

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

1η Επιτροπή Παρακολούθησης
Κομοτηνή, 26/6/2015

Παπούδης Ιωάννης
Μονάδα Β.1 - Υπεύθυνος Επικοινωνίας
Ειδικής Υπηρεσίας Διαχείρισης
Επιχειρησιακού Προγράμματος
Περιφέρειας ΑΜΘ

Θεσμικό Πλαίσιο Πληροφόρησης και Επικοινωνίας για την Περίοδο 2014 -2020



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

- **Κανονισμός (ΕΕ) αριθ. 1303/2013** του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 17ης Δεκεμβρίου 2013 και ειδικότερα 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
- **Νόμος υπ.αριθ. 4314/2014** Για τη διαχείριση, τον έλεγχο και την εφαρμογή αναπτυξιακών παρεμβάσεων για την προγραμματική περίοδο 2014–2020

Βασικοί Στόχοι Επικοινωνίας για την Περίοδο 2014 - 2020



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

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

Επιμέρους Στόχοι Επικοινωνίας για την Περίοδο 2014 - 2020



Επιμέρους στόχοι επικοινωνίας:

- ✓ Επικοινωνία οράματος για την Περιφέρεια ΑΜΘ για την Περίοδο 2014 – 2020

«ανασυγκρότηση του παραγωγικού προτύπου της Περιφέρειας ώστε, να μετασχηματιστεί σε τουριστικό προορισμό αριστείας και σημαντικό βιομηχανικό πόλο, αξιοποιώντας το συγκριτικό της πλεονέκτημα στο αγροδιατροφικό σύμπλεγμα, το πλούσιο ενδογενές της δυναμικό, τη γεωγραφική της θέση και προωθώντας την κοινωνική συνοχή με την κινητοποίηση υφισταμένων αλλά και νέων κοινωνικών συλλογικοτήτων»

Επιμέρους Στόχοι Επικοινωνίας για την Περίοδο 2014 - 2020



Επιμέρους στόχοι επικοινωνίας:

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

✓ **Κύριες** ομάδες στόχου στο οποίο απευθύνεται:

1. Δυνητικοί δικαιούχοι
2. Δικαιούχοι
3. Ευρύ κοινό
4. Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης

✓ **Ειδικές** ομάδες στόχου:

1. Εθνικές, Περιφερειακές και Τοπικές Αρχές και Αναπτυξιακοί Φορείς
2. Κλαδικές και Επαγγελματικές Ενώσεις και Οργανισμοί
3. Οικονομικοί και Κοινωνικοί Εταίροι , Εκπαιδευτικά Ιδρύματα
4. Ειδικές ομάδες πληθυσμού: Νέοι, γυναίκες, μαθητές, παλλινοστούντες, επαγγελματικές ομάδες, κ.α.
5. Ευπαθείς ομάδες πληθυσμού **(κύριες ομάδες στόχου δράσεων ΕΚΤ)** : Άνεργοι, Άτομα με αναπηρία, Ρομά, φυλακισμένοι, χρήστες ουσιών, κ.α.

Για την **μεγιστοποίηση** της αποτελεσματικότητας των δράσεων επικοινωνίας, είναι αναγκαίο οι στόχοι και οι τρόποι επικοινωνίας να **διαμορφώνονται ανάλογα** με το στοχοθετούμενο - κάθε φορά- κοινό.

Ενδεικτική προσέγγιση της κάθε ομάδας- στόχου:

Ενδεικτικά Μέσα – τρόποι επικοινωνίας ανά ομάδα στόχο

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

Ενδεικτικά Μέσα – τρόποι επικοινωνίας ανά ομάδα στόχο

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

Στρατηγικές κατευθύνσεις επικοινωνίας για την Περίοδο 2014 - 2020



Στρατηγικές κατευθύνσεις των στόχων 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
- ✓ **Διασφάλιση της συνέχειας, ομοιομορφίας και απλότητας της επικοινωνίας σε όλες τις φάσεις του προγράμματος για κάθε στοχοθετούμενο κοινό**

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

- ✓ **Ενεργοποίηση των δικαιούχων για την προώθηση της υλοποίησης των επιχειρησιακών προγραμμάτων**

Στρατηγικές κατευθύνσεις επικοινωνίας για την Περίοδο 2014 - 2020



Στρατηγικές κατευθύνσεις των στόχων επικοινωνίας

- ✓ **Απλοποίηση της γλώσσας** που χρησιμοποιείται ώστε οι πληροφορίες που δημοσιοποιούνται στο πλαίσιο των ενεργειών επικοινωνίας των ΕΠ θα πρέπει να γίνονται αντιληπτές από όλους τους πολίτες.
- ✓ **Κεφαλαιοποίηση προηγούμενης εμπειρίας:** Η αξιοποίηση της εμπειρίας από τα αντίστοιχα προγράμματα των δύο προηγούμενων Προγραμματικών Περιόδων, οδηγώντας στην βέλτιστη επιλογή των κατάλληλων ανά περίπτωση μέσων επικοινωνίας
- ✓ Προβολή των **ήδη υπαρχόντων παραδειγμάτων συμμετοχής** στα προγράμματα (testimonials).

Οι ελάχιστες υποχρεώσεις Επικοινωνίας βάσει του Κανονισμού 1303/2013 είναι :

- ✓ Εναρκτήρια εκδήλωση για τη δημοσιοποίηση της έναρξης του επιχειρησιακού προγράμματος
- ✓ Διοργάνωση μίας σημαντικής ενημερωτικής δραστηριότητας ετησίως
- ✓ Προβολή του εμβλήματος της Ένωσης στις εγκαταστάσεις κάθε Διαχειριστικής Αρχής
- ✓ Ηλεκτρονική δημοσίευση του καταλόγου των πράξεων
- ✓ Παρουσίαση παραδειγμάτων πράξεων
- ✓ Επικαιροποίηση των στοιχείων σχετικά με την υλοποίηση του ΕΠ
- ✓ Επικοινωνία με Δικαιούχους
- ✓ Επικοινωνία για άτομα με αναπηρία

Συγκεντρωτικός πίνακας ελάχιστων υποχρεωτικών μέτρων Πληροφόρησης και Επικοινωνίας δικαιούχων

ΕΝΕΡΓΕΙΑ ΕΙΔΟΣ ΠΡΑΞΗΣ	ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΠΡΑΞΗΣ				ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΠΡΑΞΗΣ (ΕΝΤΟΣ ΤΡΙΜΗΝΟΥ ΤΟ ΑΡΓΟΤΕΡΟ)
	ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ ΔΙΚΑΙΟΥΧΟΥ (βλ. Παράρτημα 3)	ΑΦΙΣΑ (βλ. Παράρτημα 3)	ΕΓΓΡΑΦΑ ΠΡΟΣ ΤΟ ΚΟΙΝΟ Ή ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΕΣ (βλ. Παράρτημα 3)	ΠΡΟΣΩΡΙΝΗ ΠΙΝΑΚΙΔΑ (βλ. Παράρτημα 3)	ΑΝΑΜΝΗΣΤΙΚΗ ΠΛΑΚΑ (βλ. Παράρτημα 3)
<p>Πράξη για την οποία ισχύουν αθροιστικά τα εξής:</p> <ul style="list-style-type: none"> δημόσια συνδρομή >500.000 € συνίσταται στη χρηματοδότηση υποδομών ή κατασκευαστικών έργων ή αγορά υλικού αντικειμένου 	X			X (εκτός πράξεων με ΔΔ > 500.000 € που συνίστανται στην αγορά υλικού αντικειμένου)	X
Οποιαδήποτε άλλη πράξη που δεν εμπίπτει στα παραπάνω	X	X	X (σε δράσεις ΕΚΤ και κατά περίπτωση ΕΤΠΑ και ΤΣ)		

Ο συνολικός προϋπολογισμός των δράσεων Πληροφόρησης και Επικοινωνίας που αφορούν το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης για το σύνολο της περιόδου 2014–2020, ανέρχεται στο ύψος των **3.500.000** ευρώ.

- ✓ Για δράσεις που αφορούν το **ΕΤΠΑ** (Δράση 5.2.1) ο ενδεικτικός προϋπολογισμός είναι **3.000.000** ευρώ και
- ✓ Για τις δράσεις του **ΕΚΤ** (Δράση 6.2.1) ο προϋπολογισμός είναι **500.000** ευρώ

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»

Για τον λόγο αυτό, στην στρατηγική επικοινωνίας εφαρμόζουμε μια σειρά από δείκτες οι οποίοι ομαδοποιούνται 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)

Με βάση τη στρατηγική επικοινωνίας η Ειδική Υπηρεσία Διαχείρισης σχεδιάζει και υλοποιεί ετησίως επιλεγμένες δράσεις πληροφόρησης και επικοινωνίας, σύμφωνα με τις προτεραιότητες κάθε έτους

Για το έτος **2015** παρουσιάζεται ο Ενδεικτικός πίνακας ενεργειών επικοινωνίας

Δραστηριότητα	Τοποθεσία/ Χρόνος	Περιγραφή	Επικοινωνιακός στόχος	Κοινό-Στόχος
Ενέργειες πληροφόρησης				
Ιστοσελίδα	3 ^ο τρίμηνο 2015	www.evdamth.gr	Τροποποίηση-επικαιροποίηση της ιστοσελίδας της ΕΥΔ ΕΠ ΠΑΜΘ ώστε να περιέχει τις απαραίτητες πληροφορίες για την Προγραμματική Περίοδο 2014 - 2020	Δυνητικοί Δικαιούχοι, Δικαιούχοι, Ευρύ κοινό
Call Center	Ολόκληρο το έτος	Γραφεία ΕΥΔ ΕΠ ΠΑΜΘ	Παροχή πληροφόρησης σχετικά με την Προγραμματική Περίοδο 2014 - 2020	Δυνητικοί Δικαιούχοι, Δικαιούχοι, Ευρύ κοινό
Γραφείο Πληροφόρησης	Ολόκληρο το έτος	Γραφεία ΕΥΔ ΕΠ ΠΑΜΘ	Παροχή πληροφόρησης σχετικά με την Προγραμματική Περίοδο 2014 - 2020	Δυνητικοί Δικαιούχοι, Δικαιούχοι, Ευρύ κοινό



ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ Ε.Π.
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ & ΘΡΑΚΗΣ

Πρωθυμικές ενέργειες				
Εκθέσεις	3 ^ο - 4 ^ο τρίμηνο 2015	Συμμετοχή σε εκθέσεις τοπικού αλλά και εθνικού χαρακτήρα	Προβολή των δράσεων του Επιχειρησιακού Προγράμματος	Δυνητικοί Δικαιούχοι, Δικαιούχοι, Ευρύ κοινό, Ειδικές ομάδες - στόχοι
Εκδηλώσεις - Συνέδρια	2 ^ο τρίμηνο 2015	Διοργάνωση σημαντικής ενημερωτικής δραστηριότητας για τη δημοσιοποίηση της έναρξης του ΕΠ	Δημοσιοποίηση της έναρξης του Επιχειρησιακού Προγράμματος	Δυνητικοί Δικαιούχοι, Δικαιούχοι, Ευρύ κοινό

Προβολή στα ΜΜΕ

Τηλεόραση				
Ραδιόφωνο				
Τύπος	3 ^ο - 4 ^ο τρίμηνο 2015	Δημοσιεύσεις προσικλήσεων ένταξης έργων	Γνωστοποίηση των όρων υποβολής νέων προτάσεων προς ένταξη	Δυνητικοί Δικαιούχοι



**Σας ευχαριστώ πολύ για την
προσοχή σας**

**1η Επιτροπή Παρακολούθησης
Κομοτηνή, 26/6/2015**

Παπούδης Ιωάννης
Μονάδα Β.1 - Υπεύθυνος Επικοινωνίας
Ειδικής Υπηρεσίας Διαχείρισης
Επιχειρησιακού Προγράμματος
Περιφέρειας ΑΜΘ