. Προβολή στα ΜΜΕ</b>						
3.1 Τηλεόραση						Μεταδόσεις GRPs Κάλυψη Συχνότητα
3.2 Ραδιόφωνο						Μεταδόσεις Κάλυψη Συχνότητα
3.3 Τύπος						Καταχωρίσεις GRPs

						Κάλυψη Συχνότητα
3.4 Διαφήμιση στο Internet						Αριθμός επισκεπτών
Σύνολο ενεργειών στα ΜΜΕ						Μεταδόσεις GRPs Κάλυψη Συχνότητα Καταχωρίσεις Αριθμός επισκεπτών
4. Άλλες ενέργειες						
4.1 Έρευνες						Δείκτες αξιολόγησης
4.2 Social Media						Δείκτες αξιολόγησης
Σύνολο άλλων ενεργειών						Δείκτες αξιολόγησης
5. Ενέργειες πληροφόρησης και επικοινωνίας όπως ορίζει το Παράρτημα XII, παράγραφος 2, του Κανονισμού 1303/2013						
5.1 Διοργάνωση σημαντικής ενημερωτικής δραστηριότητας για τη δημοσιοποίηση της έναρξης του ΕΠ						Αριθμός συμμετεχόντων
5.2 Διοργάνωση σημαντικής ενημερωτικής δραστηριότητας ετησίως για τις ευκαιρίες χρηματοδότησης και τα επιτεύγματα του ΕΠ						Αριθμός συμμετεχόντων
5.3 Προβολή του εμβλήματος της ΕΕ στις εγκαταστάσεις κάθε Διαχειριστικής Αρχής						
5.4 Ηλεκτρονική δημοσίευση του Καταλόγου Πράξεων στην ενιαία διαδικτυακή πύλη <a href="http://www.espa.gr">www.espa.gr</a>						
5.5 Παρουσίαση παραδειγμάτων πράξεων στην ενιαία διαδικτυακή πύλη ή στον διαδικτυακό τόπο						



## 7. Ετήσια επικαιροποίηση δράσεων πληροφόρησης και επικοινωνίας

Με βάση τη στρατηγική επικοινωνίας η Ειδική Υπηρεσία Διαχείρισης σχεδιάζει και υλοποιεί ετησίως επιλεγμένες δράσεις πληροφόρησης και επικοινωνίας, σύμφωνα με τις προτεραιότητες κάθε έτους. Το ετήσιο σχέδιο επικοινωνίας θα περιλαμβάνει μια περιγραφή του σχεδιασμού του προσεχούς έτους, σύμφωνα με τους επικοινωνιακούς στόχους, αναφορά στις δράσεις επικοινωνίας και ένδειξη του χρόνου που θα υλοποιηθούν.

### Ενδεικτικός πίνακας ενεργειών επικοινωνίας (επικαιροποιείται ετησίως)

Δραστηριότητα	Τοποθεσία/ Χρόνος	Περιγραφή	Επικοινωνιακός στόχος	Κοινό-Στόχος
<b>Ενέργειες πληροφόρησης</b>				
Ιστοσελίδα				
Call Center				
Γραφείο Πληροφόρησης				
<b>Πρωθυθητικές ενέργειες</b>				
Εκθέσεις				
Εκδηλώσεις - Συνέδρια				
Σεμινάρια				
Newsletters				
<b>Προβολή στα ΜΜΕ</b>				
Τηλεόραση				
Ραδιόφωνο				
Τύπος				
Καταχωρίσεις σε διαδικτυακούς τόπους				
<b>Παραγωγές</b>				
Τηλεοπτικά σποτ				
Ραδιοφωνικά μηνύματα				
Καταχωρίσεις				
Newsletter				
Περιοδικά				
Έντυπα				
CD/DVD				
Video				
<b>Άλλες ενέργειες</b>				
Έρευνες				
Μελέτες				
Social Media				
Αξιολογήσεις				

## 7.1 Προγραμματισμός δράσεων πληροφόρησης και επικοινωνίας έτους 2015

Με βάση τη στρατηγική επικοινωνίας η Ειδική Υπηρεσία Διαχείρισης Ε.Π. Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης σχεδιάζει να υλοποιήσει εντός του έτους 2015 τις κάτωθι επικοινωνιακές δράσεις σύμφωνα με τις προτεραιότητές της:

### Ενδεικτικός πίνακας ενεργειών επικοινωνίας

Δραστηριότητα	Τοποθεσία/ Χρόνος	Περιγραφή	Επικοινωνιακός στόχος	Κοινό-Στόχος
<b>Ενέργειες πληροφόρησης</b>				
Ιστοσελίδα	3 <sup>ο</sup> τρίμηνο 2015	<a href="http://www.eydamth.gr">www.eydamth.gr</a>	Τροποποίηση-επικαιροποίηση της ιστοσελίδας της ΕΥΔ ΕΠ ΠΑΜΘ ώστε να περιέχει τις απαραίτητες πληροφορίες για την Προγραμματική Περίοδο 2014 - 2020	Δυνητικοί Δικαιούχοι, Δικαιούχοι, Ευρύ κοινό
Call Center	Ολόκληρο το έτος	Γραφεία ΕΥΔ ΕΠ ΠΑΜΘ	Παροχή πληροφόρησης σχετικά με την Προγραμματική Περίοδο 2014 - 2020	Δυνητικοί Δικαιούχοι, Δικαιούχοι, Ευρύ κοινό
Γραφείο Πληροφόρησης	Ολόκληρο το έτος	Γραφεία ΕΥΔ ΕΠ ΠΑΜΘ	Παροχή πληροφόρησης σχετικά με την Προγραμματική Περίοδο 2014 - 2020	Δυνητικοί Δικαιούχοι, Δικαιούχοι, Ευρύ κοινό
<b>Πρωθητικές ενέργειες</b>				
Εκθέσεις	3 <sup>ο</sup> - 4 <sup>ο</sup> τρίμηνο 2015	Συμμετοχή σε εκθέσεις τοπικού αλλά και εθνικού χαρακτήρα	Προβολή των δράσεων του Επιχειρησιακού Προγράμματος	Δυνητικοί Δικαιούχοι, Δικαιούχοι, Ευρύ κοινό, Ειδικές ομάδες - στόχοι
Εκδηλώσεις - Συνέδρια	2 <sup>ο</sup> τρίμηνο 2015	Διοργάνωση σημαντικής ενημερωτικής δραστηριότητας για τη δημοσιοποίηση της έναρξης του ΕΠ	Δημοσιοποίηση της έναρξης του Επιχειρησιακού Προγράμματος	Δυνητικοί Δικαιούχοι, Δικαιούχοι, Ευρύ κοινό
Σεμινάρια				
Newsletters				
<b>Προβολή στα ΜΜΕ</b>				
Τηλεόραση				
Ραδιόφωνο				
Τύπος	3 <sup>ο</sup> - 4 <sup>ο</sup> τρίμηνο 2015	Δημοσιεύσεις προσκλήσεων ένταξης έργων	Γνωστοποίηση των όρων υποβολής νέων προτάσεων προς ένταξη	Δυνητικοί Δικαιούχοι
Καταχωρίσεις σε διαδικτυακούς				
<b>Παραγωγές</b>				
Τηλεοπτικά σποτ				
Ραδιοφωνικά μηνύματα				
Καταχωρίσεις				

Newsletter				
Περιοδικά				
Έντυπα				
CD/DVD				
Video				
<b>Άλλες ενέργειες</b>				
Έρευνες				
Μελέτες				
Social Media				
Αξιολογήσεις				