

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΗΠΕΙΡΟΥ 2014-2020



Ειδική Υπηρεσία Διαχείρισης
Επιχειρησιακού Προγράμματος
Περιφέρειας Ηπείρου

12/6/2015

Περιεχόμενα

1. Θεσμικό πλαίσιο – υποχρεώσεις επικοινωνίας	3
2. Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Περιφέρειας Ηπείρου 2014-2020	6
3. Επικοινωνιακό Σχέδιο	8
3.1 Στόχοι Επικοινωνίας	8
4. Στοχοθετούμενο κοινό	10
5. Μέθοδος Επικοινωνίας	17
5.1. Ενδεικτικές στρατηγικές επιλογές	17
5.2. Υποχρεωτικές δράσεις επικοινωνίας.....	19
5.3. Ευθύνες των δικαιούχων.....	20
6. Ενδεικτικός προϋπολογισμός για την υλοποίηση της Στρατηγικής Επικοινωνίας.....	22
7. Συνεργασία εντός της Υπηρεσίας – Συνεργασία με άλλους εμπλεκόμενους φορείς	23
8. Αξιολόγηση	25
9. Ετήσιο σχέδιο επικοινωνίας.....	28

1. Θεσμικό πλαίσιο – υποχρεώσεις επικοινωνίας

Σύμφωνα με το Άρθρο 115 του Κανονισμού 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» τα κράτη μέλη και οι διαχειριστικές αρχές είναι υπεύθυνα:

- α) Για την κατάρτιση Στρατηγικών Επικοινωνίας
- β) Να εξασφαλίσουν τη δημιουργία ενός ενιαίου διαδικτυακού τόπου ή μιας ενιαίας διαδικτυακής πύλης που παρέχει πληροφορίες και πρόσβαση σε όλα τα Επιχειρησιακά Προγράμματα του οικείου κράτους μέλους, συμπεριλαμβανομένων πληροφοριών σχετικά με τη χρονική στιγμή υλοποίησης του προγραμματισμού και οποιωνδήποτε σχετικών διαδικασιών δημόσιας διαβούλευσης·
- γ) για την ενημέρωση των δυνητικών δικαιούχων σχετικά με τις ευκαιρίες χρηματοδότησης στο πλαίσιο των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων·
- δ) για τη 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.

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 υποχρεωτικά 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 έχουν το δικαίωμα να γνωρίζουν πώς επενδύονται οι δημοσιονομικοί πόροι της

Στρατηγική Επικοινωνίας

Ένωσης. Η βασική ευθύνη για τη διασφάλιση της μετάδοσης των σωστών πληροφοριών στο κοινό 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.

Για να υπάρξει μεγαλύτερη δυνατότητα πρόσβασης στην ενημέρωση και διαφάνεια των πληροφοριών σχετικά με τις ευκαιρίες χρηματοδότησης και τους δικαιούχους των έργων, δημιουργείται σε κάθε κράτος-μέλος ένας ενιαίος διαδικτυακός τόπος ή πύλη που θα παρέχει ενημέρωση για όλα τα Προγράμματα, συμπεριλαμβανομένων καταστάσεων των χρηματοδοτούμενων έργων στο πλαίσιο κάθε Επιχειρησιακού Προγράμματος.

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 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 Κατάρτιση του Επικοινωνιακού Σχεδίου και η υλοποίησή του διέπεται, μεταξύ των άλλων, από τους εξής Κανονισμούς και Νόμους:

- Κανονισμός (ΕΕ) αριθ. 1303/2013 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 17ης Δεκεμβρίου 2013 περί καθορισμού κοινών διατάξεων για το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης, το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο, το Ταμείο Συνοχής, το Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Αγροτικής Ανάπτυξης και το Ευρωπαϊκό Ταμείο Θάλασσας και Αλιείας και περί καθορισμού γενικών διατάξεων για το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης, το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο, το Ταμείο Συνοχής και το Ευρωπαϊκό Ταμείο Θάλασσας και Αλιείας και για την κατάργηση του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1083/2006.
- Εκτελεστικός Κανονισμός (ΕΕ) αριθ. 821/2014 της Επιτροπής της 28ης Ιουλίου 2014 περί καθορισμού κανόνων εφαρμογής του κανονισμού (ΕΕ) αριθ. 1303/2013 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου όσον αφορά τις λεπτομέρειες για τη μεταβίβαση και διαχείριση των συνεισφορών των προγραμμάτων, την υποβολή εκθέσεων σχετικά με τα μέσα χρηματοοικονομικής τεχνικής, τα τεχνικά χαρακτηριστικά των μέτρων πληροφόρησης και επικοινωνίας για τις πράξεις και το σύστημα καταγραφής και αποθήκευσης των δεδομένων.

Στρατηγική Επικοινωνίας

- Νόμος 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).\
- Διατάξεις εφαρμογής του Επιχειρησιακού Προγράμματος Περιφέρειας Ηπείρου 2014-2020

2. Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Περιφέρειας Ηπείρου 2014-2020

Μέσα από μια διαρκή διαδικασία δημόσιας διαβούλευσης, η Περιφέρεια έχει ως όραμα, να καταστεί «Αξιοβίωτη και αυτοτροφοδοτούμενη, έχοντας εξωστρεφή ανάπτυξη, εστιασμένη στις παραγωγικές δραστηριότητες που αποτελούν συγκριτικά πλεονεκτήματα και ενισχύουν την τοπική ταυτότητα, με σεβασμό στο περιβάλλον, την ιστορία και τον πολίτη της Ηπείρου».

Το αναπτυξιακό όραμα συμπληρώνεται από την επιδίωξη για υλοποίηση μιας Στρατηγικής Έξυπνης Εξειδίκευσης εστιασμένης σε επιλεγμένους κλάδους στους οποίους η Περιφέρεια διαθέτει ισχυρά συγκριτικά πλεονεκτήματα. Οι τομείς εστίασης είναι:

1. Πρωτογενής τομέας – μεταποίηση – αγροδιατροφή – γαστρονομία.
2. Βιομηχανία της εμπειρίας: Τουρισμός, Πολιτισμός & Δημιουργική Οικονομία.
3. ΤΠΕ και νεανική επιχειρηματικότητα.
4. Υγεία και Ευεξία.

Η επίτευξη του οράματος, θα αποτελέσει σημαντικό σημείο εκκίνησης στο νέο Αναπτυξιακό Πρότυπο της χώρας που σκιαγραφείται για το 2021, καθώς σε αυτό προσδιορίζονται ως κρίσιμοι τομείς για την επανεκκίνηση της οικονομίας τόσο ο κλάδος του τουρισμού (προσέλκυση επενδύσεων, ανάπτυξη νέων προϊόντων), όσο και ο πρωτογενής τομέας (έμφαση στην αύξηση του ποσοστού μεταποίησης αγροτικών προϊόντων και στην προώθησή τους στις διεθνείς αγορές).

Επιπρόσθετα, η Περιφέρεια συμμετέχει στην Μακροπεριφερειακή Στρατηγική Αδριατικής Ιονίου – EUSAIR (η οποία εγκρίθηκε από την ΕΕ τον Ιούνιο 2014) στο πλαίσιο της οποίας θα επιδιωχθεί η προώθηση βιώσιμων πρακτικών για την ανάπτυξη στον παράκτιο χώρο στο πλαίσιο ενίσχυσης της γαλάζιας οικονομίας και η αρμονική ένταξη και λειτουργία του τουρισμού, των μεταφορών και των άλλων δραστηριοτήτων στο πλαίσιο προστασίας και αποδοτικής διαχείρισης των οικολογικών, πολιτιστικών πόρων και του τοπίου. Τέλος, το αναπτυξιακό όραμα περιλαμβάνει μία ολοκληρωμένη χωρική προσέγγιση με την αξιοποίηση των δυνατοτήτων για προγράμματα τοπικής ανάπτυξης με την πρωτοβουλία τοπικών κοινοτήτων, για ολοκληρωμένες δράσεις για βιώσιμη αστική ανάπτυξη και για ολοκληρωμένες εδαφικές επενδύσεις (ΟΕΕ).

Για την επίτευξη του Αναπτυξιακού Οράματος, διαμορφώνεται ένα συνεκτικό πλέγμα πέντε Στρατηγικών Στόχων. Ειδικότερα:

- Ενίσχυση της περιφερειακής ανταγωνιστικότητας με ανάπτυξη της καινοτομίας και των ΤΠΕ.
- Προστασία του περιβάλλοντος και αειφόρος ανάπτυξη.
- Ενίσχυση υποδομών μεταφορών.
- Ενίσχυση υποδομών εκπαίδευσης, υγείας και πρόνοιας.
- Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού, Κοινωνική ένταξη και καταπολέμηση διακρίσεων.

Στρατηγική Επικοινωνίας

Το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Περιφέρειας Ηπείρου 2014-2020 διαρθρώνεται σε πέντε Άξονες Προτεραιότητας (οι οποίοι αντιστοιχούν στους σχετικούς Στρατηγικούς Στόχους). Ειδικότερα και σε συσχέτιση με τους Θεματικούς Στόχους της ΕΕ 2020:

- Άξονας Προτεραιότητας 1: Ενίσχυση της περιφερειακής ανταγωνιστικότητας με ανάπτυξη της καινοτομίας και των ΤΠΕ (ΘΣ 1 - ΘΣ 2 -ΘΣ 3)
- Άξονας Προτεραιότητας 2: Προστασία του περιβάλλοντος και αειφόρος ανάπτυξη (ΘΣ 4 - ΘΣ 5 - ΘΣ 6)
- Άξονας Προτεραιότητας 3: Ενίσχυση υποδομών μεταφορών (ΘΣ 7)
- Άξονας Προτεραιότητας 4: Ενίσχυση υποδομών εκπαίδευσης, υγείας και πρόνοιας (ΘΣ 9 - ΘΣ 10, όπου περιλαμβάνει Επενδυτικές Προτεραιότητες ΕΤΠΑ).
- Άξονας Προτεραιότητας 5: Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού, Κοινωνική ένταξη και καταπολέμηση διακρίσεων (ΘΣ 8 – ΘΣ 9, περιλαμβάνει Επενδυτικές Προτεραιότητες ΕΚΤ).

3. Επικοινωνιακό Σχέδιο

3.1 Στόχοι Επικοινωνίας

Οι γενικοί στόχοι του Επικοινωνιακού Σχεδίου είναι:

- α) η ενημέρωση των δυνητικών δικαιούχων σχετικά με τις ευκαιρίες χρηματοδότησης στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος
- β) 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 του Συμφώνου 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 των ευκαιριών χρηματοδότησης και συμμετοχής στα προγράμματα:
 - τις ευκαιρίες χρηματοδότησης και την πρόσκληση υποβολής αιτήσεων,
 - τους όρους επιλεξιμότητας για τη δυνατότητα χρηματοδότησης,
 - την ακριβή διαδικασία για την εξέταση των αιτήσεων χρηματοδότησης και τις σχετικές προθεσμίες και
 - τα κριτήρια 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 συνέργια 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 Επιχειρησιακού Προγράμματος .
- 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.

Στρατηγική Επικοινωνίας

- Αύξηση της αναγνωρισιμότητας των δράσεων και του ρόλου του ΕΚΤ
- Αύξηση επιπέδου πρόσβασης του κοινού σε πληροφόρηση
- Η επίτευξη της συμμετοχής του κοινού στο Πρόγραμμα και η διευκόλυνση του για αξιοποίηση των ευκαιριών που προσφέρονται
- Η προβολή της προσπάθειας για ανταγωνιστικότητα και βιώσιμη ανάπτυξη της Περιφέρειας

Η Στρατηγική Επικοινωνίας περιλαμβάνει κυρίως τα ακόλουθα στοιχεία:

- Περιγραφή της μεθόδου επικοινωνίας, δηλαδή τα βασικά μέτρα ενημέρωσης και επικοινωνίας που θα λάβει η Διαχειριστική Αρχή για την ενημέρωση των δυνητικών δικαιούχων, των δικαιούχων, των πολλαπλασιαστών ενημέρωσης και του ευρύτερου κοινού, σχετικά με τους στόχους που περιγράφονται στο άρθρο 115 του Κανονισμού.
- Περιγραφή των μέσων που θα διατεθούν σε μορφές προσβάσιμες για τα άτομα με αναπηρία
- Περιγραφή παρεμβάσεων με κοινωνική διάσταση έχοντας ως επίκεντρο τον άνθρωπο
- 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, του Επιχειρησιακού Προγράμματος, των πράξεων και του ρόλου των Ταμείων και της Ένωσης.
- Περιγραφή της χρήσης των κύριων αποτελεσμάτων του προηγούμενου Επιχειρησιακού (Η ενημέρωση των δικαιούχων μέσω διμερών συναντήσεων ή σεμιναρίων αποδείχθηκε αποτελεσματική, η χρήση του διαδικτύου έχει αυξηθεί από τους ενδιαφερόμενους για το ΕΣΠΑ στην περιοχή και αξιοποιήθηκε η έρευνα αναγνωρισιμότητας που πραγματοποιήθηκε)
- 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 Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Περιφέρειας Ηπείρου 2014-2020 είναι:

- Οι δυνητικοί δικαιούχοι
- Οι δικαιούχοι
- Το ευρύ κοινό

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

Η στοχοθεσία του κοινού αναλύεται ως εξής:

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

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

- (πχ Διεύθυνση Αναπτυξιακού Προγραμματισμού της Περιφέρειας)

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

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

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

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

Ως **ευρύ κοινό** ορίζουμε:

- Άνδρες - Γυναίκες, πολίτες της Ηπείρου.
- Άνδρες - Γυναίκες, πολίτες της Ελληνικής Επικράτειας
- Άνδρες - Γυναίκες, πολίτες της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Οι **ειδικές κοινωνικές ομάδες**, περιλαμβάνουν:

- Νέους & Νέες

Στρατηγική Επικοινωνίας

- 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
- Διαμορφωτές Γνώμης (Opinion Leaders) στο χώρο των ΜΜΕ
- Γραφείο Europe Direct στα Ιωάννινα
- Γραφείο Αντιπροσωπείας της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στην Αθήνα

Στρατηγική Επικοινωνίας

Στον πίνακα που ακολουθεί δίνεται μια περιγραφή των κυριότερων στόχων και επιδιώξεων της επικοινωνίας του Επιχειρησιακού Προγράμματος, ανά κοινό – στόχο.

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

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

ΚΟΙΝΟ - ΣΤΟΧΟΣ	ΣΤΟΧΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	ΜΕΣΑ
<p>ΔΙΚΑΙΟΥΧΟΙ</p>	<p>Η ευρεία διάδοση των ευκαιριών χρηματοδότησης και συμμετοχής στα προγράμματα.</p> <p>Η εδραίωση του μηνύματος της από κοινού συνεισφοράς της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της Ελλάδας.</p> <p>Η προβολή της διαφάνειας στον τρόπο επιλογής των έργων που χρηματοδοτούνται.</p> <p>Η ενημέρωση για την Αναπτυξιακή Στρατηγική, τις βασικές κατευθύνσεις και την ταυτότητα του Επιχειρησιακού Προγράμματος.</p> <p>Η γνώση για την ευθύνη των δυνητικών δικαιούχων για την ενημέρωση του κοινού σχετικά με το σκοπό της πράξης και τη στήριξή τους από τα Ταμεία.</p> <p>Η ενημέρωση και δέσμευση σχετικά με την τήρηση αρχών δημοσιότητας.</p> <p>Η παρακίνηση για την ανάληψη ενεργειών δημοσιότητας.</p> <p>Η ενημέρωση για την αποδοχή εγγραφής στον κατάλογο των πράξεων που δημοσιεύονται.</p> <p>Η ανάδειξη καλών πρακτικών - παραδειγμάτων από το ΕΠ.</p>	<p>Ιστοσελίδα</p> <p>Εκδηλώσεις-Σεμινάρια</p> <p>Έντυπα μέσα-Οδηγοί</p>

ΚΟΙΝΟ - ΣΤΟΧΟΣ	ΣΤΟΧΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	ΜΕΣΑ
<p>ΠΟΛΛΑΠΛΑΣΙΑΣΤΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ</p>	<p>Η ευρεία διάδοση των ευκαιριών χρηματοδότησης και συμμετοχής στα προγράμματα.</p> <p>Η εδραίωση του μηνύματος της από κοινού συνεισφοράς της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της Ελλάδας.</p> <p>Η προβολή της διαφάνειας στον τρόπο επιλογής των έργων που χρηματοδοτούνται.</p> <p>Η ενημέρωση για την Αναπτυξιακή Στρατηγική, τις βασικές κατευθύνσεις και την ταυτότητα του Επιχειρησιακού Προγράμματος.</p> <p>Η ανάδειξη καλών πρακτικών - παραδειγμάτων από το ΕΠ.</p>	<p>Ιστοσελίδα</p> <p>Εκδηλώσεις</p> <p>Γραφείο πληροφόρησης</p> <p>Newsletter</p> <p>Προβολή στα ΜΜΕ (τηλεόραση, ραδιόφωνο, έντυπος & ηλεκτρονικός τύπος)</p> <p>Έρευνα</p>
<p>ΕΥΡΥ ΚΟΙΝΟ</p>	<p>Η εδραίωση του μηνύματος της από κοινού συνεισφοράς της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της Ελλάδας.</p> <p>Η προβολή της διαφάνειας στον τρόπο επιλογής των έργων που χρηματοδοτούνται.</p> <p>Η ενημέρωση για την Αναπτυξιακή Στρατηγική, τις βασικές κατευθύνσεις και την ταυτότητα του Επιχειρησιακού Προγράμματος.</p> <p>Η ανάδειξη καλών πρακτικών - παραδειγμάτων από το ΕΠ.</p> <p>Η πρόοδος υλοποίησης του Προγράμματος και η επίτευξη των στόχων.</p>	<p>Ιστοσελίδα</p> <p>Εκδηλώσεις</p> <p>Γραφείο πληροφόρησης</p> <p>Newsletter</p> <p>Προβολή στα ΜΜΕ (τηλεόραση, ραδιόφωνο, έντυπος & ηλεκτρονικός τύπος)</p> <p>Έρευνα</p>

ΚΟΙΝΟ - ΣΤΟΧΟΣ	ΣΤΟΧΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	ΜΕΣΑ
ΕΙΔΙΚΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΟΜΑΔΕΣ	<p>Η εδραίωση του μηνύματος της από κοινού συνεισφοράς της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της Ελλάδας.</p> <p>Η προβολή της διαφάνειας στον τρόπο επιλογής των έργων που χρηματοδοτούνται.</p> <p>Τα έργα και τα προγράμματα άμεσου ενδιαφέροντος.</p> <p>Η χρηστική πληροφόρηση & η αξιοποίηση των ευκαιριών.</p> <p>Η ευρεία διάδοση των ευκαιριών χρηματοδότησης και συμμετοχής στα προγράμματα.</p>	<p>Ιστοσελίδα</p> <p>Εκδηλώσεις</p> <p>Γραφείο πληροφόρησης</p> <p>Newsletter</p> <p>Προβολή στα ΜΜΕ (τηλεόραση, ραδιόφωνο, έντυπος & ηλεκτρονικός τύπος)</p> <p>Έρευνα</p>

5. Μέθοδος Επικοινωνίας

Η Στρατηγική Επικοινωνίας είναι το ολοκληρωμένο σύνολο δραστηριοτήτων και εργαλείων σε αντιστοιχία με τους προς επίτευξη στόχους και το στοχοθετούμενο κοινό.

Η χάραξη της Στρατηγικής για την εκπλήρωση των στόχων και την κάλυψη των κοινών-στόχων έχει καθοριστεί με βάση την ήδη αποκτηθείσα εμπειρία, καθώς και τις νέες επιδιώξεις.

Βασικός στόχος της Στρατηγικής Επικοινωνίας είναι η καλύτερη και 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.

Κεντρικό στοιχείο της Στρατηγικής είναι η ενοποίηση της επικοινωνίας όσον αφορά στα μηνύματα, την εικόνα και το ύφος, το οποίο θα είναι επεξηγηματικό, με περιεχόμενο ουσίας αντιληπτό από το μέσο πολίτη και τα επιμέρους κοινά-στόχους.

Συνεπώς, η Στρατηγική Επικοινωνίας του Ε.Π. 2014-2020 θα εναρμονίζεται με τη γενική στρατηγική επικοινωνίας του ΕΣΠΑ 2014-2020 και θα ακολουθείται ενιαία εικαστική ταυτότητα, με τη χρήση του επιλεγμένου εμβλήματος και μηνύματος από την Εθνική Αρχή Συντονισμού.

Η Στρατηγική Επικοινωνίας περιλαμβάνει ένα σύστημα με προγραμματισμένες ενέργειες και δράσεις με όλα τα μέσα και τις μεθόδους και στόχο την πληροφόρηση των ωφελημάτων από την εφαρμογή του Προγράμματος και τη δημιουργία συναίνεσης και αποδοχής από το σύνολο της κοινής γνώμης, τους χρήστες, τους δικαιούχους, τους εμπλεκόμενους φορείς, τις ομάδες κοινού μέχρι και τον τελευταίο πολίτη.

Με την εφαρμογή των ενεργειών που περιλαμβάνονται στην Στρατηγική Επικοινωνίας εξασφαλίζεται 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.

5.1. Ενδεικτικές 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 ΕΠ 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.
- **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 εξ ίσου σημαντική. Αποτελέσματα ερευνών δείχνουν ότι οι πολίτες δεν είναι ενημερωμένοι για τα έργα που υλοποιούνται πανελλαδικά.
- **Λειτουργία ενός δικτύου συνεργαζόμενων φορέων**, που μπορεί να περιλαμβάνει στελέχη της Διαχειριστικής Αρχής, κοινωνικούς ή οικονομικούς εταίρους (πολλαπλασιαστές), ευρωπαϊκά δίκτυα πληροφόρησης που λειτουργούν στην Ελλάδα και συνεργάζονται ώστε να πληροφορούν και να ενημερώνουν το κοινό-στόχο γύρω

από προσκλήσεις, προκηρύξεις, κριτήρια επιλεξιμότητας κλπ. Το δίκτυο συνεργαζόμενων φορέων μπορεί να εξασφαλίσει ευρεία διάδοση της πληροφόρησης, αποφυγή αλληλοεπικάλυψης, μεγιστοποίηση του επικοινωνιακού αποτελέσματος καθώς και οικονομίες κλίμακας.

- **Προβολή των ήδη 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.

5.2. Υποχρεωτικές δράσεις επικοινωνίας

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

- **Κύρια διοργάνωση μιας σημαντικής ενημερωτικής δραστηριότητας** για τη δημοσιοποίηση της έναρξης του επιχειρησιακού προγράμματος ή των επιχειρησιακών προγραμμάτων συνολικά ακόμη και πριν την έγκριση της επικοινωνιακής στρατηγικής.
- **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.peproe.gr.
- **Παρουσίαση παραδειγμάτων πράξεων**, στον διαδικτυακό τόπο του Επιχειρησιακού Προγράμματος www.peproe.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 των δραστηριοτήτων επικοινωνίας των Δικαιούχων.** Η Διαχειριστική Αρχή θα φροντίσει να παρέχει λεπτομερείς πληροφορίες σχετικά με την εφαρμογή των μέτρων πληροφόρησης και επικοινωνίας στους δικαιούχους ώστε να επικοινωνήσουν αποτελεσματικά με βάση τα προαπαιτούμενα από τους σχετικούς Κανονισμούς. 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 (σύμφωνα με τον Κανονισμό 1303/2013, τις προδιαγραφές ΕΣΑμεΑ ώστε να εκπληρώνονται η αιρεσιμότητα 1 & 3 του Κανονισμού).

5.3. Ευθύνες των δικαιούχων

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

- **το έμβλημα της Ένωσης**, με αναφορά στην Ένωση, σύμφωνα με τα τεχνικά χαρακτηριστικά που καθορίζονται στο Εκτελεστικό Κανονισμό 821/2014
- **αναφορά στο Ταμείο ή στα Ταμεία** που στηρίζουν την πράξη.

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

α) παρέχοντας στον διαδικτυακό τόπο του, εάν υπάρχει, σύντομη περιγραφή της πράξης, ανάλογη προς το επίπεδο της στήριξης, που περιλαμβάνει τους στόχους και τα αποτελέσματά της και επισημαίνει τη χρηματοδοτική συνδρομή από την Ένωση.

β) τοποθετώντας, για πράξεις που δεν εμπίπτουν στην υποχρέωση ανάρτησης πινακίδας, τουλάχιστον μία αφίσα (ελάχιστου μεγέθους Α3) με πληροφορίες σχετικά με το έργο, συμπεριλαμβανόμενης της χρηματοδοτικής συνδρομής της Ένωσης, σε σημείο εύκολα ορατό από το κοινό, όπως η είσοδος σε ένα κτίριο.

Για τις πράξεις που χρηματοδοτούνται από το ΕΚΤ και κατά περίπτωση για τις πράξεις που χρηματοδοτούνται από το ΕΤΠΑ ή το Ταμείο Συνοχής, ο δικαιούχος εξασφαλίζει ότι οι συμμετέχοντες στην πράξη έχουν ενημερωθεί για τη συγκεκριμένη χρηματοδότηση. Κάθε έγγραφο που αφορά στην εφαρμογή μιας πράξης, το οποίο απευθύνεται στο κοινό ή στους

Στρατηγική Επικοινωνίας

συμμετέχοντες, συμπεριλαμβανομένης της βεβαίωσης παρακολούθησης ή άλλου πιστοποιητικού, περιλαμβάνει δήλωση στην οποία αναφέρεται ότι το επιχειρησιακό πρόγραμμα συγχρηματοδοτήθηκε από το Ταμείο ή τα Ταμεία.

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

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

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

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

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

6. Ενδεικτικός προϋπολογισμός για την υλοποίηση της Στρατηγικής Επικοινωνίας

Οι δράσεις Πληροφόρησης και Δημοσιότητας χρηματοδοτούνται από τους Άξονες 6 και 7 του Προγράμματος .

Ο συνολικός ενδεικτικός προϋπολογισμός των μέτρων και δράσεων Πληροφόρησης και Δημοσιότητας του Επιχειρησιακού Προγράμματος Περιφέρειας Ηπείρου για το σύνολο της περιόδου 2014-2020 ανέρχεται στο ύψος των 825.000€ και κατανέμεται ως εξής:

Ενδεικτικός Πίνακας Προϋπολογισμού για την υλοποίηση της στρατηγικής επικοινωνίας

Ενέργειες	Κατανομή του συνόλου του προϋπολογισμού για την Πληροφόρηση και την Επικοινωνία ανά κατηγορία ενεργειών	
	Ποσό	Ποσοστό
MME	500.000	60%
Πρωθητικές ενέργειες	200.000	25%
Παραγωγές	75.000	9%
Άλλες ενέργειες	50.000	6%
ΣΥΝΟΛΟ	825.000	100%

Το ποσοστό κοινοτικής συγχρηματοδότησης στον άξονα προτεραιότητας Τεχνική Υποστήριξη Εφαρμογής ανέρχεται στο 80%.

Σημειώνεται ότι η παραπάνω κατανομή έχει γίνει χωρίζοντας τις δράσεις δημοσιότητας στις κατηγορίες MME, Πρωθητικές Ενέργειες, Παραγωγές και Άλλες Ενέργειες ως εξής:

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

7. Συνεργασία εντός της Υπηρεσίας – Συνεργασία με άλλους εμπλεκόμενους φορείς

Η Διαχειριστική Αρχή ορίζει ως πρόσωπο επαφής, που είναι υπεύθυνο για την πληροφόρηση και επικοινωνία σε επίπεδο Επιχειρησιακού Προγράμματος και ενημερώνει σχετικά την Επιτροπή, τον κ. Νικόλαο Μπαλτογιάννη τηλ: 26513 60503, fax: 26513 60550 και email: nikobalt@mou.gr, με αναπληρωτή την κα Αφροδίτη Γκόσιου, τηλ: 26513 60506, fax: 26513 60550 και email: afrogosi@mou.gr.

Τα πρόσωπα που ορίζονται υπεύθυνα για την πληροφόρηση και την επικοινωνία έχουν ευθύνη για:

- Τη διαμόρφωση και παρακολούθηση του πλαισίου αρχών πληροφόρησης και επικοινωνίας και την παροχή οδηγιών και κατευθύνσεων στους δυνητικούς δικαιούχους του ΕΠ για θέματα πληροφόρησης και επικοινωνίας καθώς και στα στελέχη της ΔΑ προκειμένου να ενημερωθούν για τις υποχρεώσεις επικοινωνίας του ΕΠ.
- Την εκπόνηση, την παρακολούθηση, την υλοποίηση και την αξιολόγηση της στρατηγικής επικοινωνίας και του ετήσιου επικοινωνιακού σχεδίου.
- Τη μέριμνα για την υποστήριξη των δικαιούχων
- Τη μέριμνα για τη συγκέντρωση και διάχυση της πληροφόρησης στους αρμόδιους φορείς, σχετικά με τα θέματα πληροφόρησης και επικοινωνίας.
- Τη μέριμνα για τη λειτουργία ενός Helpdesk της ΔΑ προς όλους τους εμπλεκόμενους στο επιχειρησιακό πρόγραμμα, διαβιβάζοντας τα ερωτήματα αρμοδίως και εξασφαλίζοντας την έγκαιρη απάντησή τους.
- Τη μέριμνα για την συγκέντρωση και παρουσίαση ετησίως των παραδειγμάτων πράξεων, στον διαδικτυακό τόπο του Επιχειρησιακού Προγράμματος που είναι προσβάσιμος και μέσω της ενιαίας διαδικτυακής πύλης.
- Την επικαιροποίηση των στοιχείων σχετικά με την υλοποίηση του Επιχειρησιακού Προγράμματος, συμπεριλαμβανομένων, κατά περίπτωση, των βασικών επιτευγμάτων του, στον διαδικτυακό τόπο του ΕΠ ο οποίος είναι προσβάσιμος μέσω της ενιαίας διαδικτυακής πύλης
- Τη μέριμνα για την τακτική ενημέρωση και επικαιροποίηση του περιεχομένου του διαδικτυακού τόπου του ΕΠ και την τροφοδότηση με πληροφορίες της ενιαίας διαδικτυακής πύλης www.espa.gr σχετικά με τον κατάλογο πράξεων –βάσει του Κανονισμού 1303/2013, άρθρο 115, παράγραφος 2– τα παραδείγματα έργων και τα επιτεύγματα του ΕΠ.

Στρατηγική Επικοινωνίας

- Την αποστολή Προσκλήσεων/Προκηρύξεων προς ανάρτηση στην ενιαία διαδικτυακή πύλη του ΕΣΠΑ www.espa.gr, σε επίπεδο ΔΑ, Ενδιάμεσων Φορέων, μεγάλων δικαιούχων.
- Τη μέριμνα για την διατήρηση αρχείου ενεργειών επικοινωνίας, αποδεικτικών στοιχείων, φωτογραφιών, για την εφαρμογή των υποχρεωτικών μέτρων επικοινωνίας και χαρακτηριστικών έργων του ΕΠ.
- Τη συμμετοχή στο δίκτυο υπευθύνων πληροφόρησης και επικοινωνίας του ΕΣΠΑ που συντονίζεται από την Εθνική Αρχή Συντονισμού, με στόχο την ανταλλαγή εμπειριών και καλών πρακτικών στο πλαίσιο υλοποίησης της στρατηγικής επικοινωνίας, καθώς και στο αντίστοιχο δίκτυο της Επιτροπής. Η Επιτροπή συγκροτεί δίκτυα της Ένωσης στα οποία συμμετέχουν οι ορισμένοι από τα κράτη-μέλη υπεύθυνοι, ώστε να εξασφαλιστεί η ανταλλαγή πληροφοριών βασισμένων στα αποτελέσματα της υλοποίησης των στρατηγικών επικοινωνίας, η ανταλλαγή εμπειριών από την εφαρμογή των μέτρων πληροφόρησης και επικοινωνίας και η ανταλλαγή ορθών πρακτικών.

Η Διαχειριστική Αρχή 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, όπως προβλέπεται στο άρθρο 115, παράγραφος 2, του Κανονισμού 1303/2013 (βλ. Παράρτημα 4)
- 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.

8. 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.

Γιατί αξιολογούμε τις επικοινωνιακές δράσεις;

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.

Ποιό είναι το κοινό-στόχος της αξιολόγησης;

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.

Τί μετράμε και πώς;

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

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

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

- **Δείκτες υλοποίησης** οι οποίοι καταγράφουν τις επικοινωνιακές δράσεις (π.χ. αριθμός ημερίδων, έντυπο υλικό, websites).
- **Δείκτες αποτελέσματος** οι οποίοι καταγράφουν το αποτέλεσμα των ενεργειών ως προς τους αποδέκτες ή ωφελούμενους (π.χ. αριθμός συμμετεχόντων σε ημερίδα, δελτία τύπου που δημοσιεύθηκαν, αριθμός μοναδικών επισκεπτών σε website).
- **Δείκτες επίπτωσης** οι οποίοι αναλύουν την επίδραση των επικοινωνιακών δράσεων στο κοινό στόχο (π.χ. μετρήσιμες αλλαγές βαθμού αναγνωρισιμότητας).
- Υπάρχουν δύο διαφορετικές μέθοδοι αξιολόγησης: η ποσοτική αξιολόγηση, που βασίζεται κυρίως σε μετρήσεις και στατιστικά στοιχεία και η ποιοτική αξιολόγηση, που βασίζεται σε έρευνες κοινής γνώμης, με ομαδικές ή ατομικές συνεντεύξεις, ερωτηματολόγια κλπ. Τα εργαλεία μέτρησης και οι τεχνικές που χρησιμοποιούνται,

Στρατηγική Επικοινωνίας

συλλέγουν στοιχεία τα οποία αποτελούν τη βάση της αξιολόγησης (π.χ. συνεντεύξεις, focus groups, διαδικτυακές έρευνες).

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

Ακολουθεί ενδεικτικός πίνακας για την αξιολόγηση των επικοινωνιακών δράσεων:

Είδος ενέργειας	Τοποθεσία/ Χρόνος	Περιγραφή	Κόστος	Κοινό- Στόχος	Δείκτης υλοποίησης	Δείκτης αποτελέσματος
Ενέργειες πληροφόρησης						
1.1 Ιστοσελίδα						
1.2 Call Centre / Γραφείο Πληροφόρησης						
Σύνολο πληροφόρησης ενεργειών						
Πρωθητικές ενέργειες						
2.1 Πρωθητικό υλικό						
2.2 Εκδηλώσεις - Συνέδρια						
2.3 Σεμινάρια						
2.4 Newsletters						
Σύνολο πρωθητικών ενεργειών						
Παραγωγές						
3.1 Τηλεοπτικά σποτ & Ραδιοφωνικά μηνύματα & Καταχωρίσεις & Περιοδικά						
Προβολή στα ΜΜΕ						
4.1 Τηλεόραση						
4.2 Ραδιόφωνο						
4.2 Τύπος						

Στρατηγική Επικοινωνίας

4.2 Τύπος						
4.3 Διαφήμιση στο Internet						
Σύνολο ενεργειών στα ΜΜΕ						
Άλλες ενέργειες						
5.1 Έρευνες						
5.2 Σύμβουλος Δημοσιότητας						
Σύνολο άλλων ενεργειών						
Ενέργειες πληροφόρησης και επικοινωνίας όπως ορίζει το Παράρτημα XII, παράγραφος 2, του Κανονισμού 1303/2013						
6.1 Διοργάνωση σημαντικής ενημερωτικής δραστηριότητας για τη δημοσιοποίηση της έναρξης του ΕΠ						
6.2 Διοργάνωση σημαντικής ενημερωτικής δραστηριότητας ετησίως για τις ευκαιρίες χρηματοδότησης και τα επιτεύγματα του ΕΠ						
6.3 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 www.espa.gr ή στον διαδικτυακό τόπο www.peproe.gr						

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.

9. 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	Τοποθεσία/ Χρόνος	Περιγραφή	Επικοινωνιακός στόχος	Κοινό-Στόχος	Κόστος
Ενέργειες πληροφόρησης					
Ιστοσελίδα	Ολόκληρο το έτος	www.peproe.gr		Δυνητικοί Δικαιούχοι/ μέλη ΕπΠΑ/Δικαιούχοι/ Ευρύ κοινό, κλπ	0
Call Centre - Γραφείο Πληροφόρησης	Ολόκληρο το έτος	Γραφεία ΕΥΔ		Δυνητικοί Δικαιούχοι/ μέλη ΕπΠΑ/Δικαιούχοι/ Ευρύ κοινό, κλπ	0
Πρωθητικές ενέργειες					
Εκδηλώσεις - Συνέδρια	Ιούνιος 2015	Κύρια εκδήλωση και Επιτροπή Παρακολούθησης			10.000
Σεμινάρια	Γ τρίμηνο 2015	Ενημέρωση δυνητικών δικαιούχων		Ενδιάμεσοι Φορείς Διαχείρισης και Δυνητικοί Δικαιούχοι	10.000
Newsletters	Γ & Δ τρίμηνο 2015	Αποστολή των νέων-ανακοινώσεων του ΕΠ		Ενδιάμεσοι Φορείς Διαχείρισης και Δυνητικοί Δικαιούχοι	0
Προβολή στα ΜΜΕ					
Τηλεόραση					
Ραδιόφωνο					
Τύπος	Γ & Δ τρίμηνο 2015	Δημοσιεύσεις προσκλήσεων		Ενδιάμεσοι Φορείς	20.000

Στρατηγική Επικοινωνίας

				Διαχείρισης και Δυνητικοί Δικαιούχοι	
Καταχωρίσεις σε διαδικτυακούς τόπους					
Παραγωγές					
Τηλεοπτικά σποτ & Ραδιοφωνικά μηνύματα & Καταχωρίσεις & Περιοδικά	Δ τρίμηνο 2015	Ανάθεση για την παραγωγή των μηνυμάτων και των καταχωρήσεων			
Άλλες ενέργειες					
Έρευνες					
Μελέτες					
Αξιολογήσεις					

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