

ΕΘΝΙΚΟ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΑΝΑΦΟΡΑΣ (ΕΣΠΑ) 2007 - 2013

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΚΡΗΤΗΣ & ΝΗΣΩΝ ΑΙΓΑΙΟΥ

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟ ΣΧΕΔΙΟ

ΑΝΑΘΕΩΡΗΜΕΝΟ ΚΕΙΜΕΝΟ

ΙΟΥΛΙΟΣ 2008



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

| | |
|---|-----------|
| 1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ..... | 3 |
| 2. ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ & ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟ 2007 – 2013..... | 5 |
| 3. ΤΟ Ε. Π. ΚΡΗΤΗΣ & ΝΗΣΩΝ ΑΙΓΑΙΟΥ 2007 – 2013 | 7 |
| 4. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΚΡΗΤΗΣ & ΝΗΣΩΝ ΑΙΓΑΙΟΥ 2007 – 2013..... | 11 |
| ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ | 11 |
| ΣΤΟΧΟΘΕΤΟΥΜΕΝΟ ΚΟΙΝΟ | 18 |
| ΜΕΤΡΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ | 23 |
| ΕΡΓΑΛΕΙΑ..... | 25 |
| 5. ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΚΑΙ ΦΑΣΕΙΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ | 36 |
| 6. ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟΣ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ | 40 |
| 7. ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ Ή ΦΟΡΕΙΣ ΑΡΜΟΔΙΟΙ ΓΙΑ ΤΑ ΜΕΤΡΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ | 41 |
| 8. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ | 43 |

1. Εισαγωγή

Το παρόν κείμενο αποτελεί το Επικοινωνιακό Σχέδιο Πληροφόρησης και Δημοσιότητας του Ε.Π. Κρήτης και Νησιών Αιγαίου. Αποτελεί το βασικό κείμενο για την υλοποίηση της Πληροφόρησης και Δημοσιότητας που ως διαδικασία ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης του κοινού, των δικαιούχων και δυνητικών δικαιούχων υπάγεται στις κανονιστικές υποχρεώσεις του 1083/2006, αλλά ταυτόχρονα είναι σε πλήρη συνάφεια με το σύνολο των θεσμικών και διοικητικών πλαισίων της εθνικής νομοθεσίας.

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 επικοινωνιακό σχέδιο του Ε.Π. Κρήτης & Νήσων Αιγαίου 2007-2013 περιλαμβάνει τα ακόλουθα:

- τους στόχους και το στοχοθετούμενο κοινό
- τη στρατηγική και το περιεχόμενο των μέτρων πληροφόρησης και δημοσιότητας που θα λαμβάνονται από τη διαχειριστική αρχή και τα οποία θα προορίζονται για δυνητικούς δικαιούχους, δικαιούχους και κοινό, όσον αφορά την προστιθέμενη αξία της κοινοτικής συνδρομής σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο

- τον ενδεικτικό προϋπολογισμό για την υλοποίηση του σχεδίου
- τις διοικητικές υπηρεσίες ή τους διοικητικούς φορείς που είναι αρμόδιοι για την εφαρμογή των μέτρων πληροφόρησης και δημοσιότητας
- 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 Κατάρτιση του Επικοινωνιακού Σχεδίου και η υλοποίησή του διέπεται από τους εξής Κανονισμούς και Νόμους:

- Καν. 1828/06 «Για τη θέσπιση κανόνων σχετικά με την εφαρμογή του (ΕΚ) Υπ. Αριθ. 1083/2006 του Συμβουλίου περί καθορισμού γενικών διατάξεων για το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης, το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο και το Ταμείο Συνοχής».
- Νόμος 3614/2007 «Διαχείριση, έλεγχος και εφαρμογή των αναπτυξιακών παρεμβάσεων για την προγραμματική περίοδο 2007-2013».
- Διατάξεις εφαρμογής του Ε.Π. Κρήτης – Νήσων Αιγαίου 2007-2013.

2. Πληροφόρηση & Δημοσιότητα στην Προγραμματική Περίοδο 2007-2013

Η Π & Δ αποτελεί βασικό κομμάτι της διαχείρισης τη νέα προγραμματική περίοδο.

Στόχοι της στρατηγικής αυτής είναι:

- η ανάδειξη του ρόλου της Κοινότητας στο ευρύ κοινό, και η προβολή της προστιθέμενης αξίας της κοινοτικής συμμετοχής στα συγχρηματοδοτούμενα προγράμματα
- η 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.

Οι ειδικοί στόχοι αναλύονται παρακάτω κατά άξονα προτεραιότητας, με βάση τα ειδικά χαρακτηριστικά των χωρικών ενοτήτων από άποψη οικονομική, κοινωνική και αναπτυξιακή. Οι ειδικοί αυτοί στόχοι επίσης θα εξειδικευθούν με τρόπο που να είναι συμβατός με τους μηχανισμούς και τις διαδικασίες υλοποίησης και βέβαια για τα παραπάνω θα ενημερωθεί η Επιτροπή Παρακολούθησης του Ε.Π. Κρήτης & Νήσων Αιγαίου.

Το επόμενο βήμα αφορά τα στοχοθετούμενα κοινά, σύμφωνα με τον Κανονισμό (ΕΚ) 1828/2006 που γενικά είναι:

- Οι δυνητικοί δικαιούχοι
- Οι δικαιούχοι
- Το ευρύ κοινό

Στα παραπάνω **στοχοθετούμενα κοινά** περιλαμβάνονται επιμέρους κοινά-στόχοι, που επιλέγονται κατά προτεραιότητα, βάσει των ειδικών στόχων κάθε Επιχειρησιακού Προγράμματος, και θα πρέπει να προσεγγίζονται με τα κατάλληλα μέσα, κατά περίπτωση. Οι κύριες κατηγορίες στοχοθετούμενων κοινών, που μπορούν να λειτουργήσουν και ως πολλαπλασιαστές της πληροφόρησης για το ευρύ κοινό, είναι οι εξής :

- Εθνικές, Περιφερειακές και Τοπικές Αρχές και Αναπτυξιακοί Φορείς (Αυτοδιοίκηση και φορείς της, ΟΤΑ α' και β' βαθμού, αναπτυξιακές εταιρείες ΟΤΑ, κλπ)
- Κλαδικές και Επαγγελματικές Ενώσεις και Οργανισμοί που εκπροσωπούν επιχειρήσεις (Επαγγελματικές Οργανώσεις – Επιμελητήρια: ΤΕΕ, Οικονομικό Επιμελητήριο, ΓΕΩΤΕΕ, κλπ)
- Οικονομικοί και Κοινωνικοί Εταίροι (ΕΒΕΑ, ΓΣΣΕΕ, ΣΕΒ, ΣΒΕΕ, ΞΕΕ, κλπ)

- Μη Κυβερνητικοί Οργανισμοί
- Εκπαιδευτικά Ιδρύματα
- ΜΜΕ (Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης)

Οι **στόχοι επικοινωνίας** είναι συνάρτηση του στοχοθετούμενου κοινού και αναλύονται διεξοδικά στο κεφάλαιο 4.1 Στρατηγική.

Τέλος, τα **Μέσα** που θα χρησιμοποιηθούν είναι το εργαλείο με το οποίο η στρατηγική και οι στόχοι αναλύονται και τίθενται σε εφαρμογή.

Ανάλυση του επικοινωνιακού σχεδίου δράσης κατά επιμέρους φάσεις με βάση την στρατηγική και τα μέσα δίνεται στην συνέχεια.

3. Το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Κρήτης & Νήσων Αιγαίου 2007-2013

Στην παρούσα ενότητα γίνεται μια συνοπτική αναφορά στο επιχειρησιακό πρόγραμμα Κρήτης και Νήσων Αιγαίου προκειμένου σταδιακά να γίνει η κατάλληλη προσαρμογή του Επικοινωνιακού Σχεδίου στο πρόγραμμα που αποτελεί και το αντικείμενο προβολής. Στο πλαίσιο του ΕΣΠΑ 2007-2013, η Χωρική Ενότητα «Κρήτης – Νήσων Αιγαίου» θεωρείται ως ενιαία «Περιφέρεια Προγραμματισμού». Η Χωρική Ενότητα «Κρήτης – Νήσων Αιγαίου» διαμορφώνει λειτουργικά ένα νησιώτικο χώρο αποτελούμενο από περισσότερα από 90 νησιά (μικρά, μεσαία, μεγάλα) ενώ διοικητικά περιλαμβάνει τις τρεις Περιφέρειες: Κρήτης, Νοτίου και Βορείου Αιγαίου. Όντας νησιωτική χωρική ενότητα χαρακτηρίζεται από προβλήματα - ιδιαιτερότητες και ευκαιρίες - δυνατότητες που διαμορφώνουν ένα σύνθετο αναπτυξιακό περιβάλλον σε ευρωπαϊκό και μεσογειακό επίπεδο.

Στο νέο αναπτυξιακό περιβάλλον που δημιουργείται, η Χωρική Ενότητα Κρήτης-Νήσων Αιγαίου θα πρέπει να αντιμετωπίσει τα έντονα προβλήματα προσπελασιμότητας, να διαφυλάξει και να αξιοποιήσει με βιώσιμο τρόπο τους σημαντικούς περιβαλλοντικούς, πολιτισμικούς και τουριστικούς πόρους, ο μοναδικός συνδυασμός των οποίων αποτελεί το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα των υπό αναφορά Περιφερειών. Στο πλαίσιο αυτό θα πρέπει να αυξήσει την **ελκυστικότητα** της ως τόπου επενδύσεων, επιχειρηματικότητας, αλλά και ως τουριστικού προορισμού.

Οι τρεις νησιωτικές Περιφέρειες αντιμετωπίζουν στην Προγραμματική Περίοδο 2007-2013 δύο κοινές στρατηγικές προκλήσεις:

- την *αξιοποίηση του μεταβαλλόμενου διεθνούς περιβάλλοντος* (τεχνολογικές αλλαγές ιδιαίτερα στους τομείς των πληροφοριών και των επικοινωνιών, τη βαρύτητα των υπηρεσιών στο σχηματισμό του εθνικού πλούτου, στη στροφή των επιδιώξεων των ανθρώπων υπέρ ποιοτικών στόχων, κλπ) ώστε να μετατραπούν οι νησιωτικές ιδιαιτερότητες από μειονεκτήματα σε πλεονεκτήματα.
- την εφαρμογή της έννοιας της *σειφορίας, δηλαδή της σταθερής και βιώσιμης αναπτυξιακής πορείας* που να επιτρέπει τη διατήρηση της φυσιογνωμίας τους και των χαρακτηριστικών τους σε βάθος χρόνου, βελτιώνοντας την ελκυστικότητά τους.

Το γενικό αναπτυξιακό όραμα της **Χωρικής Ενότητας «Κρήτης – Νήσων Αιγαίου»** διαμορφώνεται ως εξής:

Ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και ανάδειξη της ελκυστικότητας της Χωρικής Ενότητας «Κρήτης και Νήσων Αιγαίου» σε συνθήκες αειφόρου ανάπτυξης

Το αναπτυξιακό όραμα της Χωρικής Ενότητας εξυπηρετείται από τους παρακάτω **Στρατηγικούς Στόχους**, μέσω των οποίων αξιοποιούνται οι ευκαιρίες και τα πλεονεκτήματα, και εστιάζουν στην εφαρμογή «επιταχυντικών αναπτυξιακών πολιτικών» (growth-accelerating/expansionary policies) στη χωρική ενότητα, δηλαδή με συνδυασμό διεύρυνσης του ρυθμού οικονομικής ανάπτυξης και διατήρησης – διεύρυνσης των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων:

Στρατηγικοί Στόχοι

1. Βελτίωση της επιχειρηματικότητας και προσέλκυση επενδύσεων στις περιοχές της Χωρικής Ενότητας
2. Προώθηση της καινοτομίας και της έρευνας και σύνδεσή τους με την επιχειρηματικότητα
3. Διασφάλιση της βιωσιμότητας και λειτουργικότητας των περιφερειακών υποδομών, έμφαση στην ανάπτυξη φιλικών προς το περιβάλλον μορφών ενέργειας
4. Βελτίωση του επιπέδου της ποιότητας ζωής
5. Ενίσχυση των παραγωγικών δραστηριοτήτων και αύξηση της ελκυστικότητας της Χωρικής Ενότητας, ως τόπου διαβίωσης και άσκησης επιχειρηματικών και επενδυτικών δραστηριοτήτων
6. Ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού για την αποτελεσματική ενίσχυση της απασχόλησης, της παραγωγικότητας και της κοινωνικής συνοχής

Με βάση τα παραπάνω και με συνεκτίμηση του ανοιχτού κοινωνικού διαλόγου που υποστήριξε το σχεδιασμό, οι στρατηγικές παρεμβάσεις του Περιφερειακού Επιχειρησιακού Προγράμματος της Χωρικής Ενότητας Κρήτης Νήσων Αιγαίου 2007-2013 εξειδικεύονται στους ακόλουθους **Γενικούς Στόχους** :

1. Βελτίωση της προσπελασιμότητας (ενδοπεριφερειακής και διαπεριφερειακής),
2. Διασφάλιση της ποιότητας ζωής των κατοίκων,
3. Ενσωμάτωση της αειφορίας στις αναπτυξιακές επιλογές και παρεμβάσεις σε συνδυασμό με την προστασία του ευαίσθητου φυσικού περιβάλλοντος,
4. Ανάπτυξη της κοινωνίας της γνώσης και ενδυνάμωση των εξωστρεφών συνεργασιών,
5. Ενίσχυση της επιχειρηματικότητας, καλλιέργεια της καινοτομίας, προσέλκυση επενδύσεων υψηλής προστιθέμενης αξίας και δημιουργία νέων θέσεων εργασίας,
6. Συνδυασμένη αξιοποίηση των τουριστικών και πολιτισμικών πόρων,
7. Αντιμετώπιση των ενδοπεριφερειακών ανισοτήτων και των αναπτυξιακών ιδιαιτεροτήτων,
8. Ενίσχυση των τάσεων δικτύωσης μεταξύ αστικών κέντρων της Χωρικής Ενότητας και ανάδειξη πόλων ανάπτυξης

Ο κεντρικός αναπτυξιακός στόχος του Ε.Π. Κρήτης & Νήσων Αιγαίου αναφέρεται στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και της ελκυστικότητας της χωρικής ενότητας και αν αυτό αναλυθεί σε επίπεδο επιμέρους διοικητικής Περιφέρειας επίσης δίνει έμφαση, αντίστοιχα:

- Στην Περιφέρεια Κρήτης, αναπτυξιακό ζητούμενο είναι η ανάδειξη του ρόλου της στην ευρύτερη περιοχή της Ν.Α. Μεσογείου στη βάση της **ανταγωνιστικότητας της οικονομίας της**, της χρήσης προηγμένων τεχνολογιών και καινοτομίας και της βελτίωσης της ποιότητας ζωής των κατοίκων της.
- Στο Νότιο Αιγαίο δίνεται έμφαση στο να καταστεί η Περιφέρεια **πιο ανταγωνιστική**. Επιπλέον δίνεται έμφαση στην ποιότητα στο τουριστικό και πολιτιστικό προϊόν σε συνθήκες αειφορίας, να γίνει το Νότιο Αιγαίο χώρος σύγχρονης έρευνας και επενδύσεων υψηλής τεχνολογίας».
- Στο Βόρειο Αιγαίο, στην άμβλυση **της διπλής περιφερειακότητας και στην ενδυνάμωση της εξωστρέφειάς της**, με την διεύρυνση / μεγέθυνση και αναδιοργάνωση της παραγωγικής της βάσης.

Οι γενικοί αυτοί στόχοι αποτελούν μέρος της συνολικής αναπτυξιακής στρατηγικής της συγκεκριμένης χωρικής ενότητας και θα επιτευχθούν με παρεμβάσεις που θα υλοποιηθούν στο πλαίσιο των παρακάτω **12 άξωνων προτεραιότητας**:

1. Υποδομές και Υπηρεσίες Προσπελασιμότητας Περιφέρειας Κρήτης
2. Υποδομές και Υπηρεσίες Προσπελασιμότητας Περιφέρειας Βορείου Αιγαίου
3. Υποδομές και Υπηρεσίες Προσπελασιμότητας Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου
4. Ψηφιακή Σύγκλιση και Επιχειρηματικότητα Περιφέρειας Κρήτης
5. Ψηφιακή Σύγκλιση και Επιχειρηματικότητα Περιφέρειας Βορείου Αιγαίου
6. Ψηφιακή Σύγκλιση και Επιχειρηματικότητα Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου
7. Αειφόρος Ανάπτυξη και Ποιότητα Ζωής στην Περιφέρεια Κρήτης
8. Αειφόρος Ανάπτυξη και Ποιότητα Ζωής στην Περιφέρεια Βορείου Αιγαίου
9. Αειφόρος Ανάπτυξη και Ποιότητα Ζωής στην Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου
10. Χωρική Συνοχή και Συνεργασία στην Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου
11. Τεχνική Υποστήριξη Εφαρμογής – Αμιγούς Στόχου Σύγκλισης- Κρήτη και Βόρειο Αιγαίο
12. Τεχνική Υποστήριξη Εφαρμογής – Στόχου Σταδιακής Εισόδου- Νότιο Αιγαίο

4. Στρατηγική Επικοινωνίας του Επιχειρησιακού Προγράμματος Κρήτης & Νήσων Αιγαίου 2007-2013

4.1 Στρατηγική

Η **Στρατηγική Επικοινωνίας** καθορίζει **τον τρόπο** με τον οποίο επιλέγουμε να προσεγγίσουμε το θέμα που θέλουμε να προβάλλουμε ώστε να επιτύχουμε όσο το δυνατόν πιο αποτελεσματικά τους στόχους της επικοινωνίας μας.

Το **Σχέδιο Δράσης** έπεται της **Στρατηγικής Επικοινωνίας** και αποτελείται από τις φάσεις επικοινωνίας και τις ενέργειες που την εξυπηρετούν, χρονικά καταναμημένες και κοστολογημένες.

Η στρατηγική επικοινωνίας αποτελεί ένα ολοκληρωμένο σύνολο δραστηριοτήτων και εργαλείων σε αντιστοιχία με τους προς επίτευξη στόχους και το στοχοθετούμενο κοινό και καθορίζεται με βάση την ήδη αποκτηθείσα εμπειρία, καθώς και τις νέες επιδιώξεις.

Κεντρικό στοιχείο της στρατηγικής είναι η ενοποίηση της επικοινωνίας όσον αφορά στα μηνύματα, την εικόνα και το ύφος, το οποίο είναι επεξηγηματικό με περιεχόμενο ουσίας αντιληπτό από το μέσο πολίτη και τα επιμέρους κοινά στόχους. Η οργάνωση της επικοινωνιακής στρατηγικής 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 και τις ενέργειες συνεργαζόμενων φορέων και δικαιούχων.

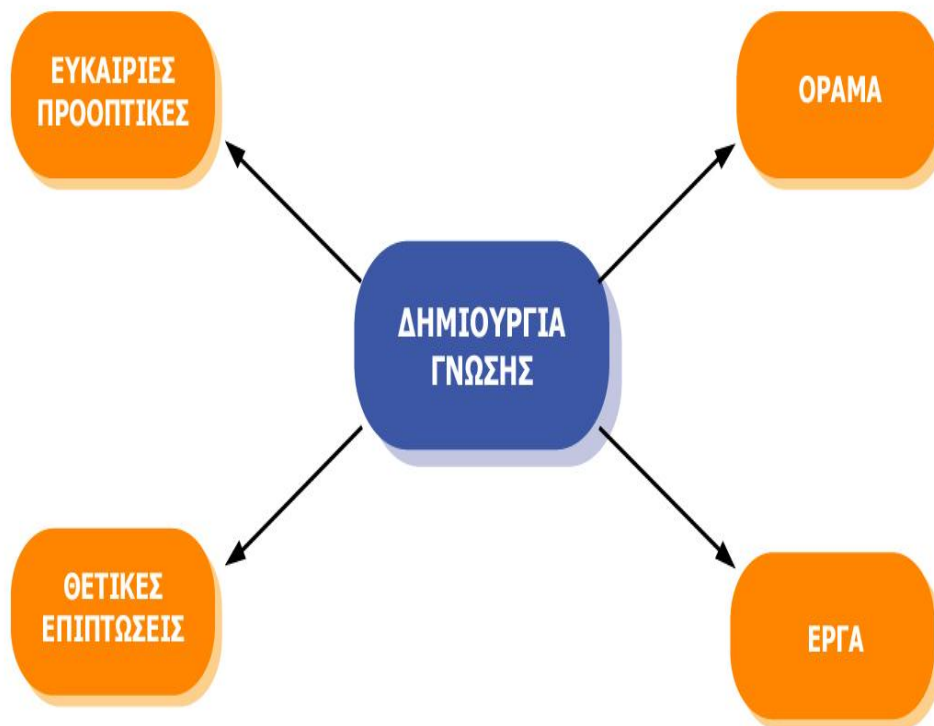
Πριν προχωρήσουμε αναλυτικά στην περιγραφή της στρατηγικής αξίζει να σημειώσουμε ως **βασικές αρχές** της διαδικασίας διαμόρφωσης της στρατηγικής τα εξής:

- Ο ρόλος του δικαιούχου είναι σημαντικός για την υλοποίηση του προγράμματος διότι λειτουργεί και ως πολλαπλασιαστής πληροφόρησης.
- 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.

- Το δίκτυο συνεργαζόμενων αποτελεί βασικό μέρος της διαδικασίας Π & Δ και εξασφαλίσει ευρεία διάδοση της πληροφόρησης, αποφυγή αλληλοεπικάλυψης, μεγιστοποίηση του επικοινωνιακού αποτελέσματος καθώς και οικονομίες κλίμακας.
- Η ανάδειξη των καλών πρακτικών και η προβολή τους με τρόπο ώστε να είναι δυνατόν το σύνολο του κοινού να γνωρίζει

Τελικό ζητούμενο είναι μαζί με την κάλυψη των στόχων του κανονισμού είναι η **δημιουργία μιας σαφούς εικόνας για τα έργα και τις δράσεις που υλοποιούνται, τις ευκαιρίες συμμετοχής που υπάρχουν και τις θετικές επιπτώσεις που θα δημιουργηθούν.**

Σχηματικά ο συνδυασμός των παραπάνω επιδιώξεων φαίνεται στο παρακάτω σχήμα.



Η λογική ακολουθία της διαφημιστικής στρατηγικής επιδιώκει να χτίσει σταδιακά πρώτα **Αντίληψη** (περί τίνος πρόκειται) εν συνεχεία **Αποδοχή** (σε τι με αφορά) και τέλος **Συνείδηση** (με ενδιαφέρει, θέλω να συμμετέχω) λειτουργώντας από πάνω προς τα κάτω σύμφωνα με το παρακάτω σχήμα.

Η επανάληψη σε συνδυασμό με τις αλληλοσυμπληρούμενες δράσεις δημοσιότητας και προβολής, συντελούν στην σταδιακή δημιουργία συνείδησης.



Μελετώντας τους άξονες και τους κεντρικούς στρατηγικούς στόχους του Ε.Π. σε συνδυασμό με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του προγράμματος, τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της χωρικής ενότητας, σε συνδυασμό με τα προβλήματα και τους περιορισμούς για οικονομική, κοινωνική και ποιοτική αναβάθμιση, το πνεύμα που διέπει το ΕΣΠΑ και σε συνδυασμό με την ανάγκη μεγιστοποίησης της κατανόησης των στόχων και των επιπτώσεων, μας καθοδηγούν στον προσδιορισμό της επικοινωνιακής στρατηγικής που, κατά την εφαρμογή της, θα επιτύχει τα μέγιστα δυνατά αποτελέσματα, κυρίως όσον αφορά στην κατανόηση.

Με βάση τα παραπάνω, η στρατηγική επικοινωνίας θα στοχεύει στην ενδυνάμωση του αναπτυξιακού οράματος και στην υπηρετήση των δύο κεντρικών μηνυμάτων του οράματος που θα πρέπει να πολλαπλασιαστούν επικοινωνιακά, **την ανταγωνιστικότητα και την ελκυστικότητα.**

Η **κεντρική στρατηγική κατεύθυνση της επικοινωνίας** μας, θα στηριχθεί στην έννοια:

**Ε.Π. Κρήτης και Νήσων Αιγαίου = Αναβάθμιση της
Καθημερινότητας = Καλύτερη ποιότητα ζωής για όλους
= Ανταγωνιστικότητα**

Αναλυτικά οι επιμέρους Ειδικό Στόχοι Επικοινωνίας, οι οποίοι είναι ενιαίοι και ολοκληρώνουν την αίσθηση του κεντρικού και περιφερειακού σχεδιασμού για ισότιμη ανάπτυξη, είναι:

- **Επικοινωνιακός – Ειδικός Στόχος 1 : Κοινωνία** : Αναβάθμιση της ποιότητας ζωής (Κοινωνία)
- **Επικοινωνιακός – Ειδικός Στόχος 2 : Περιβάλλον** : Προβολή - ανάδειξη του περιβάλλοντος, φυσικού και ανθρωπογενούς
- **Επικοινωνιακός – Ειδικός Στόχος 3 : Επιχειρηματικότητα** : Στήριξη της Επιχειρηματικότητας (Επιχειρηματικότητα – καινοτομία - εξωστρέφεια)

Έτσι λοιπόν η τεκμηρίωση της επικοινωνιακής στρατηγικής στηρίζεται στις παραπάνω **λέξεις κλειδιά** :

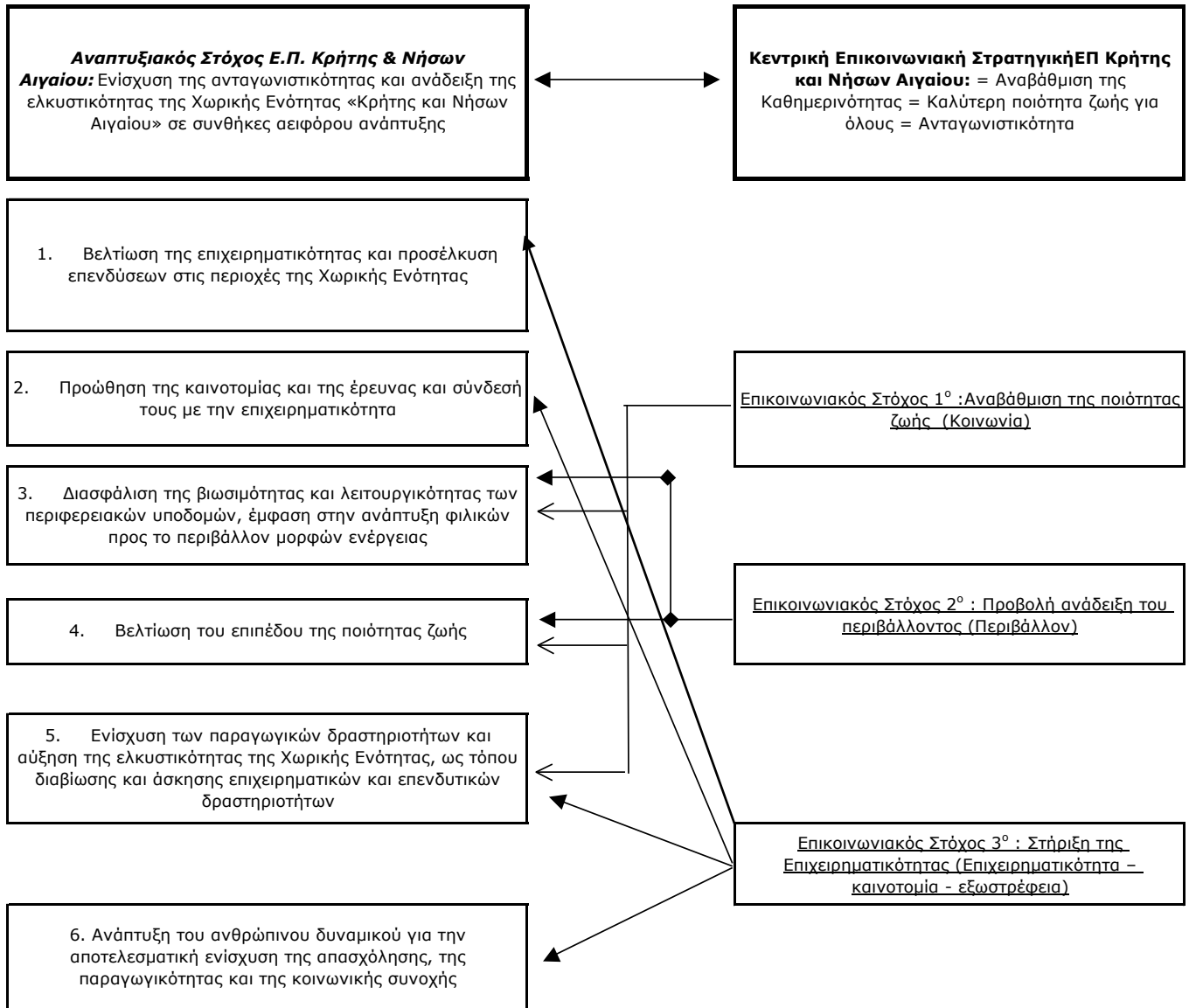
Κοινωνία – Περιβάλλον - Επιχειρηματικότητα

Αυτές θα αποτελέσουν τον πυρήνα γύρω από τον οποίο θα κτισθούν και θα προσαρμοσθούν όλα τα μέτρα και οι δράσεις που κρίνουμε σκόπιμο να προβάλλουμε, και που θεωρούμε ότι καλύπτουν την κεντρική φιλοσοφία του ΕΠ Κρήτης και Νήσων Αιγαίου και τις προτεραιότητες του. Επιγραμματικά :

- **Η Κοινωνία θα καλύπτει θέματα όπως:**
 - ισότητα των δύο φύλων
 - αναβάθμιση ανθρώπινου δυναμικού
 - κοινωνία της πληροφορίας
 - πολιτισμό
 - υγεία
 - παιδεία
- **Το Περιβάλλον θα καλύπτει θέματα όπως:**
 - τουρισμό
 - έργα υποδομών μεταφορών
 - δράσεις ήπιων μορφών ενέργειας
 - Διαχείριση υγρών και στερεών αποβλήτων
 - διαχείριση υδατικού δυναμικού
 - Παρεμβάσεις ανάπλασης στον αστικό και αγροτικό ιστό
 - διαφύλαξη και βελτίωση φυσικού περιβάλλοντος
- **Η Επιχειρηματικότητα θα καλύπτει θέματα όπως**
 - ✓ Ανάπτυξη και βελτίωση ΜΜΕ
 - ✓ Προώθηση επώνυμων τοπικών προϊόντων
 - ✓ Προώθησης της καινοτομίας

Στη παρακάτω μήτρα συσχέτισης παρουσιάζονται οι επιμέρους επικοινωνιακοί στόχοι με τους αναπτυξιακούς γενικούς στόχους του Ε.Π. Κρήτης & Νήσων Αιγαίου.

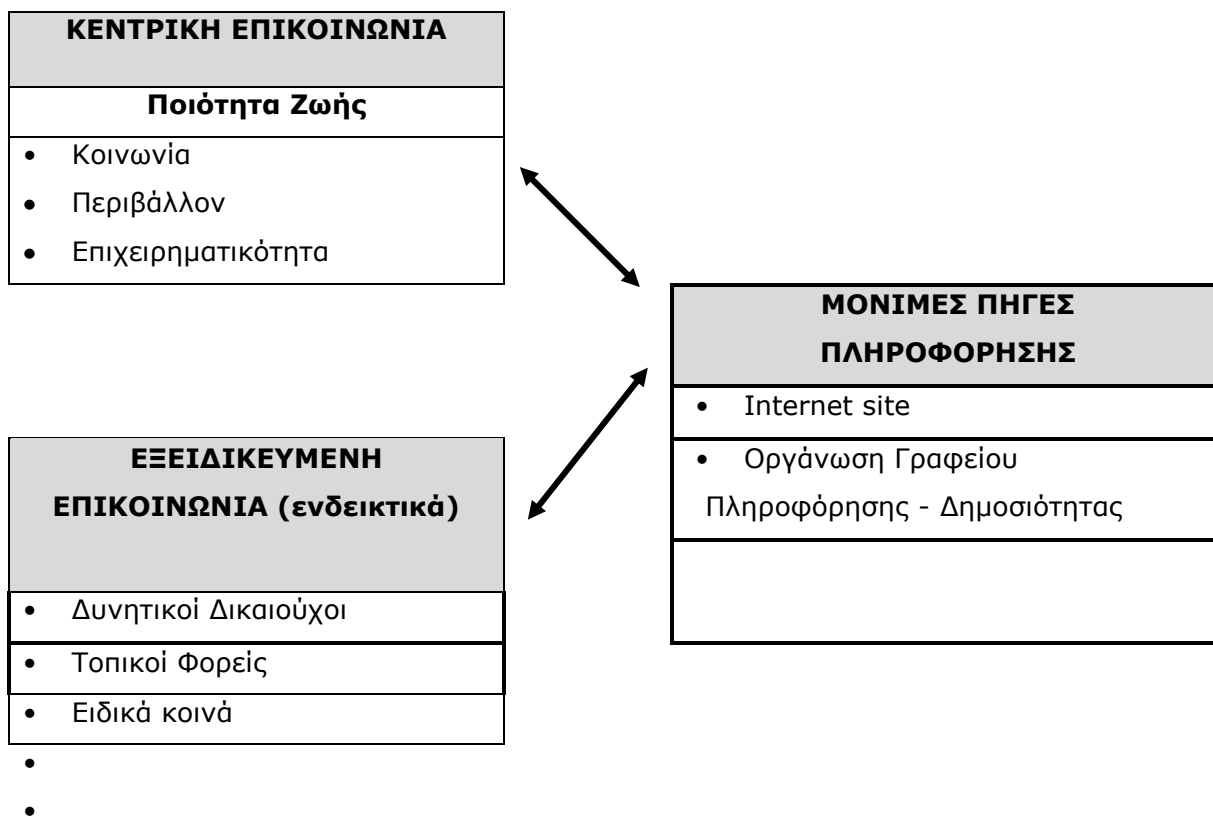
**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΙΚΗ ΑΠΕΙΚΟΝΙΣΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΩΝ ΣΤΟΧΩΝ ΚΑΙ
ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΩΝ ΣΤΟΧΩΝ Ε.Π. ΚΡΗΤΗΣ & ΝΗΣΩΝ ΑΙΓΑΙΟΥ**



**ΜΗΤΡΑ ΣΥΣΧΕΤΙΣΗΣ ΓΕΝΙΚΩΝ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΩΝ ΣΤΟΧΩΝ ΚΑΙ
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΩΝ ΣΤΟΧΩΝ**

| <i>Γενικοί Στόχοι Ε.Π./ Επικοινωνιακοί Στόχοι</i> | Επικοινωνιακός Στόχος 1 : Αναβάθμιση της ποιότητας ζωής (Κοινωνία) | Επικοινωνιακός Στόχος 2 : Προβολή - ανάδειξη του περιβάλλοντος (Περιβάλλον) | Επικοινωνιακός Στόχος 3 : Στήριξη της Επιχειρηματικότητας (Επιχειρηματικότητα – καινοτομία - εξωστρέφεια) |
|--|---|--|--|
| 1. Βελτίωση της προσπελασιμότητας (ενδοπεριφερειακής και διαπεριφερειακής), | X | X | X |
| 2. Διασφάλιση της ποιότητας ζωής των κατοίκων, | X | X | |
| 3. Ενσωμάτωση της αειφορίας στις αναπτυξιακές επιλογές και παρεμβάσεις σε συνδυασμό με την προστασία του ευαίσθητου φυσικού περιβάλλοντος, | | X | |
| 4. Ανάπτυξη της κοινωνίας της γνώσης και ενδυνάμωση των εξωστρεφών συνεργασιών, | | | X |
| 5. Ενίσχυση της επιχειρηματικότητας, καλλιέργεια της καινοτομίας, προσέλκυση επενδύσεων υψηλής προστιθέμενης αξίας και δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, | | X | X |
| 6. Συνδυασμένη αξιοποίηση των τουριστικών και πολιτισμικών πόρων | | X | X |
| 7. Αντιμετώπιση των ενδοπεριφερειακών ανισοτήτων και των αναπτυξιακών ιδιαιτεροτήτων | X | X | X |
| 8. Ενίσχυση των τάσεων δικτύωσης μεταξύ αστικών κέντρων της Χωρικής Ενότητας και ανάδειξη πόλων ανάπτυξης | X | | X |

Ενδεικτική και σχηματική παρουσίαση της στρατηγικής επικοινωνίας του Ε.Π. Κρήτης και Νήσων Αιγαίου δίνεται στη συνέχεια:



4.2 Στοχοθετούμενο Κοινό

Τα κύρια στοχοθετούμενα κοινά για το ΕΠ Κρήτης και Νήσων Αιγαίου 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 προσεγγίζονται με τα κατάλληλα Μέσα, κατά περίπτωση.

Για το ΕΠ Κρήτης & Νήσων Αιγαίου η στοχοθεσία του κοινού αναλύεται ως εξής:

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

Οι **ενδιάμεσοι φορείς** είναι:

- Φορείς Δημόσιου Τομέα και του ευρύτερου δημόσιου τομέα που αναλαμβάνουν την υλοποίηση δράσεων του προγράμματος
- Χρηματοπιστωτικά Ιδρύματα

Οι δυνητικοί δικαιούχοι – δικαιούχοι είναι :

- Φορείς Δημόσιου Τομέα και του ευρύτερου δημόσιου τομέα
- Νομαρχιακές Αυτοδιοικήσεις και Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης
- Επιχειρηματικός Κόσμος

Οι εμπλεκόμενοι φορείς στην υλοποίηση του προγράμματος είναι :

- Αντιπροσωπευτικοί Φορείς του ιδιωτικού Τομέα (π.χ. Επιμελητήρια)
- Αντιπροσωπευτικοί Φορείς του κοινωνικού τομέα και μη κυβερνητικές οργανώσεις

Οι **ειδικές κοινωνικές ομάδες**, περιλαμβάνουν:

- Νέους & Νέες

- Γυναίκες
- Άνεργους – Υποαπασχολούμενους
- Οικονομικούς Μετανάστες
- Ευπαθείς Ομάδες Πληθυσμού
- Φοιτητές
- Κατοίκους της υπαίθρου

Οι **διαμορφωτές κοινής γνώμης** χωρίζονται σε δυο υποκατηγορίες:

- Διαμορφωτές Γνώμης (Opinion Leaders) στο χώρο των ΜΜΕ
- Φορείς, Υπηρεσίες, Στελέχη & Διαμορφωτές Γνώμης στην έδρα της Περιφέρειας και στις Χώρες της Ε.Ε.

Ως **ευρύ κοινό** ορίζουμε:

- Άνδρες - Γυναίκες, ηλικίας 18 και άνω, πολίτες της Χωρικής Ενότητας
- Άνδρες - Γυναίκες, ηλικίας 18 και άνω, πολίτες της Ελληνικής Επικράτειας
- Άνδρες - Γυναίκες, ηλικίας 18 και άνω, πολίτες της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Σημαντικός για την αποτελεσματικότητα των μηνυμάτων και την επίτευξη των επικοινωνιακών στόχων είναι και ο **πολλαπλασιασμός της πληροφόρησης**, μέσω των κατάλληλων φορέων ή οργανισμών. Το ρόλο αυτό μπορεί να αναλάβουν κατά περίπτωση:

- Εθνικές, Περιφερειακές και Τοπικές Αρχές και Αναπτυξιακοί Φορείς (Αυτοδιοίκηση και φορείς της, ΟΤΑ α΄ και β΄ βαθμού, αναπτυξιακές εταιρείες ΟΤΑ, κλπ)
- Κλαδικές και Επαγγελματικές Ενώσεις και Οργανισμοί που εκπροσωπούν επιχειρήσεις (Επαγγελματικές Οργανώσεις – Επιμελητήρια: ΤΕΕ, Οικονομικό Επιμελητήριο, ΓΕΩΤΕΕ, κλπ)
- Οικονομικοί και Κοινωνικοί Εταίροι (ΕΒΕΑ, ΓΣΣΕΕ, ΣΕΒ, ΣΒΕΕ, ΞΕΕ, κλπ)
- Μη Κυβερνητικοί Οργανισμοί και σύλλογοι
- Εκπαιδευτικά Ιδρύματα
- ΜΜΕ (Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης)

Τόσο οι στόχοι επικοινωνίας, για κάθε κοινό στόχο, όσο και η επιδιωκόμενη αντίδραση είναι συνήθως διαφορετικοί. Στον πίνακα που ακολουθεί δίνεται μια περιγραφή των κυριότερων στόχων και επιδιώξεων της επικοινωνίας του Επιχειρησιακού Προγράμματος, ανά κοινό – στόχο.

| ΚΟΙΝΟ ΣΤΟΧΟΣ | | ΣΤΟΧΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ | ΑΝΤΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ ΚΟΙΝΟΥ ΣΤΟΧΟΥ |
|------------------------------|--|---|--|
| ΕΠΙΛΕΞΙΜΟΙ ΦΟΡΕΙΣ | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Δυνητικοί Δικαιούχοι και Δικαιούχοι ▪ Φορείς Ευρύτερου Δημόσιου Τομέα που εδρεύουν στις Περιφέρειες ▪ Νομαρχιακές Υπηρεσίες - ΤΕΔΚ Περιφέρειας - ΟΤΑ Περιφέρειας ▪ Επιμελητήρια – Αντιπροσωπευτικοί Φορείς Ιδιωτικού Τομέα ▪ Αντιπροσωπευτικοί Φορείς Κοινωνικού Τομέα και ΜΚΟ | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Εδραίωση του μηνύματος της από κοινού συνεισφοράς της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της Ελλάδας ▪ Προβολή της διαφάνειας στον τρόπο επιλογής των έργων που χρηματοδοτούνται ▪ Δημιουργία διακριτής ταυτότητας για το ΕΠ ▪ Αναπτυξιακή Στρατηγική - Βασικές Κατευθύνσεις ▪ Μεγάλα Έργα & Πολιτικές ΕΠ ▪ Πρόσδος Υλοποίησης - Απορρόφησης ▪ Προκηρύξεις για έργα και προγράμματα άμεσου ενδιαφέροντος ▪ Χρηστική πληροφόρηση για αξιοποίηση ευκαιριών ▪ Ενημέρωση και δέσμευση σχετικά με την τήρηση αρχών δημοσιότητας ▪ Παρακίνηση για την ανάληψη ενεργειών δημοσιότητας ▪ Ανάδειξη καλών παραδειγμάτων από τα προγράμματα | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Διάθεση στήριξης ▪ Ενδιαφέρον για περισσότερη πληροφόρηση ▪ Διάχυση πληροφόρησης για το ρόλο του ΕΠ στο θεσμικό περίγυρο ▪ Χρήση της πληροφορίας για την αξιοποίηση ευκαιριών ▪ Αναζήτηση προκηρύξεων για έργα και προγράμματα άμεσου ενδιαφέροντος ▪ Αύξηση της αναγνωρισιμότητας της Ευρωπαϊκής συνδρομής στην ανάπτυξη |

| ΚΟΙΝΟ ΣΤΟΧΟΣ | | ΣΤΟΧΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ | ΑΝΤΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ ΚΟΙΝΟΥ ΣΤΟΧΟΥ |
|--|--|--|-----------------------------|
| <p>ΕΙΔΙΚΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΟΜΑΔΕΣ</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Νέοι & Νέες ▪ Γυναίκες ▪ Άνεργοι – Υποαπασχολούμενοι ▪ Οικονομικοί Μετανάστες ▪ Ευπαθείς Ομάδες Πληθυσμού | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Εδραίωση του μηνύματος της από κοινού συνεισφοράς της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της Ελλάδας ▪ Προβολή της διαφάνειας στον τρόπο επιλογής των έργων που χρηματοδοτούνται ▪ Έργα και προγράμματα άμεσου ενδιαφέροντος ▪ Μέτρα πολιτικής προσωπικού ενδιαφέροντος ▪ Χρηστική πληροφόρηση & αξιοποίηση ευκαιριών | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Αίσθημα ισότιμης συμμετοχής ▪ Ενδιαφέρον για περισσότερη πληροφόρηση ▪ Διάχυση πληροφόρησης στο θεσμικό περίγυρο ▪ Αναζήτηση χρηστικής πληροφόρησης & οδηγιών για αξιοποίηση των ευκαιριών ▪ Αύξηση της αναγνωρισιμότητας της Ευρωπαϊκής συνδρομής στην ανάπτυξη | |
| <p>ΕΙΔΙΚΟΥ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ ΚΟΙΝΟ</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Διαμορφωτές Γνώμης (Opinion Leaders) στο χώρο των ΜΜΕ ▪ Φορείς, Υπηρεσίες, Στελέχη & Διαμορφωτές Γνώμης (Opinion Leaders) στην έδρα της Περιφέρειας και στις Χώρες της Ε.Ε. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Εδραίωση του μηνύματος της από κοινού συνεισφοράς της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της Ελλάδας ▪ Προβολή της διαφάνειας στον τρόπο επιλογής των έργων που χρηματοδοτούνται ▪ Δημιουργία διακριτής ταυτότητας για το ΕΠ ▪ Αναπτυξιακή Στρατηγική - Βασικές Κατευθύνσεις ▪ Μεγάλα Έργα & Πολιτικές ΕΠ ▪ Πρόσδος Υλοποίησης – Απορρόφησης | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Διάθεση στήριξης ▪ Διάχυση πληροφόρησης ▪ Αύξηση της αναγνωρισιμότητας της Ευρωπαϊκής συνδρομής στην ανάπτυξη | |

| ΚΟΙΝΟ ΣΤΟΧΟΣ | | ΣΤΟΧΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ | ΑΝΤΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ ΚΟΙΝΟΥ ΣΤΟΧΟΥ |
|-------------------|---|--|---|
| ΕΥΡΥ ΚΟΙΝΟ | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Άνδρες - Γυναίκες, ηλικίας 18 και άνω, Πολίτες της Χωρικής Ενότητας Θεσσαλίας - Στερεάς Ελλάδας - Ηπείρου ▪ Άνδρες - Γυναίκες, ηλικίας 18 και άνω, Πολίτες της Ελληνικής Επικράτειας ▪ Άνδρες - Γυναίκες, ηλικίας 18 και άνω, Πολίτες της Ευρωπαϊκής Ένωσης | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Εδραίωση του μηνύματος της από κοινού συνεισφοράς της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της Ελλάδας ▪ Προβολή της διαφάνειας στον τρόπο επιλογής των έργων που χρηματοδοτούνται ▪ Γενική Γνώση - Εκπαίδευση για την Ταυτότητα του ΕΠ ▪ Αναπτυξιακή Στρατηγική - Βασικές Κατευθύνσεις ▪ Μεγάλα Έργα και Υποδομές στην Περιφέρεια & Πολιτικές ΕΠ ▪ Προβολή των Αξόνων του προγράμματος μέσω καλών παραδειγμάτων ▪ Πρόοδος Υλοποίησης έργων ▪ Απορρόφηση | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ενδιαφέρον για περισσότερη πληροφόρηση ▪ Διάχυση πληροφόρησης στον περίγυρο ▪ Αύξηση της αναγνωρισιμότητας της Ευρωπαϊκής συνδρομής στην ανάπτυξη |

4.3 Μέτρα Πληροφόρησης & Δημοσιότητας

Τόσο η Διαχειριστική Αρχή όσο και οι Δικαιούχοι του Επιχειρησιακού Προγράμματος έχουν υποχρέωση να εφαρμόζουν σειρά μέτρων πληροφόρησης και δημοσιότητας, όπως ρητά ορίζεται στα άρθρα 7 και 8 του Κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1828/2006.

Τα παρακάτω αποτελούν μέτρα πληροφόρησης και δημοσιότητας σύμφωνα με τον Κανονισμό αποτελούν το ελάχιστο των υποχρεώσεων της Διαχειριστικής Αρχής όσον αφορά τον τομέα της Π & Δ του προγράμματος :

- Η υλοποίηση μιας εναρκτήριας δράσης με στόχο την ενημέρωση του κοινού για το επιχειρησιακό πρόγραμμα
- Η πραγματοποίηση μιας τουλάχιστον ενημερωτικής δραστηριότητας ετησίως, όπου θα παρουσιάζονται τα επιτεύγματα του επιχειρησιακού προγράμματος συμπεριλαμβανομένων, όπου κρίνεται σκόπιμο, σημαντικών έργων (π.χ. ημερίδες, συνέδρια, σεμινάρια, Δελτία Τύπου, εκθέσεις, παραγωγή έντυπου και ηλεκτρονικού ενημερωτικού υλικού καθώς και προβολή στα ΜΜΕ)
- Ο εορτασμός της Ημέρας της Ευρώπης, με ανάρτηση της σημαίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης από τις 9 Μαΐου και για μια εβδομάδα στα γραφεία κάθε διαχειριστικής αρχής
- Η δημοσιοποίηση του καταλόγου των δικαιούχων, των ονομασιών των πράξεων και του ποσού της δημόσιας χρηματοδότησης που χορηγείται (π.χ. στην επίσημη ιστοσελίδα)

Οι συμβατικές υποχρεώσεις πληροφόρησης για τις οποίες είναι υπεύθυνος ο **Δικαιούχος** (άρθρα 8 και 9 του κανονισμού (ΕΚ) 1828/2006 της Επιτροπής), είναι οι εξής:

| ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΠΡΑΞΗΣ | ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΗ ΤΗΣ ΠΡΑΞΗΣ (ΕΝΤΟΣ ΕΞΑΜΗΝΟΥ ΤΟ ΑΡΓΟΤΕΡΟ) |
|---|---|
| <p>Ανάρτηση διαφημιστικής πινακίδας στο εργοτάξιο, κατά τη διάρκεια της υλοποίησης:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ όταν η συνολική δημόσια συνεισφορά ξεπερνά τις 500.000€ ▪ και όταν η πράξη συνίσταται στη χρηματοδότηση έργων υποδομής ή κατασκευής | <p>Ανάρτηση ή αντικατάσταση της διαφημιστικής πινακίδας με μια ευδιάκριτη και μόνιμη επεξηγηματική πινακίδα</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ όταν η συνολική δημόσια συνεισφορά ξεπερνά τις 500.000€ ▪ και όταν η πράξη συνίσταται στην αγορά φυσικού αντικειμένου ή στη χρηματοδότηση έργων υποδομής ή κατασκευής |
| <p>Στη διαφημιστική πινακίδα περιλαμβάνονται: Το έμβλημα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, αναφορά στην Ευρωπαϊκή Ένωση, το οικείο Ταμείο και μήνυμα που να προβάλλει την προστιθέμενη αξία της κοινοτικής παρέμβασης. (Οι πληροφορίες αυτές καταλαμβάνουν τουλάχιστον το 25% της πινακίδας)</p> | <p>Στη μόνιμη πινακίδα περιλαμβάνονται: Τύπος και ονομασία πράξης, το έμβλημα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, αναφορά στην Ευρωπαϊκή Ένωση, το οικείο Ταμείο και μήνυμα που να προβάλλει την προστιθέμενη αξία της κοινοτικής παρέμβασης. (Οι πληροφορίες αυτές καταλαμβάνουν τουλάχιστον το 25% της πινακίδας)</p> |

Ο Δικαιούχος επίσης φροντίζει να ενημερώσει, σε περίπτωση που η πράξη συγχρηματοδοτείται από το ΕΚΤ και κατά περίπτωση από το ΕΤΠΑ ή το Ταμείο Συνοχής, όλους όσους συμμετέχουν ότι η πράξη είναι συγχρηματοδοτούμενη από το αντίστοιχο ταμείο και ότι είναι ενταγμένη στο αντίστοιχο επιχειρησιακό πρόγραμμα. Η πληροφορία αυτή αναφέρεται και σε κάθε έγγραφο που αφορά την πράξη, συμπεριλαμβανομένων του παρουσιολογίου ή άλλου πιστοποιητικού.

4.4 Εργαλεία

Στον παρακάτω πίνακα, εκτός από τις ενέργειες που είναι υποχρεωτικές, σύμφωνα με τον κανονισμό, αναφέρονται και άλλες ενέργειες οι οποίες αφορούν στη χωρική ενότητα Κρήτης & Νήσων Αιγαίου και θα χρησιμοποιηθούν αναλόγως με τις ανάγκες, το στοχοθετούμενο κοινό και τα χαρακτηριστικά του προγράμματος για την εκάστοτε περιφέρεια.

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:

| Ενέργειες | | ΚΟΙΝΟ ΣΤΟΧΟΣ | | | | |
|---|-------------------------------------|-----------------------------------|-------------------|---------------------|------------|---------------------------|
| | | Δυνητικοί Δικαιούχοι & Δικαιούχοι | Ενδιάμεσοι Φορείς | Εμπλεκόμενοι Φορείς | Ευρύ Κοινό | Διαμορφωτές Κοινής γνώμης |
| Υ Π Ο Χ Ρ Ε Ω Τ Ι Κ Α | Εναρκτήρια Εκδήλωση | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| | Ετήσια Εκδήλωση | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| | Ανάρτηση σημαίας ΕΕ 9-16 Μαΐου | | | | ✓ | |
| | Δημοσιοποίηση καταλόγου δικαιούχων | | | | ✓ | |
| | Ιστοσελίδα - Internet | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| | Εκδηλώσεις-Ειδικές Δράσεις | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| | Γραφείο Πληροφόρησης | | | | ✓ | |
| | Ενημερωτικά Υλικό | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | |
| | ΜΜΕ (Τηλεόραση - Τύπος - Ραδιόφωνο) | ✓ | | | ✓ | |
| | Πρωθητικό Υλικό | ✓ | | | ✓ | |
| | Έρευνες Κοινού | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | |

Τα επικοινωνιακά εργαλεία και η σημαντική χρησιμότητά τους για την εξασφάλιση της πλήρους επικοινωνίας με το κοινό στόχο είναι:

- Γραφείο Πληροφόρησης
- Internet – Ιστοσελίδα ΠΕΠ Κρήτης – Νήσων Αιγαίου
- Εκδηλώσεις – Ειδικές Δράσεις σε επιμέρους κοινά στόχο
- Ενημερωτικό υλικό
- Προωθητικό υλικό
- ΜΜΕ
- Έρευνες κοινού

1. Γραφείο Πληροφόρησης – Call Center

Στόχος του Γραφείου Πληροφόρησης που θα λειτουργεί αποκεντρωμένα σε κάθε μια από τις τρεις ενδιάμεσες Διαχειριστικές Αρχές της χωρικής ενότητας (Κρήτη-Βόρειο – Νότιο Αιγαίο) είναι να παρέχει κάθε πληροφορία σχετικά με το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα ή άλλα Επιχειρησιακά Προγράμματα που υλοποιούν ενέργειες συμπληρωματικές ή συναφείς με εκείνες του Ε.Π. ή συμβάλλουν στην επίτευξη του γενικού αναπτυξιακού στόχου της Χωρικής Ενότητας. Το γραφείο είναι προσανατολισμένο στην αμφίδρομη επικοινωνία και εξυπηρέτηση όλων των ενδιαφερομένων, καταγράφει τις ερωτήσεις ή και προτάσεις του κοινού και απαντά σ' αυτές.

2. Internet

Το διαδίκτυο θα αποτελέσει το βασικό επικοινωνιακό εργαλείο καθ' όλη τη διάρκεια της νέας Προγραμματικής Περιόδου.

Η πολυνησία της χωρικής ενότητας και η απομόνωση πολλών νησιών, ειδικά τους χειμερινούς μήνες, αναδεικνύει τον αυξημένο ρόλο της πληροφόρησης μέσω του διαδικτύου. Κεντρικό ρόλο στην επιτυχή λειτουργία του συστήματος διάδοσης των πληροφοριών θα διαδραματίσει η Ιστοσελίδα του Επιχειρησιακού Προγράμματος Κρήτης και Νήσων Αιγαίου.

Για τους δυνητικούς δικαιούχους θα αποτελέσει το βασικό αγωγό παροχής πληροφοριών, υποδειγμάτων και οδηγιών με στόχο την εκμετάλλευση των χρηματοδοτικών ευκαιριών που προσφέρει το Πρόγραμμα.

Επιπλέον για τους πολίτες θα αποτελέσει εύκολη, έγκαιρη και έγκυρη μέθοδο παροχής «χρηστικής» πληροφόρησης σχετικά με τις ευκαιρίες που δίνονται από το ΕΣΠΑ για χρηματοδότηση επενδύσεων, εύρεση εργασίας, κατάρτιση, παροχή κοινωνικών υπηρεσιών ή υπηρεσιών για κάλυψη αναγκών σε ΑΜΕΑ αλλά και αποτελεσματικό μέσο ενημέρωσης και πληροφόρησης για την πορεία υλοποίησης του Επιχειρησιακού Προγράμματος καθώς και για τα αναπτυξιακά έργα και δράσεις που εκτελούνται σε τοπικό ή εθνικό επίπεδο.

Παράλληλα θα αποτελέσει σημαντική πηγή άντλησης πληροφοριών για τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, δίδοντας τη δυνατότητα στους δημοσιογράφους, αλλά και στο ευρύ κοινό, της άμεσης επικοινωνίας μέσω της διατύπωσης ερωτήσεων και παρατηρήσεων οι οποίες θα απαντώνται άμεσα, μέσω της έκδοσης και αποστολής newsletters κ.α.

Στην ιστοσελίδα του ΕΠ θα περιλαμβάνονται μεταξύ των άλλων:

- 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. όσο και των Εθνικών Αρχών, Φορέων και Οργανισμών

Η ιστοσελίδα του Επιχειρησιακού Προγράμματος θα έχει ενιαία δομή με κοινές αρχές στην εισαγωγή, προβολή και ταξινόμηση του περιεχομένου της, δίνοντας παράλληλα δυνατότητες παραμετροποίησης των απαραίτητων σελίδων της, αναλόγως των ιδιαιτεροτήτων και απαιτήσεων κάθε Διοικητικής Περιφέρειας της χωρικής ενότητας.

Οι Υπεύθυνοι Δημοσιότητας (Υ.Δ.) των τριών Ενδιάμεσων Διαχειριστικών Αρχών των Διοικητικών Περιφερειών αναλαμβάνουν την ευθύνη διαχείρισης του περιεχομένου της ιστοσελίδας του Ε.Π. Με ευθύνη των Υ.Δ. θα ενσωματώνονται στην ιστοσελίδα θέματα που έχουν ιδιαίτερη βαρύτητα για το Πρόγραμμα και αφορούν την αντίστοιχη διοικητική Περιφέρεια, όμως η γενική εικόνα θα είναι

ομοιογενής και πλήρης καθώς η ανάρτηση και διαχείριση του περιεχομένου θα γίνεται σε ενιαία ιστοσελίδα με κοινά χαρακτηριστικά (look & feel).

Την ευθύνη και το συντονισμό θα έχει ο Υπεύθυνος Δημοσιότητας της Ενδιάμεσης Διαχειριστικής Αρχής, της οποίας ο προϊστάμενος Γενικός Γραμματέας ασκεί την συγκεκριμένη περίοδο χρέη Προέδρου Επ. Πα. του ΠΕΠ.

Για το τρέχον έτος όλα τα Ε.Π. θα προβληθούν άμεσα μέσω της κεντρικής ιστοσελίδας του ΕΣΠΑ www.espa.gr ως υποσέλιδα.

3. Εκδηλώσεις – Ειδικές δράσεις

Ανάλογα με τους στόχους θα απευθύνονται σε εξειδικευμένο ή σε ευρύ κοινό ενώ με κατάλληλες επικοινωνιακές μεθόδους θα εξασφαλίζεται η συμμετοχή των ενδιαφερομένων. Οι δράσεις αυτές μπορεί να είναι

- Ημερίδες - Συνέδρια – Εκθέσεις
- Ενημερωτικά Σεμινάρια
- Road Show
- Ενημερωτικές συναντήσεις με Δημοσιογράφους και άλλα ειδικά κοινά

Ημερίδες - Συνέδρια – Εκθέσεις: Έχει εκτιμηθεί ότι οι δράσεις ενημέρωσης πολιτών και φορέων έχουν σημαντική αποτελεσματικότητα δεδομένου ότι καθιστούν κατανοητό και εύκολα προσεγγίσιμο το τεχνοκρατικό αντικείμενο. Αυτό οδηγεί στην συνέχιση των εν λόγω δράσεων εμπλουτίζοντάς τις μάλιστα και με μοντέρνες τεχνικές διαλόγου. Το στοχοθετούμενο κοινό και το περιεχόμενο των δράσεων θα είναι συμβατό με την αναπτυξιακή παρέμβαση και το είδος των στρατηγικών που σε κάθε χρονική στιγμή κρίνεται ως αναγκαίο προς προβολή.

Επίσης ιδιαίτερη σημασία θα δοθεί στη χρήση και ανάδειξη **των καλών πρακτικών**. Πέρα από την τυπική μορφή που κατά παράδοση παίρνει η παρουσίαση καλών πρακτικών, αυτή θα πρέπει να συμπεριλάβει:

- Την ώριμη πλέον παρουσίαση των αποτελεσμάτων έργων προηγούμενων προγραμμάτων και
- Την παρουσίαση των έργων μέσω κυρίως των ωφελούμενων που μιλούν για τον τρόπο που αυτά άλλαξαν τη ζωή τους.

Ενημερωτικά Σεμινάρια: Απευθύνονται κυρίως στους δικαιούχους, με σκοπό την σωστή κατάρτιση και εκπαίδευσή τους σε θέματα γύρω από το Πρόγραμμα. Θα διοργανωθούν σεμινάρια εκπαίδευσης και για δυνητικούς δικαιούχους, αλλά και ημερίδες με ειδικούς επιστήμονες από την Ελλάδα και το εξωτερικό, με στόχο τη διερεύνηση των αποτελεσμάτων του Προγράμματος ανά τομέα.

Road Show: Στα μεγαλύτερα νησιά η δράση αυτή θα πάρει το χαρακτήρα ενημέρωσης μέσω περιπτέρων που θα λειτουργούν 2-3 μέρες, και θα πλαισιώνονται από στελέχη της Ενδιάμεσης Διαχειριστικής Αρχής (τα οποία είναι σε θέση να μεταδώσουν τις σχετικές πληροφορίες με ακρίβεια).

Ενημερωτικές συναντήσεις με δημοσιογράφους και άλλα ειδικά κοινά: Θα οργανωθούν ετήσιες ενημερωτικές ημερίδες που θα απευθύνονται στους δημοσιογράφους εντύπων, ραδιοτηλεοπτικών και ηλεκτρονικών ΜΜΕ, για την κατανόηση των πτυχών του Προγράμματος αλλά και άλλες ειδικές δράσεις, όπως σεμινάρια και εργαστήρια συνεργασίας καθώς και επισκέψεις σε έργα του Ε.Π. με την συμμετοχή εκπροσώπων της τηλεόρασης, του ραδιοφώνου και των έντυπων μέσων.

Μια δράση προς την κατεύθυνση της αντιμετώπισης της αναποτελεσματικής πληροφόρησης λόγω νησιωτικότητας αποτελεί η ενημέρωση των κατοίκων των μικρών νησιών «από πρώτο χέρι». Η ενημέρωση αυτή θα γίνεται με επισκέψεις ολιγομελών κλιμακίων (1-2 ατόμων) των Ενδιάμεσων Διαχειριστικών αρχών στα μικρά νησιά, όπου θα γίνεται τόσο γενική ενημέρωση για το Πρόγραμμα όσο και ειδική ενημέρωση για τα έργα που υλοποιούνται στο συγκεκριμένο νησί ή έχουν αντίκτυπο και σε αυτό.

Στην ίδια κατεύθυνση ιδιαίτερο στόχο πληροφόρησης αποτελούν οι μαθητές γυμνασίων και λυκείων των νησιών, οι οποίοι είναι οι αυριανοί πολίτες που θα απολαύσουν και θα διαχειριστούν το έργο που παράγεται. Για το λόγο αυτό, σε συνδυασμό με την παραπάνω δράση, θα γίνεται ενημερωτική συνάντηση στα σχολεία των μικρότερων κυρίως και πιο απομακρυσμένων νησιών, ενώ θα προγραμματιστεί με τον πλέον κατάλληλο τρόπο η συμμετοχή των μαθητών είτε ομαδικά (ως τάξη) είτε ατομικά σε έκθεση ή διαγωνισμό σχετικό με το Πρόγραμμα.

4. Ενημερωτικό Υλικό

- **Έντυπο Υλικό (ειδικοί οδηγοί, ενημερωτικά φυλλάδια, λευκώματα κλπ.)**

Τα παραπάνω εργαλεία θα χρησιμοποιούνται κατά κύριο λόγο συμπληρωματικά σε άλλες δράσεις δημοσιότητας και με επιλεγμένα σημεία διάθεσης. Θα εκδοθεί επίσης οδηγός δημοσιότητας για τους δικαιούχους και ειδικοί οδηγοί για το πρόγραμμα ώστε οι δικαιούχοι να έχουν σαφή γνώση των υποχρεώσεων και δυνατοτήτων τους.

Ενδεικτικά προβλέπονται να εκδοθούν άπαξ, είτε σε τακτική βάση, τα παρακάτω έντυπα:

- Έκδοση (έντυπη και ηλεκτρονική) οδηγού δημοσιότητας για δικαιούχους
- Έκδοση ενημερωτικού οδηγού με εκλαϊκευμένη παρουσίαση του προγράμματος και της περιφερειακής πολιτικής της ΕΕ γενικότερα
- Έκδοση και διανομή ειδικών ενημερωτικών οδηγών και φυλλαδίων γύρω από τις δράσεις του Προγράμματος ανά κατηγορία ενέργειας ή ανά νησί ή ομάδα μικρότερων νησιών
- Έκδοση της ετήσιας ατζέντας του Προγράμματος
- Έκδοση τριμηνιαίου (ή άλλης συχνότητας) ενημερωτικού εντύπου κλπ

- **Ηλεκτρονικό Υλικό:**

CD ROM: Μέσο που εξασφαλίζει ευρεία προβολή, σε ειδικό κοινό που είναι εξοικειωμένο με τη χρήση Η/Υ, για το σύνολο ή μεμονωμένα έργα του ΕΠ. Εκδόθηκε ενδιαφέρον υλικό την προηγούμενη προγραμματική περίοδο το οποίο μπορεί να αποτελέσει μια καταρχήν προσέγγιση στο θέμα.

Infovideo: Πρόκειται για ενημερωτικά βίντεο - ντοκιμαντέρ σε επιλεγμένα έργα ΕΠ όπου δικαιούχοι καταθέτουν τις προσωπικές τους μαρτυρίες. Η προβολή των info video από την τοπική τηλεόραση εξασφαλίζει την ενημέρωση του ευρέως κοινού και η ειδησεογραφική κάλυψη την αντικειμενικότητα της παρουσίασης.

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 του προγράμματος θα φιλοξενεί ηλεκτρονικές εκδόσεις των ενημερωτικών δελτίων

στις οποίες θα έχουν πρόσβαση οι πολίτες μέσω της εγγραφής των ως συνδρομητές .

- **Ειδικά stands σε χώρους πρόσβασης επισκεπτών των νησιών (κυρίως αίθουσες επιβατών λιμένων και αεροδρομίων)**

Όπως αναφέρθηκε, οι επισκέπτες των νησιών αποτελούν κοινό το οποίο μπορεί να μεταφέρει την πληροφόρηση για τα επιτεύγματα του Προγράμματος εκτός των ορίων της Περιφέρειας. Ιδιαίτερη αξία έχει η μεταφορά αυτού του μηνύματος (δηλ. ότι το Πρόγραμμα υλοποιείται με επιτυχία, αποτελεσματικότητα και διαφάνεια) μέσω των επισκεπτών στις χώρες της Ε.Ε., ώστε να γίνει φανερό ότι η χρηματοδότηση της περιφερειακής πολιτικής της ΕΕ από τις πιο αναπτυγμένες οικονομικά χώρες «πιάνει τόπο».

- **Εξωτερική (Outdoor) διαφήμιση**

Μέσο που εξασφαλίζει ευρεία ενημέρωση σε τοπικό κυρίως επίπεδο με βάση κατάλληλο διαφημιστικό προγραμματισμό και τη χρήση ελκυστικού προς το κοινό δημιουργικού υλικού.

5. Προωθητικό Υλικό

Η παραγωγή και διανομή προωθητικού υλικού έχει αποδειχθεί από την προηγούμενη εμπειρία ότι έχει άμεση ανταπόκριση και μεγάλη αποδοχή από το ευρύ κοινό και λειτουργεί θετικά στη προσπάθεια για εξοικείωση με το Πρόγραμμα και τη συμβολή της Ε.Ε. Για το σκοπό αυτό θα διανεμηθεί σε στοχευμένες εκδηλώσεις ή εκδηλώσεις ανοικτού χώρου υλικό όπως: block, folder, στυλό, t-shirts, καπέλα, κονκάρδες (pins), usb, τσάντες κ.α. που όλα θα φέρουν το σήμα, το λογότυπο, το μήνυμα και τα χρώματα του Ε.Π.

6. Τηλεόραση – Ραδιόφωνο - Τύπος

Συμμετοχή στελεχών σε εκπομπές διαλόγου στο ραδιόφωνο και στην τηλεόραση, ρεπορτάζ από διάφορες ενημερωτικές εκδηλώσεις του Προγράμματος, επισκέψεις σε έργα, διαφημιστικά σποτ, καταχωρήσεις στον τοπικό κυρίως τύπο, είναι μερικοί από τους σημαντικότερους τρόπους προβολής του προγράμματος στα τοπικά - περιφερειακά και εθνικά ΜΜΕ. Τα σποτ και οι μακέτες οφείλουν να έχουν ενημερωτικό κυρίως χαρακτήρα, η δε δημοσιοποίησή στοχεύει όχι μόνο να

ενημερώσει αλλά και να προκαλέσει το ενδιαφέρον των πολιτών για το Πρόγραμμα και τα οφέλη από τις δράσεις του..

7. Έρευνες Κοινού

Σε συνεργασία με την Εθνική Αρχή Συντονισμού, οι Ενδιάμεσες Διαχειριστικές Αρχές θα διεξάγουν συντονισμένα **έρευνες κοινού**, σε στατιστικό δείγμα της Περιφέρειάς τους με στόχο την εκτίμηση κάθε φορά της γνώσης που έχει δημιουργηθεί στο Κοινό σχετικά με το Πρόγραμμα και τους στόχους του.

Πρέπει να σημειώσουμε ότι τα παραπάνω περιγραφέντα εργαλεία στη συνέχεια θα εξειδικευθούν και θα εμπλουτιστούν περαιτέρω με βάση και την εμπειρία που έχει αποκτηθεί από το Γ' ΚΠΣ. Μπορούμε δε εποπτικά να τα εντάξουμε σε ένα συγκροτημένο πλέγμα ενεργειών Π&Δ που σχηματικά αναλύεται ως εξής:

Πίνακας συσχετισμού προτεινόμενων ενεργειών ανά κοινό στόχος

| ΕΝΕΡΓΕΙΑ | | ΚΟΙΝΟ - ΣΤΟΧΟΣ | | | | | ΣΤΟΧΟΣ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ |
|------------------------------------|--|-----------------------------------|-------------------|---------------------|------------|---------------------------|---|
| | | Δυνητικοί Δικαιούχοι & Δικαιούχοι | Ενδιάμεσοι Φορείς | Εμπλεκόμενοι Φορείς | Ευρύ κοινό | Διαμορφωτές Κοινής Γνώμης | |
| Εναρκτήρια Εκδήλωση | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | Η ενημέρωση για την έναρξη του προγράμματος και τις δυνατότητες του |
| Ετήσια Εκδήλωση | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | Η διάχυση των αποτελεσμάτων από την υλοποίηση του Προγράμματος. Η παρότρυνση για την καλύτερη υλοποίηση του |
| Ανάρτηση Σημείας ΕΕ (9-16 Μαΐου) | | | | | ✓ | | Υπενθύμιση Εορτασμού Ημέρας της Ευρώπης |
| Δημοσιοποίηση καταλόγου δικαιούχων | | | | | ✓ | | Ενίσχυση της διαφάνειας – Ενημέρωση του Πολίτη |
| Ιστοσελίδα – Internet | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | Η πληροφόρηση όλων των εμπλεκόμενων με το πρόγραμμα |
| Εκδηλώσεις – Ειδικές Δράσεις | Ημερίδες – Συνέδρια – Εκθέσεις | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | Η εξειδικευμένη παρουσίαση στοιχείων του προγράμματος – Η προτροπή για τη συμμετοχή στο πρόγραμμα |
| | Ενημερωτικά Σεμινάρια | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | Η εξειδικευμένη παρουσίαση στοιχείων του προγράμματος – Η υποβοήθηση των δικαιούχων για την σωστή υποβολή προτάσεων |
| | Road show | | | | ✓ | | Η παρακίνηση του κοινού για το πρόγραμμα |
| | Ενημερωτικές Συναντήσεις με δημοσιογράφους και άλλα ειδικά κοινά | | | | | ✓ | Η προώθηση των στόχων του προγράμματος μέσω παρεμβάσεων από τρίτους |
| Γραφείο Πληροφόρησης | | | | | ✓ | | Ενημέρωση για το πρόγραμμα σε διάφορα επίπεδα, μεγιστοποίηση διαφάνειας, διαδικασίες αμφίδρομης πληροφόρησης |

| ΕΝΕΡΓΕΙΑ | | ΚΟΙΝΟ - ΣΤΟΧΟΣ | | | | | ΣΤΟΧΟΣ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ |
|-------------------|--|-----------------------------------|-------------------|---------------------|------------|---------------------------|--|
| | | Δυνητικοί Δικαιούχοι & Δικαιούχοι | Ενδιάμεσοι Φορείς | Εμπλεκόμενοι Φορείς | Ευρύ κοινό | Διαμορφωτές Κοινής Γνώμης | |
| Ενημερωτικό υλικό | Newsletter | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | Η πληροφόρηση όλων των εμπλεκόμενων με το πρόγραμμα |
| | CD ROM | ✓ | ✓ | ✓ | | | Η πληροφόρηση όλων των εμπλεκόμενων με το πρόγραμμα |
| | Οδηγοί | ✓ | ✓ | ✓ | | | Πλήρης, ισότιμη και διαφανής καθοδήγηση των εμπλεκόμενων στο πρόγραμμα |
| | Infovideo | | | | ✓ | | Η πληροφόρηση όλων των εμπλεκόμενων με το πρόγραμμα |
| | Outdoor διαφήμιση | | | | ✓ | | Η πληροφόρηση όλων των εμπλεκόμενων με το πρόγραμμα |
| | Ειδικά Stands σε χώρους πρόσβασης επισκεπτών | | | | ✓ | | Η πληροφόρηση όλων των εμπλεκόμενων με το πρόγραμμα |
| Πρωθητικό Υλικό | | ✓ | | | ✓ | | Ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας του προγράμματος |
| MME | Τύπος – Τηλεόραση - Ραδιόφωνο | ✓ | | | ✓ | | Η προβολή του προγράμματος – Η αύξηση της αναγνωρισιμότητάς του – Η ενημέρωση του κοινού για το ρόλο της Ε.Ε. |
| Έρευνες Κοινού | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | Η αποτύπωση της κατάστασης του προγράμματος κατά την διάρκεια υλοποίησής του |

5. Χρονοδιάγραμμα και Φάσεις Υλοποίησης

Για την εφαρμογή των ενεργειών Πληροφόρησης και Δημοσιότητας του Επιχειρησιακού Προγράμματος προβλέπεται μια αλληλουχία φάσεων επικοινωνίας κλιμακούμενου χαρακτήρα.

Γίνεται διάκριση στις ακόλουθες τρεις φάσεις, ανάλογα με το στάδιο στο οποίο βρίσκεται το Πρόγραμμα, καθεμία από τις οποίες αποτελεί συνέχεια, συμπλήρωση και εξειδίκευση της προηγούμενης. Για τη μεγιστοποίηση του αποτελέσματος ο τρόπος που θα χρησιμοποιηθούν τα επικοινωνιακά εργαλεία προσαρμόζεται στις ιδιαιτερότητες κάθε διοικητικής Περιφέρειας.

- **Α΄ Φάση:** Στη φάση αυτή παρέχεται γενική πληροφόρηση για το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα και τις δράσεις του και πραγματοποιείται εναρκτήρια εκδήλωση.
- **Β΄ Φάση :** Η δεύτερη φάση περιλαμβάνει ενέργειες με στόχο τη δημιουργία γνώσης για το πρόγραμμα και τις δράσεις του στα διάφορα κοινά στόχους,
- **Γ΄ Φάση :** Στη φάση αυτή ο στόχος επικεντρώνεται στη διάδοση των αποτελεσμάτων στη βάση της υλοποίησης του προγράμματος

Αναλυτικότερα

Η Α΄ φάση έχει διάρκεια δύο έτη και καλύπτει τη χρονική περίοδο από την έγκρισή του Προγράμματος έως το τέλος του 2009. Στη φάση αυτή το Πρόγραμμα βρίσκεται στο στάδιο της προετοιμασίας, της ενεργοποίησης και της έναρξης υλοποίησής του και συνεπώς το επικοινωνιακό σχέδιο δράσης περιλαμβάνει ενέργειες με τις οποίες θα παρέχεται γενική πληροφόρηση για το βασικό περιεχόμενο του Προγράμματος (δομή, δράσεις που περιλαμβάνει, αναμενόμενα αποτελέσματα).

Ο στόχος είναι από τη μια πλευρά η ενημέρωση των φορέων για το περιεχόμενο του Προγράμματος, για τις αλλαγές σε σχέση με την προηγούμενη περίοδο και για τον τρόπο με τον οποίο εμπλέκονται στην υλοποίησή του. Από την άλλη γίνεται η πρώτη προσπάθεια προσέγγισης του κοινού, που καλείται να πληροφορηθεί για τη μετάβαση από το ΚΠΣ στο ΕΣΠΑ και βέβαια να αποκτήσει μια πρώτη επαφή/γνώση για το νέο Πρόγραμμα, το οποίο είναι αρκετά διαφορετικό σε σχέση με όσα είχε μάθει τα προηγούμενα χρόνια. Η διάδοση της πληροφόρησης γίνεται με απλό και κατανοητό τρόπο και περιλαμβάνει κυρίως τις ακόλουθες ενέργειες

- Εναρκτήρια εκδήλωση
- Δημοσιοποίηση των εγκεκριμένων εγγράφων του Προγράμματος
- Έκδοση γενικού εντύπου υπό τη μορφή περίληψης - ενημερωτικού οδηγού που θα περιλαμβάνει τις βασικές γνώσεις για το Πρόγραμμα και τη συμβολή των ταμείων της ΕΕ
- Ανάρτηση σημαίας Ε.Ε.
- Δημιουργία νέας ιστοσελίδας
- Δράσεις προς ΜΜΕ και δημοσιογράφους
- Ενημερωτική αλληλογραφία, e-mails, κλπ.
- Δημοσιοποίηση καταλόγου δικαιούχων
- Ενημερωτικές συναντήσεις, ενημερωτικές – εκπαιδευτικές ημερίδες
- Παραγωγή προωθητικού υλικού
- Αρχική έρευνα κοινού

Η **δεύτερη φάση** έχει διάρκεια τρία έτη και καλύπτει τη χρονική περίοδο από το 2010 έως το τέλος του 2012, ταυτίζεται δηλαδή χρονικά με το στάδιο της πλήρους ενεργοποίησης και ένταξης υλοποίησης του Προγράμματος. Έτσι η προσπάθεια μεταφέρεται από τη γενική πληροφόρηση στη δημιουργία γνώσης. Η γνώση αυτή αφορά αφενός τους δικαιούχους οι οποίοι καλούνται να υλοποιήσουν τις δράσεις του Προγράμματος μέσα σε ένα συγκεκριμένο πλαίσιο (διαδικασίες, κριτήρια, κανόνες δημοσιότητας κτλ.) και αφετέρου το ευρύ κοινό το οποίο ωφελείται από τις δράσεις αυτές. Περιλαμβάνει κυρίως τις ακόλουθες δράσεις:

- Ετήσια εκδήλωση
- Έκδοση / διανομή ειδικών - θεματικών ενημερωτικών οδηγών και φυλλαδίων
- Ευρεία χρήση της νέας ιστοσελίδας
- Έκδοση newsletters
- Δράσεις προς ΜΜΕ και δημοσιογράφους
- Παραγωγή προωθητικού υλικού
- Συστηματική οργάνωση θεματικών συναντήσεων και σεμιναρίων με τους δυνητικούς δικαιούχους και τους δικαιούχους
- Έναρξη λειτουργίας υπηρεσίας ενημέρωσης κοινού
- Αξιοποίηση των διαθέσιμων δικτύων πληροφόρησης (πολλαπλασιαστές πληροφόρησης)
- Παρουσίαση καλών παραδειγμάτων και καλών πρακτικών μέσω ανταλλαγών εμπειρίας και τεχνογνωσίας
- Περιοδικές συνεντεύξεις Τύπου
- Δημοσιοποίηση καταλόγου δικαιούχων
- Ανάρτηση σημαίας Ε.Ε.

- Δημιουργία σποτ, μακετών και έναρξη διαφημιστικού προγράμματος
- Έρευνα κοινού στο μέσο της προγραμματικής περιόδου

Η **τρίτη φάση** επικοινωνίας έχει και αυτή διάρκεια τρία έτη και καλύπτει τη χρονική περίοδο από το 2013 έως το τέλος του 2015, τη περίοδο δηλαδή κατά την οποία το Πρόγραμμα μπαίνει στην τελική του ευθεία και ολοκληρώνεται. Στη φάση αυτή έχουν πια κορυφωθεί και αποκλιμακώνονται οι ενέργειες για τη δημιουργία γνώσης και οι προσπάθειες επικεντρώνονται στην προβολή των έργων που υλοποιήθηκαν και υλοποιούνται, των καλών πρακτικών και των αποτελεσμάτων του Προγράμματος. Οι δράσεις που περιλαμβάνονται είναι σε γενικές γραμμές οι εξής.

- Ετήσια εκδήλωση
- Εκδόσεις για την προβολή και διάδοση των αποτελεσμάτων του Προγράμματος
- Διοργάνωση εκδηλώσεων για την Προβολή καλών παραδειγμάτων – καλών πρακτικών και ανταλλαγές εμπειριών
- Έκδοση newsletters
- Παραγωγή προωθητικού υλικού
- Συνέχιση λειτουργίας υπηρεσίας ενημέρωσης κοινού
- Συμμετοχή και οργάνωση εκδηλώσεων όπως εκθέσεις, road show, δράσεις σε σχολεία κτλ.
- Αξιοποίηση Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης
- Ευρεία χρήση της ιστοσελίδας
- Ανάρτηση σημαίας Ε.Ε.
- Συνέχιση λειτουργίας δικτύων
- Δημιουργία φωτογραφικού αρχείου με συγχρηματοδοτούμενα έργα
- Τελική έρευνα κοινού που να τεκμηριώνει τον βαθμό στον οποίο εκπληρώνονται τουλάχιστον οι γενικοί στόχοι της επικοινωνίας, όπως αναφέρονται στην ενότητα 2.

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται διαγραμματικά υπό τύπο χρονοδιαγράμματος κατά τρίμηνο και κατά φάση τα εργαλεία που θα χρησιμοποιηθούν.

| Ενέργειες | Επικοινωνιακές Φάσεις | | |
|-------------------------------------|-----------------------|----------------|----------------|
| | A' (2008-2009) | B' (2010-2012) | Γ' (2013-2015) |
| Εναρκτήρια εκδήλωση | ■ | | |
| Ετήσια εκδήλωση | ■ | | |
| Ανάρτηση σημαίας ΕΕ | ■ | ■ | ■ |
| Δημοσιοποίηση καταλόγου δικαιούχων | ■ | ■ | ■ |
| Δημιουργία νέας ιστοσελίδας | ■ | | |
| Προβολή μέσω ιστοσελίδας | ■ | | ■ |
| Ημερίδες, συνέδρια, εκδηλώσεις | ■ | | ■ |
| Γραφείο Ενημέρωσης | ■ | ■ | ■ |
| Εκπαιδευτικά σεμινάρια | ■ | | ■ |
| Direct mail | ■ | | ■ |
| Newsletters | ■ | | |
| Συναντήσεις εργασίας | ■ | ■ | ■ |
| Ενημερωτικός οδηγός | ■ | ■ | |
| Θεματικές εκδόσεις | ■ | ■ | ■ |
| Εκδόσεις για τα αποτελέσματα του ΕΠ | | | ■ |
| Προβολή μέσω ΜΜΕ | ■ | ■ | ■ |
| Πρωθητικό υλικό | | | ■ |
| Λειτουργία δικτύων | ■ | ■ | ■ |
| Έρευνες κοινού | ■ | ■ | ■ |

| Χρώμα | Βαθμός έντασης |
|-------|----------------|
| ■ | Χαμηλή ένταση |
| ■ | Μέση ένταση |
| ■ | Υψηλή ένταση |

6. Ενδεικτικός προϋπολογισμός για την υλοποίηση του επικοινωνιακού σχεδίου

Ο συνολικός ενδεικτικός προϋπολογισμός των μέτρων και δράσεων Πληροφόρησης και Δημοσιότητας του Ε.Π. Κρήτης & Νήσων Αιγαίου για το σύνολο της περιόδου 2007 – 2013 ανέρχεται στο ύψος των 6.300.000 €.

Πιο αναλυτικά, ο συνολικός ενδεικτικός προϋπολογισμός κατανέμεται ως εξής:

| Ενέργειες | Κατανομή του συνόλου του προϋπολογισμού για την Πληροφόρηση και τη Δημοσιότητα ανά κατηγορία ενεργειών | |
|-----------------------------|--|-------------|
| | Ποσό | Ποσοστό |
| ΜΜΕ | 2.950.000 | 47 % |
| Πρωθητικές Ενέργειες | 1.660.000 | 26 % |
| Άλλες ενέργειες | 1.690.000 | 27 % |
| Σύνολο | 6.300.000 | 100% |

Οι δράσεις Πληροφόρησης και Δημοσιότητας χρηματοδοτούνται από τον Άξονα 11, του Προγράμματος, Τεχνική Υποστήριξη Εφαρμογής για την Κρήτη & το Βόρειο Αιγαίο με ποσοστό κοινοτικής συγχρηματοδότησης που ανέρχεται στο 78% και από τον Άξονα 12 για το Νότιο Αιγαίο με ποσοστό κοινοτικής συγχρηματοδότησης που ανέρχεται στο 38%.

Ο συνολικός ενδεικτικός προϋπολογισμός ανά Διοικητική Περιφέρεια κατανέμεται ως εξής:

| ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ | ΠΟΣΟ | % | ΠΟΣΟ | % | ΠΟΣΟ | % |
|-----------------------------|------------------|--------------|------------------|-------------|------------------|-------------|
| | ΚΡΗΤΗ | | ΒΟΡΕΙΟ ΑΙΓΑΙΟ | | ΝΟΤΙΟ ΑΙΓΑΙΟ | |
| Μ.Μ.Ε. | 1.250.000 | 50% | 900.000 | 50% | 800.000 | 40% |
| Πρωθητικές Ενέργειες | 500.000 | 20% | 360.000 | 20% | 800.000 | 40% |
| Άλλες Ενέργειες | 750.000 | 30% | 540.000 | 30% | 400.000 | 20% |
| Σύνολο | 2.500.000 | 100 % | 1.800.000 | 100% | 2.000.000 | 100% |

Σημειώνεται ότι η παραπάνω κατανομή έχει γίνει χωρίζοντας τις δράσεις δημοσιότητας στις παραπάνω κατηγορίες ως εξής :

MME : Media Plan - Τηλεόραση, Ραδιόφωνο, Τύπος, διαφημιστική εκστρατεία Internet (Internet campaign), εξωτερική διαφήμιση (outdoor)

Προωθητικές Ενέργειες : Εκδηλώσεις-συνέδρια, σεμινάρια, road show, εκδόσεις, φυλλάδια, παραγωγή προωθητικού υλικού, λειτουργία γραφείου ενημέρωσης

Άλλες Ενέργειες : Παραγωγές για MME (μακέτες, spot, αρχεία κλπ), Έρευνες κοινού, δημιουργία και ενημέρωση web site

7. 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@mnec.gr

- Υπεύθυνος για την εφαρμογή της πληροφόρησης και δημοσιότητας για την Περιφέρεια Κρήτης :
Ενδιάμεση Διαχειριστική Αρχή Κρήτης
Δουκός Μποφώρ 7, 71202 Ηράκλειο
Τηλ. 2813 404500
E-mail : kriti@mou.gr

Υπεύθυνος για την εφαρμογή της πληροφόρησης και δημοσιότητας για την Περιφέρεια του Βορείου Αιγαίου
Ενδιάμεση Διαχειριστική Αρχή Βορείου Αιγαίου
1^ο χλμ Μυτιλήνης Λουτρών, 81100 Μυτιλήνη
Τηλ. 22513 52000
E-mail : vorioaigaio@mou.gr

Υπεύθυνος για την εφαρμογή της πληροφόρησης και δημοσιότητας για την Περιφέρεια του Νοτίου Αιγαίου:

Ενδιάμεση Διαχειριστική Αρχή Νοτίου Αιγαίου

Οδός Σάκη Καραγιωργα, 84100 Ερμούπολη

Τηλ. 22813 60800

E-mail : notioaigaio@mou.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 συνεργασία με εξωτερικούς συμβούλους, βάση της εμπειρίας της προηγούμενης προγραμματικής περιόδου, με στόχο την εξειδίκευση, την κατάρτιση και υλοποίηση ενός πλήρους επικοινωνιακού σχεδίου
- Τη συμμετοχή στο δίκτυο υπευθύνων δημοσιότητας του ΕΣΠΑ που συντονίζει η Εθνική Αρχή Συντονισμού

8. Αξιολόγηση

Οι Ενδιάμεσες Διαχειριστικές Αρχές σε συντονισμό με την Εθνική Αρχή Συντονισμού αξιολογούν τις δράσεις πληροφόρησης και δημοσιότητας που προβλέπεται να οργανωθούν στα πλαίσια του Προγράμματος. Η αξιολόγηση των ενεργειών αυτών γίνεται με βάση τη συμβολή των ενεργειών στην επίτευξη των στόχων του Επικοινωνιακού Σχεδίου και σύμφωνα με ποιοτικούς και ποσοτικούς στόχους ανάλογα με τη φύση των ενεργειών.

Ειδικότερα οι ενδεικτικοί δείκτες αξιολόγησης διακρίνονται σε:

Δείκτες Υλοποίησης οι οποίοι καταγράφουν τις ενέργειες δημοσιότητας, όπως:

- Αριθμός εκδηλώσεων (ημερίδες, συνέδρια, σεμινάρια, εκθέσεις)
- Αριθμός διαφημιστικών εκστρατειών στα ΜΜΕ (Τηλεόραση, Ραδιόφωνο, Τύπος)
- Συνεργασία με δημοσιογράφους και ΜΜΕ (Συνεντεύξεις Τύπου, Ημερίδες Ενημέρωσης)
- Επικαιροποίηση Ιστοσελίδας
- Είδη και αριθμός εντύπων

Δείκτες Αποτελέσματος οι οποίοι καταγράφουν το αποτέλεσμα των ενεργειών προς το εκάστοτε κοινό – στόχο, όπως:

- Αριθμός συμμετεχόντων ανά ημερίδα
- Αριθμός εμφανίσεων στον Τύπο και ΜΜΕ
- Αριθμός εντύπων που διακινήθηκαν
- Αριθμός δελτίων τύπου που δημοσιεύτηκαν κλπ.

Χρειάζεται επίσης να 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.

Εξειδικεύοντας τα παραπάνω και προκειμένου η αξιολόγηση του έργου της δημοσιότητας να καταστεί περισσότερο αποτελεσματική θα συνδυαστούν τόσο ποσοτικές μέθοδοι αξιολόγησης (μετρήσεις, στατιστικά στοιχεία) όσο και ποιοτικές μέθοδοι που θα βασιστούν κυρίως σε έρευνες γνώμης με ομαδικές ή ατομικές συνεντεύξεις, ερωτηματολόγια κλπ οι οποίες θα αποτελέσουν σημαντικό εργαλείο στη διαδικασία αξιολόγησης και θα διεξαχθούν σε στατιστικό δείγμα των διοικητικών περιφερειών της χωρικής ενότητας, με ευθύνη των Ενδιάμεσων Διαχειριστικών αρχών και σε κοινό χρόνο, ακολουθώντας τις φάσεις επικοινωνίας ως εξής:

Η πρώτη έρευνα θα διεξαχθεί στην αρχή της πρώτης φάσης επικοινωνίας του προγράμματος, η επόμενη κατά τη δεύτερη φάση επικοινωνίας, σε συνέχεια μίας ετήσιας δραστηριότητας, η τρίτη έρευνα θα διενεργηθεί στο τέλος της δεύτερης φάσης, 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 εξαγωγή συγκρίσιμων οικοδόμησιμων ομοειδών συμπερασμάτων για την επικοινωνία του Επιχειρησιακού Προγράμματος σε όλη τη χωρική ενότητα Κρήτης και Νήσων Αιγαίου.

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, καλύπτοντας τα χαρακτηριστικά του κοινού-στόχου και στις τρεις διοικητικές Περιφέρειες.

Σχετική μέριμνα πρέπει να ληφθεί κατά την οργάνωση όλων των παραπάνω ενεργειών έτσι ώστε να έχει προβλεφθεί η καταγραφή των σχετικών δεικτών που ενδεικτικά παρατίθενται στο πίνακα που ακολουθεί

Ενδεικτικοί Τρόποι Αξιολόγησης

| Ενέργειες | Δείκτης Υλοποίησης | Δείκτης Αποτελέσματος |
|--|---|--|
| Εκδηλώσεις (ημερίδες, συνέδρια, σεμινάρια, εκθέσεις) | Αριθμός εκδηλώσεων | <ul style="list-style-type: none"> - Αριθμός προσκεκλημένων - Αριθμός συμμετεχόντων (σύγκριση μεταξύ προσκεκλημένων και συμμετεχόντων) - Αριθμός αιτημάτων για περισσότερες πληροφορίες |
| Διαγωνισμοί | Αριθμός εκδηλώσεων | <ul style="list-style-type: none"> - Αριθμός συμμετεχόντων |
| Διαφημίσεις σε Τηλεόραση Ραδιόφωνο | Αριθμός διαφημιστικών εκστρατειών | <ul style="list-style-type: none"> - Κάλυψη - Συχνότητα |
| Διαφημίσεις στον Τύπο | Αριθμός διαφημιστικών εκστρατειών | <ul style="list-style-type: none"> - Κυκλοφορία, - Γεωγραφική κάλυψη, - Αναγνωσιμότητα |
| Συνεργασία με δημοσιογράφους / ΜΜΕ | <ul style="list-style-type: none"> - Αριθμός συνεντεύξεων τύπου - Αριθμός ενημερωτικών ημερίδων | <ul style="list-style-type: none"> - Αριθμός εμφανίσεων στον Τύπο και ΜΜΕ - Αριθμός δελτίων τύπου που δημοσιεύτηκαν |
| Ιστοσελίδες | Υλοποίηση και επικαιροποίηση ιστοσελίδας | <ul style="list-style-type: none"> - Αριθμός επισκέψεων - αριθμός χρηστών |
| Έντυπο Υλικό (Φυλλάδια, Οδηγοί) | Αριθμός εντύπων | <ul style="list-style-type: none"> - Αριθμός διακινηθέντων εντύπων |
| Γραφείο Πληροφόρησης | Υλοποίηση και τακτή ενημέρωση του Info Desk | <ul style="list-style-type: none"> - Καταγραφή επισκεπτών - Τηλεφωνικών κλήσεων - Καταγραφή ερωτημάτων |