



**ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
Ε.Π. ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ**



**ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΕΝΩΣΗ
ΕΥΡΩΠΑΙΚΑ ΔΙΑΡΘΡΩΤΙΚΑ
ΚΑΙ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΑ ΤΑΜΕΙΑ**

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ 2014 - 2020



ΙΟΥΝΙΟΣ 2015

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. Είναι δυνατόν να καταρτιστεί κοινή στρατηγική επικοινωνίας για περισσότερα επιχειρησιακά προγράμματα. Η στρατηγική επικοινωνίας λαμβάνει υπόψη το μέγεθος του οικείου επιχειρησιακού προγράμματος ή των οικείων επιχειρησιακών προγραμμάτων σύμφωνα με την αρχή της αναλογικότητας και υποβάλλεται προς έγκριση στην επιτροπή παρακολούθησης, σύμφωνα με το άρθρο 110, παράγραφος 2, στοιχείο δ', το αργότερο έξι μήνες μετά την έγκριση του αντίστοιχου επιχειρησιακού προγράμματος ή των οικείων επιχειρησιακών προγραμμάτων*».

Η εγκεκριμένη Στρατηγική Επικοινωνίας αναρτάται στο Πληροφοριακό Σύστημα SFC2014.

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 πώς επενδύονται οι δημοσιονομικοί πόροι της Ένωσης. Η βασική ευθύνη για τη διασφάλιση της μετάδοσης των σωστών πληροφοριών στο κοινό πρέπει να βαρύνει τόσο τις Διαχειριστικές Αρχές όσο και τους δικαιούχους.

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

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

Το κράτος-μέλος ή οι διαχειριστικές αρχές μπορούν να προβούν στην τροποποίηση της στρατηγικής επικοινωνίας κατά τη διάρκεια της περιόδου προγραμματισμού. Η τροποποιημένη στρατηγική επικοινωνίας υποβάλλεται από τη Διαχειριστική Αρχή στην επιτροπή παρακολούθησης προς έγκριση σύμφωνα με το άρθρο 110, παράγραφος 2, στοιχείο δ'.

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

Η στρατηγική επικοινωνίας των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων εξειδικεύει το εξής θεσμικό πλαίσιο:

- 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. Οι σχετικές με την Πληροφόρηση και Επικοινωνία διατάξεις είναι τα Άρθρα 115 - 117 και το Παράρτημα XII του Κανονισμού.
- Εκτελεστικός Κανονισμός (ΕΕ) αριθ. 821/2014 της Επιτροπής της 28ης Ιουλίου 2014 περί καθορισμού κανόνων εφαρμογής του κανονισμού (ΕΕ) αριθ. 1303/2013 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου όσον αφορά τις λεπτομέρειες για τη μεταβίβαση και διαχείριση των συνεισφορών των προγραμμάτων, την υποβολή εκθέσεων σχετικά με τα μέσα χρηματοοικονομικής τεχνικής, τα τεχνικά χαρακτηριστικά των μέτρων πληροφόρησης και επικοινωνίας για τις πράξεις και το σύστημα καταγραφής και αποθήκευσης των δεδομένων.

Επίσης η κατάρτιση του Επικοινωνιακού Σχεδίου και η υλοποίησή του, διέπεται από τους εξής Κανονισμούς και Νόμους:

- 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).
- Κανονισμός (ΕΕ) αριθ. 1299/2013 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 17ης Δεκεμβρίου 2013, περί καθορισμού ειδικών διατάξεων για την υποστήριξη του στόχου της Ευρωπαϊκής Εδαφικής Συνεργασίας από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης.

2. Π.Ε.Π. Θεσσαλίας 2014 - 2020

Το Αναπτυξιακό Όραμα και ο Στρατηγικός Στόχος της Περιφέρειας Θεσσαλίας

Το αναπτυξιακό όραμα της Περιφέρειας για τη περίοδο 2014 – 2020 είναι **μια Θεσσαλία ισχυρή και καινοτόμος στην Ευρώπη, με επίκεντρο τον άνθρωπο και το περιβάλλον, θετική δύναμη αλλαγής και δημιουργικής ανατροπής, έξυπνη, βιώσιμη και χωρίς αποκλεισμούς.**

Ο Στρατηγικός Στόχος Ανάπτυξης της Περιφέρειας Θεσσαλίας για την περίοδο 2014 - 2020 είναι : **ισχυρή και καινοτόμος οικονομία στην Ευρώπη, με επίκεντρο τον άνθρωπο και το περιβάλλον, μέσω της έξυπνης, βιώσιμης και χωρίς αποκλεισμούς ανάπτυξης.**

Οι επιμέρους Στρατηγικοί Στόχοι είναι :

- Ανάσχεση της συρρίκνωσης της επιχειρηματικής και εν γένει παραγωγικής δραστηριότητας και ενδυνάμωση της ελκυστικότητας της ανταγωνιστικότητας και της εξωστρέφειας της Περιφέρειας και των επιχειρήσεων της.
- Ανάπτυξη, αξιοποίηση και αύξηση της συμμετοχής του ανθρώπινου δυναμικού στην αγορά εργασίας και ενεργός ένταξη και κοινωνική ενσωμάτωση .
- Ανάπτυξη και δικτύωση του ερευνητικού ιστού της Περιφέρειας και σύνδεση του με το παραγωγικό / επιχειρηματικό περιβάλλον και την δημόσια διοίκηση της Περιφέρειας
- Συμπλήρωση – ολοκλήρωση διατηρήσιμων και ασφαλούς χρήσης μεταφορικών υποδομών για την ανάπτυξη και την απασχόληση.
- Προστασία του περιβάλλοντος και των πόρων και μετάβαση προς μια οικονομία φιλική προς το περιβάλλον, για την αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής και την αποδοτική χρήση των πόρων.
- Εφαρμογή προγραμμάτων χωρικής ανάπτυξης για αύξηση απασχολησιμότητας και αντιμετώπιση φαινομένων κοινωνικού αποκλεισμού στο πλαίσιο της χωρικής συνοχής των υποπεριοχών της Θεσσαλίας.

Το Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Περιφέρειας Θεσσαλίας 2014-2020 (ΠΕΠ Θεσσαλίας 2014-2020) διαρθρώνεται σε 6 Άξονες προτεραιότητας, ως εξής:

Άξονας 1 : Ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και της εξωστρέφειας των επιχειρήσεων (ιδιαίτερα των ΜΜΕ), μετάβαση στην ποιοτική επιχειρηματικότητα, με αιχμή την καινοτομία και αύξηση της Περιφερειακής προστιθέμενης αξίας.

Άξονας 2α : Ανάπτυξη και αξιοποίηση ικανοτήτων ανθρώπινου δυναμικού – ενεργός κοινωνική ενσωμάτωση

Άξονας 2β : Υποδομές υποστήριξης ανθρώπινου δυναμικού

Άξονας 3 : Προστασία του περιβάλλοντος – μετάβαση σε μία οικονομία φιλική στο περιβάλλον.

Άξονας 4 : Ανάπτυξη – εκσυγχρονισμός – συμπλήρωση υποδομών για την οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη

Άξονας 5 : Τεχνική βοήθεια ΕΤΠΑ

Άξονας 6 : Τεχνική βοήθεια ΕΚΤ

Εκτός των Αξόνων 5 και 6 που αφορούν στην Τεχνική Βοήθεια του Προγράμματος, οι υπόλοιποι Άξονες συνοπτικά αφορούν και στοχεύουν :

Άξονας 1 :

- Αύξηση των ερευνητικών δραστηριοτήτων στην Περιφέρεια που κατά κύριο λόγο εξυπηρετούν τις περιφερειακές αναπτυξιακές ανάγκες και προοπτικές .
- Αύξηση των επιχειρηματικών δαπανών για τεχνολογική και μη τεχνολογική καινοτομία.
- Αύξηση των παρεχομένων υπηρεσιών Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών (ΤΠΕ) από τους δημόσιους φορείς της Περιφέρειας .
- Επιχειρηματική εκμετάλλευση προϊόντων Ε&Τ και καινοτομιών από υφιστάμενες και νεοϊδρυόμενες ΜΜΕ για αύξηση της παραγωγικότητάς τους .
- Αύξηση της Ακαθάριστης Προστιθέμενης Αξίας.
- Αξιοποίηση της έρευνας / τεχνολογίας και της καινοτομίας από τις επιχειρήσεις της Περιφέρειας, ιδιαίτερα για την αύξηση των εξαγωγών.

Άξονας 2α :

- Αύξηση της απασχόλησης συμπεριλαμβανομένης της αυτοαπασχόλησης με στόχευση σε καινοτόμες επιχειρήσεις.
- Εκσυγχρονισμός και βελτίωση της λειτουργίας των ΜΜΕ με διατήρηση των θέσεων απασχόλησης.
- Ενίσχυση της συμμετοχής στην αγορά εργασίας μειονεκτούντων ατόμων.
- Βελτίωση της απασχολησιμότητας και της ποιότητας ζωής ατόμων περιθωριοποιημένων ομάδων.
- Ενδυνάμωση και βελτίωση της θέσης στην αγορά εργασίας των ευάλωτων πληθυσμιακών ομάδων.
- Βελτίωση της παροχής και πρόσβασης σε υπηρεσίες υγείας και κοινωνικής φροντίδας σε ειδικές πληθυσμιακές ομάδες.
- Αύξηση της απασχόλησης κοινωνικά ευπαθών ομάδων σε κοινωνικές επιχειρήσεις.
- Βελτίωση της ποιότητας ζωής και της απασχολησιμότητας σε περιοχές χαμηλής ανάπτυξης.

Άξονας 2β :

- Βελτίωση της πρόσβασης και χρήσης των υποδομών υγείας.
- Βελτίωση της πρόσβασης και χρήσης των υποδομών πρόνοιας.
- Άμβλυνση των προβλημάτων χαμηλής οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης σε περιοχές των οικιστικών κέντρων της Περιφέρειας.
- Αύξηση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας.
- Βελτίωση των προοπτικών αναζωογόνησης και ανάπτυξης περιοχών της Περιφέρειας με προβλήματα στον επιχειρηματικό και κοινωνικό ιστό της.
- Αύξηση της ελκυστικότητας και της προσβασιμότητας του μαθητικού και φοιτητικού πληθυσμού στις σχολικές και πανεπιστημιακές μονάδες.

Άξονας 3 :

- Εξοικονόμηση ενέργειας στα δημόσια κτίρια της Περιφέρειας.
- Ενίσχυση της βιώσιμης ανάπτυξης και αναζωογόνησης αστικών περιοχών.
- Βελτίωση / αύξηση της προστασίας του πληθυσμού της Περιφέρειας και της περιουσίας του από φυσικές καταστροφές.

- Αύξηση της ανακύκλωσης ΑΣΑ για την επίτευξη των στόχων της Οδηγίας 2008/99/ΕΚ.
- Ενίσχυση της πρόσβασης σε επαρκές και ποιοτικό νερό για ανθρώπινη κατανάλωση.
- Βελτίωση της κατάστασης του υδατικού αποθέματος της Περιφέρειας.
- Βελτίωση της ελκυστικότητας των πολιτιστικών και φυσικών πόρων της Περιφέρειας.
- Βελτίωση του επιπέδου διατήρησης των προστατευόμενων περιοχών.
- Αύξηση της λειτουργικότητας και ελκυστικότητας των αστικών κέντρων.

Άξονας 4 :

- Συμβολή στην ολοκλήρωση έργων προσπελασιμότητας ΔΕΔ-Μ.
- Λειτουργική αναβάθμιση των ενδοπεριφερειακών οδικών συνδέσεων και σύνδεση με το διαπεριφερειακό δίκτυο.
- Σύνδεση οικιστικών κέντρων και τουριστικών – πολιτιστικών περιοχών και πυλών εισόδου-εξόδου της Περιφέρειας με το κύριο οδικό δίκτυο και διευρωπαϊκούς άξονες.
- Εκσυγχρονισμός και αναβαθμίσεις λιμένων στην Περιφέρεια.

Το ΠΕΠ Θεσσαλίας προβλέπει επίσης ολοκληρωμένες χωρικές παρεμβάσεις, προκειμένου να ικανοποιήσει καλύτερα τους στόχους του, αντιμετωπίσει ή και ενισχύσει επιμέρους ζητήματα περιοχών του, στηρίξει την άρση ανισοτήτων, κινητοποιήσει και στηρίξει το ανθρώπινο δυναμικό. Τα εργαλεία εφαρμογής χωρικών πολιτικών που έχουν προβλεφθεί είναι :

- Τοπική Ανάπτυξη με Πρωτοβουλία Τοπικών Κοινοτήτων (ΤΑΠΤΟΚ)
- Βιώσιμη Αστική Ανάπτυξη (ΒΑΑ)
- Ολοκληρωμένη Χωρική Επένδυση (ΟΧΕ)

Τέλος, περιλαμβάνει δράσεις συμβατές με τη στρατηγική της Μακροπεριφέρειας Αδριατικής και Ιονίου (EUSAIR), και επίσης θα επιδιωχθεί προσέγγιση με προγράμματα διακρατικής, διαπεριφερειακής και διασυνοριακής συνεργασίας.

Οι Θεματικοί Στόχοι του Κανονισμού με αριθμό 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 και 10 (όπως καταγράφονται παρακάτω) και επενδυτικές τους προτεραιότητες,

με συγχρηματοδότηση από το Ε.Τ.Π.Α. και το Ε.Κ.Τ. εντάσσονται στους Άξονες του ΠΕΠ Θεσσαλίας 2014-2020.

Θεματικοί Στόχοι στο ΠΕΠ Θεσσαλίας :

- α/α 1 : Ενίσχυση της έρευνας, της τεχνολογικής ανάπτυξης και της καινοτομίας
- α/α 2 : Βελτίωση της πρόσβασης, της χρήσης και της ποιότητας των τεχνολογιών των πληροφοριών και των επικοινωνιών
- α/α 3 : Βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των μικρομεσαίων επιχειρήσεων
- α/α 4 : Υποστήριξη της μετάβασης προς μια οικονομία χαμηλών εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα σε όλους τους τομείς
- α/α 5 : Προώθηση της προσαρμογής στην κλιματική αλλαγή, της πρόληψης και της διαχείρισης κινδύνων
- α/α 6 : Διατήρηση και προστασία του περιβάλλοντος και προώθηση της αποδοτικότητας των πόρων
- α/α 7 : Προώθηση των βιώσιμων μεταφορών και άρση των προβλημάτων σε βασικές υποδομές δικτύων
- α/α 8 : Προώθηση της βιώσιμης και ποιοτικής απασχόλησης και υποστήριξη της κινητικότητας της εργασίας
- α/α 9 : Προώθηση της κοινωνικής ένταξης και καταπολέμηση της φτώχειας και των διακρίσεων
- α/α 10 : Επένδυση στην εκπαίδευση, την κατάρτιση και την επαγγελματική κατάρτιση για την απόκτηση δεξιοτήτων και τη διά βίου μάθηση

3. ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟ ΣΧΕΔΙΟ

Γενικοί στόχοι επικοινωνίας

Οι γενικοί στόχοι της επικοινωνιακής στρατηγικής είναι:

- Η 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 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.

Ειδικότερα, μέσω του Επικοινωνιακού Σχεδίου θα επιτευχθεί:

- Η ανάδειξη του ρόλου της ΕΕ στην ανάπτυξη της Περιφέρειας
- Η ανάδειξη του ρόλου και των πλεονεκτημάτων της Περιφέρειας
- Η ευρεία διάδοση της δυνατότητας συμμετοχής στο Πρόγραμμα και συγκεκριμένα
 - των ευκαιριών χρηματοδότησης και των προσκλήσεων υποβολής αιτήσεων,
 - των όρων επιλεξιμότητας για τη δυνατότητα χρηματοδότησης,
 - της ακριβούς διαδικασίας για την εξέταση των αιτήσεων χρηματοδότησης και των σχετικών προθεσμιών και
 - των κριτηρίων για την επιλογή των πράξεων που θα χρηματοδοτηθούν.
- Η ανάδειξη, προβολή και καταγραφή των έργων και δράσεων που χρηματοδοτεί το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα, καθώς και η συνέργεια και συμπληρωματικότητα αυτών με άλλα τομεακά και εθνικά έργα ως «εργαλείο ανάπτυξης» της Περιφέρειας.
- Η ενεργοποίηση των δυνητικών δικαιούχων για την προώθηση και την υλοποίηση των δράσεων του Επιχειρησιακού Προγράμματος με σκοπό τη δημιουργία ενός ισχυρού δικτύου πολλαπλασιασμού και διάχυσης της επικοινωνίας, με στόχο τη μεγαλύτερη δυνατή ενημέρωση, ευαισθητοποίηση και εξασφάλιση ανταπόκρισης των δυνητικών

δικαιούχων για την πλήρη και αποτελεσματική αξιοποίηση των ευκαιριών που παρέχουν οι δράσεις του ΕΣΠΑ και του Ε.Π.

- Η ευαισθητοποίηση των δυνητικών δικαιούχων για την ευθύνη ενημέρωσης του κοινού σχετικά με το σκοπό της πράξης και τη στήριξή τους από τα Ταμεία.
- Η διασφάλιση της συνέχειας, ομοιομορφίας και απλότητας της επικοινωνίας σε όλη την πορεία εξέλιξης του προγράμματος.
- Η πληροφόρηση του ειδικού κοινού των Δυνητικών Δικαιούχων, κυρίως του ιδιωτικού τομέα.
- Η αύξηση της αναγνωρισιμότητας των δράσεων και του ρόλου του ΕΚΤ
- Η αύξηση του επιπέδου πρόσβασης του κοινού στην πληροφόρηση
- Η επίτευξη της συμμετοχής του κοινού στα προγράμματα και η διευκόλυνση του για αξιοποίηση των ευκαιριών που προσφέρονται
- Η προβολή της προσπάθειας για βιώσιμη ανάπτυξη της Περιφέρειας.

Ως ειδικοί στόχοι επικοινωνίας για το ΠΕΠ Θεσσαλίας 2014-2020, πέραν των παραπάνω, ορίζονται αυτοί που συνάδουν με τη στόχευσή του και τους ειδικούς στόχους που σχεδιάζει να ικανοποιήσει με την εφαρμογή του, ανά άξονα και θεματικό στόχο.

Η Στρατηγική Επικοινωνίας περιλαμβάνει τα ακόλουθα στοιχεία :

- Περιγραφή της μεθόδου επικοινωνίας, η οποία περιλαμβάνει τα βασικά μέτρα ενημέρωσης και επικοινωνίας που θα λάβει το κράτος-μέλος ή η Διαχειριστική Αρχή για την ενημέρωση των δυνητικών δικαιούχων, των δικαιούχων, των πολλαπλασιαστών ενημέρωσης και του ευρύτερου κοινού, σχετικά με τους στόχους που περιγράφονται στο άρθρο 115 του Κανονισμού
- Περιγραφή των μέσων που θα διατεθούν σε μορφές προσβάσιμες για τα άτομα με αναπηρία
- Περιγραφή του τρόπου υποστήριξης των δραστηριοτήτων επικοινωνίας των δικαιούχων
- Ενδεικτικό προϋπολογισμό για την υλοποίηση της στρατηγικής.

- Περιγραφή των διοικητικών φορέων, περιλαμβανομένων στοιχείων για το προσωπικό, που είναι αρμόδιοι για την εφαρμογή των μέτρων ενημέρωσης και επικοινωνίας
- Ρυθμίσεις για τα μέτρα ενημέρωσης και επικοινωνίας που αναφέρονται στο σημείο 2 του Παραρτήματος XII του Κανονισμού 1303/2013
- Ένδειξη του τρόπου με τον οποίο θα αξιολογηθούν τα μέτρα ενημέρωσης και επικοινωνίας, όσον αφορά στην προβολή και την αναγνωρισιμότητα της πολιτικής, των επιχειρησιακών προγραμμάτων, των πράξεων και του ρόλου των Ταμείων και της Ένωσης
- Περιγραφή της χρήσης των κύριων αποτελεσμάτων του προηγούμενου επιχειρησιακού προγράμματος
- Επικαιροποίηση σε ετήσια βάση στην οποία καθορίζονται οι δραστηριότητες πληροφόρησης και επικοινωνίας που θα διενεργηθούν το επόμενο έτος.

4. Στοχοθετούμενο κοινό

Τα κύρια στοχοθετούμενα κοινά για το ΕΠ Θεσσαλίας 2014 - 2020 είναι:

- Οι δυνητικοί δικαιούχοι
- Οι δικαιούχοι
- Το ευρύ κοινό

Στα παραπάνω στοχοθετούμενα κοινά περιλαμβάνονται επιμέρους κοινά-στόχοι τα οποία προσεγγίζονται με τα κατάλληλα μέσα.

Η στοχοθεσία του κοινού αναλύεται ως εξής:

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

Οι **Ενδιάμεσοι Φορείς**, είναι αυτοί που θα οριστούν κατά την εξέλιξη του Προγράμματος, για να αναλάβουν τη διαχείριση τμημάτων του, σύμφωνα με τους όρους που θα καθοριστούν από την Διαχειριστική Αρχή. (πχ η Διεύθυνση Αναπτυξιακού Προγραμματισμού Περιφέρειας Θεσσαλίας).

Οι **Δυνητικοί Δικαιούχοι και Δικαιούχοι** είναι (ενδεικτικά):

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

Οι **Εμπλεκόμενοι Φορείς στην υλοποίηση του Προγράμματος**, στους οποίους στοχεύουν επικοινωνιακές δράσεις, είναι:

- Επιμελητήρια – Αντιπροσωπευτικοί Φορείς Ιδιωτικού Τομέα
- Αντιπροσωπευτικοί Φορείς Κοινωνικού Τομέα και Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις

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

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

Ως **ευρύ κοινό** ορίζουμε:

- Άνδρες - Γυναίκες, πολίτες της Θεσσαλίας
- Άνδρες - Γυναίκες, πολίτες της Ελληνικής Επικράτειας
- Άνδρες - Γυναίκες, πολίτες της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Οι **ειδικές κοινωνικές ομάδες**, περιλαμβάνουν (ενδεικτικά):

- Άτομα με αναπηρία
- Νέους & Νέες
- Γυναίκες
- Άνεργους – Υποαπασχολούμενους
- Οικονομικούς Μετανάστες
- Φοιτητές
- Ευπαθείς Ομάδες Πληθυσμού

Πολλαπλασιαστές Πληροφόρησης:

Σημαντικός για την αποτελεσματικότερη επιτυχία των επικοινωνιακών μηνυμάτων είναι και ο πολλαπλασιασμός της πληροφόρησης, μέσω των κατάλληλων φορέων ή οργανισμών. 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)
- Γραφεία Europe Direct στη Θεσσαλία
- Γραφείο Αντιπροσωπείας της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στην Αθήνα

Στον πίνακα που ακολουθεί δίνεται μια περιγραφή των κυριότερων στόχων της επικοινωνίας του Επιχειρησιακού Προγράμματος, ανά κοινό – στόχο και των μέσων που θα χρησιμοποιηθούν για την επίτευξή τους.

ΚΟΙΝΟ ΣΤΟΧΟΣ	ΣΤΟΧΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	ΜΕΣΟ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
Ενδιάμεσοι Φορείς Διαχείρισης	<ul style="list-style-type: none"> - Η ευρεία διάδοση των ευκαιριών χρηματοδότησης και συμμετοχής στα προγράμματα. - Η ανάδειξη του ρόλου συγχρηματοδότησης της ΕΕ στις δράσεις του προγράμματος και αποτελέσματά τους - Η προβολή της διαφάνειας στον τρόπο επιλογής των πράξεων που χρηματοδοτούνται. - Η ενημέρωση για την Αναπτυξιακή Στρατηγική, τις βασικές κατευθύνσεις και την ταυτότητα του Επιχειρησιακού Προγράμματος. 	<p style="text-align: center;"> Ιστοσελίδα Εκδηλώσεις - Σεμινάρια – Συνέδρια Έντυπα μέσα - Οδηγοί </p>

ΚΟΙΝΟ ΣΤΟΧΟΣ	ΣΤΟΧΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	ΜΕΣΟ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
<p>Δυνητικοί Δικαιούχοι και Δικαιούχοι</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Η ευρεία διάδοση των ευκαιριών χρηματοδότησης και συμμετοχής στα προγράμματα. - Η ανάδειξη του ρόλου της ΕΕ στην ανάπτυξη της Περιφέρειας - Η προβολή της διαφάνειας στον τρόπο επιλογής των πράξεων που χρηματοδοτούνται. - Η ενημέρωση για την Αναπτυξιακή Στρατηγική, τις βασικές κατευθύνσεις και την ταυτότητα του Επιχειρησιακού Προγράμματος. - Η ενημέρωση για τις προσκλήσεις υποβολής αιτήσεων, τους όρους επιλεξιμότητας, την ακριβή διαδικασία εξέτασης των αιτήσεων, τις σχετικές προθεσμίες και τα κριτήρια επιλογής πράξεων που θα χρηματοδοτηθούν. - Η ενημέρωση για τους υπεύθυνους επικοινωνίας για πληροφορίες σχετικές με το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα. - Η ενεργοποίηση των δυνητικών δικαιούχων για την προώθηση και την υλοποίηση των δράσεων του Επιχειρησιακού Προγράμματος με σκοπό τη δημιουργία ενός ισχυρού δικτύου πολλαπλασιασμού και διάχυσης της επικοινωνίας. 	<p>Ιστοσελίδα Εκδηλώσεις – Σεμινάρια - Συνέδρια Έντυπα μέσα - Οδηγοί Γραφείο πληροφόρησης Newsletter Προβολή στα ΜΜΕ (τηλεόραση, ραδιόφωνο, social media, έντυπος & ηλεκτρονικός τύπος)</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - Η ενημέρωση και δέσμευση σχετικά με την τήρηση αρχών δημοσιότητας και η παρακίνησή τους για την ανάληψη ενεργειών δημοσιότητας. - Η ενημέρωση για την αποδοχή εγγραφής στον κατάλογο των πράξεων που δημοσιεύονται. - Η ανάδειξη καλών πρακτικών - παραδειγμάτων από το ΕΠ. 	
--	---	--

ΚΟΙΝΟ ΣΤΟΧΟΣ	ΣΤΟΧΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	ΜΕΣΟ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
Πολλαπλασιαστές πληροφόρησης	<ul style="list-style-type: none"> - Η ευρεία διάδοση των ευκαιριών χρηματοδότησης και συμμετοχής στα προγράμματα. - Η ανάδειξη του ρόλου συγχρηματοδότησης της ΕΕ στις δράσεις του προγράμματος και αποτελέσματά τους - Η προβολή της διαφάνειας στον τρόπο επιλογής των πράξεων που χρηματοδοτούνται. - Η ενημέρωση για την Αναπτυξιακή Στρατηγική, τις βασικές κατευθύνσεις και την ταυτότητα του Επιχειρησιακού Προγράμματος. - Η ενημέρωση για τους υπεύθυνους επικοινωνίας για πληροφορίες σχετικές με το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα. - Η ανάδειξη καλών πρακτικών - παραδειγμάτων από το ΕΠ. 	<p>Ιστοσελίδα Εκδηλώσεις Γραφείο πληροφόρησης Newsletter Προβολή στα ΜΜΕ (τηλεόραση, ραδιόφωνο, social media, έντυπος & ηλεκτρονικός τύπος) Έρευνες</p>

ΚΟΙΝΟ ΣΤΟΧΟΣ	ΣΤΟΧΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	ΜΕΣΟ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
Ευρύ κοινό	<ul style="list-style-type: none"> - Η ευρεία διάδοση των ευκαιριών χρηματοδότησης και συμμετοχής στα προγράμματα. - Η ανάδειξη του ρόλου συγχρηματοδότησης της ΕΕ στις δράσεις του προγράμματος και αποτελέσματά τους - Η προβολή της διαφάνειας στον τρόπο επιλογής των πράξεων που χρηματοδοτούνται. - Η ενημέρωση για την Αναπτυξιακή Στρατηγική, τις βασικές κατευθύνσεις και την ταυτότητα του Επιχειρησιακού Προγράμματος. - Η ενημέρωση για τους υπεύθυνους επικοινωνίας για πληροφορίες σχετικές με το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα. - Η ανάδειξη καλών πρακτικών - παραδειγμάτων από το ΕΠ. - Η πρόοδος υλοποίησης του ΕΠ 	<p style="text-align: center;"> Ιστοσελίδα Εκδηλώσεις Έντυπα μέσα - Οδηγοί Γραφείο πληροφόρησης Newsletter Προβολή στα ΜΜΕ (τηλεόραση, ραδιόφωνο, social media, έντυπος & ηλεκτρονικός τύπος) Έρευνες </p>

ΚΟΙΝΟ ΣΤΟΧΟΣ	ΣΤΟΧΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	ΜΕΣΟ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
Ειδικές κοινωνικές ομάδες	<ul style="list-style-type: none"> - Η ανάδειξη του ρόλου συγχρηματοδότησης της ΕΕ στις δράσεις του προγράμματος και αποτελέσματά τους - Η προβολή της διαφάνειας στον τρόπο επιλογής των πράξεων που χρηματοδοτούνται. - Η εξειδικευμένη πληροφόρηση για έργα και προγράμματα ενδιαφέροντός τους - Η διάδοση των ευκαιριών χρηματοδότησης και συμμετοχής στα προγράμματα. 	<p>Ιστοσελίδα Εκδηλώσεις Γραφείο πληροφόρησης Newsletter Προβολή στα ΜΜΕ (τηλεόραση, ραδιόφωνο, social media, έντυπος & ηλεκτρονικός τύπος) Έρευνες</p>

5. Στρατηγική επικοινωνίας

Η Στρατηγική Επικοινωνίας αποτελεί το δυναμικό χάρτη που απεικονίζει το σημείο όπου βρισκόμαστε στον τομέα της επικοινωνίας και ταυτόχρονα ορίζει τις κατευθύνσεις που επιδιώκουμε να ακολουθήσουμε προκειμένου να επικοινωνήσουμε αποτελεσματικά στη διάρκεια της νέας Προγραμματικής Περιόδου. Η εκπόνηση της στρατηγικής βασίζεται στην ήδη αποκτηθείσα εμπειρία, στους προς επίτευξη στόχους και στο κοινό στόχο στο οποίο απευθύνεται.

Βασικός στόχος της Στρατηγικής Επικοινωνίας είναι η πληρέστερη ενημέρωση και ευαισθητοποίηση των δυνητικών δικαιούχων, των δικαιούχων αλλά και της κοινής γνώμης της Περιφέρειας, όλης της χώρας και των πολιτών της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τους σκοπούς, τις κατευθύνσεις, τις προτεραιότητες και τις δράσεις του Ε.Π μέσω ενός επιλεγμένου φάσματος επικοινωνιακών ενεργειών και μέσων προβολής.

Στο πλαίσιο αυτό και προκειμένου να αποφευχθεί το φαινόμενο της αποσπασματικότητας που έχει παρατηρηθεί συχνά στην επικοινωνία των συγχρηματοδοτούμενων προγραμμάτων, η Στρατηγική Επικοινωνίας των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων θα εναρμονίζεται με τη γενική στρατηγική επικοινωνίας του ΕΣΠΑ 2014-2020. Συγκεκριμένα, κρίνεται απαραίτητη η ενίσχυση της συνοχής και της συνάφειας της επικοινωνίας με τη χρήση ενιαίας εικαστικής ταυτότητας, ενιαίου εμβλήματος και μηνύματος που έχει επιλεγεί από την Εθνική Αρχή Συντονισμού.

Στη Στρατηγική Επικοινωνίας περιλαμβάνονται οι ενδεικτικές ενέργειες και δράσεις, τα μέσα και οι μέθοδοι που θα χρησιμοποιηθούν για την πληροφόρηση των ωφελειών από την εφαρμογή του Προγράμματος. Στόχος της Στρατηγικής είναι να εξασφαλιστεί η 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. Στο πλαίσιο αυτό καταγράφονται στη συνέχεια οι γενικές και οι ειδικές στρατηγικές επιλογές επικοινωνίας του Ε. Π. Θεσσαλίας 2014 – 2020 :

Γενικές στρατηγικές επιλογές

- **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 του ΠΕΠ 2014-2020, 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, το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα 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 του Επιχειρησιακού Προγράμματος θα πρέπει να γίνονται αντιληπτές από όλους τους πολίτες.

Ειδικές στρατηγικές επιλογές

- **Διασφάλιση της συνέχειας, ομοιομορφίας και απλότητας της επικοινωνίας** σε όλες τις φάσεις του Προγράμματος και για κάθε στοχοθετούμενο κοινό. Η προηγούμενη εμπειρία έχει αποδείξει ότι, για την αποτελεσματική επικοινωνία, η χρήση απλών μηνυμάτων απαλλαγμένων από περιττή πληροφόρηση γύρω από τα συγχρηματοδοτούμενα Προγράμματα είναι απαραίτητη, προκειμένου να

ενθαρρύνεται η συμμετοχή των πολιτών. Είναι, επίσης, σημαντικό η πληροφόρηση να είναι συνεχής και σταθερή για όλες τις φάσεις του Προγράμματος, από την προκήρυξη έως την εξέλιξη και ολοκλήρωσή του. Η ενιαία επικοινωνιακή ταυτότητα και ο περιορισμός των λογοτύπων, όπως φάνηκε από την προηγούμενη εμπειρία κατά την περίοδο 2007-2013, οδήγησε στην αύξηση της αναγνωρισιμότητας του ΕΣΠΑ και στη μεγιστοποίηση του επικοινωνιακού αποτελέσματος.

- **Ενεργοποίηση των δικαιούχων** για την προώθηση της υλοποίησης του Επιχειρησιακού Προγράμματος. 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 εξίσου 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 υπαρχόντων 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.

6. Βασικές επικοινωνιακές δράσεις και τεκμηρίωση χρήσης τους

Στην παρούσα παράγραφο αναφέρονται τα επικοινωνιακά εργαλεία που θα χρησιμοποιηθούν προκειμένου να επιτύχουμε την υλοποίηση της επικοινωνιακής στρατηγικής. Η επιλογή τους βασίζεται τόσο στις κανονιστικές υποχρεώσεις όσο και στην εμπειρία που έχει αποκτηθεί από την υλοποίηση των προηγούμενων Επιχειρησιακών Προγραμμάτων.

Υποχρεωτικές δράσεις επικοινωνίας (Βάσει Κανονισμού 1303/2013) :

- **Κύρια διοργάνωση μιας σημαντικής ενημερωτικής δραστηριότητας** για τη δημοσιοποίηση της έναρξης του επιχειρησιακού προγράμματος.
- **Διοργάνωση μίας σημαντικής ενημερωτικής δραστηριότητας ετησίως** με σκοπό την προβολή των ευκαιριών χρηματοδότησης, τις επιδιωκόμενες στρατηγικές και την παρουσίαση των επιτευγμάτων του Επιχειρησιακού Προγράμματος που περιλαμβάνουν, κατά περίπτωση, μεγάλα έργα, κοινά σχέδια δράσης και άλλα παραδείγματα έργων.
- **Προβολή του εμβλήματος της Ένωσης στις εγκαταστάσεις της Διαχειριστικής Αρχής.** Το έμβλημα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, θα υπάρχει μαζί με το έμβλημα της Ελληνικής Δημοκρατίας σε εμφανές σημείο στις εγκαταστάσεις της Διαχειριστικής Αρχής.
- **Ηλεκτρονική δημοσίευση του καταλόγου των πράξεων,** ο οποίος θα ενημερώνεται κάθε έξι μήνες. Η λίστα όλων των έργων θα υπάρχει δημοσιευμένη στο κεντρικό portal www.espa.gr, ενώ η Διαχειριστική Αρχή θα διατηρεί τη λίστα των δικών της έργων στην οικεία ιστοσελίδα www.thessalia-espa.gr.

- **Παρουσίαση παραδειγμάτων πράξεων**, στον διαδικτυακό τόπο του Επιχειρησιακού Προγράμματος www.thessalia-esp.gr που είναι προσβάσιμος μέσω της ενιαίας δικτυακής πύλης. Τα παραδείγματα θα παρουσιάζονται σε μια ευρέως ομιλούμενη επίσημη γλώσσα της Ένωσης εκτός από την Ελληνική. Κάθε Διαχειριστική Αρχή θα διατηρεί τα οικεία παραδείγματα πράξεων, ενώ ορισμένα από αυτά θα παρουσιάζονται και στην κεντρική πύλη www.espa.gr καθώς και στην πύλη του ΕΚΤ www.esfhellas.gr.
- **Επικαιροποίηση των στοιχείων σχετικά με την υλοποίηση του Επιχειρησιακού Προγράμματος**, συμπεριλαμβανομένων, κατά περίπτωση, των βασικών επιτευγμάτων του, στον ενιαίο διαδικτυακό τόπο ή στον διαδικτυακό τόπο του Επιχειρησιακού Προγράμματος ο οποίος είναι προσβάσιμος μέσω της ενιαίας διαδικτυακής πύλης
- **Υποστήριξη επικοινωνίας των Δικαιούχων**. Η Διαχειριστική Αρχή θα φροντίσει να παρέχει λεπτομερείς πληροφορίες σχετικά με την εφαρμογή των μέτρων πληροφόρησης και επικοινωνίας στους δικαιούχους. Θα παρασχεθεί πρακτικός οδηγός επικοινωνίας που θα περιλαμβάνει γραφιστικά πρότυπα για την δημιουργία των εμβλημάτων, τεχνικές προδιαγραφές σηματοδότησης (πρότυπα για προσωρινές πινακίδες, αναμνηστικές πλάκες, αφίσες, διαδίκτυο κλπ), παραδείγματα καλών πρακτικών και αποτελεσματικών επικοινωνιακών ενεργειών.
- **Επικοινωνία για άτομα με αναπηρία**. Η Διαχειριστική Αρχή θα φροντίζει να διαθέτει προσβάσιμο επικοινωνιακό υλικό σε άτομα με αναπηρία (Κανονισμός 1303/2013, προδιαγραφές ΕΣΑμεΑ, ικανοποίηση σχετικών αιρεσιμοτήτων).

Άλλες δράσεις επικοινωνίας

- **Λειτουργία γραφείου πληροφόρησης στην έδρα της Διαχειριστικής Αρχής** : Στόχος της δράσης είναι η αμφίδρομη επικοινωνία και εξυπηρέτηση όλων των ενδιαφερόμενων. Το γραφείο θα παρέχει κάθε πληροφορία σχετικά με το Π.Ε.Π. ή άλλα Επιχειρησιακά Προγράμματα που υλοποιούν ενέργειες συμπληρωματικές ή συναφείς με εκείνες του Π.Ε.Π. ή συμβάλλουν στην επίτευξη του γενικού αναπτυξιακού στόχου της Περιφέρειας. Επίσης, μέσω του γραφείου

ενημέρωσης θα υπάρχει η δυνατότητα συνεργασίας με τα ΜΜΕ καθώς και η διοργάνωση και προβολή εκδηλώσεων δημοσιότητας και ενημέρωσης.

- **Ημερίδες, Συνέδρια, Εκθέσεις, Ειδικές Εκδηλώσεις σε στοχευμένο κοινό :** Οι ενημερωτικές εκδηλώσεις ή η συμμετοχή σε συνέδρια/εκθέσεις κ.α. εξασφαλίζουν την προσωπική επαφή και λειτουργούν συμπληρωματικά στις υπόλοιπες δράσεις επικοινωνίας. Ανάλογα με τους στόχους, απευθύνονται σε εξειδικευμένο ή σε ευρύ κοινό και με τις κατάλληλες επικοινωνιακές μεθόδους εξασφαλίζεται η συμμετοχή των πραγματικά ενδιαφερομένων. Κρίνεται επίσης σκόπιμη η προβολή καλών πρακτικών μέσω διοργάνωσης συνεδρίων και ανταλλαγών με συνεργαζόμενες περιφέρειες της Ε.Ε. , ή ακόμα μέσω διευρυμένων σε ομάδες και φορείς συναντήσεων με συμμετοχή ενδεικτικά της Επιτροπής Παρακολούθησης, εκπροσώπων παραγωγικών τάξεων, κοινωνικών και οικονομικών εταίρων, κοινωνίας πολιτών, ΜΜΕ.
- **Ενημερωτικές συναντήσεις - Εκπαιδευτικά Σεμινάρια :** Θα πραγματοποιηθούν ενημερωτικές συναντήσεις – ημερίδες σε περιοχές της Περιφέρειας, με στόχευση στους δυνητικούς δικαιούχους ή το ευρύ κοινό, σχετικά με το διαχειριστικό πλαίσιο, την διαδικασία υλοποίησης των δράσεων και γενικότερα την παροχή πληροφοριών και διευκρινήσεων. Επίσης θα πραγματοποιηθούν εκπαιδευτικά σεμινάρια κυρίως με τους δικαιούχους, με σκοπό την σωστή κατάρτιση και εκπαίδευσή τους σε θέματα που σχετίζονται με το Πρόγραμμα. Το περιεχόμενο των παρουσιάσεων μπορεί να δημοσιεύεται και στην ιστοσελίδα του Επιχειρησιακού Προγράμματος.
- **Newsletters – έντυπο υλικό :** Τα newsletters 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 θα φιλοξενεί ηλεκτρονικές εκδόσεις των ενημερωτικών δελτίων στις οποίες θα έχει πρόσβαση το ευρύ κοινό. Επίσης προβλέπεται να εκδοθεί και να διανεμηθεί περίληψη του Επιχειρησιακού Προγράμματος εξειδικευμένη για κάθε ομάδα στόχο, παιδιά, οικονομικούς μετανάστες, ΑΜΕΑ. Ο ενημερωτικός οδηγός θα παρέχει, γενικά στοιχεία για την νέα προγραμματική περίοδο, τις διαδικασίες υλοποίησης, εξειδικευμένες οδηγίες προς ενδιαφερόμενους

δυναμικούς δικαιούχους και θα αποσταλεί σε όλους τους δυναμικούς δικαιούχους. Ακόμα, θα εκδοθούν θεματικοί Οδηγοί ανά τομέα δράσεων, ειδικά ενημερωτικά φυλλάδια, ειδικοί οδηγοί και άλλες εκδόσεις, που θα κοινοποιούνται στα ΜΜΕ θα αναρτώνται στην ιστοσελίδα του Προγράμματος.

- **Πρωθητικό υλικό** : Η παραγωγή και διανομή πρωθητικού 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 που όλα θα φέρουν το εγκεκριμένο σήμα, το λογότυπο, το μήνυμα και τα χρώματα του ΕΣΠΑ.
- **Χρήση Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης** : Για την προβολή του Επιχειρησιακού Προγράμματος θα χρησιμοποιηθούν όλα τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και συγκεκριμένα η τηλεόραση, το ραδιόφωνο, ο έντυπος και ηλεκτρονικός τύπος και τα social media. Στόχος της προβολής είναι η ευρεία ενημέρωση σε τοπικό ή εθνικό επίπεδο με βάση κατάλληλο διαφημιστικό προγραμματισμό καθώς και προσέλκυση ρεπορτάζ αρθρογραφίας ή συμμετοχή σε διάλογο. Η χρήση των ΜΜΕ έχει αποδειχθεί ότι καλύπτει το σύνολο των περιοχών της περιφέρειας και του κοινού, ανεξαρτήτως ηλικίας και γνώσεων.
- **Έρευνες Κοινού** : Οι έρευνες κοινού θα διεξάγονται από τη Διαχειριστική Αρχή, ανάλογα με τις φάσεις και τους στόχους επικοινωνίας.

Εκτός των παραπάνω περιγραφόμενων δράσεων, στο πλαίσιο υλοποίησης του Επιχειρησιακού Προγράμματος Θεσσαλίας 2014 – 2020 προβλέπεται η **ενεργοποίηση των δικαιούχων** ώστε να γίνεται γνωστή η στήριξη των δράσεων από τα Ταμεία, με την προβολή :

- του εμβλήματος της Ένωσης, με αναφορά στην Ένωση, σύμφωνα με τα τεχνικά χαρακτηριστικά που καθορίζονται στον Εκτελεστικό Κανονισμό 821/2014
- της αναφοράς στο Ταμείο ή στα Ταμεία που στηρίζουν την πράξη. Κατά την υλοποίηση μιας πράξης, ή μετά τη λήξη υλοποίησης για

συγκεκριμένα χρονικά διαστήματα, ο δικαιούχος υποχρεούται να ενημερώνει το κοινό σχετικά με την στήριξη που έχει λάβει από τα Ταμεία με σχετικές αναρτήσεις στους δικτυακούς τόπους, με ανάρτηση κατάλληλων πινακίδων και με χρήση των απαιτούμενων εμβλημάτων σε κάθε παραγόμενο έντυπο ή ψηφιακό υλικό που αφορά στην πράξη αυτή.

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, 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.

7. Ενδεικτικός προϋπολογισμός για την υλοποίηση του επικοινωνιακού σχεδίου

Οι δράσεις Πληροφόρησης και Δημοσιότητας χρηματοδοτούνται από τους Άξονες 5 (Τεχνική Βοήθεια ΕΤΠΑ) και 6 (Τεχνική Βοήθεια ΕΚΤ) του Επιχειρησιακού Προγράμματος Θεσσαλίας 2014 - 2020.

Ο συνολικός ενδεικτικός προϋπολογισμός των μέτρων και δράσεων Πληροφόρησης και Δημοσιότητας του Ε.Π. Θεσσαλίας για το σύνολο της περιόδου 2014 - 2020 ανέρχεται στο ύψος των 1.887.000 € και κατανέμεται ως εξής:

Κατανομή του συνόλου του προϋπολογισμού για την Πληροφόρηση και τη Δημοσιότητα ανά κατηγορία ενεργειών		
	ΠΟΣΟ	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ	Σύνολο Επικοινωνιακού Προγράμματος Θεσσαλίας	
Ενέργειες πληροφόρησης	80.000	4,24%
Πρωθητικές ενέργειες	356.000	18,87%
Προβολή στα ΜΜΕ	1.120.000	59,35%
Άλλες ενέργειες	260.000	13,78%
Ενέργειες πληροφόρησης και επικοινωνίας όπως ορίζει το Παράρτημα ΧΙΙ, παράγραφος 2, του Κανονισμού 1303/2013	71.000	3,76%
ΣΥΝΟΛΟ	1.887.000	100%

Το ποσοστό κοινοτικής συγχρηματοδότησης για την Περιφέρεια Θεσσαλίας ανέρχεται στο 80%.

Σημειώνεται ότι η παραπάνω κατανομή έχει γίνει χωρίζοντας τις δράσεις δημοσιότητας στις κατηγορίες : Ενέργειες πληροφόρησης,

Πρωθητικές Ενέργειες, Προβολή στα ΜΜΕ, Άλλες Ενέργειες και Ενέργειες πληροφόρησης και επικοινωνίας όπως ορίζει το Παράρτημα ΧΙΙ, παράγραφος 2 του Κανονισμού 1303/2013, ως εξής :

Ενέργειες πληροφόρησης : Λειτουργία ιστοτόπου (ιστοσελίδας) πληροφόρησης, call center και γραφείου πληροφόρησης στις εγκαταστάσεις της Ειδικής Υπηρεσίας Διαχείρισης.

Πρωθητικές Ενέργειες: Όλες οι εκδηλώσεις, τα συνέδρια, τα σεμινάρια και οι εκθέσεις. Η οργάνωση συναντήσεων και οι δράσεις πληροφόρησης δημοσιογράφων. Οι εκδόσεις, όπως παραγωγές οδηγών, φυλλαδίων, newsletters. Η παραγωγή προωθητικού υλικού (τηλεοπτικών και ραδιοφωνικών σποτ, μακετών, cd rom κλπ).

Προβολή στα ΜΜΕ: Τηλεόραση, Ραδιόφωνο, Τύπος, διαφημιστική εκστρατεία Ίντερνετ (Internet campaign), η εξωτερική διαφήμιση (outdoor).

Άλλες ενέργειες: Οι Έρευνες κοινής γνώμης και η προβολή σε social media.

Ενέργειες πληροφόρησης και επικοινωνίας όπως ορίζει το Παράρτημα ΧΙΙ, παράγραφος 2, του Κανονισμού 1303/2013 : Η διοργάνωση σημαντικής ενημερωτικής εκδήλωσης για τη δημοσιοποίηση της έναρξης του Ε.Π., καθώς και ετήσιων ενημερωτικών εκδηλώσεων για τις ευκαιρίες χρηματοδότησης και τα επιτεύγματα του Ε.Π. Η προβολή του εμβλήματος της ΕΕ στις εγκαταστάσεις της Ειδικής Υπηρεσίας Διαχείρισης και οι δημοσιεύσεις καταλόγου πράξεων και παραδειγμάτων πράξεων στην ενιαία διαδικτυακή πύλη www.espa.gr.

8. Αρμόδιοι Φορείς Μέτρων Πληροφόρησης και Δημοσιότητας

Η Ειδική Υπηρεσία Διαχείρισης Ε.Π. Περιφέρειας Θεσσαλίας ορίζει ως υπεύθυνους για την εφαρμογή της πληροφόρησης και δημοσιότητας του Π.Ε.Π. Θεσσαλίας τους :

1. Γαλάνη Βασιλείο, Σωκράτους 111, 41336 Λάρισα, τηλ. 2413 505103, fax. 2410 287408, email: vgalanis@mou.gr, url: www.thessalia-espa.gr με αναπληρωτή τον
2. Βαλλούς Δημήτριο, Σωκράτους 111, 41336 Λάρισα, τηλ. 2413 505120, fax. 2410 287408, email: dvalous@mou.gr, url: www.thessalia-espa.gr.

Οι υπεύθυνοι δημοσιότητας είναι αρμόδιοι για:

- ✓ Τη διαμόρφωση και παρακολούθηση του πλαισίου αρχών πληροφόρησης και δημοσιότητας
- ✓ Την παροχή οδηγιών και κατευθύνσεων στους δικαιούχους και στους δυνητικούς δικαιούχους του Ε.Π. για θέματα πληροφόρησης και δημοσιότητας.
- ✓ Την εκπόνηση, παρακολούθηση, την υλοποίηση και την αξιολόγηση της στρατηγικής επικοινωνίας και των ετήσιων επικοινωνιακών σχεδίων.
- ✓ Τη μέριμνα για τη συγκέντρωση και διάχυση της πληροφόρησης στους αρμόδιους φορείς, σχετικά με τα θέματα Πληροφόρησης και Δημοσιότητας
- ✓ Τη μέριμνα για την λειτουργία γραφείου πληροφόρησης στην έδρα της ΕΥΔ που θα μεριμνά για την πληροφόρηση των δικαιούχων, των δυνητικών δικαιούχων και του κοινού για δράσεις και ενέργειες που αφορούν στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα. Επίσης θα μεριμνά για τη συγκέντρωση τυχόν ερωτημάτων, την αρμόδια διαβίβασή τους και την έγκαιρη απάντησή τους
- ✓ Τη μέριμνα για την συγκέντρωση και παρουσίαση ετησίως των παραδειγμάτων πράξεων και των στοιχείων σχετικά με την υλοποίηση του Επιχειρησιακού Προγράμματος στον διαδικτυακό

τόπο του Επιχειρησιακού Προγράμματος που είναι προσβάσιμος και μέσω της ενιαίας διαδικτυακής πύλης.

- ✓ Τη μέριμνα για την τακτική ενημέρωση και επικαιροποίηση του περιεχομένου του διαδικτυακού τόπου του ΕΠ και την τροφοδότηση με πληροφορίες της ενιαίας διαδικτυακής πύλης σχετικά με τον κατάλογο πράξεων, τα παραδείγματα έργων και τα επιτεύγματα του ΕΠ.
- ✓ Την αποστολή Προσκλήσεων/Προκηρύξεων προς ανάρτηση στην ενιαία διαδικτυακή πύλη του ΕΣΠΑ.
- ✓ 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 δημοσιότητας του ΕΣΠΑ που συντονίζει η Εθνική Αρχή Συντονισμού
- ✓ Τη διοργάνωση συναντήσεων εργασίας μεταξύ των υπεύθυνων δημοσιότητας του Προγράμματος και των υπεύθυνων επικοινωνίας των διακαιούχων για το καλύτερο συντονισμό και την υλοποίηση της στρατηγικής.

Η Ειδική Υπηρεσία Διαχείρισης Ε. Π. Θεσσαλίας συνεργάζεται με την Εθνική Αρχή Συντονισμού, ΕΥΣΣΑ, Μονάδα Πληροφόρησης και Επικοινωνίας, η οποία :

- ✓ Διαμορφώνει το πλαίσιο αρχών πληροφόρησης και επικοινωνίας
- ✓ Συντονίζει την επικοινωνία των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων
- ✓ Έχει την ευθύνη της δημιουργίας και διατήρησης της ενιαίας διαδικτυακής πύλης που παρέχει αναλυτική πληροφόρηση και πρόσβαση σε όλα τα επιχειρησιακά προγράμματα και περιλαμβάνει την υποχρεωτική ηλεκτρονική δημοσιοποίηση του καταλόγου των πράξεων
- ✓ Είναι υπεύθυνη για την επισκόπηση των μέτρων που εφαρμόζονται σε επίπεδο κράτους-μέλους και την υποβολή των σχετικών αναφορών στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή
- ✓ Αναλαμβάνει να υλοποιήσει εκστρατείες προβολής του ΕΣΠΑ 2014-2020 πανελλαδικά, με στόχο την ευρεία διάδοση των ευκαιριών

χρηματοδότησης και τη διασφάλιση της διαφάνειας σχετικά με την πορεία υλοποίησης των έργων και την ανάδειξη του ρόλου της ΕΕ.

- ✓ Συντονίζει το εθνικό δίκτυο των υπεύθυνων επικοινωνίας και συμμετέχει στο δίκτυο INFORM της ΕΕ ως συντονιστής
- ✓ Συντονίζει και υποστηρίζει την συνεργασία του εθνικού δικτύου των υπεύθυνων επικοινωνίας με τα ευρωπαϊκά δίκτυα πληροφόρησης που λειτουργούν στην Ελλάδα
- ✓ Διαχειρίζεται το ηλεκτρονικό Helpdesk του www.espa.gr, το γραφείο ενημέρωσης κοινού και την τηλεφωνική γραμμή πληροφόρησης
- ✓ Συμμετέχει στην ομάδα ανάπτυξης/αναβάθμισης του διαδικτυακού τόπου για την πορεία υλοποίησης των έργων του ΕΣΠΑ www.anaptyxi.gov.gr.

Επίσης συνεργάζεται με την ΕΥΣΕΚΤ, η οποία, ως Υπηρεσία της ΕΑΣ βάσει του Νόμου 4314/2014, συντονίζει το σχεδιασμό και την εφαρμογή των παρεμβάσεων που συγχρηματοδοτούνται από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο.

9. 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, 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).

Συνήθως, ο συνδυασμός και των δύο μεθόδων βοηθά στην αποτελεσματικότητα του επικοινωνιακού σχεδίου. Ακολουθεί ενδεικτικός πίνακας για την αξιολόγηση των επικοινωνιακών δράσεων:

Είδος ενέργειας	Τοποθεσία	Περιγραφή	Κόστος	Κοινό Στόχος	Δείκτης υλοποίησης	Δείκτης Αποτελέσματος
1. Ενέργειες Πληροφόρησης						
1.1 Ιστοσελίδα						Επισκέψεις (κατά Μ.Ο. μηνιαίως) Εγγεγραμμένοι χρήστες
1.2 Call Centre						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)
2. Προωθητικές ενέργειες						
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
3. Προβολή στα ΜΜΕ						
3.1 Τηλεόραση						Μεταδόσεις GRPs Κάλυψη Συχνότητα
3.2 Ραδιόφωνο						Μεταδόσεις Κάλυψη Συχνότητα
3.2 Τύπος						Καταχωρίσεις GRPs Κάλυψη Συχνότητα
3.4 Διαφήμιση στο Internet						Καταχωρίσεις
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
4.3 δημιουργία video, ραδιοφωνικών spot και μακετών						Αριθμός
4.4 έντυπο υλικό						Αριθμός δημοσιεύσεων
4.5 λοιπό προωθητικό υλικό						Αριθμός δημοσιεύσεων
Σύνολο άλλων ενεργειών						Δείκτες αξιολόγησης Αριθμός Αριθμός δημοσιεύσεων
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						Αριθμός συμμετεχόντων

επιτεύγματα του ΕΠ						
5.3 Προβολή του εμβλήματος της ΕΕ στις εγκαταστάσεις κάθε Διαχειριστικής Αρχής						
5.4 Ηλεκτρονική δημοσίευση του Καταλόγου Πράξεων στην ενιαία διαδικτυακή πύλη www.espa.gr						
5.5 Παρουσίαση παραδειγμάτων πράξεων στην ενιαία διαδικτυακή πύλη ή στον διαδικτυακό τόπο του ΕΠ						

Η αξιολόγηση των ενεργειών 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.

10. Ετήσιο σχέδιο επικοινωνίας

Με βάση τη Στρατηγική Επικοινωνίας η Διαχειριστική Αρχή σχεδιάζει και υλοποιεί ετήσια σχέδια επικοινωνίας που θα περιλαμβάνουν επιλεγμένες δράσεις, 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 καθώς και έναν προϋπολογισμό για κάθε δράση. Οι δράσεις αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα:

Ενδεικτικός πίνακας ενεργειών επικοινωνίας έτους 2015 :

Δραστηριότητα	Χρόνος	Περιγραφή	Επικοινωνιακός στόχος	Κοινό-Στόχος	Κόστος (€)
1. Ενέργειες Πληροφόρησης					
1.1 Ιστοσελίδα	Ολόκληρο το έτος			Δυνητικοί Δικαιούχοι, Δικαιούχοι, μέλη ΕπΠΑ, ευρύ κοινό κλπ	0
1.2 Call Centre	Ολόκληρο το έτος			Δυνητικοί Δικαιούχοι, Δικαιούχοι, μέλη ΕπΠΑ, ευρύ κοινό κλπ	0
1.3 Γραφείο Πληροφόρησης	Β' εξάμηνο έτους	Απασχόληση ενός ατόμου στα γραφεία της ΕΥΔ		Δυνητικοί Δικαιούχοι, Δικαιούχοι, μέλη, ΕπΠΑ, ευρύ κοινό κλπ	8.000
2. Προωθητικές ενέργειες					
2.1 Εκθέσεις					
2.2 Εκδηλώσεις - Συνέδρια	Ιούνιος 2015	Κύρια εκδήλωση και Επιτροπή Παρακολούθησης		μέλη ΕπΠΑ, ευρύ κοινό	20.000
2.3 Σεμινάρια	Β' εξάμηνο έτους	Ενημέρωση δυνητικών δικαιούχων		Δυνητικοί Δικαιούχοι,	20.000
2.4 Newsletters	Β' εξάμηνο έτους			Δυνητικοί Δικαιούχοι, ευρύ κοινό κλπ	5.000
3. Προβολή στα ΜΜΕ					
3.1 Τηλεόραση	Β' εξάμηνο έτους	Προβολή - ενημέρωση για νέο Ε.Π.		Δυνητικοί Δικαιούχοι, ευρύ κοινό κλπ	30.000
3.2 Ραδιόφωνο	Β' εξάμηνο έτους	Προβολή - ενημέρωση για νέο Ε.Π.		Δυνητικοί Δικαιούχοι, ευρύ κοινό κλπ	15.000
3.2 Τύπος	Β' εξάμηνο έτους	Δημοσιεύσεις προσκλήσεων		Δυνητικοί Δικαιούχοι, ευρύ κοινό κλπ	10.000
3.4 Διαφήμιση στο Internet	Β' εξάμηνο έτους	Δημοσιεύσεις προσκλήσεων		Δυνητικοί Δικαιούχοι, ευρύ κοινό κλπ	5.000
4. Άλλες ενέργειες					

4.1 Έρευνες					
4.2 Social Media					
4.3 δημιουργία video, ραδιοφωνικών spot και μακετών	Β' εξάμηνο έτους	Παραγωγή των νέων μηνυμάτων και καταχωρήσεων.		Δυνητικοί Δικαιούχοι, Δικαιούχοι, μέλη ΕπΠΑ, ευρύ κοινό κλπ	20.000
4.4 έντυπο υλικό	Β' εξάμηνο έτους	Προβολή – ενημέρωση για νέο Ε.Π.		Δυνητικοί Δικαιούχοι, Δικαιούχοι, μέλη ΕπΠΑ, ευρύ κοινό κλπ	10.000
4.5 λοιπό προωθητικό υλικό	Β' εξάμηνο έτους	Προβολή – ενημέρωση για νέο Ε.Π.		Δυνητικοί Δικαιούχοι, Δικαιούχοι, μέλη ΕπΠΑ, ευρύ κοινό κλπ	10.000
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	Σεπτέμβριος 2015	Προβολή – ενημέρωση για νέο Ε.Π.		Δυνητικοί Δικαιούχοι, Δικαιούχοι, μέλη ΕπΠΑ, ευρύ κοινό κλπ	10.000
5.2 Διοργάνωση σημαντικής ενημερωτικής δραστηριότητας ετησίως για τις ευκαιρίες χρηματοδότησης και τα επιτεύγματα του ΕΠ					
5.3 Προβολή του εμβλήματος της ΕΕ στις εγκαταστάσεις κάθε Διαχειριστικής Αρχής	Όλο το έτος				0
5.4 Ηλεκτρονική δημοσίευση του Καταλόγου Πράξεων στην ενιαία διαδικτυακή πύλη www.espa.gr	Β' εξάμηνο				0
5.5 Παρουσίαση παραδειγμάτων πράξεων στην ενιαία διαδικτυακή πύλη ή στον διαδικτυακό τόπο του ΕΠ					

Αντίστοιχα, στο τέλος κάθε έτους θα γίνεται απολογισμός και αξιολόγηση των δράσεων επικοινωνίας που τελικά υλοποιήθηκαν.