



ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ



ΚΥΠΡΙΑΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ



ΣΧΕΔΙΟ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
ΓΙΑ ΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ «ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ, CCI: 2007CY16ΥΡΟ001» ΚΑΙ «ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ, ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΣΥΝΟΧΗ, CCI: 2007CY052ΡΟ001»
2007-2013

Σεπτέμβριος 2008

Γραφείο Προγραμματισμού

Πίνακας Περιεχομένων

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	4
2. ΓΕΝΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ.....	6
2.1. Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς / Επιχειρησιακά Προγράμματα.....	6
2.1.1. Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Αειφόρος Ανάπτυξη και Ανταγωνιστικότητα».....	6
2.1.2. Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Απασχόληση, Ανθρώπινο Κεφάλαιο και Κοινωνική Συνοχή».....	7
2.2. Κανονιστικό Πλαίσιο για την Πληροφόρηση και Δημοσιότητα.....	7
2.3. Εμπειρίες / Αξιολόγηση της Περιόδου 2004-2006.....	8
2.3.1. Ανασκόπηση των Μέτρων που λήφθηκαν την Περίοδο 2004-2006.....	8
2.3.2. Εμπειρίες και Αποτίμηση της Επικοινωνιακής Στρατηγικής 2004-2006.....	9
3. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ – ΟΜΑΔΕΣ ΣΤΟΧΟΙ – ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ.....	13
3.1. Γενικοί Στόχοι.....	13
3.2. Ειδικό Στόχοι.....	13
3.3. Ομάδες Στόχοι.....	16
3.4. Στρατηγική.....	17
3.4.1. Ταυτότητα και Κεντρικά Επικοινωνιακά Μηνύματα.....	18
3.4.2. Περιεχόμενο των Μηνυμάτων και της Επικοινωνίας: Απλά, κατανοητά και ανακλήσιμα μηνύματα.....	19
3.4.3. Στοχευμένη Πληροφόρηση ανά Ομάδα – Στόχο.....	19
3.4.4. Επικοινωνιακές Φάσεις Πληροφόρησης.....	19
3.4.5. Αξιοποίηση Συνεργιών, Συμπληρωματικότητας και Οικονομιών Κλίμακας.....	20
3.4.6. Αποτελεσματική οργάνωση εφαρμογή και αξιολόγηση της στρατηγικής για αντικειμενική, έγκυρη και έγκαιρη πληροφόρηση.....	20
3.4.7. Σχέσεις με τα ΜΜΕ (Media Relations).....	21
3.5. Γενική Αξιολόγηση των Κινδύνων Εφαρμογής της Στρατηγικής.....	21
4. ΜΕΤΡΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ – ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ.....	22
4.1. Κοινά Μέτρα Πληροφόρησης.....	22
4.1.1. Μέτρο Α. 1: Ταυτότητα και Κεντρικά Μηνύματα (Branding).....	22
4.1.2. Μέτρο Α.2: Συνεχής Ηλεκτρονική Ενημέρωση.....	24
4.1.3. Μέτρο Α.3: Ενημέρωση μέσω Έντυπου Υλικού.....	26
4.1.4. Μέτρο Α.4: Ειδικές Εκδηλώσεις.....	27
4.1.5. Μέτρο Α.5: Πληροφόρηση μέσω χρήσης ΜΜΕ.....	30
4.1.6. Μέτρο Α.6: Πληροφόρηση μέσω Εξωτερικής Διαφήμισης.....	32
4.1.7. Μέτρο Α.7: Πληροφόρηση μέσω Προωθητικών Αντικειμένων.....	33
4.2. Επί Μέρους Μετρά για το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Αειφόρος Ανάπτυξη και Ανταγωνιστικότητα».....	33
4.2.1. Μέτρο Β.1: Καλλιέργεια σχέσεων με ΜΜΕ.....	33
4.2.2. Μέτρο Β.2: Ειδικές εκδηλώσεις.....	34
4.2.3. Μέτρο Β.3: Έντυπο Υλικό.....	35
4.3. Επί Μέρους Μετρά για το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Απασχόληση, Ανθρώπινο Κεφάλαιο και Κοινωνική Συνοχή».....	35
4.3.1. Μέτρο Γ.1: Ειδικές Δράσεις/Εκδηλώσεις.....	35
4.3.2. Μέτρο Γ.2: Έντυπο Υλικό.....	36
4.4. Άλλα Υποχρεωτικά Μέτρα Πληροφόρησης.....	36
4.4.1. Μέτρο Δ1: Πλακέτες στα Κτίρια / Γραφεία / Εργοτάξια.....	37

4.4.2. Μέτρο Δ.2: Ανάρτηση Σημαίας ΕΕ	37
4.4.3. Μέτρο Δ.3: Τεχνικά χαρακτηριστικά των μέτρων πληροφόρησης και δημοσιότητας	37
4.4.4. Μέτρο Δ.4: Δημοσιοποίηση Καταλόγου Εγκεκριμένων Έργων / Δικαιούχων.....	37
4.5. Συσχετιση Μετρων Πληροφορησης με Στοχους και Ομαδες-Στοχους.....	38
5. ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΕΣ ΦΑΣΕΙΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΜΕΤΡΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΩΝ ΕΡΓΑΛΕΙΩΝ – ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟ ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ	44
6. ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ	50
6.1 Εισαγωγή.....	50
6.2 Μεθοδολογία/ Διαδικασία Παρακολούθησης και Αξιολόγησης.....	50
6.3 Δείκτες	53
6.3.1 Δείκτες Επίπτωσης.....	53
6.3. 2 Δείκτες Υλοποίησης και Αποτελέσματος	58
6.4 Εκθεσεις Για Την Παρακολουθηση του Σχεδιου	60
7. ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟΣ ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ.....	61
7.1 Ενδεικτική Εκτίμηση Συνολικού Προϋπολογισμού.....	61
7. 2 Ενδεικτική Κατανομή του Προϋπολογισμού κατά Κατηγορία Μέτρων	62
8. ΑΡΧΕΣ / ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ / ΦΟΡΕΙΣ ΥΠΕΥΘΥΝΟΙ ΓΙΑ ΤΑ ΜΕΤΡΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ	63
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ: ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟ ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΜΕΤΡΩΝ	68

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στα πλαίσια της Πολιτικής Συνοχής της ΕΕ (Διαρθρωτικά Ταμεία και Ταμείο Συνοχής) θα διατεθούν στην Κύπρο για την περίοδο 2007-2013, κονδύλια ύψους 637,9εκ. ευρώ. Για την αξιοποίηση των εν λόγω πόρων, το Μάιο του 2007 εγκρίθηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή το στρατηγικό έγγραφο «*Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς*» (ΕΣΠΑ) για την Πολιτική Συνοχής της ΕΕ, στο οποίο αναλύεται η γενικότερη στρατηγική και οι προτεραιότητες που θα συγχρηματοδοτηθούν από τα Διαρθρωτικά Ταμεία και το Ταμείο Συνοχής για την εν λόγω προγραμματική περίοδο στην Κύπρο.

Το *Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς* (ΕΣΠΑ) εξειδικεύεται σε δύο Επιχειρησιακά Προγράμματα, το Πρόγραμμα «*Αειφόρος Ανάπτυξη και Ανταγωνιστικότητα*» το οποίο περιλαμβάνει τις προτεραιότητες που θα συγχρηματοδοτηθούν από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης και το Ταμείο Συνοχής και το Πρόγραμμα «*Απασχόληση, Ανθρώπινο Κεφάλαιο και Κοινωνική Συνοχή*» το οποίο περιλαμβάνει τις προτεραιότητες που θα συγχρηματοδοτηθούν από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο.

Οι υποχρεώσεις του Κράτους-Μέλους για τις δράσεις πληροφόρησης και δημοσιότητας των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων για την προγραμματική περίοδο 2007-2013 καθορίζονται στο Άρθρο 69 του Κανονισμού (ΕΚ) 1083/2006 και εξειδικεύονται στα Άρθρα 2-10 του Κεφαλαίου II του Εφαρμοστικού Κανονισμού (ΕΚ) 1828/2006. Συγκεκριμένα το Άρθρο 2 του Κεφαλαίου II του Εφαρμοστικού Κανονισμού (ΕΚ) 1828/2006 προνοεί την εκπόνηση Σχεδίου Επικοινωνίας από το Κράτος-Μέλος και καθορίζει τα απαραίτητα στοιχεία που πρέπει να περιέχει αυτό.

Η Κύπρος, με σκοπό την αξιοποίηση των οικονομιών κλίμακας και τη διασφάλιση των μέγιστων δυνατών συνεργιών, αποφάσισε να εκπονήσει ένα κοινό Σχέδιο Επικοινωνίας και για τα δύο Επιχειρησιακά Προγράμματα του ΕΣΠΑ, στο οποίο θα περιλαμβάνονται και ξεχωριστές ενέργειες για το κάθε Επιχειρησιακό Πρόγραμμα. Το Σχέδιο Επικοινωνίας καθώς και οποιαδήποτε τροποποίησή του, εκπονείται από το Γραφείο Προγραμματισμού, το οποίο έχει οριστεί Διαχειριστική Αρχή των δυο Επιχειρησιακών Προγραμμάτων, και υποβάλλεται προς εξέταση στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή σύμφωνα με τη διαδικασία που περιγράφεται στο Άρθρο 3 του Κεφαλαίου II του Κανονισμού (ΕΚ) 1828/2006.

Το κοινό Σχέδιο Επικοινωνίας θα στοχεύει στην καλύτερη κατανόηση και διάχυση πληροφοριών για τη σημαντική συμβολή της Πολιτικής Συνοχής της Ευρωπαϊκής Ένωσης στην κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη της Κύπρου και τη διασφάλιση της μεγαλύτερης δυνατής διαφάνειας στη διαχείριση και υλοποίηση των συγχρηματοδοτούμενων

Προγραμμάτων. Η ύπαρξη ενός κοινού Σχεδίου Επικοινωνίας θα εξασφαλίσει το μέγιστο δυνατό επικοινωνιακό αποτέλεσμα μέσα από τη συνεκτικότητα της στρατηγικής και των μέτρων καθώς και από τη δυνατότητα αποτελεσματικού συντονισμού. Παράλληλα θα αναδεικνύεται στο μέγιστο δυνατό βαθμό η συμβολή του κάθε Επιχειρησιακού Προγράμματος στη κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη της χώρας καθώς και των επιμέρους Ταμείων που εντάσσονται στην Πολιτική Συνοχής.

Η δομή του παρόντος Σχεδίου Επικοινωνίας, το οποίο θα είναι ενιαίο και για τα δυο Επιχειρησιακά Προγράμματα του ΕΣΠΑ, βασίζεται στις σχετικές πρόνοιες του Κανονισμού (ΕΚ) 1828/2006 και είναι η εξής:

- ⊙ Στο **Κεφάλαιο 2** γίνεται μια σύντομη αναφορά στο Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς και στα Επιχειρησιακά Προγράμματα, περιγράφεται το Κανονιστικό Πλαίσιο για την Πληροφόρηση και Δημοσιότητα και γίνεται μια αποτίμηση των εμπειριών από την εφαρμογή της Επικοινωνιακής Στρατηγικής των Προγραμμάτων στην Περίοδο 2004-2006.
- ⊙ Στο **Κεφάλαιο 3** παρουσιάζεται η Στρατηγική του Σχεδίου Επικοινωνίας, η οποία εμπεριέχει τους Γενικούς και τους Ειδικούς Στόχους, τις Ομάδες Στόχους, το συνολικό μίγμα πολιτικής για επίτευξη των στόχων και τη Γενική Αξιολόγηση των Κινδύνων Εφαρμογής της Στρατηγικής.
- ⊙ Στο **Κεφάλαιο 4** παρουσιάζονται αναλυτικά τα Μέτρα Πληροφόρησης και τα ενδεικτικά Επικοινωνιακά Εργαλεία, που θα χρησιμοποιηθούν για την επίτευξη των Στόχων του Σχεδίου Επικοινωνίας.
- ⊙ Στο **Κεφάλαιο 5** παρουσιάζονται οι διάφορες φάσεις επικοινωνίας για την υλοποίηση των Μέτρων Πληροφόρησης, καθώς και το σχετικό ενδεικτικό χρονοδιάγραμμα.
- ⊙ Στο **Κεφάλαιο 6** περιγράφεται η διαδικασία για την παρακολούθηση και αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας του Σχεδίου Επικοινωνίας και ορίζονται οι δείκτες αξιολόγησης για κάθε προτεινόμενη επικοινωνιακή δράση.
- ⊙ Στο **Κεφάλαιο 7** παρουσιάζεται ο ενδεικτικός Προϋπολογισμός υλοποίησης των Μέτρων Πληροφόρησης και Δημοσιότητας.
- ⊙ Τέλος, στο **Κεφάλαιο 8** δίδονται οι λεπτομέρειες για το οργανωτικό πλαίσιο σχεδιασμού, συντονισμού και υλοποίησης του Σχεδίου Επικοινωνίας (Αρχές / Υπηρεσίες / Φορείς, που είναι υπεύθυνοι για τα Μέτρα Πληροφόρησης και Δημοσιότητας).

2. ΓΕΝΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

2.1. ΕΘΝΙΚΟ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΑΝΑΦΟΡΑΣ / ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ

Για την αξιοποίηση των πόρων της Πολιτικής Συνοχής της ΕΕ (Διαρθρωτικά Ταμεία και Ταμείο Συνοχής) την περίοδο 2007-2013 ετοιμάστηκε το *Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς για την Πολιτική Συνοχής (ΕΣΠΑ)*, το οποίο αποτελεί ένα στρατηγικό προγραμματικό έγγραφο, στο οποίο αναλύεται η αναπτυξιακή στρατηγική στα πλαίσια της οποίας θα αξιοποιηθούν οι πόροι των Διαρθρωτικών Ταμείων και του Ταμείου Συνοχής της ΕΕ (με εξαίρεση τα 25.4 εκ. ευρώ που έχουν διατεθεί στα πλαίσια του Στόχου: Ευρωπαϊκή Εδαφική Συνεργασία). Σκοπός της ετοιμασίας του ΕΣΠΑ είναι να προσδώσει ένα πιο στρατηγικό χαρακτήρα και να συμβάλει στην αποτελεσματικότητα του προγραμματισμού για αξιοποίηση των πόρων της Πολιτικής Συνοχής. Ειδικότερα στο ΕΣΠΑ, με βάση τις πρόνοιες του σχετικού Κανονισμού διασφαλίζεται ότι η συνδρομή των Ταμείων της ΕΕ συμβαδίζει με τις Κοινοτικές Στρατηγικές Κατευθυντήριες Γραμμές για τη Συνοχή και καταδεικνύεται η ουσιαστική συνεισφορά τους στην επίτευξη των στόχων του Εθνικού Προγράμματος Μεταρρύθμισης (ΕΠΜ) στα πλαίσια της Αναθεωρημένης Στρατηγικής της Λισσαβόνας.

Το ΕΣΠΑ θα υλοποιηθεί, όπως προαναφέρθηκε, μέσα από δύο Επιχειρησιακά Προγράμματα (ΕΠ): το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Αειφόρος Ανάπτυξη και Ανταγωνιστικότητα» και το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Απασχόληση, Ανθρώπινο Κεφάλαιο και Κοινωνική Συνοχή», τα οποία εγκρίθηκαν από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή στις 17 Σεπτεμβρίου 2007 και στις 8 Νοεμβρίου 2007, αντίστοιχα.

2.1.1. Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Αειφόρος Ανάπτυξη και Ανταγωνιστικότητα»

Στρατηγικός Στόχος του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Αειφόρος Ανάπτυξη και Ανταγωνιστικότητα» είναι η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της οικονομίας στο πλαίσιο συνθηκών αειφόρου ανάπτυξης και η αντιμετώπιση των αναπτυξιακών αδυναμιών, με την βέλτιστη αξιοποίηση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της χώρας. Οι βασικές προτεραιότητες του Προγράμματος αφορούν τη βελτίωση της ελκυστικότητας της χώρας μέσω της δημιουργίας και αναβάθμισης βασικών υποδομών, την προώθηση της κοινωνίας της γνώσης και καινοτομίας, τη βελτίωση του παραγωγικού περιβάλλοντος και τη δημιουργία βιώσιμων κοινοτήτων στις αστικές περιοχές και στην ύπαιθρο. Ο συνολικός προϋπολογισμός του Επιχειρησιακού Προγράμματος είναι €579,6 εκ., από τον οποίο ποσό ύψους €492,7εκ. αποτελεί συνεισφορά από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ) και το Ταμείο Συνοχής.

2.1.2. Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Απασχόληση, Ανθρώπινο Κεφάλαιο και Κοινωνική Συνοχή»

Στρατηγικός Στόχος του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Απασχόληση, Ανθρώπινο Κεφάλαιο και Κοινωνική Συνοχή» είναι η πλήρης και ποιοτική απασχόληση, η ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού και η εμπέδωση συνθηκών κοινωνικής συνοχής και ίσων ευκαιριών. Οι βασικές προτεραιότητες του Προγράμματος αφορούν την ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού και προσαρμοστικότητα και τη διεύρυνση της αγοράς εργασίας και την κοινωνική συνοχή. Ο συνολικός προϋπολογισμός του Επιχειρησιακού Προγράμματος είναι €149,7 εκ., από τον οποίο ποσό ύψους €119,8εκ. αποτελεί συνεισφορά από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο (ΕΚΤ).

2.2. ΚΑΝΟΝΙΣΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑ

Οι υποχρεώσεις των Κρατών Μελών για την Πληροφόρηση και Δημοσιότητα όσον αφορά τις χρηματοδοτήσεις από τα Διαρθρωτικά Ταμεία και το Ταμείο Συνοχής την Προγραμματική Περίοδο 2007-2013 καθορίζονται στο Άρθρο 69 του Κανονισμού (ΕΚ) 1083/2006 και εξειδικεύονται στα Άρθρα 2-10 του Κεφαλαίου II του Εφαρμοστικού Κανονισμού (ΕΚ) 1828/2006.

Συγκεκριμένα τα Άρθρα προνοούν μεταξύ άλλων τα εξής:

⊙ Εκπόνηση του Σχεδίου Επικοινωνίας

Το Άρθρο 2 του Κεφαλαίου II του Κανονισμού (ΕΚ) 1828/2006 διασφαλίζει ότι το Σχέδιο Επικοινωνίας αναπτύσσεται σε μια δομημένη μορφή που περιλαμβάνει τους στόχους, το στοχοθετούμενο κοινό, τη στρατηγική και το περιεχόμενο των μέτρων πληροφόρησης και δημοσιότητας, τον ενδεικτικό προϋπολογισμό, τις διοικητικές υπηρεσίες ή τους διοικητικούς φορείς που είναι αρμόδιοι για την εφαρμογή των μέτρων πληροφόρησης και δημοσιότητας και την ένδειξη του τρόπου με τον οποίο τα μέτρα πληροφόρησης και δημοσιότητας πρέπει να αξιολογούνται. Το Σχέδιο Επικοινωνίας καθώς και οποιαδήποτε σημαντική τροποποίησή του εκπονούνται από τη Διαχειριστική Αρχή, στην περίπτωση της Κύπρου, ήτοι το Γραφείο Προγραμματισμού.

⊙ Μέτρα Πληροφόρησης / Δημοσιότητας για Δυνητικούς Δικαιούχους

Το Άρθρο 5 του Κεφαλαίου II του Κανονισμού (ΕΚ) 1828/2006 εξασφαλίζει την ευρύτατη διάδοση των πληροφοριών χρηματοδότησης και άλλων σχετικών πληροφοριών στους δυνητικούς Δικαιούχους μέσω της σωστής μέριμνας από μέρους της Διαχειριστικής Αρχής. Η Διαχειριστική Αρχή πρέπει επίσης να εμπλέξει και άλλους φορείς, οι οποίοι μπορούν να εξασφαλίσουν ευρεία διάδοση των σχετικών πληροφοριών.

⊙ **Εφαρμογή και Παρακολούθηση του Σχεδίου Επικοινωνίας**

Το Άρθρο 4 του Κεφαλαίου II του Κανονισμού (ΕΚ) 1828/2006 διασφαλίζει την παρακολούθηση της προόδου του Σχεδίου Επικοινωνίας, την υλοποίηση των μέτρων πληροφόρησης και δημοσιότητας και τη σωστή χρησιμοποίηση των μέσων επικοινωνίας μέσω της Διαχειριστικής Αρχής. Επιπρόσθετα τονίζεται ότι οι Ετήσιες Εκθέσεις Εκτέλεσης και η Τελική Έκθεση Εκτέλεσης κάθε Επιχειρησιακού Προγράμματος πρέπει να περιλαμβάνουν παραδείγματα μέτρων πληροφόρησης και δημοσιότητας και το περιεχόμενο σημαντικών τροποποιήσεων του Σχεδίου Επικοινωνίας.

Η Ετήσια Έκθεση Εκτέλεσης για το 2010 και η Τελική Έκθεση Εκτέλεσης περιλαμβάνουν κεφάλαιο στο οποίο αξιολογούνται τα αποτελέσματα των μέτρων πληροφόρησης και δημοσιότητας όσον αφορά την προβολή και την αναγνωρισιμότητα των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων και του ρόλου που διαδραματίζει η Κοινότητα. Τα μέσα για την υλοποίηση, την παρακολούθηση και την αξιολόγηση του Σχεδίου Επικοινωνίας είναι ανάλογα προς τα μέτρα πληροφόρησης και δημοσιότητας που ορίζονται στο Σχέδιο Επικοινωνίας.

Σημειώνεται επιπλέον ότι στην ενότητα «Πληροφόρηση και Δημοσιότητα» που περιλαμβάνεται στο Κεφάλαιο των Διατάξεων Εφαρμογής των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων, καθορίζονται οι πρόνοιες και τα περιεχόμενα του Σχεδίου Επικοινωνίας, καθώς και οι ευθύνες και τα καθήκοντα των αρμόδιων φορέων για την υλοποίηση των δράσεων πληροφόρησης και δημοσιότητας.

2.3. ΕΜΠΕΙΡΙΕΣ / ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΔΟΥ 2004-2006

2.3.1. Ανασκόπηση των Μέτρων που λήφθηκαν την Περίοδο 2004-2006

Η Κύπρος κατά περίοδο 2004-2006 επωφελήθηκε από την Πολιτική Συνοχής της ΕΕ μέσω των Διαρθρωτικών Ταμείων και του Ταμείου Συνοχής με κονδύλια ύψους 113.7 εκ. ευρώ, μέσω της υλοποίησης τεσσάρων Προγραμμάτων Διαρθρωτικών Ταμείων (Προγράμματα Στόχου 2, Στόχου 3, Αλιείας και Κοινοτικής Πρωτοβουλίας EQUAL), δύο έργων του Ταμείου Συνοχής και μέσω της συμμετοχής της Κύπρου σε τρία Προγράμματα Διασυνοριακής Συνεργασίας στα πλαίσια της Κοινοτικής Πρωτοβουλίας INTERREG III.

Με βάση το *Σχέδιο Δράσης για την Πληροφόρηση και Δημοσιότητα* που περιέχεται στα *Συμπληρώματα Προγραμματισμού* των Προγραμμάτων της περιόδου 2004-2006 εκπονήθηκαν από τη Διαχειριστική Αρχή και τους Ενδιάμεσους Φορείς, διάφορα μέτρα και δράσεις πληροφόρησης και δημοσιότητας τόσο για το ευρύ κοινό όσο και για τους Τελικούς Δικαιούχους. Μεγάλος μέρος της υλοποίησης των Μέτρων ανατέθηκε σε εξωτερικούς

συμβούλους. Πιο κάτω αναφέρονται οι σημαντικότερες δράσεις πληροφόρησης και δημοσιότητας που πραγματοποιήθηκαν:

- ⊙ Δημιουργία ιστοσελίδας για τα Διαρθρωτικά Ταμεία στην Διαχειριστική Αρχή η οποία περιλαμβάνει πληροφορίες για όλες τις παρεμβάσεις που χρηματοδοτούνται από τα Διαρθρωτικά Ταμεία την περίοδο 2004-2006.
- ⊙ Δημοσίευση των Προσλήσεων Υποβολής Προτάσεων στην ιστοσελίδα της Διαχειριστικής Αρχής, ορισμένων Ενδιάμεσων Φορέων και ορισμένων Δικαιούχων που διαχειρίζονται Σχέδια Χορηγιών προς ιδιώτες, καθώς και στον ημερήσιο τύπο.
- ⊙ Διοργάνωση ημερίδων πληροφόρησης, σεμιναρίων και τεχνικών συναντήσεων.
- ⊙ Έκδοση και διανομή έντυπου πληροφοριακού υλικού και οδηγών.
- ⊙ Δημοσιογραφικές Διασκέψεις για την απορρόφηση και εξέλιξη των έργων που συγχρηματοδοτούνται από τα Διαρθρωτικά Ταμεία για την περίοδο 2004-2006.
- ⊙ Δημιουργία αφισών με τα έργα που συγχρηματοδοτούνται από τα Διαρθρωτικά Ταμεία για την περίοδο 2004-2006 και χρησιμοποίησή τους σε διάφορες εκδηλώσεις.
- ⊙ Δημοσίευση άρθρων σε εφημερίδες για ενημέρωση του κοινού για τα έργα που υλοποιούνται στην Κύπρο με τη συγχρηματοδότηση των Διαρθρωτικών Ταμείων 2004-2006.
- ⊙ Τηλεοπτική και έντυπη επικοινωνιακή εκστρατεία για παρουσίαση των έργων που υλοποιούνται με τη συγχρηματοδότηση των Διαρθρωτικών Ταμείων για την περίοδο 2004-2006.
- ⊙ Δημιουργία διαφημιστικών αντικειμένων π.χ. πένες, τσάντες, ημερολόγια, σημειωματάρια, ματς κλπ.

Πέραν των πιο πάνω, οι Τελικοί Δικαιούχοι πραγματοποίησαν, πέρα από τα υποχρεωτικά μέτρα πληροφόρησης που προνοεί ο Κανονισμός 1159/2000, ειδικές εκστρατείες πληροφόρησης για την γνωστοποίηση στο ευρύ κοινό των αποτελεσμάτων των έργων τους.

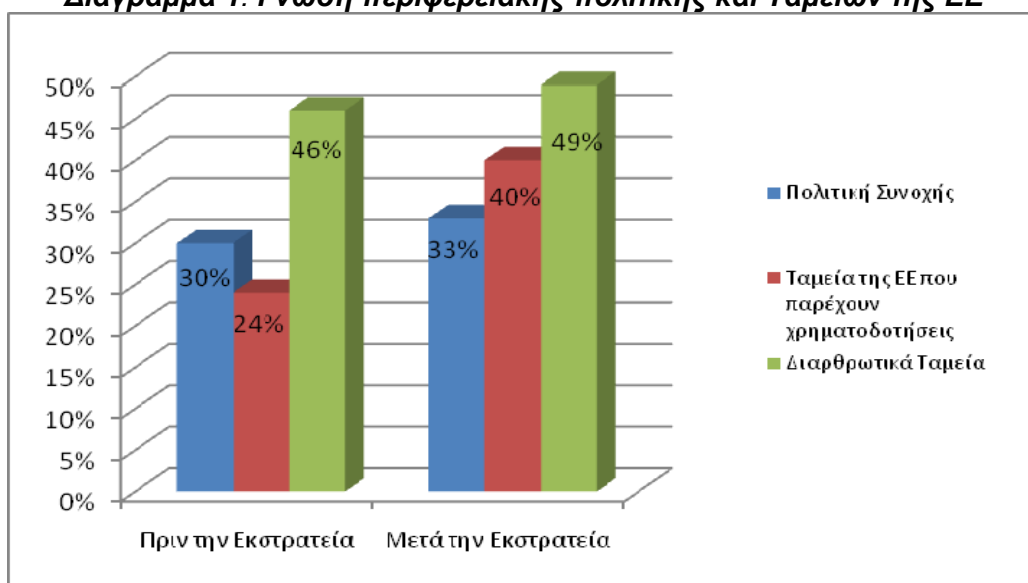
2.3.2. Εμπειρίες και Αποτίμηση της Επικοινωνιακής Στρατηγικής 2004-2006

Το Μάιο του 2007 διενεργήθηκε «Έρευνα Αγοράς» από εξωτερικούς συμβούλους για την αξιολόγηση του βαθμού γνώσης και ενημέρωσης του κοινού πάνω στα Διαρθρωτικά Ταμεία 2004-2006. Η ίδια έρευνα πραγματοποιήθηκε το Φεβρουάριο του 2008, μετά την πραγματοποίηση μεγάλου μέρους επικοινωνιακής εκστρατείας, έτσι ώστε να αξιολογηθεί η συνεισφορά της στην μεταβολή του βαθμού γνώσης και ενημέρωσης του κοινού.

Και οι δύο έρευνες έγιναν με τηλεφωνικές συνεντεύξεις και είχαν παγκύπρια κάλυψη. Χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος της τυχαίας πολυδιάστατης στρωματοποιημένης δειγματοληψίας. Το μέγεθος του δείγματος ήταν 809 άτομα και αφορούσε άντρες και γυναίκες άνω των 18 ετών και κάλυψε αστικές και αγροτικές περιοχές.

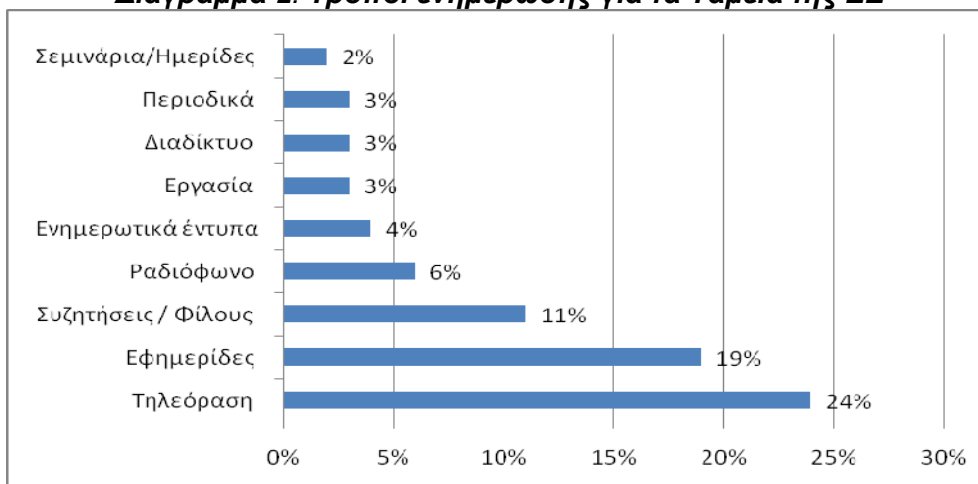
Τα αποτελέσματα της πρώτης έρευνας έδειξαν χαμηλό ποσοστό γνώσης θεμάτων / τομέων κάλυψης / έργων που διεκπεραιώθηκαν και χρήσης των Διαρθρωτικών Ταμείων. Τα ποσοστά αυτά αυξήθηκαν κατά την δεύτερη έρευνα όπως φαίνεται στο **Διάγραμμα 1**. Ειδικότερα ο βαθμός γνώσης για την Πολιτική Συνοχής και τα Διαρθρωτικά Ταμεία αυξήθηκε κατά 3%, ποσοστό που θεωρείται σημαντικό. Εντούτοις, εξακολουθούν να υπάρχουν σοβαρές αδυναμίες στην γνώση του κοινού για τα εν λόγω θέματα. Μεγαλύτερα ποσοστά γνώσης εμφανίζονται στους άνδρες, στις αστικές περιοχές και στις υψηλότερες κοινωνικές τάξεις. Αξιολογώντας τα αποτελέσματα αυτά θα πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι στην περίοδο 2004 - 2008 τα προγράμματα κάλυπταν σχετικά περιορισμένες χρηματοδοτήσεις σε συγκριμένες γεωγραφικές περιοχές (περιοχές της υπαίθρου και Αστικό Κέντρο Λευκωσίας).

Διάγραμμα 1: Γνώση περιφερειακής πολιτικής και Ταμείων της ΕΕ



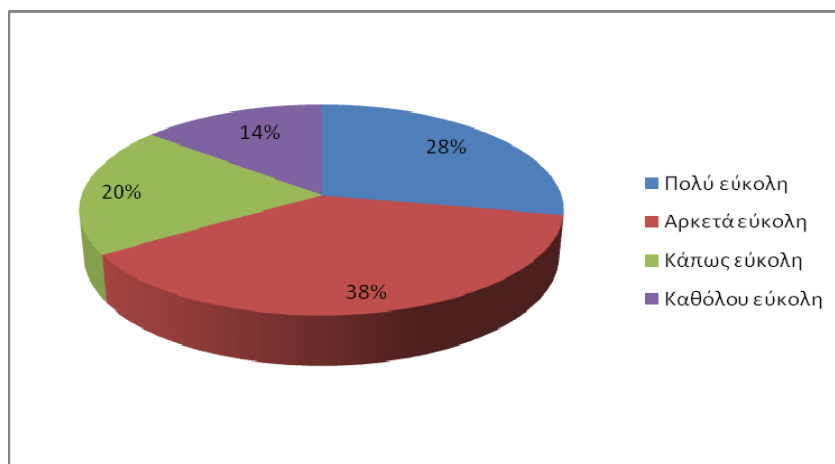
Από την εν λόγω έρευνα επιβεβαιώνεται επίσης ότι ο πλέον αποδοτικός τρόπος ενημέρωσης των πολιτών για τα Ταμεία της ΕΕ είναι η τηλεόραση και ακολουθούν οι εφημερίδες, οι συζητήσεις με φίλους. Το **Διάγραμμα 2** που ακολουθεί δείχνει αναλυτικά τους τρόπους ενημέρωσης των πολιτών.

Διάγραμμα 2: Τρόποι ενημέρωσης για τα Ταμεία της ΕΕ



Και οι δύο έρευνες έχουν δείξει ότι ο βαθμός ευκολίας πρόσβασης στις πληροφορίες ήταν υψηλός για τα αρμόδια τμήματα και το διαδίκτυο, μέσω τηλεόρασης, σε συζητήσεις και εν μέρει από τα πληροφοριακά φυλλάδια. Επίσης ως προς την πληρότητα της πληροφόρησης, υψηλά ποσοστά παρουσιάζουν τα σεμινάρια και πολύ χαμηλά οι εφημερίδες. Στο **Διάγραμμα 3** παρουσιάζεται ο βαθμός ευκολίας για πρόσβαση σε πληροφορίες για τα Διαρθρωτικά Ταμεία.

Διάγραμμα 3: Βαθμός ευκολίας στην πρόσβαση για πληροφορίες για τα Διαρθρωτικά Ταμεία



Τα συμπεράσματα από τα πιο πάνω είναι τα εξής:

1. Ο βαθμός γενικής γνώσης για τα Διαρθρωτικά Ταμεία δεν είναι σε πολύ ψηλά επίπεδα.
2. Επιβεβαιώνεται η αποτελεσματικότητα της τηλεόρασης και εν μέρει των εφημερίδων και οι συζητήσεις με γνωστούς και φίλους ως μέσα πληροφόρησης.
3. Πρόσβαση και πληρότητα πληροφόρησης κρίνεται ως μάλλον ικανοποιητική.
4. Ο βαθμός χρήσης επωφελομένων παρουσιάζει μικρή αύξηση.

Από την πιο πάνω συγκριτική ανάλυση διαφαίνεται ότι:

- ⊙ Χρειάζεται εντατική προσπάθεια για ευαισθητοποίηση και αύξηση της γνώσης του ρόλου της Πολιτικής Συνοχής (Περιφερειακής Πολιτικής) και των Ταμείων στο ευρύ κοινό.
- ⊙ Επιβεβαιώνεται ότι θα πρέπει να γίνεται μεγαλύτερη δυνατή αξιοποίηση των ΜΜΕ με αποδοτικούς τρόπους.
- ⊙ Θα πρέπει να υπάρχει στρατηγική με κατάλληλα μηνύματα για ανάδειξη του αισθήματος στο κοινό ότι υπάρχει διαφάνεια στη χρήση των κονδυλίων και ότι επικρατεί δίκαιη κατανομή και αποτελεσματική αξιοποίηση των πόρων της ΕΕ που κατανέμονται στην Κύπρο.

3. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ – ΟΜΑΔΕΣ ΣΤΟΧΟΙ – ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

3.1. ΓΕΝΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ

Οι δύο γενικοί στρατηγικοί επικοινωνιακοί στόχοι του Σχεδίου Επικοινωνίας, σύμφωνα και με τις πρόνοιες του Άρθρου 69 του Κανονισμού (ΕΚ) 1083/2006, είναι:

- ⊙ **Διασφάλιση της διαφάνειας** όσον αφορά την όλη διαδικασία και μηχανισμούς για πρόσβαση στη χρηματοδότηση από τους πόρους των δύο Επιχειρησιακών Προγραμμάτων.
- ⊙ **Ανάδειξη του ρόλου της Ευρωπαϊκής Ένωσης** στην υλοποίηση των συγχρηματοδοτούμενων Επιχειρησιακών Προγραμμάτων στα πλαίσια της Πολιτικής Συνοχής 2007-2013, δηλαδή η προβολή στο ευρύ κοινό της προστιθέμενης αξίας που παρέχει η συμμετοχή της Ευρωπαϊκής Ένωσης μέσω των χρηματοδοτήσεων των Διαρθρωτικών Ταμείων και του Ταμείου Συνοχής στην κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη της χώρας.

3.2. ΕΙΔΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ

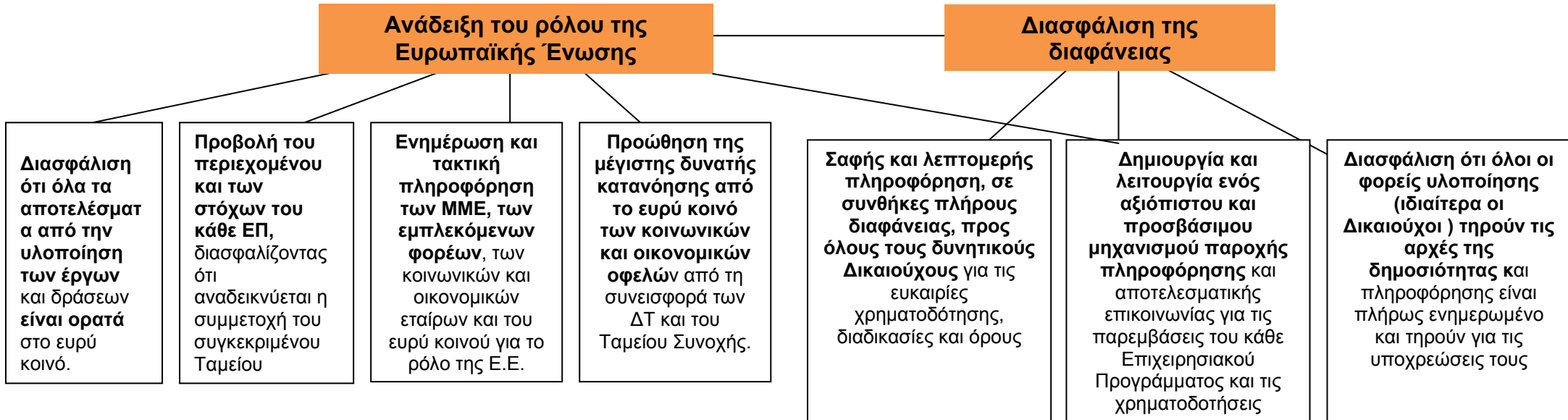
Οι δύο πιο πάνω Γενικοί Στόχοι, λαμβάνοντας υπόψη το περιεχόμενο των δυο Επιχειρησιακών Προγραμμάτων και τις Ομαδες –Στοχους (στοχοδοτούμενα κοινά) που αναφέρονται στην επόμενη ενότητα (**Ενότητα 3.3**), εξειδικεύονται στους πιο κάτω Ειδικούς Στόχους:

- A. Σαφής και λεπτομερής πληροφόρηση, σε συνθήκες πλήρους διαφάνειας, προς όλους τους δυνητικούς Δικαιούχους για τις ευκαιρίες χρηματοδότησης** που παρέχονται στα πλαίσια της υλοποίησης του κάθε Προγράμματος και τις σχετικές διαδικασίες και όρους χρηματοδότησης.
- B. Δημιουργία και λειτουργία ενός αξιόπιστου και προσβάσιμου μηχανισμού παροχής πληροφόρησης και αποτελεσματικής επικοινωνίας** για τις παρεμβάσεις του κάθε Επιχειρησιακού Προγράμματος και τις χρηματοδοτήσεις που παρέχονται από τα σχετικά Ταμεία της ΕΕ.
- Γ. Διασφάλιση ότι όλοι οι φορείς που εμπλέκονται στην υλοποίηση των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων και ιδιαίτερα οι Δικαιούχοι τηρούν τις αρχές της δημοσιότητας** και πληροφόρησης και είναι πλήρως ενημερωμένοι για τις υποχρεώσεις τους σύμφωνα με τις πρόνοιες των σχετικών Κανονισμών της ΕΕ.

- Δ. Ενημέρωση και τακτική πληροφόρηση των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, των εμπλεκόμενων φορέων** συμπεριλαμβανομένων των φορέων τοπικής αυτοδιοίκησης, των κοινωνικών και οικονομικών εταίρων και το ευρύ κοινού για το ρόλο της ΕΕ μέσω της χρηματοδότησης των Διαρθρωτικών Ταμείων και του Ταμείου Συνοχής και της υλοποίησης των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων.
- Ε. Προβολή του περιεχομένου και των στόχων όλων των επιμέρους Αξόνων Προτεραιότητας του κάθε Επιχειρησιακού Προγράμματος**, διασφαλίζοντας ότι αναδεικνύεται η συμμετοχή του συγκεκριμένου Ταμείου που χρηματοδοτεί το κάθε Επιχειρησιακό Πρόγραμμα / Άξονα Προτεραιότητας.
- Ζ. Διασφάλιση ότι όλα τα αποτελέσματα από την υλοποίηση των έργων και δράσεων που συγχρηματοδοτούνται από τα Ταμεία της ΕΕ** στα πλαίσια του κάθε ΕΠ είναι ορατά στο ευρύ κοινό.
- Η. Προώθηση της μέγιστης δυνατής κατανόησης από το ευρύ κοινό των κοινωνικών και οικονομικών οφελών** για τη χώρα που προέρχονται από τη συνεισφορά των Διαρθρωτικών Ταμείων και του Ταμείου Συνοχής.

Στο **Διάγραμμα 4** παρουσιάζεται επίσης διαγραμματικά η συσχέτιση των Γενικών Στόχων με τους Ειδικούς Στόχους.

Διάγραμμα 4: Σχέση μεταξύ Γενικών Στρατηγικών Στόχων και Ειδικών Στόχων



3.3. ΟΜΑΔΕΣ ΣΤΟΧΟΙ

Οι τρεις βασικές Ομάδες – Στόχοι (στοχοδοτούμενα κοινά) του Επικοινωνιακού Σχεδίου, σύμφωνα με τις πρόνοιες του Άρθρου 2, Παράγραφος 2, στοιχείο β) του Κεφαλαίου II του Κανονισμού 1828/2006 είναι οι εξής:

☉ Δυνητικοί Δικαιούχοι

Με βάση τις πρόνοιες των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων «Αειφόρος Ανάπτυξη και Ανταγωνιστικότητα» και «Απασχόληση, Ανθρώπινο Κεφάλαιο και Κοινωνική Συνοχή», η ομάδα-στόχος των Δυνητικών Δικαιούχων περιλαμβάνει Υπουργεία, Κυβερνητικές Υπηρεσίες, Κυβερνητικά Τμήματα, Κυβερνητικούς Οργανισμούς, Τοπική Αυτοδιοίκηση, Εκπαιδευτικά Ιδρύματα, Ερευνητικά Κέντρα, Επιχειρήσεις και Οργανισμούς στον Ιδιωτικό Τομέα. Επισημαίνεται ότι υπάρχει μια διαφοροποίηση όσον αφορά τη φύση και τον αριθμό των δυνητικών Δικαιούχων μεταξύ των διαφόρων κατηγοριών έργων που θα υλοποιηθούν, η οποία είναι σημαντική παράμετρος για την επιλογή του είδους και του εύρους των μέτρων πληροφόρησης που θα λαμβάνονται. Ειδικότερα για τα έργα υποδομής και άλλες υποστηρικτικές δομές, δυνητικοί Δικαιούχοι είναι συγκεκριμένοι δημόσιοι οργανισμοί ενώ για τα Σχέδια Χορηγιών και κάποιες Άυλες Ενέργειες, δυνητικοί Δικαιούχοι είναι σχετικά μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων και άλλοι οργανισμοί κυρίως στο ιδιωτικό τομέα.

Σε κάθε Επιχειρησιακό Πρόγραμμα καθορίζονται ενδεικτικά οι δυνητικοί Δικαιούχοι για κάθε Ειδικό Στόχο/Κατηγορία Έργων των Αξόνων Προτεραιότητας. Με βάση τις διαδικασίες ένταξης έργων στα Επιχειρησιακά Προγράμματα που καθόρισε η Διαχειριστική Αρχή, οι κατηγορίες δυνητικών Δικαιούχων θα καθορίζονται επακριβώς σε κάθε Πρόσκληση για Υποβολή Προτάσεων που θα εκδίδεται.

☉ Δικαιούχοι

Οι Δικαιούχοι, όπως ορίζονται στο Άρθρο 2 του Κανονισμού (ΕΚ) 1083/2006, είναι «δημόσιοι ή ιδιωτικοί οργανισμοί, φορείς ή επιχειρήσεις, αρμόδιοι για την υλοποίηση έργων. Στα πλαίσια των καθεστώτων ενίσχυσης δυνάμει του Άρθρου 87 της Συνθήκης, οι Δικαιούχοι είναι δημόσιες ή ιδιωτικές επιχειρήσεις που εκτελούν μεμονωμένο έργο και λαμβάνουν δημόσια ενίσχυση». Όλοι οι Δικαιούχοι θα οριστούν με βάση τις Αποφάσεις Ένταξης των έργων τους.

☉ Ευρύ Κοινό

Η ομάδα-στόχος ευρύ κοινό, λαμβάνοντας υπόψη το περιεχόμενο των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων και το όλο πλαίσιο στην Κύπρο, θα υποδιαιρεθεί σε επιμέρους ομάδες (κοινά) – στόχοι ώστε να προσεγγιστούν με τα κατάλληλα μέτρα επικοινωνίας και τα ανάλογα επικοινωνιακά εργαλεία. Ορισμένες επίσης από τις επιμέρους ομάδες θα

λειτουργούν και ως πολλαπλασιαστές πληροφόρησης. Οι βασικές επιμέρους ομάδες – στόχοι είναι ακόλουθες:

- Φορείς Τοπικής Αυτοδιοίκησης και άλλοι σχετικοί φορείς του ευρύτερου δημόσιου τομέα
- Κοινωνικοί και Οικονομικοί Εταίροι
- Επαγγελματικοί σύνδεσμοι και σύνδεσμοι επιχειρήσεων σχετικοί με τα έργα που υλοποιούνται στο κάθε Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
- ΜΜΕ και άλλοι παρεμφερείς φορείς και οργανισμοί που δυνητικά μπορούν να αποτελέσουν πολλαπλασιαστές πληροφόρησης
- Μη – Κυβερνητικοί Οργανισμοί
- Ολόκληρος ο πληθυσμός Κύπρου ο οποίος επίσης μπορεί να υποδιαιρεθεί σε επιμέρους ειδικές υπό-ομάδες, οι οποίες θα έχουν άμεσα ή/και έμμεσα οφέλη από τα δυο Επιχειρησιακά Προγράμματα. Οι κυριότερες επιμέρους υπό-ομάδες επωφελούμενων από τα δυο Επιχειρησιακά Προγράμματα είναι:
 - ο Τοπικός πληθυσμός στις περιοχές υπαίθρου
 - ο Τοπικός Πληθυσμός στα αστικά κέντρα (συμπεριλαμβανομένων και των επιλεγμένων αστικών περιοχών που θα έχουν άμεσα οφέλη
 - ο Γυναίκες που ανήκουν στο αδρανές δυναμικό
 - ο Νέοι άνεργοι
 - ο Κοινωνικά ευπαθείς ομάδες
 - ο Μαθητές / Εκπαιδευτικοί
 - ο Φοιτητές και Εργαζόμενοι σε Εκπαιδευτικά και Ερευνητικά Ιδρύματα

3.4. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

Για επίτευξη των Στόχων (Γενικών και Ειδικών) του Επικοινωνιακού Σχεδίου θα προωθηθεί ένα ολοκληρωμένο σύνολο αλληλένδετων μέτρων /δραστηριοτήτων πληροφόρησης και επικοινωνιακών εργαλείων, κατάλληλα προσαρμοσμένων για την αποτελεσματική προσέγγιση των τριών ομάδων – στόχων (στοχοδοτούμενα κοινά) και των επιμέρους υπο-ομάδων. Βασικοί παράμετροι για τον καθορισμό του περιεχομένου της στρατηγικής ήταν ανάλυση της παρούσας κατάστασης (αδυναμίες και προκλήσεις) όσον αφορά το επικοινωνιακό τοπίο, η αποκτηθείσα εμπειρία από την εφαρμογή της επικοινωνιακής στρατηγικής στην περίοδο 2004 - 2006, οι γενικότερες στρατηγικές επιδιώξεις του ΕΣΠΑ και των ΕΠ και οι ιδιαιτερότητες του χρηματοδοτικού πακέτου της Πολιτικής Συνοχής για την Κύπρο (όπως η εμπροσθοβαρής κατανομή των πόρων που απαιτεί έγκαιρη απορρόφηση των κονδυλίων).

Τα βασικά στοιχεία και οι στρατηγικές επιλογές που έχουν υιοθετηθεί ώστε να διασφαλίσουν την ολοκληρωμένη προσέγγιση και την αποτελεσματικότητα της επικοινωνιακής στρατηγικής που θα ακολουθηθεί, παρουσιάζονται στο **Διάγραμμα 5** πιο κάτω και

αναλύονται συνοπτικά στις επόμενες παραγράφους. Λεπτομερής ανάλυση των Μέτρων Πληροφόρησης και των άλλων πτυχών της στρατηγικής παρουσιάζονται στα επόμενα Κεφάλαια.

Διάγραμμα 5: Βασικά Στοιχεία / Επιλογές της Στρατηγικής του Επικοινωνιακού Σχεδίου



3.4.1. Ταυτότητα και Κεντρικά Επικοινωνιακά Μηνύματα

Βασικό στοιχείο της στρατηγικής είναι ο ορισμός μιας ξεκάθαρης και ενιαίας ταυτότητας με κεντρικό κατανοητό επικοινωνιακό μήνυμα με βάση το γράμμα και το πνεύμα των προνοιών του Άρθρου 9 του Εφαρμοστικού Κανονισμού 1828/2006. Το κεντρικό μήνυμα, το οποίο θα εφαρμόζεται σε όλα μέτρα πληροφόρησης για όλη την περίοδο εφαρμογής των δυο Επιχειρησιακών Προγραμμάτων, είναι απαραίτητο στοιχείο για τη διασφάλιση της ομοιογένειας και της ενιαίας εικόνας της επικοινωνιακής στρατηγικής για όλες τις δράσεις που συγχρηματοδοτούνται στα πλαίσια της Πολιτικής Συνοχής της ΕΕ στην Κύπρο. Ταυτόχρονα θα καθοριστούν και δύο επιμέρους μηνύματα, ένα για κάθε Επιχειρησιακό Πρόγραμμα, ούτως ώστε να αναδεικνύονται οι συγκεκριμένοι στόχοι και τα αποτελέσματα/επιπτώσεις του κάθε Προγράμματος καθώς και η συμβολή των

συγκεκριμένων Ταμείων που εντάσσονται στην Πολιτική Συνοχής. Λεπτομέρειες για την ταυτότητα και τα κεντρικά μηνύματα δίνονται στο **Κεφάλαιο 4** όπου αναλύονται τα μέτρα πληροφόρησης.

3.4.2. Περιεχόμενο των Μηνυμάτων και της Επικοινωνίας: Απλά, κατανοητά και ανακλήσιμα μηνύματα

Το περιεχόμενο των μηνυμάτων είναι εξαιρετικής σημασίας για την αποτελεσματικότητα της όλης επικοινωνιακής στρατηγικής. Ειδικότερα για την προσέγγιση της ομάδας -στόχου ευρύ κοινό, τα μηνύματα πρέπει να είναι απλά, κατανοητά ώστε να είναι και ανακλήσιμα. Θα γίνεται χρήση απλών μηνυμάτων, απαλλαγμένων από περιττή πληροφόρηση και δυσνόητη ορολογία/ακρωνύμια, γύρω από τα συγχρηματοδοτούμενα προγράμματα, προκειμένου να ενθαρρύνεται η συμμετοχή των πολιτών και να διασφαλίζεται η μεγίστη δυνατή διαφάνεια.

Το ύφος των μηνυμάτων θα είναι επεξηγηματικό με περιεχόμενο ουσίας αντιληπτό από το μέσο πολίτη και τις επιμέρους ομάδες (κοινά) –στόχους ούτως ώστε να υπάρχει ξεκάθαρη ενημέρωση του κοινού για τη διαφάνεια που διέπει τις διαδικασίες επιλογής των έργων και για την σημαντική συμβολή της Πολιτική Συνοχής της ΕΕ στην ανάπτυξη. Έτσι, στα μηνύματα θα αναφέρονται και απλά ποσοτικά στοιχεία που αφορούν στην υλοποίηση των προγραμμάτων και που δείχνουν ότι η Ευρωπαϊκή Ένωση επενδύει με στόχο μεταξύ άλλων την ανάπτυξη, τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της κυπριακής οικονομίας, την εκπαίδευση, την ισότητα των ευκαιριών, την πρόοδο.

Όσον αφορά τους δυνητικούς Δικαιούχους και τους Δικαιούχους το περιεχόμενο των μηνυμάτων θα έχει και εκπαιδευτικό χαρακτήρα μέσα από ένα συνδυασμό μέσων πληροφόρησης και επικοινωνιακών εργαλείων ώστε να γίνουν κατανοητές οι ευκαιρίες και οι όροι χρηματοδότησης καθώς και οι σχετικές διαδικασίες.

3.4.3. Στοχευμένη Πληροφόρηση ανά Ομάδα – Στόχο

Η πληροφόρηση θα είναι στοχευόμενη ως προς τις ανάγκες, βαθμό γνώσης αλλά και το βαθμό αντίληψης / κατανόησης των διαδικασιών και άλλων παραμέτρων της κάθε ομάδας στόχου. Συγκεκριμένα μέτρα πληροφόρησης και δημοσιότητας / επικοινωνιακά εργαλεία θα απευθύνονται σε διαφορετικές ομάδες – στόχους και στοχοθετούμενα κοινά.

3.4.4 Επικοινωνιακές Φάσεις Πληροφόρησης

Η όλη στρατηγική θα υλοποιηθεί χρονικά σε τρεις επικοινωνιακές φάσεις, στην κάθε μια από τις οποίες θα υπάρχει η ανάλογη στόχευση/επικέντρωση[γενική πληροφόρηση,

πληροφόρηση διαδικασιών, υποχρεώσεων, δυνητικών δικαιούχων / δικαιούχων (φορέων υλοποίησης), αποτελεσμάτων κλπ].

3.4.5. Αξιοποίηση Συνεργιών, Συμπληρωματικότητας και Οικονομιών Κλίμακας

Θα διασφαλιστεί ότι η διάχυση της πληροφορίας θα είναι πολύπλευρη με τη συνδυασμένη και παράλληλη χρήση αλληλένδετων και συμπληρωματικών μέτρων πληροφόρησης και εργαλείων (εκδηλώσεις, διαφήμιση, κλπ) για αξιοποίηση και μεγιστοποίηση συνεργιών και οικονομιών κλίμακας.

Η διάχυση της πληροφορίας θα είναι επίσης πολυδιάστατη με τη χρήση μεγάλου αριθμού καναλιών πληροφόρησης με έμφαση στη χρήση του αποτελεσματικότερου (π.χ. τηλεόραση και εφημερίδες).

3.4.6. Αποτελεσματική οργάνωση εφαρμογή και αξιολόγηση της στρατηγικής για αντικειμενική, έγκυρη και έγκαιρη πληροφόρηση

Θα δημιουργηθεί ένας αποδοτικός μηχανισμός εφαρμογής παρακολούθησης, μέτρησης και γενικά ελέγχου της εφαρμογής και προόδου της στρατηγικής. Νοείται ότι δεδομένου του μεγάλου χρονικού διαστήματος, το πρόγραμμα θα πρέπει να είναι δυναμικό και ευέλικτο ώστε να προσαρμόζεται σύμφωνα με τις γενικότερες αλλαγές που είναι δυνατόν να υπάρξουν, τις συνθήκες, μετρήσεις, επιδράσεις και άλλα στοιχεία που θα καταγράφονται.

Η διασφάλιση αντικειμενικότητας, έγκυρης και έγκαιρης πληροφόρησης με κατανομή των καταλλήλων πόρων θα αποτελεί ουσιαστικό παράγοντα για τον σχεδιασμό και την γενικότερη οργάνωση των μέτρων πληροφόρησης ώστε να συμβάλλουν αποτελεσματικά στην επίτευξη των στόχων του Σχεδίου Επικοινωνίας. Στα πλαίσια αυτά θα γίνεται και η ανάλογη χρήση των Ερευνών Αγοράς (βλέπε **Κεφάλαιο 6**: Παρακολούθηση και Αξιολόγηση).

Επιπρόσθετα των ερευνών αγοράς θα πρέπει να διασφαλιστεί ένα ολοκληρωμένο σύστημα πληροφόρησης μέσω κυρίως των ακολούθων ενεργειών:

- Δημιουργία σταθερών καναλιών επικοινωνίας με όλες τις Ομάδες-Στόχους (ειδικές συναντήσεις, τακτές παρουσιάσεις, κλπ).
- Συνεχής, αμφίδρομη σχέση με τις Ομάδες-Στόχους εκτός των μετρήσεων μέσω ερευνών αγοράς, κλπ.
- Καταγραφή των απόψεων και του βαθμού γνώσης στις ειδικές συναντήσεις με φορείς και ειδικές περιόδους και άλλες επαφές.

3.4.7. Σχέσεις με τα ΜΜΕ (Media Relations)

Η επιτυχία της όλης στρατηγικής εξαρτάται σε πολύ μεγάλο βαθμό από τις σχέσεις με τα ΜΜΕ. Θα προωθηθεί η ενδυνάμωση των σχέσεων με τα ΜΜ. Επιπρόσθετα της διαφημιστικής καμπάνιας, μέσω καταχωρήσεων, θα προωθηθεί με κατάλληλα μέτρα /ενέργειες και ανάλογη οργάνωση, η συνεχής σχέση με εκπροσώπους των ΜΜΕ και η εξασφάλιση της στήριξης τους για τη επίτευξη των στόχων της στρατηγικής.

3.5. ΓΕΝΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΚΙΝΔΥΝΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΤΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ

Κατά τη διάρκεια της εφαρμογής των μέτρων πληροφόρησης και δημοσιότητας είναι δυνατόν να υπάρχουν ορισμένοι κίνδυνοι προερχόμενοι από γενικότερες αλλαγές, οι οποίοι αν δεν αντιμετωπιστούν κατάλληλα μπορεί να περιορίσουν σημαντικά την αποτελεσματικότητα της επικοινωνιακής στρατηγικής. Πιο κάτω παρουσιάζονται ορισμένοι δυνητικοί κίνδυνοι, οι οποίοι έχουν ληφθεί υπόψη κατά την κατάρτιση της στρατηγικής και την επιλογή/οργάνωση των μέτρων πληροφόρησης:

- Καθυστέρηση στην υλοποίηση ορισμένων έργων των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων με αποτέλεσμα να προκύψει ανάγκη ανακατανομής των πόρων μεταξύ Αξόνων Προτεραιότητας.
- Μη αποτελεσματικότητα ορισμένων ΜΜΕ και άλλων καναλιών επικοινωνίας / πολλαπλασιαστών πληροφόρησης.
- Αλλαγές στην επικοινωνιακή αγορά λόγω ραγδαίων διαφοροποιήσεων στις τάσεις για την παροχή / χρήση πληροφοριών.
- Μη έγκαιρη ανταπόκριση ορισμένων κατηγοριών δυνητικών Δικαιούχων λόγω ιδιαίτερων αναγκών/απαιτήσεων.
- Αδυναμίες και ελλείψεις στην έγκαιρη εξασφάλιση επαρκών και κατάλληλων ανθρώπινων πόρων και κατάλληλων μέσων.
- Αρνητική δημοσιότητα / κάλυψη από ΜΜΕ.

4. ΜΕΤΡΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ – ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ

Τα Μέτρα Πληροφόρησης χωρίζονται σε δυο κατηγορίες:

- *Κοινά Μέτρα*, τα οποία θα εφαρμόζονται και για τα δυο Επιχειρησιακά Προγράμματα
- *Επιμέρους Μέτρα για κάθε Επιχειρησιακό Πρόγραμμα*

Σημειώνεται ότι το περιεχόμενο ορισμένων Κοινών Μέτρων πληροφόρησης θα διαφοροποιείται ανάλογα με το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα.

Στις επόμενες παραγράφους δίδεται η ανάλυση των μέτρων πληροφόρησης του Σχεδίου Επικοινωνίας και των αντίστοιχων δυνατικών επικοινωνιακών εργαλείων που θα χρησιμοποιηθούν κατά κατηγορία. Στον **Πίνακα 1** της Ενότητας 4.4 παρουσιάζεται επίσης συνοπτικά η συσχέτιση των Μέτρων Πληροφόρησης και αντίστοιχων δυνατικών επικοινωνιακών εργαλείων με τους Στόχους της Στρατηγικής, τις Ομάδες – Στόχους στις οποίες απευθύνονται και τα κεντρικά μηνύματα του κάθε Μέτρου.

Σημειώνεται ότι ορισμένα από τα επικοινωνιακά εργαλεία, τα οποία καταγράφονται ανά μέτρο πληροφόρησης, είναι μόνο ενδεικτικά. Η οριστικοποίηση των επικοινωνιακών εργαλείων που θα χρησιμοποιηθούν θα γίνει με την περαιτέρω εξειδίκευση του κάθε μέτρου πληροφόρησης και θα προσαρμόζεται ανάλογα με τις εξελίξεις. Για την περαιτέρω εξειδίκευση ορισμένων μέτρων πιθανόν να διεξέρθουν και ανάλογες μελέτες / έρευνες αγοράς.

4.1. ΚΟΙΝΑ ΜΕΤΡΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ

4.1.1. Μέτρο Α. 1: Ταυτότητα και Κεντρικά Μηνύματα (*Branding*)

Η Διαχειριστική Αρχή, οι Ενδιάμεσοι Φορείς και οι Δικαιούχοι, θα χρησιμοποιούν σε κάθε δράση / μέτρο πληροφόρησης, είτε είναι έντυπο υλικό, τηλεοπτική διαφήμιση, κλπ το ίδιο λογότυπο – έμβλημα μαζί με κεντρικό μήνυμα για τα Διαρθρωτικά Ταμεία και το Ταμείο Συνοχής. Με την ευρεία χρήση του θα αποτυπωθεί στο ευρύ κοινό μια ενιαία ταυτότητα και εικαστική εικόνα για την Πολιτική Συνοχής και τα σχετικά Ταμεία της ΕΕ.

Το έμβλημα – λογότυπο και το κεντρικό μήνυμα θα καθορισθεί από τη Διαχειριστική Αρχή και θα προβάλλει την προστιθέμενη αξία της Κοινοτικής συμμετοχής, σύμφωνα με τις πρόνοιες του Άρθρου 9, στοιχείο γ) του Κεφαλαίου II του Κανονισμού 1828/2006.

Για σκοπούς διαφάνειας και για να αναδειχθεί η ξεχωριστή προστιθεμένη αξία του κάθε Προγράμματος και η συμβολή των επιμέρους Ταμείων θα σχεδιαστεί επιπρόσθετο ειδικό λογότυπο για κάθε Πρόγραμμα μαζί με μήνυμα, το οποίο θα παραπέμπει στους στόχους και το περιεχόμενο του κάθε Προγράμματος.

Το περιεχόμενο άλλων κεντρικών μηνυμάτων που θα χρησιμοποιηθούν κατά την υλοποίηση του Σχεδίου Επικοινωνίας δύναται να χωρισθούν σε δύο βασικές κατηγορίες οι οποίες θα συνάδουν και θα εξυπηρετούν τους δύο βασικούς γενικούς στόχους του Σχεδίου Επικοινωνίας. Ο πιο κάτω πίνακας παρουσιάζει τους στόχους και το περιεχόμενο των κεντρικών μηνυμάτων όπως αυτά θα χρησιμοποιηθούν κατά την υλοποίηση.

Γενικοί Στόχοι	Περιεχόμενο Κεντρικών Μηνυμάτων
Διασφάλιση της διαφάνειας όσον αφορά την όλη διαδικασία και μηχανισμούς για πρόσβαση στη χρηματοδότηση από τους πόρους των δύο Επιχειρησιακών Προγραμμάτων.	Τεχνικές πληροφορίες & επεξήγηση διαδικασιών Παραδειγματικά αναφέρονται τα εξής: <ul style="list-style-type: none"> • Πληροφορίες για ευκαιρίες χρηματοδότησης • Προϋποθέσεις, όροι και διαδικασίες συμμετοχής στα προγράμματα • Χρονοδιαγράμματα – χρονικά όρια υποβολής αιτήσεων • Κριτήρια επιλογής • Στοιχεία επικοινωνίας για τα ενδιαφερόμενα μέρη • Περιγραφή της διαδικασίας της εξέτασης των αιτήσεων
Ανάδειξη του ρόλου της Ευρωπαϊκής Ένωσης στην υλοποίηση των συγχρηματοδοτούμενων Επιχειρησιακών Προγραμμάτων στα πλαίσια της Πολιτικής Συνοχής 2007-2013, δηλαδή η προβολή στο ευρύ κοινό της προστιθέμενης αξίας που παρέχει η συμμετοχή της Ευρωπαϊκής Ένωσης μέσω των χρηματοδοτήσεων των Διαρθρωτικών Ταμείων και του Ταμείου Συνοχής στην κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη της χώρας.	Πληροφορίες που αφορούν τη Στρατηγική, τους στόχους και τα αποτελέσματα των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων Παραδειγματικά αναφέρονται τα εξής: <ul style="list-style-type: none"> • Στόχοι της Πολιτικής Συνοχής • Ο ρόλος της ΕΕ και της Κύπρου στα πλαίσια της Πολιτικής Συνοχής • Οι στόχοι των δύο Επιχειρησιακών Προγραμμάτων «Αειφόρος ανάπτυξη» και «Ανθρώπινο Δυναμικό» • Οι στόχοι των έργων υπό τα δύο αυτά προγράμματα • Οι δικαιούχοι, το ύψος της χρηματοδότησης και άλλες σχετικές πληροφορίες • Τα αποτελέσματα των δύο Επιχειρησιακών Προγραμμάτων μέσω της εφαρμογής έργων

4.1.2. Μέτρο Α.2: Συνεχής Ηλεκτρονική Ενημέρωση

Η ηλεκτρονική ενημέρωση θα αποτελέσει πολύ σημαντικό μέτρο πληροφόρησης. Η δύναμη του διαδικτύου, του τηλεφώνου και άλλων σύγχρονων μέσων ηλεκτρονικής επικοινωνίας θα αξιοποιηθούν στο μέγιστο δυνατό βαθμό. Η ηλεκτρονική ενημέρωση απολαμβάνει το προνόμιο της ευρείας κάλυψης, της αμεσότητας και της ευελιξίας. Βασικό εργαλείο της ηλεκτρονικής ενημέρωσης θα είναι η χρήση της ιστοσελίδας της Διαχειριστικής Αρχής. Παράλληλα θα χρησιμοποιηθούν και άλλα εργαλεία τα οποία περιγράφονται πιο κάτω.

4.1.2.1 Ιστοσελίδα

Η χρήση της ιστοσελίδας στο διαδίκτυο θα αποτελεί μια από τις κυρίες πηγές εξασφάλισης πληροφοριών από τους ενδιαφερόμενους και το σημαντικότερο μέτρο πληροφόρησης και δημοσιότητας. Οι λόγοι συνοψίζονται ως εξής:

- ⊙ Εύκολη πρόσβαση από όλους τους δυνητικούς Δικαιούχους, Δικαιούχους, αλλά και το ευρύ κοινό
- ⊙ Δυνατότητα καθημερινής ενημέρωσης / ανανέωσης των πληροφοριών που περιέχει κάτι που τα εκτυπωμένα μέσα (οδηγοί, έντυπα, κλπ.) δεν παρέχουν
- ⊙ Δυνατότητα παροχής στους Δικαιούχους όλων των εγγράφων που απαιτούνται άμεσα και γρήγορα
- ⊙ Δυνατότητα αμφίδρομης επικοινωνίας μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου
- ⊙ Εξοικονόμηση χρόνου και για τις δύο πλευρές – Διαχειριστική Αρχή/Ενδιάμεσοι Φορείς και Δικαιούχοι/ενδιαφερόμενοι στη λήψη και παροχή πληροφοριών

Η ιστοσελίδα της Διαχειριστικής Αρχής θα είναι η κεντρική ιστοσελίδα αλλά παράλληλα σε υπάρχουσες ιστοσελίδες των Ενδιάμεσων Φορέων (ιδιαίτερα εκείνων που διαχειρίζονται Σχέδια Χορηγιών) θα αναρτώνται σχετικές πληροφορίες ενδεχομένως ανάλογα με τις ανάγκες που θα προκύπτουν.

Ιστοσελίδα της Διαχειριστικής Αρχής

Η νέα ιστοσελίδα της Διαχειριστικής Αρχής για τα Διαρθρωτικά Ταμεία και το Ταμείο Συνοχής της ΕΕ στην Κύπρο (www.structuralfunds.org.cy), βρίσκεται στη διάθεση του κοινού από την Παρασκευή, 27 Ιουνίου 2008. Η Διαχειριστική Αρχή, προχώρησε στην κατασκευή του εν λόγω ιστοχώρου με σκοπό την διασφάλιση της πλήρους διαφάνειας όσον αφορά τις ευκαιρίες χρηματοδότησης που προσφέρουν τα Ταμεία και την ανάδειξη του ρόλου που διαδραματίζει η ΕΕ στην κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη της χώρας.

Μέσω του ιστοχώρου των Διαρθρωτικών Ταμείων και του Ταμείου Συνοχής, οι χρήστες μπορούν να αποκτήσουν πρόσβαση στο σύνολο των πληροφοριών που αφορούν όλα τα Προγράμματα που θα συγχρηματοδοτηθούν από τα εν λόγω Ταμεία την περίοδο 2007-2013. Ο ιστοχώρος απευθύνεται τόσο προς τον κάθε ενδιαφερόμενο πολίτη, όσο και προς τις επιχειρήσεις, οργανισμούς και δημόσιες υπηρεσίες. Μέσα από ένα φιλικό σχεδιασμό ο κάθε ενδιαφερόμενος μπορεί να βρει στον ιστοχώρο πληροφορίες για το όλο θεσμικό πλαίσιο που διέπει την αξιοποίηση των κονδυλίων των αναφερόμενων Ταμείων της ΕΕ, χρήσιμα έγγραφα, προσκλήσεις υποβολής προτάσεων, τα εγκεκριμένα έργα/δικαιούχους κατά Πρόγραμμα (περισσότερες πληροφορίες για το θέμα αυτό βρίσκονται στην παράγραφο 4.4.4) καθώς και πηγές πρόσθετης ενημέρωσης.

Η ιστοσελίδα παρέχει τη δυνατότητα μεταφόρτωσης όλων των εγγράφων τα οποία οι δυνητικοί Δικαιούχοι χρειάζονται κατά τη συμπλήρωση της αίτησης τους, καθώς επίσης και των εγγράφων που χρειάζονται οι Δικαιούχοι για τη συμπλήρωση των Δελτίων για την παρακολούθηση του έργου τους. Στην Ιστοσελίδα υπάρχει επίσης σύνδεση με το υποσύστημα της ηλεκτρονικής υποβολής του *Ολοκληρωμένου Πληροφοριακού Συστήματος*, αφού τόσο η αίτηση και το Τεχνικό Δελτίο Έργου για τα έργα που υλοποιούνται μέσω δημοσίων συμβάσεων, όσο και τα Δελτία Παρακολούθησης θα πρέπει να υποβάλλονται ηλεκτρονικά. Για τα Σχέδια Χορηγιών θα υπάρχει ξεχωριστό σύστημα υποβολής αιτήσεων, για το οποίο σχετική πληροφόρηση θα δίνεται στις σχετικές προσκλήσεις.

Περαιτέρω, η ιστοσελίδα έχει τη δυνατότητα σύνδεσης με άλλες ιστοσελίδες και παρέχει τη δυνατότητα αμφίδρομης επικοινωνίας με παροχή ηλεκτρονικού ταχυδρομείου για αναζήτηση περισσότερων πληροφοριών ή διευκρινίσεων. Θα παρακολουθούνται τα ηλεκτρονικά μηνύματα με τις απαιτήσεις των ενδιαφερομένων ούτως ώστε να εξασφαλίζεται η συνεχής και έγκαιρη παροχή πληροφοριών.

Η διεύθυνση της ιστοσελίδας θα αναγράφεται / αναφέρεται σε όλα ανεξαιρέτως τα υπόλοιπα εργαλεία πληροφόρησης και επικοινωνίας όπως αυτά φαίνονται στο παρόν Σχέδιο Επικοινωνίας.

4.1.2.2 Άλλα Εργαλεία Ηλεκτρονικής Επικοινωνίας

Στα πλαίσια του μέτρου της συνεχούς ηλεκτρονικής ενημέρωσης θα χρησιμοποιηθούν και αλλά εργαλεία ανάλογα με τις ανάγκες που θα διαπιστωθούν/προκύψουν. Πιο κάτω παρουσιάζονται ενδεικτικά δυο επικοινωνιακά εργαλεία που είναι δυνατόν να χρησιμοποιηθούν.

Ηλεκτρονικό Ενημερωτικό Δελτίο

Στα πλαίσια της ιστοσελίδας η/και ως ξεχωριστό μέσο θα δημιουργηθεί ένα ηλεκτρονικό ενημερωτικό δελτίο. Στο δελτίο αυτό θα ανακοινώνονται όλα τα νέα που αφορούν την πορεία των προγραμμάτων και για τα οποία οι Δικαιούχοι θα πρέπει να ενημερωθούν. Το «e-newsletter» θα ανανεώνεται σε τακτά χρονικά διαστήματα με νέα στοιχεία / πληροφορίες όπως προκύπτουν.

Το ηλεκτρονικό ενημερωτικό δελτίο είναι δυνατόν ανάλογα με την επικοινωνιακή φάση και τις ανάγκες που προκύπτουν να διατίθεται με τους εξής τρόπους:

- ο Να αποτελεί μέρος της ιστοσελίδας
- ο Να αποστέλλεται περιοδικά στα ηλεκτρονικά ταχυδρομεία των Δικαιούχων και άλλων Πολλαπλασιαστών Πληροφόρησης

Επιπρόσθετα το αναφερόμενο Δελτίο μπορεί να παρουσιάζεται και ως *News Flash Banner* σε ιστοσελίδες των Ενδιαμέσων Φορέων και ίσως ορισμένων Δικαιούχων /Φορέων Υλοποίησης των επιμέρους έργων.

Τηλεφωνική Γραμμή Παροχής Πληροφοριών

Η Διαχειριστική Αρχή ως μέτρο άμεσης πληροφόρησης των δυνητικών Δικαιούχων, Δικαιούχων και άλλων ενδιαφερομένων είναι δυνατόν να δημιουργήσει, στα πλαίσια της λειτουργίας της Μονάδας/Ομάδας Πληροφόρησης στη Διαχειριστική Αρχή, μια αποκλειστική τηλεφωνική γραμμή παροχής πληροφοριών. Η λειτουργία της γραμμής μπορεί να ανατεθεί, υπό προϋποθέσεις, με υπεργολαβία σε εξωτερικό φορέα /οργανισμό με συγκεκριμένες προδιαγραφές (εκπαίδευση, τεχνική υποδομή κλπ.)

4.1.3. Μέτρο Α.3: Ενημέρωση μέσω Έντυπου Υλικού

Η χρήση έντυπου υλικού θα αποτελέσει εξίσου σημαντικό μέτρο πληροφόρησης. Ακολουθεί ανάλυση των δυνητικών επικοινωνιακών εργαλείων που θα χρησιμοποιηθούν για αυτό το μέτρο.

4.1.3.1. Οδηγοί

Οι Οδηγοί θα παρέχουν οδηγίες και πληροφορίες στους δυνητικούς Δικαιούχους και Δικαιούχους για συγκεκριμένα θέματα. Οι Οδηγοί αυτοί θα εκτυπώνονται ή/και θα αποστέλλονται σε ηλεκτρονική μορφή για έγκαιρη πληροφόρηση. Θα περιλαμβάνονται επίσης στην ιστοσελίδα της Διαχειριστικής Αρχής για εύκολη πρόσβαση.

Κατευθυντήριες Γραμμές για τα Μέτρα Πληροφόρησης και Δημοσιότητας

Μεταξύ άλλων η Διαχειριστική Αρχή θα εκδώσει Κατευθυντήριες Γραμμές/Οδηγό για τα καθήκοντα και υποχρεώσεις όλων εμπλεκόμενων φορέων (Ενδιάμεσοι Φορείς και Δυνητικοί Δικαιούχοι /Δικαιούχοι) όσον αφορά την υλοποίηση δράσεων δημοσιότητας κλπ.

4.1.3.2. Εκδόσεις και άλλα Ενημερωτικά Έντυπα

Εκδόσεις και άλλα ειδικά ενημερωτικά έντυπα θα εκτυπωθούν και θα προσφέρουν γενική ενημέρωση προς το ευρύ κοινό και μια πρώτη πληροφόρηση προς δυνητικούς Δικαιούχους, τόσο για τις δυνατότητες χρηματοδότησης που προσφέρονται, όσον και για τα αποτελέσματα των έργων /δράσεων που υλοποιούνται.

Τα έντυπα αυτά θα γραφτούν σε απλή κατανοητή γλώσσα ενώ σε αυτά θα αναφέρεται η διεύθυνση της ιστοσελίδας των προγραμμάτων ώστε να είναι εύκολη η αναζήτηση και εξεύρεση περισσότερων πληροφοριών μέσω της ιστοσελίδας. Έχουν ήδη εκδοθεί σε έντυπη και ηλεκτρονική μορφή οι περιλήψεις των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων.

4.1.4. Μέτρο Α.4: Ειδικές Εκδηλώσεις

Η πληροφόρηση μέσω ειδικών εκδηλώσεων θα διαδραματίσει σπουδαίο ρόλο στην ενημέρωση των Ομάδων-Στόχων. Οι εκδηλώσεις προσελκύουν σημαντικό αριθμό συμμετεχόντων και αποτελούν στοχευμένη δράση. Κατά τις δράσεις αυτές υπάρχει η ευκαιρία προσωπικής και άμεσης επικοινωνίας και ενημέρωσης μεταξύ της Διαχειριστικής Αρχής και των Ομάδων-Στόχων.

Τα δυνητικά εργαλεία παρουσιάζονται πιο κάτω.

4.1.4.1. Ενημερωτικές Εκδηλώσεις / Ημερίδες

Οι Ενημερωτικές Εκδηλώσεις θα απευθύνονται, ανάλογα με χρόνο διοργάνωσης τους και την επικοινωνιακή φάση σε όλες τις ομάδες-στόχους και έχουν σκοπό την ενημέρωσή τους για την έναρξη, πορεία υλοποίησης και αποτελέσματα των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων τόσο για σκοπούς διαφάνειας, όσο και για την ανάδειξη του ρόλου της ΕΕ.

Σύμφωνα με το Άρθρο 7 του Κεφαλαίου ΙΙ του Κανονισμού 1828/2006, η Διαχειριστική Αρχή υποχρεούται να διοργανώσει τις δύο πιο κάτω ενημερωτικές δραστηριότητες:

Ημερίδα για την Δημοσιοποίηση της Έναρξης των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων

Σύμφωνα με τις πρόνοιες του Άρθρου 7, παράγραφος 2, στοιχείο α), του Κεφαλαίου II του Κανονισμού 1828/2006, η Διαχειριστική Αρχή πρέπει να διοργανώσει σημαντική ενημερωτική δραστηριότητα, η οποία θα δημοσιοποιεί την έναρξη των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων. Για το σκοπό αυτό η Διαχειριστική Αρχή πραγματοποίησε το Νοέμβριο του 2007, μεγάλη εκδήλωση υπό την παρουσία του Προέδρου της Κυπριακής Δημοκρατίας, Υπουργών της Κυπριακής Κυβέρνησης, Αξιωματούχων της ΕΕ και άλλων επισήμων σε κεντρικό ξενοδοχείο της πρωτεύουσας. Στην εκδήλωση συμμετείχαν και άτομα από όλες τις Ομάδες-Στόχους. Η εν λόγω εκδήλωση έτυχε ευρείας δημοσιότητας από τα ΜΜΕ.

Ετήσια Ενημερωτική Εκδήλωση / Ημερίδα

Η Διαχειριστική Αρχή με βάση το Άρθρο 7, παράγραφος 2, στοιχείο β), του Κεφαλαίου II του Κανονισμού 1828/2006, πρέπει να διοργανώνει κάθε χρόνο μια μεγάλη εκδήλωση, κατά την οποία θα παρουσιάζονται τα επιτεύγματα / αποτελέσματα των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων συμπεριλαμβανομένων, όπου κρίνεται σκόπιμο, σημαντικών έργων. Στην εκδήλωση θα προσκαλούνται οι Δικαιούχοι, δυνητικοί Δικαιούχοι αλλά και το ευρύ κοινό μέσω καταχωρήσεων στον Τύπο. Στην εκδήλωση θα καλούνται ασφαλώς τα ΜΜΕ και θα αποτελεί ευκαιρία ενημέρωσης της ομάδας αυτής, ως πολλαπλασιαστή πληροφόρησης, για τα αποτελέσματα των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων. Η εκδήλωση ιδανικά θα μπορούσε να διοργανώνεται κατά την Εβδομάδα Ευρώπης ή σε συνδυασμό με τις συνεδρίες των Επιτροπών Παρακολούθησης.

4.1.4.2. Road Shows

Μια δράση η οποία θα απευθύνεται στο ευρύ κοινό και ειδικότερα στους ωφελούμενους από τα έργα / δράσεις είναι η διοργάνωση road shows στις πέντε μεγάλες πόλεις της Κύπρου–Λευκωσία, Λεμεσό, Λάρνακα, Πάφο και Αμμόχωστο καθώς και σε κεντρικά σημεία της υπαίθρου όλων των επαρχιών.

Η δράση είναι δυνατόν να αποτελείται από τα εξής βήματα:

- ⊙ Ενοικίαση διώροφου λεωφορείου (για σκοπούς εξυπηρέτησης περισσότερων ενδιαφερομένων) και επένδυση του με διαφημιστικό υλικό με την ταυτότητα της εκστρατείας.
- ⊙ Ονομασία λεωφορείου για εύκολη ανάκληση και μεγαλύτερη αποτελεσματικότητα.
- ⊙ Κατάρτιση δρομολογίου λεωφορείου σε κάθε πόλη και σημείου στο οποίο θα παραμένει για ολόκληρη την ημέρα ή και αριθμό ημερών
- ⊙ Ανακοίνωση δρομολογίου στον Τύπο – έντυπο και ηλεκτρονικό

⊙ Επίσκεψη του λεωφορείου στις διάφορες πόλεις ή και ύπαιθρο / κοινότητες

Στο λεωφορείο μια ομάδα αρμόδιων λειτουργών της Διαχειριστικής Αρχής ή / και των Ενδιάμεσων Φορέων θα είναι στη διάθεση των επισκεπτών για παροχή πληροφοριών για τα προγράμματα. Στο λεωφορείο θα διατίθενται οι εκδόσεις που προαναφέρθηκαν στην αντίστοιχη ενότητα. Θα υπάρχει δυνατότητα ασύρματης ένωσης με το διαδίκτυο για αναζήτηση πληροφοριών στην ιστοσελίδα των προγραμμάτων. Στο λεωφορείο μπορεί επίσης να υπάρχει οθόνη στην οποία να προβάλλεται η ταινία (ντοκυμανταίρ) που παρουσιάζεται ως πιθανό επικοινωνιακό εργαλείο.

Στα Road Shows θα καλούνται και εκπρόσωποι των ΜΜΕ (έντυπα και ηλεκτρονικά). Έμφαση θα δίδεται στον τοπικό Τύπο ο οποίος θα προσκαλείται ειδικά κατά την επίσκεψη του Λεωφορείου σε κάθε πόλη.

4.1.4.3. Σεμινάρια / Ημερίδες Πληροφόρησης για Δυνητικούς Δικαιούχους/Δικαιούχους

Η διοργάνωση σεμιναρίων θεωρείται αναγκαία με στόχο την ενημέρωση αλλά και εκπαίδευση των Δυνητικών Δικαιούχων/Δικαιούχων σε θέματα διαδικασιών και άλλων πληροφοριών. Θα καταρτιστεί και εφαρμοστεί ένα γενικότερο στρατηγικό σχέδιο και ετήσιο πρόγραμμα σεμιναρίων το οποίο θα εξαρτηθεί από τον αριθμό και το είδος των έργων.

Επιπρόσθετα, τα σεμινάρια θα διοργανώνονται σε όλες τις επαρχίες ενδεχομένως σε συνεργασία με τα τοπικά επιμελητήρια και άλλους φορείς.

4.1.4.4. Σεμινάρια για Δημοσιογράφους

Μπορούν να διοργανώνονται ετησίως σεμινάρια ειδικά για δημοσιογράφους, οι οποίοι αποτελούν και πολλαπλασιαστές πληροφόρησης. Κατά τα σεμινάρια οι δημοσιογράφοι θα έχουν την ευκαιρία να ενημερώνονται πλήρως για τα προγράμματα και για όλες τις σχετικές με αυτά πληροφορίες. Η εκδήλωση αυτή θα αποτελέσει και εξαιρετικό εργαλείο καλλιέργειας των σχέσεων της Διαχειριστικής Αρχής αλλά και των Ενδιάμεσων Φορέων με τους δημοσιογράφους.

4.1.4.5. Εκδηλώσεις στα σχολεία

Οι μαθητές μπορούν να αποτελέσουν επίσης πολλαπλασιαστές των μηνυμάτων που θα διοχετευτούν κατά τη διάρκεια της επικοινωνιακής καμπάνιας. Έτσι, μπορεί να διοργανωθεί σειρά από ενημερωτικές εκδηλώσεις σε σχολεία όλων των βαθμίδων. Στις εκδηλώσεις θα γίνονται παρουσιάσεις των προγραμμάτων με έμφαση κυρίως στην παρουσίαση των

οφελών από τα προγράμματα για τους πολίτες. Οι παρουσιάσεις θα γίνονται στην απλούστερη δυνατή «γλώσσα». Κατά τις εκδηλώσεις θα μοιράζεται και ενημερωτικό υλικό όπως τα ενημερωτικά έντυπα, τα ειδικά φυλλάδια ή τα περιοδικά τα οποία απευθύνονται στο ευρύ κοινό.

4.1.5. Μέτρο Α.5: Πληροφόρηση μέσω χρήσης ΜΜΕ

Η σπουδαιότητα των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης στη διαδικασία πληροφόρησης είναι αδιαμφισβήτητη. Τα ΜΜΕ θα λειτουργήσουν ως πολλαπλασιαστές των μηνυμάτων και θα διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο στη συνεχή, έγκυρη και έγκαιρη πληροφόρηση των Ομάδων-Στόχων και κυρίως του ευρύ κοινού. Τα εργαλεία που παρουσιάζονται για αυτό το μέτρο σχετίζονται με τη χρήση των ΜΜΕ ως διαφημιστικά μέσα αλλά και την κινητοποίηση των ανθρώπων των ΜΜΕ – των δημοσιογράφων ώστε να καλύπτουν / προβάλλουν με τα ρεπορτάζ / παρουσιάσεις τους με συνέχεια και σε συστηματική βάση.

Πιο κάτω αναλύονται τα δυνητικά επικοινωνιακά εργαλεία που θα χρησιμοποιηθούν για το Μέτρο Πληροφόρησης.

4.1.5.1. Διαφημιστική Καμπάνια

Για το ευρύ κοινό και για την εξασφάλιση της επίτευξης του γενικού στόχου «Ανάδειξη του ρόλου της ΕΕ» θα σχεδιαστεί ειδικά και υλοποιηθεί μια ολοκληρωμένη καμπάνια προβολής / δημοσιότητας με τη χρήση των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης.

Οι καταχωρήσεις και διαφημίσεις που θα χρησιμοποιηθούν για τη διαφημιστική καμπάνια θα αναφέρουν τα μηνύματα με πιθανή τη χρήση αριθμητικών στοιχείων. Τα μηνύματα πρέπει να είναι απαραίτητως απλά και κατανοητά. Τα στοιχεία πρέπει να είναι τέτοια ώστε να ενισχύουν την εικόνα της ΕΕ ως προς την προστιθέμενη αξία που παρέχουν τα έργα που χρηματοδοτούνται.

Συγκεκριμένα θα προγραμματιστούν:

- ⊙ Μετάδοση τηλεοπτικών διαφημίσεων
- ⊙ Μετάδοση ραδιοφωνικών διαφημίσεων
- ⊙ Διαφημιστικές ολοσέλιδες καταχωρήσεις στα περιοδικά ποικίλης ύλης και ευρείας κυκλοφορίας
- ⊙ Καταχωρήσεις διαφημίσεων στις εφημερίδες

Ειδικότερα ο ηλεκτρονικός τύπος και πιο ειδικά η τηλεόραση θα διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στην πληροφόρηση της ομάδας – στόχου «ευρύ κοινό». Εξάλλου με βάση των αποτελεσμάτων ερευνών που διεξήχθησαν, η τηλεόραση εξακολουθεί να είναι το κυριότερο

μέσο από το οποίο οι Κύπριοι πολίτες ενημερώνονται για τα Διαρθρωτικά Ταμεία της ΕΕ. Επομένως, η υψηλή αποτελεσματικότητα της τηλεόρασης θα πρέπει να αξιοποιηθεί. Ωστόσο, εξαιρετικής σημασίας είναι η «δημιουργική προσέγγιση» της διαφημιστικής καμπάνιας. Πρέπει το μήνυμα να είναι ξεκάθαρο, η γλώσσα απλή και κατανοητή και σίγουρα να αποφευχθεί το φαινόμενο του «στο βωμό της δημιουργικότητας να θυσιαστεί το μήνυμα». Όπως και σε όλα τα ΜΜΕ έτσι και στην τηλεόραση, η χρήση των αριθμητικών στοιχείων είναι αποτελεσματική και περισσότερο ανακλήσιμη.

Σημαντική είναι η διαδικασία pre-testing των διαφημιστικών μηνυμάτων και δημιουργικών που θα «τρέξουν» σε όλα τα ΜΜΕ, πριν την εκτέλεση της καμπάνιας ούτως ώστε να διασφαλιστεί ότι τα μηνύματα είναι ξεκάθαρα κάτι που θα εξασφαλίσει και την αποτελεσματικότητα της όλης εκστρατείας.

4.1.5.2. Συνεντεύξεις σε Εφημερίδες

Σε συνεννόηση με τις εφημερίδες παγκύπριας και τοπικής κυκλοφορίας θα καταρτιστεί ένα πρόγραμμα συνεντεύξεων. Οι συνεντεύξεις θα παρουσιάζουν σημαντικές πληροφορίες για τα προγράμματα και για τις αρμοδιότητες της Διαχειριστικής Αρχής και του έργου που επιτελείται.

4.1.5.3. Στήλες σε Οικονομικές Εφημερίδες

Άλλο ένα εργαλείο πληροφόρησης θα αποτελέσει η χρήση περιοδικών στηλών στα οικονομικά φύλλα των εφημερίδων. Οι στήλες αυτές θα είναι σύντομες και περιεκτικές και θα παρουσιάζουν σύντομα και ξεκάθαρα στοιχεία για τα δύο Επιχειρησιακά Προγράμματα. Οι στήλες θα αποτελέσουν υποστηρικτικό στοιχείο της διαφημιστικής καμπάνιας που θα απευθύνεται προς το ευρύ κοινό αλλά και εξαιρετικό μέσο ενημέρωσης για τις εξελίξεις και οτιδήποτε νέο σχετίζεται με την πρόοδο / εκτέλεση των προγραμμάτων. Σημαντικό πλεονέκτημα των στηλών είναι η δημιουργία επιπρόσθετων καναλιών / πρεσβευτών ενημέρωσης / πολλαπλασιαστών των μηνυμάτων / πληροφοριών.

4.1.5.4. Ταινία

Θα δημιουργηθεί η παραγωγή ταινιών κατά Επιχειρησιακό Πρόγραμμα, όπου θα παρουσιάζονται πλάνα από τα έργα που ήδη έχουν πραγματοποιηθεί στα πλαίσια προγραμμάτων των Διαρθρωτικών Ταμείων της ΕΕ καθώς και τα μηνύματα της εκστρατείας επικοινωνίας των δύο Επιχειρησιακών Προγραμμάτων. Η ταινία θα προβάλλεται στα road shows, στο Συνέδριο, στα σεμινάρια ενώ μπορεί να προβάλλεται υπό τη μορφή ντοκιμαντέρ

σε όλα τα τηλεοπτικά κανάλια, παγκύπρια και τοπικά. Στην ταινία για το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «*Απασχόληση, Ανθρώπινο Κεφάλαιο και Κοινωνική Συνοχή*» θα χρησιμοποιηθεί το στοιχείο των «Success Stories», δηλαδή μέσω συνεντεύξεων / δηλώσεων ατόμων που έχουν ήδη επωφεληθεί από το πρόγραμμα.

4.1.5.5. Δελτία Τύπου

Δελτία Τύπου θα ετοιμάζονται και αποστέλλονται σε όλα τα ΜΜΕ. Τα Δελτία θα ανακοινώνουν σημαντικές πληροφορίες σχετικές με τα προγράμματα καθώς και τις εκδηλώσεις πληροφόρησης που προγραμματίζονται και που υλοποιούνται. Τα Δελτία Τύπου θα χρησιμοποιηθούν κυρίως για την ενημέρωση του κοινού των αναγνωστών για την έναρξη, την ολοκλήρωση και την πρόοδο των προγραμμάτων.

4.1.6. Μέτρο Α.6: Πληροφόρηση μέσω Εξωτερικής Διαφήμισης

Η εξωτερική διαφήμιση αποτελεί ένα δυναμικό μέσο πληροφόρησης και ενημέρωσης. Αυτό το μέτρο πληροφόρησης θα χρησιμοποιηθεί ως συμπληρωματικό της διαφημιστικής καμπάνιας με στόχο να την ενισχύσει και να δημιουργήσει τις προϋποθέσεις για τη μέγιστη δυνατή ανάκληση των μηνυμάτων. Τα δυναμικά εργαλεία επικοινωνίας που θα χρησιμοποιηθούν παρουσιάζονται πιο κάτω.

4.1.6.1. Δίκτυο PISA

Το υφιστάμενο δίκτυο εξωτερικής διαφήμισης PISA θα χρησιμοποιηθεί με την ενοικίαση ικανοποιητικού αριθμού κεντρικών σημείων με μεγάλη κυκλοφοριακή ροή σε όλες τις πόλεις της Κύπρου.

4.1.6.2. Στέγαστρα Λεωφορείων

Περαιτέρω θα γίνει χρήση και του δικτύου στεγάστρων Λεωφορείων με ενοικίαση ικανοποιητικού αριθμού σημείων σε όλες τις πόλεις.

4.1.6.3. Αφίσες

Μεσαίου μεγέθους αφίσες θα εκτυπωθούν και διανεμηθούν σε κυβερνητικά τμήματα, τοπικές αρχές και διάφορους οργανισμούς. Οι αφίσες θα χρησιμοποιηθούν σε όλες τις Ειδικές Εκδηλώσεις.

4.1.6.4. «Ντύσιμο» Λεωφορείων

Αριθμός λεωφορείων της αστικής και υπεραστικής συγκοινωνίας θα «ντυθούν» με το δημιουργικό της διαφημιστικής καμπάνιας των προγραμμάτων.

4.1.7. Μέτρο Α.7: Πληροφόρηση μέσω Προωθητικών Αντικειμένων

Τα προωθητικά αντικείμενα θεωρούνται απαραίτητα υποστηρικτικά στοιχεία στην όλη εκστρατεία πληροφόρησης ενώ συμπληρώνουν και ενδυναμώνουν την ταυτότητα του επικοινωνιακού προγράμματος. Το δυνητικό επικοινωνιακό εργαλείο που θα χρησιμοποιηθεί για αυτό το Μέτρο Πληροφόρησης είναι η παραγωγή Διαφημιστικών / Προωθητικών Αντικειμένων όπως πένες, μπρελόκ, conference bags, paper cubes, coasters, notepads, σημειούλες, ρίγες, κλπ.

4.2. ΕΠΙ ΜΕΡΟΥΣ ΜΕΤΡΑ ΓΙΑ ΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ «ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ»

4.2.1. Μέτρο Β.1: Καλλιέργεια σχέσεων με ΜΜΕ

Όπως έχει ήδη αναφερθεί τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (συμπεριλαμβανομένων και τοπικών και ειδικευμένων εντύπων) αποτελούν σημαντική ομάδα – στόχο και θα συμβάλουν στην πληροφόρηση σε μεγάλο βαθμό. Στα πλαίσια αυτού του μέτρου αναφέρεται ως δυνητικό εργαλείο το πιο κάτω:

4.2.1.1. Βραβεύσεις Δημοσιογράφων

Με στόχο την κινητοποίηση και ευαισθητοποίηση των δημοσιογράφων των ΜΜΕ που θα διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο στην μετάδοση και στον πολλαπλασιασμό των μηνυμάτων θα οργανώνεται σε ετήσια βάση βράβευση του δημοσιογράφου ή/και μέσου που θα καλύψει με εκτενή ρεπορτάζ, συνεντεύξεις, ανακοινώσεις, άρθρα τις πληροφορίες που αφορούν έργα που υλοποιούνται στα πλαίσια του αναφερόμενου Επιχειρησιακού Προγράμματος προβάλλοντας έτσι και κατά επέκταση ενισχύοντας το ρόλο της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Τα βραβεία θα είναι πλακέτες ή άλλο συμβολικό αντικείμενο ενώ θα γίνεται ειδική τελετή βράβευσης η οποία ενδέχεται να πραγματοποιείται κατά την Εβδομάδα Ευρώπης. Το εργαλείο αυτό θα εξασφαλίζει και τη σχετική δημοσιότητα μια και οι βραβεύσεις θα καλύπτονται από τα ΜΜΕ.

4.2.2. Μέτρο Β.2: Ειδικές εκδηλώσεις

Οι ειδικές εκδηλώσεις αποτελούν ένα μέτρο πληροφόρησης όλων των Ομάδων – Στόχων. Στα πλαίσια αυτού του Μέτρου Πληροφόρησης θα χρησιμοποιηθούν τα εξής πιθανά επικοινωνιακά εργαλεία:

4.2.2.1. Εκδρομές στα Έργα

Διοργάνωση εκδρομών με λεωφορεία κατά τις οποίες θα πραγματοποιούνται οργανωμένες επισκέψεις σε σημεία στα οποία είτε έχουν ολοκληρωθεί ή είναι υπό κατασκευή / υλοποίηση έργα τα οποία χρηματοδοτήθηκαν από τα Διαρθρωτικά Ταμεία και το Ταμείο Συνοχής της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Το Μέτρο αυτό σκοπεύει στην ενημέρωση των πολιτών για τα αποτελέσματα των συγχρηματοδοτούμενων έργων.

Στις εκδρομές θα μπορούν να συμμετέχουν συγκεκριμένες / επιλεγμένες ομάδες ωφελουμένων των προγραμμάτων. Για τις εκδρομές θα καταρτίζεται συγκεκριμένο πρόγραμμα επισκέψεων και οι Δικαιούχοι θα προσκαλούνται με προσωπικές επιστολές. Στο λεωφορείο λειτουργοί της Διαχειριστικής Αρχής ή /και των Ενδιάμεσων Φορέων θα «ξεναγούν» τους συμμετέχοντες στα έργα και θα δίνουν απαραίτητες πληροφορίες. Στις εκδρομές αυτές, οι οποίες θα τυγχάνουν ευρύτατης διαφήμισης και στις οποίες θα συμμετέχουν απλοί πολίτες, μπορεί να καλούνται επιλεκτικά και εκπρόσωποι του Τύπου. Η δράση αυτή θεωρείται ότι είναι εφαρμόσιμη και ότι θα αποτελέσει εξαιρετικό μέσο δημοσιότητας ειδικότερα σε έργα που σχετίζονται με τον Άξονα «Αναζωογόνηση Αστικών Περιοχών και Περιοχών της Υπαίθρου». Μετά το πέρας των εκδρομών, θα γίνει η ανάλογη προβολή μέσω του Τύπου.

4.2.2.2. Βραβεύσεις Επιχειρήσεων

Οι επιχειρήσεις / φορείς που έχουν χειριστεί / διαχειριστεί / υλοποιήσει ή που διαχειρίζονται / υλοποιούν και δημοσιοποιούν το πρόγραμμα αποτελεσματικά θα βραβεύονται κάθε χρόνο. Κριτήρια για τις βραβεύσεις θα αποτελούν:

- Η προστιθέμενη αξία που έχει επιτευχθεί και ο βαθμός απόδοσης του έργου σε σχέση με τους στόχους του Άξονα Προτεραιότητας στον οποίο εντάσσεται το έργο
- Έγκαιρη υλοποίηση του έργου σύμφωνα με τα χρονοδιαγράμματα που είχαν αρχικά συμφωνηθεί στην Απόφαση Ένταξης του έργου
- Ο βαθμός προβολής που δόθηκε για το έργο
- Ο βαθμός προβολής που δόθηκε για τη συμβολή της ΕΕ
- Καλές πρακτικές και καινοτόμες ενέργειες πληροφόρησης

- Η συνολική προσπάθεια ενημέρωσης των ομάδων-στόχων

Τα πιο πάνω κριτήρια και τυχόν πρόσθετα, θα εξειδικεύονται περαιτέρω και θα δημοσιοποιούνται. Τα βραβεία θα είναι πλακέτες και η βράβευση θα πραγματοποιείται κατά την Εβδομάδα Ευρώπης ενδεχομένως σε συνδυασμό με τη βράβευση των δημοσιογράφων. Το εργαλείο αυτό θα εξασφαλίζει και τη σχετική δημοσιότητα μια και οι βραβεύσεις θα καλύπτονται από τα ΜΜΕ.

4.2.3. Μέτρο Β.3: Έντυπο Υλικό

Πολύ σημαντικό Μέτρο Πληροφόρησης αποτελεί το εξειδικευμένο έντυπο υλικό για το εν λόγω ΕΠ, το οποίο θα χρησιμοποιηθεί για τη συνεχή ενημέρωση των Ομάδων-Στόχων για το ΕΠ. Ως δυνητικό εργαλείο αναφέρεται:

4.2.3.1 Περιοδικές Εκδόσεις

Θα εκδίδονται εξειδικευμένες περιοδικές εκδόσεις για όλο το Πρόγραμμα ή /και για συγκεκριμένες κατηγορίες έργων (π.χ. Έρευνα και Τεχνολογία, Τουρισμός στην Ύπαιθρο, κλπ), οι οποίες θα λειτουργήσουν ως υποστηρικτικό στοιχείο των πληροφοριών που θα δίνονται μέσω της ιστοσελίδας. Οι περιοδικές εκδόσεις θα περιλαμβάνονται και στην ιστοσελίδα.

4.3. ΕΠΙ ΜΕΡΟΥΣ ΜΕΤΡΟ ΓΙΑ ΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ «ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ, ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΣΥΝΟΧΗ»

4.3.1. Μέτρο Γ.1: Ειδικές Δράσεις/Εκδηλώσεις

Οι εκδηλώσεις θα χρησιμοποιούνται ως υποστηρικτικό και σημαντικό μέσο πληροφόρησης και ταυτόχρονα ως ευκαιρία άμεσης και αποτελεσματικής επικοινωνίας με όλες τις Ομάδες – Στόχους και τις επιμέρους ομάδες ιδιαίτερα των επωφελούμενων από το Πρόγραμμα. Ένα δυνητικό εργαλείο που μπορεί να χρησιμοποιηθεί στα πλαίσια του μέτρου αυτού είναι:

4.3.1.1. Διοργάνωση Διαγωνισμού μεταξύ Μαθητών και Φοιτητών

Ένας διαγωνισμός ανάμεσα στους τελειόφοιτους μαθητές και φοιτητές όπου θα ζητείται η μελέτη και παράδοση έκθεσης / διατριβής σε έναν από τους ειδικούς στόχους του ΕΠ «Απασχόληση, Ανθρώπινο Κεφάλαιο και Κοινωνική Συνοχή». Το εργαλείο αυτό θα συμβάλει στη σε βάθος ενημέρωση / πληροφόρηση των ομάδων των μαθητών, φοιτητών και εκπαιδευτικών με πολλαπλασιαστικά αποτελέσματα. Τα βραβεία θα είναι χρηματικά

συμβολικού ποσού, η βράβευση θα γίνεται στο τέλος της σχολικής /ακαδημαϊκής χρονιάς και η εκδήλωση θα λαμβάνει σημαντική δημοσιότητα μέσω ΜΜΕ.

4.3.2. Μέτρο Γ.2: Έντυπο Υλικό

Εξειδικευμένο έντυπο υλικό για το ΕΠ «Απασχόληση, Ανθρώπινο Κεφάλαιο και Κοινωνική Συνοχή» αποτελεί σημαντικό μέτρο πληροφόρησης για τη ειδική ενημέρωση των Ομάδων-Στόχων. Τα δυναμικά εργαλεία του μέτρου είναι:

4.3.2.1. Περιοδική Έκδοση

Η περιοδική έκδοση/λεύκωμα θα λειτουργήσει ως υποστηρικτικό στοιχείο των πληροφοριών που θα δίνονται μέσω της ιστοσελίδας και θα προβάλλει ειδικά θέματα και νέα που αφορούν αποκλειστικά το Πρόγραμμα. Θα διατίθεται σε σημεία όπου θα είναι προσβάσιμα στο ευρύ κοινό και τις επιμέρους υπο-ομάδες που αφορούν το Πρόγραμμα (Υπηρεσία Δημόσιας Απασχόλησης, Πανεπιστήμια, Σχολεία, Κέντρα Κατάρτισης κλπ),

4.3.2.2. Ειδικά φυλλάδια

Ειδικά έντυπα, λιγότερων σελίδων από αυτές των περιοδικών εκδόσεων, θα δημιουργηθούν και θα στοχεύσουν στην ενημέρωση των υπό – ομάδων των ωφελούμενων από το ΕΠ «Απασχόληση, Ανθρώπινο Κεφάλαιο και Κοινωνική Συνοχή». Το Πρόγραμμα αυτό απευθύνεται σε ομάδες ωφελουμένων όπως άνεργοι, νέοι, γυναικείο αδρανές δυναμικό, κοινωνικά ευπαθή άτομα, κλπ. Για την αποτελεσματική ενημέρωση αυτών των ομάδων χρειάζεται ένα ενημερωτικό εργαλείο – έντυπο το οποίο να είναι γραμμένο σε απλή κατανοητή γλώσσα και το οποίο θα παρουσιάζει τα οφέλη από τα έργα / σχέδια του ΕΠ.

4.4. Άλλα Υποχρεωτικά Μέτρα Πληροφόρησης

Πέραν των πιο πάνω μέτρων ή /και στα πλαίσια υλοποίησής τους οι εμπλεκόμενοι φορείς (Διαχειριστική Αρχή, Ενδιάμεσοι Φορείς και Δικαιούχοι), με βάση τις πρόνοιες του Κανονισμού (ΕΚ) 1828/2006 της ΕΕ, είναι υποχρεωμένοι να εφαρμόσουν τα ακόλουθα (σημειώνεται ότι, όπως έχει αναφερθεί και στην **Ενότητα 4.1.3.1. Οδηγοί**, η Διαχειριστική Αρχή θα εκδώσει Κατευθυντήριες Γραμμές/Οδηγό για τα καθήκοντα και υποχρεώσεις όλων εμπλεκόμενων φορέων όσον αφορά την υλοποίηση δράσεων δημοσιότητας κλπ):

4.4.1. Μέτρο Δ1: Πλακέτες στα Κτίρια / Γραφεία / Εργοτάξια

Οι Δικαιούχοι σύμφωνα και με το Άρθρο 8 του Κεφαλαίου II του Κανονισμού (ΕΚ) 1828/2006 της Επιτροπής θα πρέπει να αναρτήσουν ευδιάκριτη και ευμεγέθη μόνιμη επεξηγηματική πινακίδα το αργότερο έξι μήνες μετά την ολοκλήρωση της πράξης που να πληροί αριθμό προϋποθέσεων. Κατά την υλοποίηση της πράξης ανάλογη πινακίδα αναρτάται στο εργοτάξιο η οποία μετά την ολοκλήρωση της πράξης αντικαθίσταται από τη μόνιμη επεξηγηματική πινακίδα.

4.4.2. Μέτρο Δ.2: Ανάρτηση Σημαίας ΕΕ

Σύμφωνα με το στοιχείο δ) της παραγράφου 2 του Άρθρου 7 του Κεφαλαίου II του Κανονισμού (ΕΚ) 1828/2006 μια εβδομάδα αρχής γενομένης της 9^{ης} Μαΐου, η σημαία της Ευρωπαϊκής Ένωσης πρέπει να αναρτάται μπροστά από τα γραφεία της Διαχειριστικής Αρχής.

4.4.3. Μέτρο Δ.3: Τεχνικά χαρακτηριστικά των μέτρων πληροφόρησης και δημοσιότητας

Σύμφωνα με το Άρθρο 9 του Κεφαλαίου II του Κανονισμού (ΕΚ) 1828/2006 όλα τα μέτρα πληροφόρησης και δημοσιότητας και τα αντίστοιχα επικοινωνιακά εργαλεία που προορίζονται για όλες τις ομάδες – στόχους δηλαδή δυνητικούς Δικαιούχους, Δικαιούχους και ευρύ κοινό θα πρέπει να περιλαμβάνουν τα εξής:

- ⊙ Το έμβλημα της Ευρωπαϊκής Ένωσης σύμφωνα με τα ορισμένα πρότυπα γραφικής παρουσίασης
- ⊙ Αναφορά στο οικείο ταμείο
- ⊙ Το επιλεγμένο λογότυπο και κεντρικό μήνυμα της Διαχειριστικής Αρχής και ανάλογα το επιμέρους μήνυμα του Επιχειρησιακού Προγράμματος.

4.4.4. Μέτρο Δ.4: Δημοσιοποίηση Καταλόγου Εγκεκριμένων Έργων / Δικαιούχων

Στην ιστοσελίδα της Διαχειριστικής Αρχής για τα Διαρθρωτικά Ταμεία και το Ταμείο Συνοχής της ΕΕ στην Κύπρο (www.structuralfunds.org.cy) υπάρχει ειδική ενότητα στην οποία θα δημοσιοποιείται για κάθε Πρόγραμμα κατάλογος με όλα τα εγκεκριμένα έργα μαζί με τους αντίστοιχους Δικαιούχους, καθώς επίσης τον αρχικό προϋπολογισμό τους και το ποσό δημόσιας χρηματοδότησης που τελικά χορηγείται κατά την ολοκλήρωσή τους, σύμφωνα με την απαίτηση του Άρθρου 7, παράγραφος 2, στοιχείο δ) του Κανονισμού (ΕΚ) 1828/2006. Ο εν λόγω κατάλογος θα επικαιροποιείται σε εξαμηνιαία βάση αλλά θα μπορεί να επικαιροποιείται και συχνότερα ανάλογα με τον όγκο των εγκεκριμένων έργων. Οι

Ενδιάμεσοι Φορείς, οι οποίοι έχουν την ευθύνη για την έγκριση έργων, θα αποστέλλουν σχετική ενημέρωση στη Διαχειριστική Αρχή για τη δημοσίευση του Καταλόγου Εγκεκριμένων Έργων / Δικαιούχων.

4.5. ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ ΜΕΤΡΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΜΕ ΣΤΟΧΟΥΣ ΚΑΙ ΟΜΑΔΕΣ-ΣΤΟΧΟΥΣ

Στον **Πίνακα 1** πιο κάτω παρουσιάζεται συνοπτικά η συσχέτιση των Μέτρων Πληροφόρησης και αντιστοίχων δυνατικών επικοινωνιακών εργαλείων με τους Στόχους στην επίτευξη των οποίων συμβάλουν, τις Ομάδες – Στόχους στις οποίες απευθύνονται και τα κεντρικά μηνύματα του κάθε Μέτρου.

Πίνακας 1: Συνοπτική παρουσίαση Μέτρων Πληροφόρησης σε σχέση με Στόχους, Ομάδες – Στόχους και Περιεχόμενο Κεντρικών Μηνυμάτων

Μέτρα Πληροφόρησης	Δυνητικά Εργαλεία	Ομάδα – Στόχος	Γενικοί Στρατηγικοί Στόχοι που εξυπηρετούνται	Ειδικό Στόχοι που εξυπηρετούνται	Περιεχόμενο κεντρικών μηνυμάτων
Μέτρο A.1 – Ταυτότητα και Κεντρικά Μηνύματα	<ul style="list-style-type: none"> • Λογότυπο • Μήνυμα 	Όλες οι ομάδες	<ul style="list-style-type: none"> • «Ρόλος ΕΕ» 	A, B, Γ, Δ, E, Z, H	- «Ρόλος ΕΕ»: Πληροφορίες που αφορούν Στρατηγική, στόχους και αποτελέσματα των προγραμμάτων
Μέτρο A.2 – Συνεχής ηλεκτρονική ενημέρωση	<ul style="list-style-type: none"> • Ιστοσελίδα • Ηλεκτρονικό Ενημερωτικό Δελτίο • Τηλεφωνική Γραμμή παροχής πληροφοριών 	Όλες οι ομάδες και ειδικότερα οι: <ul style="list-style-type: none"> • Δυνητικοί Δικαιούχοι • Δικαιούχοι 	<ul style="list-style-type: none"> • «Διαφάνεια» • «Ρόλος Ε.Ε.» 	A, B, Γ, Δ	- «Διαφάνεια»: Τεχνικές πληροφορίες & επεξήγηση διαδικασιών - «Ρόλος ΕΕ»: Πληροφορίες που αφορούν Στρατηγική, στόχους και αποτελέσματα των προγραμμάτων
Μέτρο A.3 – Έντυπο Υλικό	<ul style="list-style-type: none"> • Οδηγοί • Εκδόσεις και Άλλα Ενημερωτικά Έντυπα 	Όλες οι ομάδες	<ul style="list-style-type: none"> • «Διαφάνεια» • «Ρόλος Ε.Ε.» 	A, B, Γ, Δ, E, Z, H	- «Διαφάνεια»: Τεχνικές πληροφορίες & επεξήγηση διαδικασιών - «Ρόλος ΕΕ»: Πληροφορίες που αφορούν Στρατηγική, στόχους και αποτελέσματα των προγραμμάτων
Μέτρο A.4 –Ειδικές Εκδηλώσεις	<ul style="list-style-type: none"> • Ενημερωτικές Εκδηλώσεις/Ημερίδες 	Όλες οι ομάδες	<ul style="list-style-type: none"> • «Διαφάνεια» • «Ρόλος Ε.Ε.» 	A, B, Δ, E, Z, H	- «Διαφάνεια»: Τεχνικές

Μέτρα Πληροφόρησης	Δυνητικά Εργαλεία	Ομάδα – Στόχος	Γενικοί Στρατηγικοί Στόχοι που εξυπηρετούνται	Ειδικοί Στόχοι που εξυπηρετούνται	Περιεχόμενο κεντρικών μηνυμάτων
	<ul style="list-style-type: none"> • Road Shows • Σεμινάρια/Ημερίδες για δυνητικούς Δικαιούχους/Δικαιούχους • Σεμινάρια για δημοσιογράφους • Εκδηλώσεις στα σχολεία 				πληροφορίες & επεξήγηση διαδικασιών - «Ρόλος ΕΕ»: Πληροφορίες που αφορούν Στρατηγική, στόχους και αποτελέσματα των προγραμμάτων
Μέτρο Α. 5 – Χρήση ΜΜΕ	<ul style="list-style-type: none"> • Διαφημιστική καμπάνια • Συνεντεύξεις σε εφημερίδες • Στήλες σε Οικονομικές Εφημερίδες • Ταινία • Δελτία Τύπου 	Όλες οι ομάδες και ειδικότερα: <ul style="list-style-type: none"> • Ευρύ κοινό • Δυνητικοί δικαιούχοι 	<ul style="list-style-type: none"> • «Ρόλος Ε.Ε.» • «Διαφάνεια» 	Β, Δ, Ε, Ζ, Η	- «Διαφάνεια»: Τεχνικές πληροφορίες & επεξήγηση διαδικασιών - «Ρόλος ΕΕ»: Πληροφορίες που αφορούν Στρατηγική, στόχους και αποτελέσματα των προγραμμάτων
Μέτρο Α.6 – Εξωτερική Διαφήμιση	<ul style="list-style-type: none"> • PISA • Στέγαστρα λεωφορείων • Αφίσες • Ντύσιμο λεωφορείων 	Όλες οι ομάδες και ειδικότερα: <ul style="list-style-type: none"> • Ευρύ κοινό • Δυνητικοί δικαιούχοι 	<ul style="list-style-type: none"> • «Διαφάνεια» • «Ρόλος Ε.Ε.» 	Δ, Ζ, Η	- «Διαφάνεια»: Τεχνικές πληροφορίες & επεξήγηση διαδικασιών - «Ρόλος ΕΕ»: Πληροφορίες που αφορούν Στρατηγική, στόχους και αποτελέσματα των προγραμμάτων
Μέτρο Α.7 – Προωθητικά αντικείμενα	Πένες, conference bags, coasters, paper cubes, σημαιούλες, κλπ.	Όλες οι ομάδες και ειδικότερα: <ul style="list-style-type: none"> • Ευρύ κοινό • Δυνητικοί δικαιούχοι 	<ul style="list-style-type: none"> • «Διαφάνεια» • «Ρόλος Ε.Ε.» 	Δ, Ε, Ζ, Η	- «Διαφάνεια»: Τεχνικές πληροφορίες & επεξήγηση διαδικασιών

Μέτρα Πληροφόρησης	Δυνητικά Εργαλεία	Ομάδα – Στόχος	Γενικοί Στρατηγικοί Στόχοι που εξυπηρετούνται	Ειδικοί Στόχοι που εξυπηρετούνται	Περιεχόμενο κεντρικών μηνυμάτων
					- «Ρόλος ΕΕ»: Πληροφορίες που αφορούν Στρατηγική, στόχους και αποτελέσματα των προγραμμάτων
Μέτρο Β. 1 – Σχέσεις με ΜΜΕ	Βραβεύσεις Δημοσιογράφων	Όλες οι ομάδες και ειδικότερα: <ul style="list-style-type: none"> • Ευρύ κοινό 	<ul style="list-style-type: none"> • «Διαφάνεια» • «Ρόλος Ε.Ε.» 	Δ, Ε	<ul style="list-style-type: none"> - «Διαφάνεια»: Τεχνικές πληροφορίες & επεξήγηση διαδικασιών - «Ρόλος ΕΕ»: Πληροφορίες που αφορούν Στρατηγική, στόχους και αποτελέσματα των προγραμμάτων
Μέτρο Β. 2 – Ειδικές εκδηλώσεις	<ul style="list-style-type: none"> • Εκδρομές στα Έργα • Βραβεύσεις Επιχειρήσεων 	<ul style="list-style-type: none"> • Ευρύ Κοινό 	<ul style="list-style-type: none"> • «Ρόλος Ε.Ε.» • «Διαφάνεια» 	Β, Γ, Δ, Ε	<ul style="list-style-type: none"> - «Ρόλος ΕΕ»: Πληροφορίες που αφορούν Στρατηγική, στόχους και αποτελέσματα των προγραμμάτων - «Διαφάνεια»: Τεχνικές πληροφορίες & επεξήγηση διαδικασιών
Μέτρο Β.3 – Έντυπο Υλικό	Περιοδικές Εκδόσεις	Όλες οι ομάδες και ειδικότερα: <ul style="list-style-type: none"> • Ευρύ κοινό 	<ul style="list-style-type: none"> • «Ρόλος Ε.Ε.» • «Διαφάνεια» 	Β, Δ, Ε, Ζ, Η	<ul style="list-style-type: none"> - «Ρόλος ΕΕ»: Πληροφορίες που αφορούν Στρατηγική, στόχους και αποτελέσματα των προγραμμάτων - «Διαφάνεια»: Τεχνικές

Μέτρα Πληροφόρησης	Δυνητικά Εργαλεία	Ομάδα – Στόχος	Γενικοί Στρατηγικοί Στόχοι που εξυπηρετούνται	Ειδικοί Στόχοι που εξυπηρετούνται	Περιεχόμενο κεντρικών μηνυμάτων
					πληροφορίες & επεξήγηση διαδικασιών
Μέτρο Γ.1 – Ειδικές Δράσεις/Εκδηλώσεις	<ul style="list-style-type: none"> Περιοδική Έκδοση Ειδικά Φυλλάδια 	<ul style="list-style-type: none"> Ευρύ κοινό Δυνητικοί Δικαιούχοι 	<ul style="list-style-type: none"> «Ρόλος Ε.Ε.» «Διαφάνεια» 	B, Δ, E, Z, H	<ul style="list-style-type: none"> - «Ρόλος ΕΕ»: Πληροφορίες που αφορούν Στρατηγική, στόχους και αποτελέσματα των προγραμμάτων - «Διαφάνεια»: Τεχνικές πληροφορίες & επεξήγηση διαδικασιών
Μέτρο Γ.2 – Έντυπο Υλικό	Διοργάνωση Διαγωνισμού μεταξύ Μαθητών και Φοιτητών	Όλες οι ομάδες και ειδικότερα: <ul style="list-style-type: none"> Ευρύ κοινό 	<ul style="list-style-type: none"> «Ρόλος Ε.Ε.» «Διαφάνεια» 	B, Δ, E, Z, H	<ul style="list-style-type: none"> - «Ρόλος ΕΕ»: Πληροφορίες που αφορούν Στρατηγική, στόχους και αποτελέσματα των προγραμμάτων - «Διαφάνεια»: Τεχνικές πληροφορίες & επεξήγηση διαδικασιών
Μέτρο Δ.1 – Πλακέτες στα κτίρια / γραφεία / εργοτάξια		Ευρύ κοινό	<ul style="list-style-type: none"> «Ρόλος Ε.Ε.» 	B, Δ, E, Z, H	<ul style="list-style-type: none"> - «Ρόλος ΕΕ»: Πληροφορίες που αφορούν Στρατηγική, στόχους και αποτελέσματα των προγραμμάτων
Μέτρο Δ.2 – Ανάρτηση σημαίας ΕΕ		Ευρύ κοινό	<ul style="list-style-type: none"> «Ρόλος Ε.Ε.» 	B, Δ, E, Z, H	<ul style="list-style-type: none"> - «Ρόλος ΕΕ»: Πληροφορίες που αφορούν Στρατηγική, στόχους και αποτελέσματα των προγραμμάτων

Μέτρα Πληροφόρησης	Δυνητικά Εργαλεία	Ομάδα – Στόχος	Γενικοί Στρατηγικοί Στόχοι που εξυπηρετούνται	Ειδικοί Στόχοι που εξυπηρετούνται	Περιεχόμενο κεντρικών μηνυμάτων
					προγραμμάτων
Μέτρο Δ.3 – Χρήση εμβλήματος της ΕΕ, αναφορά στο οικείο Ταμείο και χρήση επιλεγμένου μηνύματος της Διαχειριστικής Αρχής σε όλα τα μέτρα πληροφόρησης		Ευρύ κοινό	<ul style="list-style-type: none"> «Ρόλος Ε.Ε.» 	Β, Δ, Ε, Ζ, Η	- «Ρόλος ΕΕ»: Πληροφορίες που αφορούν Στρατηγική, στόχους και αποτελέσματα των προγραμμάτων
Μέτρο Δ.4 – Δημοσιοποίηση Καταλόγου Εγκεκριμένων Έργων / Δικαιούχων		Ευρύ κοινό	<ul style="list-style-type: none"> «Διαφάνεια» 	Β, Δ	- «Διαφάνεια»: Τεχνικές πληροφορίες & επεξήγηση διαδικασιών

5. ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΕΣ ΦΑΣΕΙΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΜΕΤΡΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΩΝ ΕΡΓΑΛΕΙΩΝ – ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟ ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ

Για την εφαρμογή των Μέτρων Πληροφόρησης και Δημοσιότητας και των αντίστοιχων δυναμικών επικοινωνιακών εργαλείων που αναφέρονται στο *Κεφαλαίο 4* προβλέπεται μια αλληλουχία φάσεων επικοινωνίας κλιμακούμενου χαρακτήρα. Κάθε φάση αποτελεί συνέχεια, συμπλήρωση και εξειδίκευση της προηγούμενης φάσης. Τρεις είναι οι βασικές φάσεις επικοινωνίας:

- **Α' Φάση** (ενδεικτική περίοδος: 2007 – 2008): Γενική πληροφόρηση για τα Επιχειρησιακά Προγράμματα και τις δράσεις τους - εναρκτήρια εκδήλωση.
- **Β' Φάση** (ενδεικτική περίοδος: 2008 – 2010): Δημιουργία γνώσης για τα Προγράμματα και τους Στόχους/Άξονες Προτεραιότητας/Κατηγορίες Έργων/Δράσεων τους στις διάφορες Ομάδες (κοινά) στόχους και κυρίως στους δυναμικούς Δικαιούχους για εύκολη πρόσβαση στις επιμέρους κατηγορίες έργων και στις ευκαιρίες που προσφέρουν.
- **Γ' Φάση** (ενδεικτική περίοδος: 2011 – 2015): Διάδοση των επιτευχθέντων αποτελεσμάτων

Οι φάσεις αυτές αναπόφευκτα παρουσιάζουν σημεία χρονικής επικάλυψης. Θα εξειδικεύονται όμως σε επιμέρους φάσεις σύμφωνα με τις διαφοροποιούμενες επικοινωνιακές ανάγκες και τις γενικότερες εξελίξεις καθώς και τις ανάγκες του κάθε Προγράμματος. Ενδεικτικό χρονοδιάγραμμα σχεδιασμού και υλοποίησης των μέτρων πληροφόρησης και δημοσιότητας παρουσιάζεται ως Παράρτημα.

Η **Πρώτη Φάση** αφορά στη γενική πληροφόρηση σχετικά με τα δυο Επιχειρησιακά Προγράμματα, το βασικό τους περιεχόμενο (άξονες, ευκαιρίες χρηματοδότησης αναμενόμενα αποτελέσματα) ξεκίνησε με την έγκριση των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και την Εναρκτήρια Εκδήλωση. Κατά τη φάση αυτή η ΔΑ μεριμνά για τη διάδοση πληροφόρησης με απλό και κατανοητό τρόπο με την εφαρμογή μέρους ορισμένων Μέτρων και επικοινωνιακών εργαλείων που αναφέρονται στο *Κεφαλαίο 4*. Ενδεικτικά εφαρμόζονται μεταξύ άλλων τα εξής:

- Εναρκτήρια Εκδήλωση και Ετήσιες Εκδηλώσεις (κατά την διάρκεια της εν λόγω Φάσης) και δημοσιοποίηση τους
- Ορισμός Υπευθύνων Πληροφόρησης στη ΔΑ και ΕΦ
- Έντυπη έκδοση του ΕΣΠΑ και των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων
- Έκδοση Περιλήψεων των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων, που θα αποτελεί τον ενημερωτικό οδηγό βασικών γνώσεων για τα προγράμματα και για τη συμβολή των ταμείων της ΕΕ.

- Δημιουργία /Αναβάθμιση και διάδοση της Ιστοσελίδας
- Ηλεκτρονική και άλλη Επικοινωνία: Ενημερωτική αλληλογραφία, e-mails, κλπ.
- Ενημερωτικές Ημερίδες και συναντήσεις, συνεντεύξεις τύπου κλπ.

Η **Δεύτερη Φάση** έχει στόχο την απόκτηση γνώσης για το περιεχόμενο και την εξέλιξη των Προγραμμάτων, τα κριτήρια και τις διαδικασίες ένταξης των έργων, τη διαχείριση και την παρακολούθηση των προγραμμάτων. Κατά τη φάση αυτή τα μέτρα πληροφόρησης και η χρήση των επικοινωνιακών εργαλείων θα επικεντρωθεί προς τους δυνητικούς δικαιούχους. Η ΔΑ και οι ΕΦ θα προωθήσουν μεταξύ άλλων τα ακόλουθα:

- Έκδοση Κατευθύνσεων από τη ΔΑ προς τους ΕΦ, στα πλαίσια Διαδικασιών Ένταξης Έργων, σχετικά με την πληροφόρηση και τη δημοσιοποίηση των Προσκλήσεων Υποβολής Προτάσεων και ενημέρωση των δυνητικών δικαιούχων
- Έκδοση και δημοσιοποίηση των Προσκλήσεων Υποβολής Προτάσεων και παράλληλα η έκδοση και διανομή ειδικών σχετικών οδηγιών προς δυνητικούς δικαιούχους
- Συστηματική οργάνωση θεματικών συναντήσεων και σεμιναρίων/ με τους δυνητικούς δικαιούχους και τους δικαιούχους
- Συστηματική χρήση και συνεχής τροφοδότηση/αναβάθμιση της Ιστοσελίδας και της Ηλεκτρονικής Ενημέρωσης
- Έκδοση Οδηγιών προς Δικαιούχους για τήρηση των υποχρεώσεων τους όσον αφορά την πληροφόρηση και δημοσιότητα
- Ειδικά ενημερωτικά / περιοδικά ενημερωτικά έντυπα
- Περιοδικές συνεντεύξεις Τύπου
- Παρουσίαση καλών παραδειγμάτων και καλών πρακτικών

Η **Τρίτη Φάση** επικοινωνίας, έχει στόχο την προβολή της πλήρους εξέλιξης των Προγραμμάτων, με έμφαση στην πληροφόρηση και δημοσιότητα των επιτευχθέντων αποτελεσμάτων, στην προβολή υλοποιηθέντων έργων και καλών πρακτικών. Σημειώνεται ότι επειδή τα έργα που εντάσσονται στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Απασχόληση, Ανθρώπινο Κεφάλαιο και Κοινωνική Συνοχή» είναι σε μεγάλο βαθμό για άυλες ενέργειες η προβολή τους θα γίνεται και κατά τη διάρκεια υλοποίησής τους. Ορισμένα από τα μέτρα /εργαλεία που θα χρησιμοποιηθούν είναι τα εξής:

- Ολοκληρωμένη Διαφημιστική καμπάνια
- Αξιοποίηση Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης
- Ηλεκτρονική Ενημέρωση
- Ετήσιες Εκδηλώσεις και άλλες Ειδικές Εκδηλώσεις
- Επισκέψεις σε Έργα -Προβολή καλών παραδειγμάτων – καλών πρακτικών

Ο **Πίνακας 2** πιο κάτω παρουσιάζει συνοπτικά τα μέτρα πληροφόρησης και τις αντίστοιχες Επικοινωνιακές Φάσεις κατά τις οποίες αυτά θα υλοποιηθούν καθώς και τις αντίστοιχες ομάδες – στόχους στις οποίες τα μέτρα απευθύνονται.

Πίνακας 2
Μέτρα Πληροφόρησης και Εργαλεία σε σχέση με
τις τρεις Επικοινωνιακές φάσεις και τις ομάδες – στόχους

Μέτρα Πληροφόρησης & Δημοσιότητας		Δυνητικά Εργαλεία	Επικοινωνιακές Φάσεις			Απευθυνόμενο Κοινό		
			Φάση Α' 2007-2008	Φάση Β' 2008-2010	Φάση Γ' 2011-2015	Δυνητικοί δικαιούχοι	Δικαιούχοι	Ευρύ κοινό
Υποχρεωτικά Μέτρα	Εναρκτήρια Εκδήλωση		•			•	•	•
	Ετήσια Εκδήλωση		•	•	•	•	•	•
	Χρήση εμβλήματος ΕΕ, αναφορά στο οικείο ταμείο και χρήση επιλεγμένου μηνύματος της ΔΑ στα μέτρα		•	•	•			•
	Ανάρτηση σημαίας ΕΕ 9-16 Μαΐου		•	•	•			•
	Δημοσιοποίηση καταλόγου δικαιούχων		•	•	•	•		•
	Πλακέτες στα κτίρια			•	•			•
Κοινά Μέτρα	Ταυτότητα & Κεντρικά μηνύματα			•		•	•	•
	Συνεχής ηλεκτρονική ενημέρωση	Ιστοσελίδα	•	•	•	• +	• +	•
		Ηλεκτρονικό ενημερωτικό Δελτίο	•	•	•	• +	• +	•
		Τηλεφωνική Γραμμή παροχής πληροφοριών	•	•		• +	• +	•
	Έντυπο υλικό	Οδηγοί	•	•		•	•	
		Εκδόσεις και άλλα ενημερωτικά έντυπα	•	•	•	•	•	•
	Ειδικές εκδηλώσεις	Ενημερωτικές εκδηλώσεις / Ημερίδες	•	•	•	•	•	•

Μέτρα Πληροφόρησης & Δημοσιότητας		Δυνητικά Εργαλεία	Επικοινωνιακές Φάσεις			Απευθυνόμενο Κοινό		
			Φάση Α' 2007-2008	Φάση Β' 2008-2010	Φάση Γ' 2011-2015	Δυνητικοί δικαιούχοι	Δικαιούχοι	Ευρύ κοινό
		Road Shows		•				•
		Σεμινάρια / Ημερίδες για δυνητικούς δικαιούχους / δικαιούχους	•	•		•	•	
		Σεμινάρια για δημοσιογράφους	•	•				•
		Εκδηλώσεις σε σχολεία	•	•	•			•
Χρήση ΜΜΕ		Διαφημιστική καμπάνια			•	•		• +
		Συνεντεύξεις σε εφημερίδες	•	•	•	•	•	• +
		Στήλες σε οικονομικές εφημερίδες		•	•	•	•	• +
		Ταινία		•	•			• +
		Δελτία Τύπου	•	•	•	•	•	•
Εξωτερική Διαφήμιση		PISA		•	•			•
		Στέγαστρα λεωφορείων		•	•			•
		Αφίσες		•	•			•
		Ντύσιμο λεωφορείων		•	•			•
Πρωθητικά αντικείμενα		Πένες, μπρελόκ, coasters, ρίγες, κλπ.		•	•			•
		«Αειφόρος ανάπτυξη & ανταγωνιστικότητα»						

Μέτρα Πληροφόρησης & Δημοσιότητας		Δυνητικά Εργαλεία	Επικοινωνιακές Φάσεις			Απευθυνόμενο Κοινό		
			Φάση Α' 2007-2008	Φάση Β' 2008-2010	Φάση Γ' 2011-2015	Δυνητικοί δικαιούχοι	Δικαιούχοι	Ευρύ κοινό
Επί μέρους μέτρα	Σχέσεις με ΜΜΕ	Βραβεύσεις δημοσιογράφων		•	•			•
	Ειδικές εκδηλώσεις	Εκδρομές στα έργα		•	•			•
		Βραβεύσεις επιχειρήσεων		•	•	•	•	
	Έντυπο υλικό	Περιοδικές εκδόσεις		•	•	•	•	• +
	«Απασχόληση, Ανθρώπινο κεφάλαιο και κοινωνική συνοχή»							
	Ειδικές εκδηλώσεις	Διαγωνισμός μεταξύ μαθητών / φοιτητών		•	•			•
	Έντυπο υλικό	Περιοδική έκδοση		•	•	•	•	• +
		Ειδικά φυλλάδια		•	•	•		•

Όπου • + σημαίνει ειδικά αυτές οι ομάδες

6. ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ

6.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Σύμφωνα με το Άρθρο 2 παράγραφος 2, στοιχείο ε) του Κεφαλαίου II του Κανονισμού (ΕΚ) 1828/2006, το Επικοινωνιακό Σχέδιο πρέπει να περιλαμβάνει: «ένδειξη του τρόπου με τον οποίο τα μέτρα πληροφόρησης και δημοσιότητας πρέπει να αξιολογούνται όσον αφορά την προβολή και την αναγνωρισιμότητα των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων και του ρόλου που διαδραματίζει η Κοινότητα».

Η διαδικασία της παρακολούθησης και αξιολόγησης θα έχει γενικότερα ως στόχο την καλύτερη δυνατή και αποτελεσματική αξιοποίηση των μέτρων/εργαλείων Πληροφόρησης και Δημοσιότητας.

Στον παρόν κεφάλαιο παρουσιάζεται η όλη προσέγγιση που θα ακολουθηθεί σε σχέση με τις δράσεις αξιολόγησης του συστήματος παρακολούθησης του Σχεδίου Επικοινωνίας. Ειδικότερα το παρόν κεφάλαιο περιέχει τα ακόλουθα:

- Το γενικό περίγραμμα της μεθοδολογίας παρακολούθησης και αξιολόγησης και των εργαλείων που θα χρησιμοποιηθούν για τη συλλογή των απαραίτητων στοιχείων
- Τον καθορισμό των δεικτών Υλοποίησης / Εκροών, Αποτελεσμάτων και Επιπτώσεων
- Το πλαίσιο υποβολής των σχετικών εκθέσεων.

6.2 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ/ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ

Σκοπός της μεθοδολογίας που υιοθετείται για την παρακολούθηση και αξιολόγηση είναι η επιμέτρηση του βαθμού επίτευξης των Γενικών και Ειδικών Στόχων του Επικοινωνιακού Σχεδίου καθώς και της αποδοτικότητας της επικοινωνιακής στρατηγικής. Η παρακολούθηση και αξιολόγηση των επιμέρους μέτρων/εργαλείων πληροφόρησης θα γίνεται με βάση τη συμβολή τους στην επίτευξη των στόχων του Επικοινωνιακού Σχεδίου. Τα μέσα που θα χρησιμοποιηθούν για την παρακολούθηση και αξιολόγηση θα είναι ανάλογα των μέτρων πληροφόρησης και δημοσιότητας που περιέχονται στο Σχέδιο.

Τα **βασικά ερωτήματα της αξιολόγησης** (Key Evaluation Questions) θα είναι τα ακόλουθα :

- Έχει υλοποιηθεί η Στρατηγική και τα Μέτρα Δημοσιότητας και Πληροφόρησης σύμφωνα με τους ποσοτικούς και ποιοτικούς στόχους που έχουν τεθεί;
- Σε ποιο βαθμό υλοποιούνται οι Γενικοί και οι Ειδικόί Στόχοι του Σχεδίου;
- Πόσο αποτελεσματικά ήταν τα Μέτρα Πληροφόρησης και Δημοσιότητας και σε ποιο βαθμό συνέβαλαν στην επίτευξη των Στόχων του Σχεδίου;
- Υπάρχουν άλλοι παράγοντες που επηρεάζουν την πορεία επίτευξης των στόχων του Σχεδίου;
- Τα αποτελέσματα είναι ικανοποιητικά ή υπάρχουν περιθώρια βελτίωσης και προσαρμογής του περιεχομένου της Στρατηγικής και συγκεκριμένων Μέτρων Πληροφόρησης και Δημοσιότητας;

Για τη μέτρηση, παρακολούθηση και αξιολόγηση της πορείας επίτευξης των στόχων του Σχεδίου και της αποτελεσματικότητας και αποδοτικότητας της Επικοινωνιακής Στρατηγικής και των μέτρων πληροφόρησης, θα χρησιμοποιηθεί ένας αριθμός δεικτών. Οι δείκτες διαχωρίζονται στις ακόλουθες κατηγορίες:

- **Δείκτες Επίπτωσης** – οι οποίοι επιμετρούν τις επιπτώσεις συνολικά όλων των μέτρων πληροφόρησης σε σχέση με τους Γενικούς και Ειδικούς στόχους του Σχεδίου
- **Δείκτες Αποτελέσματος** – οι οποίοι καταγράφουν το αποτέλεσμα του κάθε Μέτρου ως προς τους αποδέκτες ή ωφελούμενους
- **Δείκτες Εκροών (Υλοποίησης)** – οι οποίοι καταγράφουν τις εκροές των μέτρων πληροφόρησης και των επικοινωνιακών εργαλείων

Η παρακολούθηση και αξιολόγηση θα γίνεται μέσω συνεχούς συλλογής στοιχείων ούτως ώστε να παρακολουθούνται και να επιμετρούνται σε τακτική βάση καθ' όλη τη διάρκεια της προγραμματικής περιόδου τα αποτελέσματα των δράσεων δημοσιότητας που υλοποιούνται και να εξετάζεται η πρόοδος της εφαρμογής του Επικοινωνιακού Σχεδίου για σκοπούς λήψης ανάλογων αποφάσεων.

Ειδικότερα για τη συλλογή και αποτίμηση των δεδομένων που χρειάζονται για τη συνεχή παρακολούθηση και αξιολόγηση των δεικτών σχετικά με τη Στρατηγική, τα Μέτρα Δημοσιότητας και Πληροφόρησης καθώς και τα εργαλεία επικοινωνίας, θα χρησιμοποιηθούν τα **ακόλουθα μέσα /εργαλεία καταγραφής και συλλογής των πληροφοριών:**

- **Συνεχής παρακολούθηση του Τύπου/ MME** με στόχο τη συλλογή πληροφοριών, τόσο σε επίπεδο κάθε Προγράμματος όσο σε επίπεδο έργου. Θα παρακολουθούνται όλα ανεξαιρέτως τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης ώστε να καταγράφονται ποσοτικά οι καταχωρήσεις, τα Δελτία Τύπου, οι συνεντεύξεις και κάθε δημοσίευση που αφορά τα προγράμματα και τα έργα. Η παρακολούθηση του Τύπου πρέπει να είναι συνεχής σε όλες τις επικοινωνιακές φάσεις.
- **Εγγραφή σε Έρευνες MME**, οι οποίες καταγράφουν τη τηλεθέαση/ακροαματικότητα κατά χρονική περίοδο σε συγκεκριμένους τηλεοπτικούς και ραδιοφωνικούς σταθμούς όπως επίσης και σε έρευνες αναγνωσιμότητας συγκεκριμένων εφημερίδων και άλλων περιοδικών εκδόσεων κ.α. Στοιχεία των ερευνών θα χρησιμοποιηθούν για την κατάρτιση media planning της επικοινωνιακής στρατηγικής σε όλες τις επικοινωνιακές φάσεις της πληροφόρησης.
- **Ειδικό Λογισμικό Πρόγραμμα Διαδικτύου (Web Software)** για τη μέτρηση των επισκέψεων στην ιστοσελίδα και άλλων σχετικών πληροφοριών σε σχέση με την ιστοσελίδα της ΔΑ.
- **Διατήρηση και Διαχείριση Αρχείου Πληροφόρησης και Επικοινωνίας** από τη Διαχειριστική Αρχή και άλλους Εμπλεκόμενους Φορείς για την καταγραφή αντικειμένων, διαφημίσεων και δημοσιεύσεων που παράγονται και διανέμονται, σε επίπεδο Προγράμματος.
- **Παρουσιολόγια**, τα οποία θα χρησιμοποιούνται σε όλες τις εκδηλώσεις πληροφόρησης και δημοσιότητας ώστε να γίνεται καταγραφή / εγγραφή αυτών που θα παρευρεθούν (αριθμός συμμετεχόντων) με πλήρη στοιχεία. Ανάλογα με την εκδήλωση θα συλλέγονται και ποιοτικά στοιχεία (είδος επιχείρησης, τομέας, κλπ.).
- **Φύλλα Αξιολόγησης (Evaluation and Feedback Sheets)** εκδηλώσεων πληροφόρησης.
- **Έρευνες Αγοράς** (τόσο ποιοτικές όσο και ποσοτικές). Οι έρευνες αγοράς θα χρησιμοποιηθούν με στόχο τη συλλογή έγκυρων πληροφοριών για την αξιολόγηση του Σχεδίου Επικοινωνίας. Οι έρευνες θα διεξάγονται κατά τακτά χρονικά διαστήματα και ανάλογα θα είναι τηλεφωνικές ή με προσωπικές συνεντεύξεις. Ανάλογα με την έρευνα το δείγμα θα στρωματοποιείται κατάλληλα λαμβάνοντας υπόψη τις διάφορες υποομάδες των ομάδων-στόχων. Θα χρησιμοποιηθούν κυρίως οι εξής τύποι ερευνών:
 - **Προέλεγχος – pre-test:** Ο προέλεγχος είναι απαραίτητος για τη διασφάλιση αντικειμενικής αξιολόγησης της επικοινωνιακής καμπάνιας και κατ' επέκταση της επίτευξης των στόχων. Κατά τον προέλεγχο της διαφημιστικής καμπάνιας θα γίνεται αποκλειστικά η χρήση του εργαλείου

της ποιοτικής έρευνας (one-on-one, face-to-face interviews) και σε αυτό το στάδιο θα πρέπει να συλλεχθούν πληροφορίες για να καθοριστεί η υφιστάμενη κατάσταση (baseline) όσον αφορά κυρίως την γνώση (Awareness).

- **Έλεγχος αποτελεσματικότητας Post testing** (Awareness & Recall Test): Η έρευνα αυτή θα δώσει πολύ σημαντικά στοιχεία για την αποτελεσματικότητα της επικοινωνιακής εκστρατείας. Μπορούν να χρησιμοποιηθούν δύο ειδών έρευνες: Τηλεφωνικές ή / και προσωπικές έρευνες στις ομάδες – στόχους: το ευρύ κοινό, τους δυνητικούς δικαιούχους και τους Δικαιούχους που έχουν ήδη εγκριθεί και συμμετέχουν σε έργο / έργα των ΕΠ. Οι ερωτήσεις στο ερωτηματολόγιο που θα χρησιμοποιηθεί θα αποτελούν συνδυασμό «κλειστών» και «ανοικτών» ερωτήσεων ώστε να συλλεχθούν ποσοτικά αλλά και ποιοτικά στοιχεία.

Άλλες πηγές πληροφόρησης μπορεί να περιλαμβάνουν επίσης αναφορά σε εθνικές έρευνες αλλά και ευρωπαϊκές έρευνες, όπως την βάση δεδομένων του Ευρωβαρόμετρου που διεξάγεται από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και η οποία αναφέρεται σε έρευνες αγοράς στην ΕΕ, όπως επίσης και σε Ανεξάρτητες Κοινωνικές Έρευνες σε ευρωπαϊκά θέματα τα οποία στηρίζονται από τα ευρωπαϊκά ταμεία έρευνας.

Οι παραπάνω μέθοδοι συλλογής στοιχείων, μπορεί να πραγματοποιηθούν από την Ομάδα Δημοσιότητας (Διαχειριστική Αρχή), ενώ η αξιολόγηση θα διενεργηθεί από εξωτερικούς εμπειρογνώμονες.

6.3 ΔΕΙΚΤΕΣ

6.3.1 Δείκτες Επίπτωσης

Ο βαθμός επίτευξης τόσο των Γενικών Στόχων (διασφάλιση της διαφάνειας και ανάδειξη του ρόλου της Ευρωπαϊκής Ένωσης) ως αποτέλεσμα όλων των Μέτρων Πληροφόρησης και Δημοσιότητας που σωρευτικά θα υλοποιηθούν, επιμετρείται γενικότερα με τους ακόλουθους συνολικούς Δείκτες Επίπτωσης:

- *Αύξηση του βαθμού Ενημέρωσης στο κοινό για την Πολιτική Συνοχής της ΕΕ και των επιτευγμάτων της*
- *Αύξηση της Θετικής Άποψης του κοινού για την Πολιτική Συνοχής της ΕΕ*

Οι πιο πάνω συνολικοί Δείκτες Επίπτωσης που επιμετρούνται με συγκεκριμένες έρευνες αγοράς όπως έχουν περιγραφεί στο **Κεφάλαιο 6.2**. **Ο στόχος είναι οι πάνω δείκτες να αυξάνονται κατά 3% σε σχέση με προηγούμενη έρευνα**. Οι εν λόγω έρευνες θα έχουν κυρίως ως ζητούμενο, με τα ερωτήματα που θα τεθούν την επιμέτρηση του βαθμού ενημέρωσης για το περιεχόμενο των ΕΠ, την αύξηση του βαθμού γνώσης για την ύπαρξη χρηματοδοτικών ευκαιριών και των αποτελέσματα τους, καθώς και το βαθμό γνώσης για συγκεκριμένα έργα σε κάθε ΕΠ.

Επιπλέον από τους γενικούς Δείκτες Επίπτωσης, έχουν καθοριστεί Δείκτες Επίπτωσης για κάθε Ειδικό Στόχο, οι οποίοι παρουσιάζονται στον **Πίνακα 4**. Στον εν λόγω Πίνακα παρουσιάζεται και η μεθοδολογία μέτρησης του κάθε Δείκτη. Γενικότερα αναφέρεται ότι οι τιμές βάσης και στόχου θα καθοριστούν με βάση τις έρευνες που περιγράφονται στην **Ενότητα 6.2** (π.χ. ad hoc Pre-testing ποιοτικές έρευνες με τη χρήση συνεντεύξεων / Post-testing ποιοτική έρευνα με τη χρήση συνεντεύξεων, Pre / Post-testing ποσοτικές έρευνες με τη χρήση ερωτηματολογίου) που θα διεξαχθούν κυρίως πριν και μετά από μεγάλες και ολοκληρωμένες επικοινωνιακές εκστρατείες κατά την περίοδο εφαρμογής του Σχεδίου Επικοινωνίας μέχρι το 2015. Οι έρευνες θα εξειδικεύονται ανάλογα ώστε να επιμετρούν τις επιπτώσεις ανά ομάδα-στόχο (target groups).

Πίνακας 4: Δείκτες Επίπτωσης του Επικοινωνιακού Σχεδίου

Ειδικός Στόχος	Δείκτης	Μονάδα	Μεθοδολογία Αξιολόγησης
<p>A. Σαφής και λεπτομερής πληροφόρηση, σε συνθήκες πλήρους διαφάνειας, προς όλους τους δυνητικούς Δικαιούχους για τις ευκαιρίες χρηματοδότησης που παρέχονται στα πλαίσια της υλοποίησης του κάθε Προγράμματος και τις σχετικές διαδικασίες και όρους χρηματοδότησης.</p>	<p>Αύξηση του Βαθμού Γνώσης (public knowledge) ανάμεσα στους δυνητικούς Δικαιούχους για τα Διαρθρωτικά Ταμεία και το Ταμείο Συνοχής 2007 - 2013</p>	<p>% ενημέρωσης (awareness) των ευκαιριών που παρέχονται στα πλαίσια της Πολιτικής Συνοχής</p>	<p>Η επιμέτρηση θα γίνει με ειδική στρωματοποιημένη δειγματοληπτική έρευνα ανά τύπο δυνητικού Δικαιούχου για κάθε ΕΠ. Η ενδεικτική τιμή στόχου για το τέλος της προγραμματικής περιόδου καθορίζεται στο 60%.</p>
<p>B. Δημιουργία και λειτουργία ενός αξιόπιστου και προσβάσιμου μηχανισμού παροχής πληροφόρησης και αποτελεσματικής επικοινωνίας για τις παρεμβάσεις του κάθε Επιχειρησιακού Προγράμματος και τις χρηματοδοτήσεις που παρέχονται από τα σχετικά Ταμεία της ΕΕ</p>	<p>Αύξηση του βαθμού Ενημέρωσης του κοινού για τα Έργα / Δράσεις που χρηματοδοτούνται στα πλαίσια των δυο Επιχειρησιακών Προγραμμάτων</p>	<p>% γνώσης (αυθόρμητη απάντηση) στο ευρύ κοινό για έργα/δράσεις/τομείς που συγχρηματοδοτούνται από τα Ταμεία και στα δυο ΕΠ που εντάσσονται στην Πολιτικής Συνοχής</p>	<p>Η επιμέτρηση του θα επιτευχθεί μέσω ερευνών του κοινού (Τηλεφωνικές συνεντεύξεις κλπ) με το κατάλληλο ερωτηματολόγιο καταγράφοντας τις αυθόρμητες απαντήσεις για τη γνώση συγκεκριμένων βασικών έργων που έχουν συγχρηματοδοτηθεί σε κάθε ΕΠ. Η ενδεικτική τιμή στόχου για το τέλος της προγραμματικής περιόδου καθορίζεται στο 25% αυθόρμητων απαντήσεων για παρεμβάσεις που έχουν υλοποιηθούν ή υλοποιούνται.</p>
<p>Γ. Διασφάλιση ότι όλοι οι φορείς που εμπλέκονται στην υλοποίηση των</p>	<p>Αύξηση του Βαθμού Ευκολίας στην</p>	<p>% θετικής άποψης για τον Βαθμό Ευκολίας στην</p>	<p>Η επιμέτρηση του δείκτη θα γίνει μέσω των κατάλληλων ερευνών κοινού με το κατάλληλο</p>

Ειδικός Στόχος	Δείκτης	Μονάδα	Μεθοδολογία Αξιολόγησης
<p>Επιχειρησιακών Προγραμμάτων και ιδιαίτερα οι Δικαιούχοι τηρούν τις αρχές της δημοσιότητας και πληροφόρησης και είναι πλήρως ενημερωμένοι για τις υποχρεώσεις τους σύμφωνα με τις πρόνοιες των σχετικών Κανονισμών της ΕΕ.</p>	<p>πρόσβαση σε πληροφορίες όσον αφορά τα Διαρθρωτικά Ταμεία και το Ταμείο Συνοχής</p>	<p>πρόσβαση σε πληροφορίες όσον αφορά τα Διαρθρωτικά Ταμεία και το Ταμείο Συνοχής</p>	<p>ερωτηματολόγιο για τη διαβάθμιση της ευκολίας πρόσβασης στη πληροφόρηση. Ενδεικτική Τιμή Στόχος καθορίζεται το 70% θετικών απαντήσεων</p>
<p>Δ. Ενημέρωση και τακτική πληροφόρηση των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, των εμπλεκόμενων φορέων συμπεριλαμβανομένων των φορέων τοπικής αυτοδιοίκησης, των κοινωνικών και οικονομικών εταίρων και το ευρύ κοινού για το ρόλο της ΕΕ μέσω της χρηματοδότησης των Διαρθρωτικών Ταμείων και του Ταμείου Συνοχής και της υλοποίησης των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων.</p>	<p>Αύξηση του βαθμού γνώσης στο κοινό (perceived Public Knowledge) για τα δυο ΕΠ και την Πολιτική Συνοχής της ΕΕ</p>	<p>% βασικής γνώσης για τα δυο ΕΠ και την Πολιτική Συνοχής</p>	<p>Η επιμέτρηση θα γίνει με κατάλληλες έρευνες (μετά από διαφημιστική εκστρατεία ή ενδιάμεση και εκ των υστέρων) καταγράφοντας στις διάφορες υποομάδες του κοινού το βαθμό βασικής γνώσης για τα δυο ΕΠ και την Πολιτική Συνοχής. Η ενδεικτική τιμή στόχου για το τέλος της προγραμματικής περιόδου καθορίζεται στο 60% των ερωτηθέντων να κατέχουν βασική γνώση.</p>
<p>Ε. Προβολή του περιεχομένου και των στόχων όλων των επιμέρους Αξόνων Προτεραιότητας του κάθε Επιχειρησιακού Προγράμματος, διασφαλίζοντας ότι αναδεικνύεται η συμμετοχή του συγκεκριμένου Ταμείου που χρηματοδοτεί το κάθε Επιχειρησιακό Πρόγραμμα / Άξονα Προτεραιότητας.</p>	<p>Αύξηση του βαθμού αντίληψης (public perception) για τα οφέλη που προκύπτουν από την Πολιτική Συνοχής</p>	<p>% θετικής άποψης (positive attitude) για την Πολιτική Συνοχής και το κάθε επιμέρους Ταμείο</p>	<p>Η ενδεικτική τιμή στόχου για το τέλος της προγραμματικής περιόδου καθορίζεται στο 65% των ερωτηθέντων να έχουν θετική άποψη για τα οφέλη της Πολιτικής Συνοχής και των επιμέρους Ταμείων.</p>
<p>Η. Διασφάλιση ότι όλα τα αποτελέσματα από την υλοποίηση των έργων και δράσεων που</p>	<p>Αύξηση της αντίληψης του κοινού για τα οφέλη</p>	<p>% θετικής άποψης για τα οφέλη από την ένταξη της</p>	<p>Παρόλο που ο δείκτης αυτός δεν εξαρτάται μόνο από τα αποτελέσματα της υλοποίησης</p>

Ειδικός Στόχος	Δείκτης	Μονάδα	Μεθοδολογία Αξιολόγησης
<p>συγχρηματοδοτούνται από τα Ταμεία της ΕΕ στα πλαίσια του κάθε ΕΠ είναι ορατά στο ευρύ κοινό.</p>	<p>από την ένταξη της Κύπρου στη ΕΕ</p>	<p>Κύπρου στη ΕΕ</p>	<p>των μέτρων επικοινωνίας του παρόντος Σχεδίου, τίθενται για να καταγράψει το βαθμό ορατότητας στο κοινό των οφελών από τα ΔΤ. Με βάση την έρευνα που έγινε για τα προγράμματα της περιόδου 2004 – 2006, διαφάνηκε ότι 56% των ερωτηθέντων πιστεύει ότι η Κύπρος έχει επωφεληθεί αρκετά έως πολύ αρκετά από την ένταξη της στην ΕΕ. Στόχος είναι το ποσοστό αυτό να αυξηθεί στο 65%.</p>

6.3. 2 Δείκτες Υλοποίησης και Αποτελέσματος

Για την αξιολόγηση των Μέτρων Πληροφόρησης όπως περιγράφονται στο **Κεφάλαιο 4** έχουν τεθεί Δείκτες Υλοποίησης και Αποτελέσματος οι οποίοι παρουσιάζονται στον **Πίνακα 5**. Η επιμέτρηση των εν λόγω Δεικτών, θα γίνεται με τα εργαλεία συνεχούς παρακολούθησης όπως έχουν περιγραφεί στην **Ενότητα 6.2**. Για κάθε Δείκτη έχει τεθεί μια ενδεικτική τιμή στόχου (μέχρι το τέλος της προγραμματικής περιόδου εκτός αν καθορίζεται διαφορετικά), η οποία παρουσιάζεται στο πινάκα. Οι τιμές στόχου του κάθε Δείκτη θα επανεξετάζονται με βάση την εξέλιξη υλοποίησης του Σχεδίου και τα στοιχεία που θα συλλέγονται. Σημειώνεται ότι εν λόγω Δείκτες θα εξειδικεύονται όπου είναι δυνατόν κατά ΕΠ και Ταμείο, λαμβάνοντας υπόψη τις διαφορετικές Ομάδες Στόχου.

Πίνακας 5: Δείκτες Υλοποίησης, Αποτελέσματος κατά Μέτρο Πληροφόρησης

Μέτρο Πληροφόρησης	Δείκτης Υλοποίησης	Δείκτης Αποτελέσματος	Ειδικόί Στόχοι
Συνεχής Ηλεκτρονική Ενημέρωση	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Αριθμός σελίδων website pages στην ιστοσελίδα: 150 ▪ Αριθμός άλλων ιστοσελίδων με link στην ιστοσελίδα της ΔΑ: 8 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Αριθμός επισκέψεων (visitors sessions) στην Ιστοσελίδα της ΔΑ την ημέρα: 40 ▪ Αριθμός ερωτημάτων το χρόνο: 50 	ΟΛΟΙ
Έντυπο και Οπτικοακουστικό Υλικό	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Αριθμός ενημερωτικών εντύπων/ οδηγών / φυλλαδίων/ άλλων εκδόσεων: 20 ▪ Αριθμός ταινιών που θα παραχθεί : 3 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Αριθμός εντύπων που διακινήθηκαν / διανεμήθηκαν: 250000 ▪ Αριθμός προβολών των ταινιών: 30 (εξαιρούνται τα Road Shows) 	ΟΛΟΙ
Ειδικές Εκδηλώσεις / Ημερίδες	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Αριθμός εκδηλώσεων: 40 ▪ Αριθμός Προσκεκλημένων: 8000 (εξαιρούνται τα Road Shows) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Αριθμός συμμετεχόντων και σύγκριση μεταξύ προσκεκλημένων και συμμετεχόντων: 20% ▪ Βαθμός ικανοποίησης των συμμετεχόντων: 60% ▪ Αριθμός αιτημάτων για περισσότερες πληροφορίες: 8 αιτήματα / εκδήλωση 	ΟΛΟΙ
Χρήση ΜΜΕ- Διαφήμιση	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Αριθμός Διαφημιστικών Εκστρατειών (4) ▪ Αριθμός τηλεοπτικών και ραδιοφωνικών spot (1400) ▪ Αριθμός καταχωρημένων διαφημίσεων (300) ▪ Αριθμός Δελτίων Τύπου (100 ΔΤ) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ποσοστό κάλυψης πληθυσμού για τηλεοπτική/ραδιοφωνική διαφήμιση : 20 % του πληθυσμου (αναλυτικά στοιχεία - OTS Opportunity to See, Gross Rating Points κ.α. – για τους στόχους θα καθορίζονται στο αναλυτικό Media Plan) ▪ % αναγνωστών των εφημερίδων/περιοδικών που στοχοθετήθηκε: 40% ▪ Αριθμός δημοσιευμάτων/συνεντεύξεων/άρθρων (80) 	ΟΛΟΙ
Εξωτερική Διαφήμιση	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Αριθμός σημείων (100) ▪ Αριθμός αφισών (2000) ▪ Αριθμός λεωφορείων προς «ντύσιμο» (10) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ποσοστό τοποθετημένων (booked / used) σημείων στο συνολικό διαθέσιμο χώρο για εξωτερική διαφήμιση (8%) ▪ Ποσοστό κάλυψης περιοχών στο συνολικό στοχευόμενο κοινό (10%) ▪ Ποσοστό κάλυψης περιοχών - ομάδων / στόχων μέσω δρομολογίου λεωφορείου (5%) 	Δ, Ζ, Η
Πρωθητικά Αντικείμενα	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Αριθμός αντικειμένων (30) ▪ Ποσότητα παραχθέντων αντικειμένων (100.000) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ποσότητα και αριθμός αντικειμένων που έχουν διανεμηθεί / διατεθεί (85000) ▪ Ποσοστό διατεθέντων αντικειμένων στο συνολικό στοχευόμενο κοινό – Διανομή (20%) 	Δ, Ε, Ζ, Η

6.4 ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΤΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Με βάση τα στοιχεία που θα συγκεντρώνονται, θα αξιολογείται σε περιοδική αλλά και συστηματική βάση η αποδοτικότητα και αποτελεσματικότητα των μέτρων/εργαλείων δημοσιότητας ως προς τη επίτευξη των ποιοτικών και ποσοτικών στόχων που τέθηκαν και θα εξετάζεται η ανάγκη τροποποίησης ή ενδυνάμωσης του Σχεδίου Επικοινωνίας.

Σε περίπτωση διαπίστωσης της ανάγκης σημαντικής τροποποίησης του Σχεδίου Επικοινωνίας τότε αυτή θα καταγράφεται στις Ετήσιες ή Τελικές Εκθέσεις Εκτέλεσης των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων και θα εγκρίνεται από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Σημειώνεται ότι στην Ετήσια Έκθεση Εκτέλεσης για το 2010 και στην Τελική Έκθεση Εκτέλεσης θα περιλαμβάνεται κεφάλαιο στο οποίο θα αξιολογούνται τα αποτελέσματα των μέτρων πληροφόρησης και δημοσιότητας όσον αφορά την προβολή και την αναγνωρισιμότητα των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων και του ρόλου που διαδραματίζει η Κοινότητα, όπως ορίζεται στο Άρθρο 2, Παράγραφος 2, στοιχείο (ε) του Κανονισμού (ΕΚ) 1083/2006.

7. ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟΣ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

7.1 ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΗ ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΥ

Με βάση την κατ' αρχήν εκτίμηση των δαπανών που θα απαιτηθούν για την υλοποίηση των Μέτρων Πληροφόρησης και δημοσιότητας ο συνολικός προϋπολογισμός του Σχεδίου Επικοινωνίας και για τα δυο Επιχειρησιακά Προγράμματα ανέρχεται στα **4.9 εκ. ευρώ**.

Σημειώνεται ότι για τη για την εκτίμηση του προϋπολογισμού έχει ληφθεί υπόψη και η εμπειρία υλοποίησης δράσεων πληροφόρησης και δημοσιότητας κατά την προηγούμενη προγραμματική περίοδο (2004 – 2006).

Ο προϋπολογισμός του Επικοινωνιακού Σχεδίου θα συγχρηματοδοτηθεί από τους πόρους των Αξόνων Τεχνικής Βοηθείας των δυο ΕΠ.

Με βάση το ύψος των πόρων και λαμβάνοντας υπόψη τις διαφορετικές επικοινωνιακές ανάγκες του κάθε Επιχειρησιακού Προγράμματος η κατανομή κατά ΕΠ των πόρων είναι η ακόλουθη:

Πίνακας 6: Κατανομή Πόρων Επικοινωνιακού Σχεδίου ανά ΕΠ

Επιχειρησιακό Πρόγραμμα	Κατανομή Πόρων Επικοινωνιακού Σχεδίου (€εκ.)		
	Σύνολο	Κοινοτική Συμμετοχή	Εθνική Συμμετοχή
ΕΠ Αειφόρος Ανάπτυξη και Ανταγωνιστικότητα	3.9	3.315	0.585
Άξονας Προτεραιότητας: Τεχνική Βοήθεια του Ευρωπαϊκού Ταμείου Περιφερειακής Ανάπτυξης	2.2	1.87	0.33
Άξονας Προτεραιότητας: Τεχνική Βοήθεια του Ταμείου Συνοχής	1.7	1.445	0.255
ΕΠ Αειφόρος Απασχόληση, Ανθρώπινο Κεφάλαιο και Κοινωνική Συνοχή	1.0	0.85	0.25
ΣΥΝΟΛΟ	4.9	4.165	0.735

7. 2 ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΗ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΤΟΥ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΥ ΚΑΤΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΜΕΤΡΩΝ

Λαμβάνοντας υπόψη τους γενικούς και ειδικούς στόχους και τα προγραμματιζόμενα μέτρα πληροφόρησης του Επικοινωνιακού Σχεδίου η ενδεικτική κατανομή των δαπανών κατά κατηγορία Μέτρων Πληροφόρησης παρουσιάζεται στο **Πίνακα 5** πιο κάτω. Επισημαίνεται ότι η προκαταρκτική εκτίμηση των δαπανών κατά κατηγορία μέτρων έγινε με βάση:

- ⊙ Πρώτον, ορισμένες υποθέσεις εργασίας όσον αφορά τη χρήση επικοινωνιακών εργαλείων και
- ⊙ Δεύτερον, τα σημερινά δεδομένα όσον αφορά τις επικοινωνιακές ανάγκες.

Πιο συγκεκριμένες εκτιμήσεις των δαπανών θα γίνονται με την εξειδίκευση των μέτρων πληροφόρησης και θα προσαρμόζονται ανάλογα λαμβάνοντας υπόψη τις εξελίξεις.

Πίνακας 7: Ενδεικτική Κατανομή του Προϋπολογισμού συνολικά και κατά έτος

	Σύνολο		Επικοινωνιακή Φάση Α'	Επικοινωνιακή Φάση Β'			Επικοινωνιακή Φάση Γ'					
	Ποσό (€ εκ.)	Ποσοστό (%)	2007-2008	2008-2010			2011-2015					
				2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	
Μέτρα Πληροφόρησης												
Διαφήμιση και Σχέσεις με ΜΜΕ	2,205	45				0,800	0,800	0,300			0,305	
Εξωτερική Διαφήμιση	0,735	15				0,200	0,300	0,235				
Ειδικές εκδηλώσεις	0,735	15	0,010	0,010	0,080	0,130	0,130	0,175	0,100	0,050	0,050	
Έντυπο και οπτικοακουστικό υλικό	0,490	10		0,025	0,040	0,080	0,100	0,100	0,100	0,025	0,020	
Πρωθητικά αντικείμενα	0,245	5				0,065	0,180					
Συνεχής ηλεκτρονική ενημέρωση	0,245	5	0,030	0,021	0,028	0,035	0,035	0,032	0,032	0,032		
Παρακολούθηση / αξιολόγηση και υποστήριξη	0,245	5			0,020	0,030	0,050	0,050	0,050	0,010	0,035	
ΣΥΝΟΛΟ	4,9											

8. ΑΡΧΕΣ / ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ / ΦΟΡΕΙΣ ΥΠΕΥΘΥΝΟΙ ΓΙΑ ΤΑ ΜΕΤΡΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ

Η **Διαχειριστική Αρχή** θα έχει τη συνολική ευθύνη υλοποίησης του Σχεδίου Επικοινωνίας και το συντονισμό όλων των μέτρων δημοσιότητας και πληροφόρησης που αναλαμβάνονται για τα ΕΠ. Στα πλαίσια αυτά η ΔΑ θα έχει τα ακόλουθα καθήκοντα:

- ⊙ Εκπονεί και υποβάλλει στη Ευρωπαϊκή Επιτροπή το Επικοινωνιακό Σχέδιο σύμφωνα με τις πρόνοιες του Άρθρου 2 του Κεφαλαίου II του Κανονισμού (ΕΚ) 1828/2006.
- ⊙ Συντονίζει, παρακολουθεί και αξιολογεί την υλοποίηση του Επικοινωνιακού Σχεδίου. Για το σκοπό αυτό θα συστήσει Επιτροπή Παρακολούθησης και Αξιολόγησης του Επικοινωνιακού Σχεδίου, στην οποία θα συμμετέχουν εκπρόσωποι των ΕΦ και θα βοηθά την ΔΑ στο έργο της κυρίως για τα εξής:
 - την παρακολούθηση και αξιολόγηση των μέτρων πληροφόρησης που διενεργούνται
 - την ετοιμασία εκθέσεων για την πρόοδο και τα αποτελέσματα που επιτεύχθηκαν
 - την υποβολή εισηγήσεων για πιθανές τροποποιήσεις του Σχεδίου Επικοινωνίας ώστε να βελτιωθούν τα αποτελέσματα
- ⊙ Ενημερώνει την Επιτροπή Παρακολούθησης των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων για το Επικοινωνιακό Σχέδιο και την πρόοδο στην εφαρμογή του, συμπεριλαμβανομένων πληροφοριών για τα μέτρα πληροφόρησης και δημοσιότητας που υλοποιήθηκαν και για τα μέσα επικοινωνίας που χρησιμοποιήθηκαν καθώς και παραδείγματα τέτοιων μέτρων, σύμφωνα με το Άρθρο 4, παράγραφος 1 του Κεφαλαίου II του Κανονισμού 1828/2006.
- ⊙ Διασφαλίζει ότι οι Ετήσιες και Τελικές Εκθέσεις Εκτέλεσης των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων, περιλαμβάνουν σύμφωνα με το Άρθρο 4, Παράγραφος 2 του Κεφαλαίου II του Κανονισμού 1828/2006 τα εξής:
 - παραδείγματα μέτρων πληροφόρησης και δημοσιότητας
 - τις ρυθμίσεις για δημοσίευση του καταλόγου Δικαιούχων για κάθε Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
 - το περιεχόμενο σημαντικών τροποποιήσεων του Σχεδίου Επικοινωνίας
- ⊙ Διασφαλίζει ότι οι Ετήσιες Εκθέσεις Εκτέλεσης των Προγραμμάτων για το 2010 και οι Τελικές Εκθέσεις Εκτέλεσης περιλαμβάνουν κεφάλαιο στο οποίο αξιολογούνται τα αποτελέσματα των μέτρων πληροφόρησης και δημοσιότητας όσον αφορά την προβολή και την αναγνωρισιμότητα των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων και του ρόλου που διαδραματίζει η Κοινότητα.

- ⊙ Εκδίδει κατάλληλες οδηγίες προς τους Ενδιάμεσους Φορείς και τους Δικαιούχους για τη υλοποίηση, παρακολούθηση, επαλήθευση και αξιολόγηση δράσεων δημοσιότητας και πληροφόρησης, σύμφωνα με τις πρόνοιες των Κανονισμών 1083/2006 και 1828/2006, διασφαλίζοντας την ομοιογένεια, συνοχή και συνέργια μεταξύ των δράσεων δημοσιότητας και πληροφόρησης που αναλαμβάνονται.
- ⊙ Μεριμνά για τη συνολική παρακολούθηση, εποπτεία και συντονισμό της υλοποίησης των μέτρων δημοσιότητας για όλες τις ομάδες- στόχους που αναλαμβάνονται από τους Ενδιάμεσους Φορείς.
- ⊙ Εφαρμόζει οριζόντια μέτρα δημοσιότητας και πληροφόρησης και για τα δυο Επιχειρησιακά Προγράμματα καθώς και για όλα τα Ταμεία σύμφωνα με τα καθοριζόμενα στο Σχέδιο Επικοινωνίας. Διοργανώνει τα ακόλουθα μέτρα πληροφόρησης και δημοσιότητας σύμφωνα με το Άρθρο 7, Παράγραφος 2 του Κεφαλαίου II του Κανονισμού 1828/2006:
 - σημαντική ενημερωτική δραστηριότητα, η οποία θα δημοσιοποιεί την έναρξη των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων
 - τουλάχιστον μία σημαντική ενημερωτική δραστηριότητα ετησίως, όπου παρουσιάζονται τα επιτεύγματα των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων
 - ανάρτηση της σημαίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης, κατά τη διάρκεια μίας εβδομάδας από τις 9 Μαΐου, μπροστά από τα γραφεία της
 - δημοσιοποίηση του καταλόγου Εγκεκριμένων Έργων / Δικαιούχων
 Σημειώνεται ότι η ΔΑ θα διασφαλίζει ότι όλα τα μέτρα πληροφόρησης και δημοσιότητας που υλοποιεί και προορίζονται για το κοινό περιλαμβάνουν μεταξύ άλλων τα τεχνικά χαρακτηριστικά που προδιαγράφονται στο Άρθρο 9 του Κεφαλαίου II του Κανονισμού (ΕΚ) 1828/2006 της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.
- ⊙ Ορίζει συγκεκριμένο/α άτομο/α εντός της Διαχειριστικής Αρχής για το συντονισμό των δράσεων δημοσιότητας και πληροφόρησης και για να λειτουργεί/ούν ως σημείο επαφής με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή για θέματα πληροφόρησης και δημοσιότητας σύμφωνα με το Άρθρο 10 του Κεφαλαίου II του Κανονισμού 1828/2006.

Οι **Ενδιάμεσοι Φορείς** θα εκτελούν καθήκοντα που τους ανατίθενται από τη Διαχειριστική Αρχή, όσον αφορά την υλοποίηση, παρακολούθηση, επαλήθευση και αξιολόγηση δράσεων δημοσιότητας και πληροφόρησης προς όλες τις ομάδες - στόχους (δυνητικοί Δικαιούχοι, Δικαιούχοι, ευρύ κοινό) στο επίπεδο των παρεμβάσεων υπό την ευθύνη τους. Οι Ενδιάμεσοι Φορείς θα εκτελούν τα ακόλουθα καθήκοντα:

- ⊙ Παρέχουν στους δυνητικούς Δικαιούχους, στα πλαίσια των κατευθυντήριων γραμμών της ΔΑ και του Επικοινωνιακού Σχεδίου, σαφείς και λεπτομερείς πληροφορίες για την παρέμβαση που δικαιούνται να υποβάλουν πρόταση, συμπεριλαμβανομένων και των στοιχείων που αναφέρονται στο Άρθρο 5 του Κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1828/2006 της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.
- ⊙ Κοινοποιούν τις Προσκλήσεις Υποβολής Προτάσεων για κάθε παρέμβαση σε όλα τα Μέλη της Επιτροπής Παρακολούθησης
- ⊙ Ενημερώνουν, σύμφωνα με τις οδηγίες της Διαχειριστικής Αρχής, τους Δικαιούχους ότι η έγκριση χρηματοδότησης των έργων τους συνιστά επίσης έγκριση της ένταξής τους στον Κατάλογο Εγκεκριμένων Έργων/Δικαιούχων που θα δημοσιεύεται από τη Διαχειριστική Αρχή.
- ⊙ Αποστέλλουν τη σχετική πληροφόρηση στη Διαχειριστική Αρχή για τη δημοσιοποίηση του Καταλόγου Εγκεκριμένων Έργων / Δικαιούχων.
- ⊙ Είναι υπεύθυνοι για την τήρηση των υποχρεώσεων των Δικαιούχων σχετικά με τα μέτρα πληροφόρησης και δημοσιότητας για το κοινό σύμφωνα με τις πρόνοιες του Άρθρου 8 και τα οποία θα τηρούν τα τεχνικά χαρακτηριστικά που προδιαγράφονται στο Άρθρο 9 του Κανονισμού (ΕΚ) 1828/2006. Στα πλαίσια αυτά θα παρέχουν εξειδικευμένες οδηγίες και στήριξη στους Δικαιούχους, σύμφωνα με τις κατευθυντήριες γραμμές της Διαχειριστικής Αρχής και το Επικοινωνιακό Σχέδιο. Στα πλαίσια επίσης των επαληθεύσεων που θα διενεργούν οι ΕΦ για τα έργα των Δικαιούχων θα ελέγχεται η υλοποίηση των δράσεων πληροφόρησης και δημοσιότητας και η τήρηση των προνοιών των σχετικών κανονισμών.
- ⊙ Εφαρμόζουν μέτρα δημοσιότητας και πληροφόρησης για Δικαιούχους, δυνητικούς δικαιούχους και το κοινό όσον αφορά τις παρεμβάσεις που έχουν υπό την ευθύνη τους σύμφωνα με τα καθοριζόμενα στο Σχέδιο Επικοινωνίας και τις οδηγίες της Διαχειριστικής Αρχής, διασφαλίζοντας ότι όλα τα μέτρα πληροφόρησης και δημοσιότητας περιλαμβάνουν μεταξύ άλλων τα τεχνικά χαρακτηριστικά που προδιαγράφονται στο Άρθρο 9 του Κανονισμού (ΕΚ) 1828/2006.
- ⊙ Παρέχουν, μέσω των σχετικών εκθέσεων παρακολούθησης που θα υποβάλλουν στη Διαχειριστική Αρχή τις απαραίτητες πληροφορίες για όλα τα μέτρα δημοσιότητας και πληροφόρησης που προγραμματίζονται και υλοποιούνται από τους ιδίους και τους Δικαιούχους όσον αφορά τις παρεμβάσεις που έχουν υπό την ευθύνη τους.
- ⊙ Ορίζουν συγκεκριμένο/α άτομο/α εντός του ΕΦ για το συντονισμό των δράσεων δημοσιότητας και πληροφόρησης και για να λειτουργεί ως σημείο επαφής για θέματα πληροφόρησης και δημοσιότητας.

Οι **Δικαιούχοι** θα υλοποιούν δράσεις δημοσιότητας και πληροφόρησης για το κοινό στο επίπεδο των έργων τους και σύμφωνα με τις υποχρεώσεις τους που

προδιαγράφονται στο Άρθρο 8 του Κεφαλαίου II του Κανονισμού (ΕΚ) 1828/2006 και στα πλαίσια των κατευθύνσεων και οδηγιών της Διαχειριστικής Αρχής και του αρμόδιου Ενδιάμεσου Φορέα. Θα διασφαλίζουν ότι όλα τα μέτρα πληροφόρησης και δημοσιότητας που προορίζονται για το κοινό περιλαμβάνουν μεταξύ άλλων τα τεχνικά χαρακτηριστικά που προδιαγράφονται στο Άρθρο 9 του Κεφαλαίου II του Κανονισμού (ΕΚ) 1828/2006. Οι δαπάνες για την υλοποίηση μέτρων δημοσιότητας και πληροφόρησης των Δικαιούχων είναι δυνατόν να αποτελούν μέρος του προϋπολογισμού του έργου.

Στον Πίνακα 6, παρουσιάζεται ο αρμόδιος φορέας (Διαχειριστική Αρχή/Ενδιάμεσος Φορέας/Δικαιούχος) όσον αφορά την υλοποίηση του κάθε Μέτρου/Εργαλείου Πληροφόρησης που ορίζεται στο Επικοινωνιακό Σχέδιο.

Πίνακας 8: Μέτρα Πληροφόρησης και Αρμόδιοι Εφαρμογής

Μέτρα	Εργαλεία	Αρμόδιοι Εφαρμογής
A. Κοινά Μέτρα Πληροφόρησης		
Μέτρο A.1: Ταυτότητα και Κεντρικά Μηνύματα	<ul style="list-style-type: none"> • Λογότυπο • Μήνυμα 	Διαχειριστική Αρχή
Μέτρο A.2: Συνεχής Ηλεκτρονική Ενημέρωση	<ul style="list-style-type: none"> • Ιστοσελίδα • Ηλεκτρονικό Ενημερωτικό Δελτίο • Τηλεφωνική Γραμμή παροχής πληροφοριών 	Διαχειριστική Αρχή Ενδιάμεσοι Φορείς
Μέτρο A.3: Έντυπο υλικό	<ul style="list-style-type: none"> • Οδηγοί • Εκδόσεις και Άλλα Ενημερωτικά Έντυπα 	Διαχειριστική Αρχή Ενδιάμεσοι Φορείς
Μέτρο A.4: Ειδικές εκδηλώσεις	<ul style="list-style-type: none"> • Ενημερωτικές Εκδηλώσεις/Ημερίδες • Road Shows • Σεμινάρια/Ημερίδες για δυνητικούς Δικαιούχους/Δικαιούχους • Σεμινάρια για δημοσιογράφους • Εκδηλώσεις στα σχολεία 	Διαχειριστική Αρχή Ενδιάμεσοι Φορείς
Μέτρο A.5: Χρήση ΜΜΕ	<ul style="list-style-type: none"> • Διαφημιστική καμπάνια • Συνεντεύξεις σε εφημερίδες • Στήλες σε Οικονομικές Εφημερίδες • Ταινία • Δελτία Τύπου 	Διαχειριστική Αρχή Ενδιάμεσοι Φορείς
Μέτρο A.6: Εξωτερική Διαφήμιση	<ul style="list-style-type: none"> • PISA • Στέγαστρα λεωφορείων • Αφίσες • Ντύσιμο λεωφορείων 	Διαχειριστική Αρχή
Μέτρο A.7: Προωθητικά αντικείμενα	Πένες, conference bags, coasters, paper cubes, σημαιούλες, κλπ.	Διαχειριστική Αρχή Ενδιάμεσοι Φορείς
B. Επί Μέρους Μέτρα για ΕΠ Ανταγωνιστικότητας		
Μέτρο B.1: Καλλιέργεια Σχέσεων με ΜΜΕ	Βραβεύσεις Δημοσιογράφων	Διαχειριστική Αρχή
Μέτρο B.2: Ειδικές Εκδηλώσεις	<ul style="list-style-type: none"> • Εκδρομές στα Έργα • Βραβεύσεις Επιχειρήσεων 	Διαχειριστική Αρχή Ενδιάμεσοι Φορείς
Μέτρο B.3: Έντυπο Υλικό	Περιοδικές Εκδόσεις	Διαχειριστική Αρχή

Μέτρα	Εργαλεία	Αρμόδιοι Εφαρμογής
		Ενδιάμεσοι Φορείς
Γ. Επί Μέρους Μέτρα για ΕΠ Απασχόλησης		
Μέτρο Γ.1: Ειδικές Δράσεις/Εκδηλώσεις	Διοργάνωση Διαγωνισμού μεταξύ Μαθητών και Φοιτητών	Διαχειριστική Αρχή Ενδιάμεσοι Φορείς
Μέτρο Γ.2: Έντυπο Υλικό	<ul style="list-style-type: none"> • Περιοδική Έκδοση • Ειδικά Φυλλάδια 	Ενδιάμεσοι Φορείς Δικαιούχοι
Δ. Άλλα Υποχρεωτικά Μέτρα Πληροφόρησης		
Μέτρο Δ.1: Πλακέτες στα κτίρια / γραφεία / εργοτάξια		Δικαιούχοι
Μέτρο Δ.2: Ανάρτηση σημαίας ΕΕ		Διαχειριστική Αρχή
Μέτρο Δ.3: Χρήση εμβλήματος της ΕΕ, αναφορά στο οικείο Ταμείο και χρήση επιλεγμένου μηνύματος της Διαχειριστικής Αρχής σε όλα τα μέτρα πληροφόρησης		Διαχειριστική Αρχή Ενδιάμεσοι Φορείς Δικαιούχοι
Μέτρο Δ.4: Δημοσιοποίηση Καταλόγου Εγκεκριμένων Έργων / Δικαιούχων		Διαχειριστική Αρχή Ενδιάμεσοι Φορείς

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ: ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟ ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΜΕΤΡΩΝ

Πίνακας 9
Ενδεικτικό Χρονοδιάγραμμα Εφαρμογής Μέτρων

		Φάση Α'	Φάση Β'					Φάση Γ'										
		2007-2008	2008-2010					2011-2015										
			2008	2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015		
Μέτρα Πληροφόρησης & Δημοσιότητας		Δυνητικά Εργαλεία	2ο	1°	2°	1°	2°	1°	2°	1°	2°	1°	2°	1°	2°	1°	2°	
Υποχρεωτικά Μέτρα	Εναρκτήρια Εκδήλωση	■																
	Ετήσια Εκδήλωση		■		■		■		■		■		■		■		■	
	Χρήση εμβλήματος ΕΕ, αναφορά στο οικείο ταμείο και χρήση επιλεγμένου μηνύματος της ΔΑ στα μέτρα	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Ανάρτηση σημαίας ΕΕ 9-16 Μαΐου	■		■		■		■		■		■		■		■		
	Δημοσιοποίηση καταλόγου δικαιούχων	○	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Πλακέτες στα κτίρια	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Κοινά Μέτρα	Ταυτότητα & Κεντρικά μηνύματα		○	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
	Συνεχής ηλεκτρονική ενημέρωση	Ιστοσελίδα	○	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
		Ηλεκτρονικό ενημ. Δελτίο	○	■	○	■	○	■	○	■	○	■	○	■	○	■		
		Τηλεφωνική Γραμμή		○	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	

		Φάση Α'	Φάση Β'					Φάση Γ'									
		2007-2008	2008-2010					2011-2015									
			2008	2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015	
Μέτρα Πληροφόρησης & Δημοσιότητας	Δυνητικά Εργαλεία		2ο	1°	2°	1°	2°	1°	2°	1°	2°	1°	2°	1°	2°	1°	2°
	παροχής πληροφοριών																
Έντυπο υλικό	Οδηγοί		○■	■	○■	■	○■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Εκδόσεις και άλλα ενημερωτικά έντυπα	○■	○■	■	○	■	○	■	○	■	○	■	○	■	○	■	
Ειδικές εκδηλώσεις	Ενημερωτικές εκδηλώσεις / Ημερίδες		■		■	■	■	■	■	■	■	■	■		■		
	Road Shows						■	■	■	■	■						
	Σεμινάρια / Ημερίδες για δυνητικούς δικαιούχους / δικαιούχους		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				■	
	Σεμινάρια για δημοσιογράφους			■		■		■		■		■		■			
	Εκδηλώσεις σε σχολεία						■		■		■		■				
Χρήση MME	Διαφημιστική καμπάνια					○	■	■	■	■	■			■	■		
	Συνεντεύξεις σε εφημερίδες		■	■		■		■		■		■		■		■	
	Στήλες σε οικονομικές εφημερίδες			■		■		■	■		■		■		■		
	Ταινία			○	■			■	■	■	■						
	Δελτία Τύπου		■	■		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Εξωτερική Διαφήμιση	PISA				○	■	■	■	■	■	■						
	Στέγαστρα λεωφορείων				○	■	■	■	■	■	■						

		Φάση Α'	Φάση Β'					Φάση Γ'									
		2007-2008	2008-2010					2011-2015									
			2008	2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015	
Μέτρα Πληροφόρησης & Δημοσιότητας		Δυνητικά Εργαλεία	2ο	1°	2°	1°	2°	1°	2°	1°	2°	1°	2°	1°	2°	1°	2°
		Αφίσες			○	■	■	■	■	■	■						
		Ντύσιμο λεωφορείων			○	■	■	■	■	■	■						
	Πρωθητικά αντικείμενα	Πένες, μπρελόκ, coasters, ρίγες, κλπ.			○	■	■	■	■								
	«Αειφόρος ανάπτυξη & ανταγωνιστικότητα»																
Επί μέρους μέτρα	Σχέσεις με ΜΜΕ	Βραβεύσεις δημοσιογράφων			■		■		■		■						
	Ειδικές εκδηλώσεις	Εκδρομές στα έργα						■	■	■	■	■	■				
		Βραβεύσεις επιχειρήσεων				■		■		■		■					
	Έντυπο υλικό	Περιοδικές εκδόσεις		○	■		○	■		○	■	○	■	○	■	○	■
	«Απασχόληση, Ανθρώπινο κεφάλαιο και κοινωνική συνοχή»																
	Ειδικές εκδηλώσεις	Διαγωνισμός μεταξύ μαθητών / φοιτητών			■		■		■		■		■				
	Έντυπο υλικό	Περιοδική έκδοση		○	■		○	■		○	■	○	■	○	■	○	■
		Ειδικά φυλλάδια		○	■	○	■	■	○	■	■	○	■	■			

Ο πίνακας παρουσιάζει 1° και 2° εξάμηνο κάθε έτους

Όπου ○ = Δημιουργία / Σχεδιασμός και ■ = Εφαρμογή / Διανομή / Διοργάνωση