

## Παροχή Υπηρεσιών για τη Δεύτερη Αξιολόγηση της Στρατηγικής Επικοινωνίας 2014- 2020

### ΕΚΘΕΣΗ ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΗΣ



**Ευρωπαϊκή Ένωση**  
Ταμείο Συνοχής



Κυπριακή Δημοκρατία



Διαρθρωτικά Ταμεία  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης στην Κύπρο



**ΓΕΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΕΥΡΩΠΑΙΚΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ, ΣΥΝΤΟΝΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ**  
Λεωφόρος Βύρωνος 29, 1096 Λευκωσία

**ΙΟΥΝΙΟΣ 2019**

## ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	5
1. Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΓΙΑ ΤΑ Ε.Π. «ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗ» ΚΑΙ «ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ, ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΣΥΝΟΧΗ» 2014-2020.....	6
1.1. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ: ΓΕΝΙΚΟΙ ΚΑΙ ΕΙΔΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ.....	7
1.2. ΜΕΤΡΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ .....	12
1.3. ΠΟΣΟΤΙΚΟΠΟΙΗΣΗ ΣΤΟΧΩΝ.....	15
1.4. ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ .....	16
1.5. ΦΟΡΕΙΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΤΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ .....	17
1.6. ΣΥΝΟΨΗ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΩΝ ΠΡΩΤΗΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ 2014-2020.....	21
1.7. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ, ΤΟΥΣ ΣΤΟΧΟΥΣ ΚΑΙ ΤΑ ΜΕΤΡΑ ΤΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ 2014-2020 .....	26
2. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΠΡΟΟΔΟΥ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ 2014-2020.....	28
2.1. ΕΝΙΑΙΑ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΚΕΝΤΡΙΚΑ ΜΗΝΥΜΑΤΑ.....	28
2.2. ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ ΜΕΣΩ ΧΡΗΣΗΣ ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ .....	29
2.3. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ .....	32
2.4. ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ.....	36
2.5. ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΜΕΣΩ ΕΝΤΥΠΟΥ ΥΛΙΚΟΥ .....	38
2.6. ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΑ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΑ .....	41
2.7. ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ ΜΕΣΩ ΧΡΗΣΗΣ ΕΞΩΤΕΡΙΚΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ .....	41
2.8. ΛΟΙΠΑ ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΑ ΜΕΤΡΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ .....	42
2.9. ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΔΕΙΚΤΩΝ ΕΚΡΟΩΝ – ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ .....	45
2.9.1. Αξιολόγηση Προόδου Υλοποίησης της Στρατηγικής – Δείκτες Εκροών.....	45
2.9.2. Εκτίμηση Κόστους και Αποτελεσματικότητας.....	47
3. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΕΠΙΠΤΩΣΕΩΝ ΤΩΝ ΜΕΤΡΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ.....	50
3.1. ΒΑΘΜΟΣ ΚΑΙ ΜΕΣΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΙΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΕΙΣ ΠΟΥ ΠΑΡΕΧΟΝΤΑΙ ΜΕΣΩ ΤΩΝ ΕΔΕΤ .....	50
3.1.1. Βαθμός και Μέσα Ενημέρωσης του Κοινού σχετικά με τις χρηματοδοτήσεις. ... ..	50
3.1.2. Βαθμός και Μέσα Ενημέρωσης των δυνητικών δικαιούχων σχετικά με τις χρηματοδοτήσεις .....	56
3.2. ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΦΟΡΕΙΣ ΠΟΥ ΕΜΠΛΕΚΟΝΤΑΙ ΣΤΗΝ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΕΠ, ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΙΣ ΑΡΧΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ.....	61
3.2.1. Ενημέρωση προς το ευρύ κοινό.....	61
3.2.2. Ενημέρωση προς δυνητικούς δικαιούχους.....	64
3.3. ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΣΤΟΧΩΝ ΟΛΩΝ ΤΩΝ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΑΞΟΝΩΝ ΠΡΟΤΕΡΙΑΙΟΤΗΤΑΣ ΚΑΘΕ Ε.Π. ....	71
3.3.1. Έρευνα Κοινού .....	71
3.3.2. Έρευνα Επιχειρήσεων.....	75

3.4.	ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΤΩΝ ΕΡΓΩΝ ΠΟΥ ΣΥΓΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΟΥΝΤΑΙ ΑΠΟ ΤΑ ΤΑΜΕΙΑ ΤΗΣ Ε.Ε. ....	78
3.4.1.	Έρευνα Κοινού .....	78
3.4.2.	Έρευνα Επιχειρήσεων.....	81
3.5.	ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΔΕΙΚΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΤΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ .....	83
4.	ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ .....	87
	ΕΠΙΤΕΛΙΚΗ ΣΥΝΟΨΗ .....	94
	EXECUTIVE SUMMARY .....	102
	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ: ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ – ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΩΝ.....	109
	Ταυτότητα της Έρευνας .....	109

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1.1:	Συσχέτιση Μέτρων Πληροφόρησης με Στόχους και Ομάδες – Στόχους .....	13
Πίνακας 1.2:	Δείκτες Εκρών Στρατηγικής Επικοινωνίας.....	15
Πίνακας 1.3:	Δείκτες Αποτελεσμάτων της Στρατηγικής Επικοινωνίας .....	16
Πίνακας 1.4:	Ενδεικτική Κατανομή του Προϋπολογισμού κατά Μέτρο .....	17
Πίνακας 1.5:	Αρμόδιοι Φορείς ανά Μέτρο Πληροφόρησης και Επικοινωνιακό Εργαλείο .....	20
Πίνακας 2.1:	Υλοποίηση Προϋπολογισμού Στρατηγικής Επικοινωνίας κατά Μέτρο Πληροφόρησης .....	47
Πίνακας 2.2:	Δείκτες Εκρών .....	49
Πίνακας 3.1:	Μέσα ενημέρωσης για τις παρεχόμενες ευκαιρίες χρηματοδότησης ανά μέγεθος επιχειρήσεων. ....	60
Πίνακας 3.2:	Αξιολόγηση της συμβολής της ΕΕ στην επίτευξη των στόχων του Προγραμματισμού (Έρευνά Κοινού) .....	74
Πίνακας 3.3:	Αναγνώριση της συμβολής των Ταμείων στην επίτευξη των στόχων του προγραμματισμού. ....	77
Πίνακας 3.4:	Ποσοστά συμφωνίας του κοινού με προτάσεις της ερευνάς .....	80

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Διάγραμμα 3-1:	Αναγνωρισιμότητα των Ευρωπαϊκών Διαρθρωτικών και Επενδυτικών Ταμείων από το κοινό .....	51
Διάγραμμα 3-2:	Συνολική αναγνωρισιμότητα για συγκεκριμένα Ταμεία .....	53
Διάγραμμα 3-3:	Γνώση του κοινού για τα Επιχειρησιακά Προγράμματα .....	54
Διάγραμμα 3-4:	Πηγή Πληροφόρησης του κοινού για τα Επιχειρησιακά Προγράμματα ή τα Ευρωπαϊκά Ταμεία .....	56
Διάγραμμα 3-5:	Αναγνωρισιμότητα της Πολιτικής Συνοχής από τις επιχειρήσεις .....	57
Διάγραμμα 3-6:	Γνώση των ΕΔΕΤ από τις επιχειρήσεις .....	58
Διάγραμμα 3-7:	Συνολική Αναγνωρισιμότητα για Συγκεκριμένα Ευρωπαϊκά Διαρθρωτικά και Επενδυτικά Ταμεία - Σύνολο .....	59
Διάγραμμα 3-8:	Πηγή Ενημέρωσης των επιχειρήσεων για τις χρηματοδοτήσεις της ΕΕ στην Κύπρο, μέσω των ΕΔΕΤ .....	60
Διάγραμμα 3-9:	Κατά Πόσο Έχουν ποτέ αναζητήσει ή πάρει πληροφορίες για τα προγράμματα που συγχρηματοδοτούνται από τα Ταμεία της Ευρωπαϊκής Ένωσης .....	61
Διάγραμμα 3-10:	Κατά Πόσο Έχουν ποτέ αναζητήσει ή πάρει πληροφορίες για τα προγράμματα που συγχρηματοδοτούνται από τα Ταμεία της Ευρωπαϊκής Ένωσης Κατανομή κατά εισοδηματική τάξη και γεωγραφική περιοχή .....	62
Διάγραμμα 3-11:	Ευκολία Πρόσβασης του κοινού σε πληροφορίες .....	63
Διάγραμμα 3-12:	Αξιολόγηση της πληροφορίας, ικανοποίηση του κοινού.....	63
Διάγραμμα 3-13:	Γενική αξιολόγηση του κοινού για την πληροφόρηση που υπάρχει στην Κύπρο σχετικά με τα Ευρωπαϊκά Ταμεία, τους στόχους και τις παρεμβάσεις .....	64
Διάγραμμα 3-14:	Αναγνωρισιμότητα για σχέδια χορηγιών μέσω των οποίων επιδιώκεται η χρηματοδοτική ενίσχυση των ιδιωτικών επιχειρήσεων για την κάλυψη αναγκών .....	65

Διάγραμμα 3-15: Αναγνωρισιμότητα Σχεδίων Χορηγιών για την ενίσχυση επιχειρήσεων (Αυθόρμητα) .....	66
Διάγραμμα 3-16: Κατά πόσο η επιχείρηση έχει υποβάλλει αίτηση η έχει ενταχθεί σε Σχέδιο Χορηγιών. ....	67
Διάγραμμα 3-17: Πηγή πληροφόρησης για τη δυνατότητα χρηματοδότησης της επιχείρησης. ....	67
Διάγραμμα 3-18: Αξιολόγηση Πληροφόρησης (Ευκολία Πρόσβασης των επιχειρήσεων σε Πληροφορίες).....	68
Διάγραμμα 3-19: Αξιολόγηση Πληροφόρησης (Πληρότητα των Πληροφοριών) .....	68
Διάγραμμα 3-20: Λόγοι που οι επιχειρήσεις δεν επεδίωξαν ένταξη σε Σχέδιο.....	69
Διάγραμμα 3-21: Βαθμός επαρκούς πληροφόρησης στην Κύπρο για τις δυνατότητες χρηματοδότησης των επιχειρήσεων από τα Ευρωπαϊκά Ταμεία .....	70
Διάγραμμα 3-22: Κατά πόσο η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει συμβάλει με τη συγχρηματοδότηση των Ευρωπαϊκών Ταμείων στην επίτευξη στόχων της χώρας (Έρευνα Κοινού) .....	73
Διάγραμμα 3-23: Κατά πόσο η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει συμβάλει με τη συγχρηματοδότηση των Ευρωπαϊκών Ταμείων στην επίτευξη στόχων της χώρας (Έρευνα Επιχειρήσεων) .....	75
Διάγραμμα 3-24: Κατά Πόσο η Κύπρος έχει επωφεληθεί από τη χρηματοδότηση των Ευρωπαϊκών Ταμείων μετά την ένταξη της στην Ευρωπαϊκή Ένωση .....	79
Διάγραμμα 3-25: Αντίληψη των Επιχειρήσεων για τη χρηματοδότηση έργων από τα ΕΔΕΤ .	82

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το παρόν τεύχος περιλαμβάνει το Τελικό Ολοκληρωμένο Προσχέδιο της Μελέτης δεύτερης Αξιολόγησης της Στρατηγικής Επικοινωνίας 2014-2020, ανέλαβε η ΛΚΝ ΑΝΑΛΥΣΙΣ Ε.Π.Ε. από τη Γενική Διεύθυνση Ευρωπαϊκών Προγραμμάτων, Συντονισμού και Ανάπτυξης (ΓΔ ΕΠΣΑ).

Η μελέτη εκπονήθηκε λαμβάνοντας υπόψη τα αποτελέσματα της πρώτης αξιολόγησης της στρατηγικής, ενώ αντίστοιχα οι δύο έρευνες που σχεδιάστηκαν και υλοποιήθηκαν (Έρευνα επιχειρήσεων και έρευνα κοινού) έλαβαν υπόψη των σχεδιασμό των αντίστοιχων ερευνών κατά την πρώτη αξιολόγηση της στρατηγικής το 2017, ώστε τα συμπεράσματα αφενός να είναι συμβατά με τις οδηγίες που παρέχονται από τη Στρατηγική για την εκτίμηση των αποτελεσμάτων και αφετέρου να είναι συγκρίσιμα με αυτά της προηγούμενης έρευνας.

Η διαρθρώνεται σε τέσσερα κεφάλαια.

Στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται συνοπτική αναφορά στη Στρατηγική Επικοινωνίας, με ιδιαίτερη έμφαση στη στρατηγική, τους στόχους και τα μέσα επικοινωνίας που υιοθετούνται από το σχέδιο και συνάγονται ορισμένα πρώτα συμπεράσματα.

Στο δεύτερο κεφάλαιο περιγράφεται και αξιολογείται η πρόοδος υλοποίησης της Στρατηγικής Επικοινωνίας, ανά Μέτρο και γίνεται η εκτίμηση των δεικτών υλοποίησης (εκροών).

Στο τρίτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα αποτελέσματα των δύο ερευνών και με βάση αυτά γίνεται η εκτίμηση των δεικτών αποτελεσμάτων της Στρατηγικής Επικοινωνίας.

Τέλος, στο τέταρτο κεφάλαιο αναπτύσσονται τα βασικά συμπεράσματα και οι συστάσεις της αξιολόγησης.

Στα παραρτήματα της παρούσας έκθεσης περιλαμβάνονται δεδομένα που αφορούν στην μεθοδολογία και τα ερωτηματολόγια που χρησιμοποιήθηκαν για την ολοκλήρωση των ερευνών κοινού και επιχειρήσεων, που διεξήχθησαν στο πλαίσιο της παρούσας έκθεσης, με τη συνεργασία της εταιρείας ερευνών Noverna Ltd.

## **1. Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΓΙΑ ΤΑ Ε.Π. «ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗ» ΚΑΙ «ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ, ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΣΥΝΟΧΗ» 2014-2020.**

Κατά την προγραμματική περίοδο 2014-2020, τα Ταμεία της Πολιτικής Συνοχής της ΕΕ αξιοποιούνται μέσω δύο Επιχειρησιακών Προγραμμάτων (ΕΠ):

- Το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα και Αειφόρος Ανάπτυξη» το οποίο συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης και το Ταμείο Συνοχής, και
- Το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Απασχόληση, Ανθρώπινοι Πόροι και Κοινωνική Συνοχή» που συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο και την Πρωτοβουλία για την Απασχόληση των Νέων.

Το ΕΠ «Ανταγωνιστικότητα και Αειφόρος Ανάπτυξη» περιλαμβάνει τις προτεραιότητες για την προγραμματική περίοδο 2014-2020 οι οποίες βρίσκονται σε αντιστοιχία με το Στρατηγικό Στόχο της ΣΕΣ για την αναδιάρθρωση της Κυπριακής οικονομίας, τη διατήρηση και δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και τη διασφάλιση της κοινωνικής συνοχής. Ο συνολικός αρχικός προϋπολογισμός του Προγράμματος, με βάση τον αρχικό προγραμματισμό ανήλθε σε €661εκ., εκ των οποίων το 85% προερχόταν από το ΕΤΠΑ και το Ταμείο Συνοχής, ενώ το υπόλοιπο 15% από εθνικούς πόρους. Με την αναθεώρηση του Πολυετούς Δημοσιονομικού Πλαισίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης εξασφαλίστηκε πρόσθετη κατανομή πόρων, με αποτέλεσμα ο συνολικός προϋπολογισμός του ΕΠ να ανέλθει τελικά σε €699,7 εκ. (3<sup>η</sup> Αναθεώρηση του ΕΠ.).

Στο πλαίσιο του ΕΠ «Ανταγωνιστικότητα και Αειφόρος Ανάπτυξη» προωθούνται παρεμβάσεις για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας της οικονομίας, μέσω της προώθησης επενδύσεων στον τομέα της Έρευνας και Καινοτομίας, των Τεχνολογιών Πληροφορίας και Επικοινωνιών και ενίσχυσης των ΜΜΕ, παρεμβάσεις στον τομέα του Περιβάλλοντος, της Ενέργειας και των Μεταφορών και παρεμβάσεις για την προώθηση της βιώσιμης αστικής ανάπτυξης σε υποβαθμισμένες περιοχές. Οι παρεμβάσεις αυτές περιλαμβάνουν επενδύσεις του ευρύτερου δημόσιου τομέα, καθώς και Σχέδια Χορηγιών/Κινήτρων που απευθύνονται προς τους φορείς του ιδιωτικού τομέα.

Το ΕΠ «Απασχόληση, Ανθρώπινοι Πόροι και Κοινωνική Συνοχή» συμβάλλει στο Στρατηγικό Στόχο με συνολικό προϋπολογισμό €173,9εκ., εκ των οποίων τα €132,4εκ. θα προέλθουν από το ΕΚΤ, τα €18,1εκ. από την Πρωτοβουλία για την Απασχόληση των Νέων (ΠΑΝ), ενώ το υπόλοιπο καταβάλλεται από εθνικούς πόρους. Το ποσοστό συγχρηματοδότησης του Προγράμματος από το ΕΚΤ ανέρχεται στο 85%, ενώ για την ΠΑΝ η συγχρηματοδότηση ανέρχεται στο 100%.

Στο πλαίσιο του ΕΠ υλοποιούνται παρεμβάσεις για την προώθηση της απασχόλησης, τη διατήρηση της κοινωνικής συνοχής, τη βελτίωση της επαγγελματικής εκπαίδευσης και κατάρτισης με στόχο τη σύζευξη των δεξιοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού με τις ανάγκες της αγοράς εργασίας, την προώθηση και πιστοποίηση της δια βίου μάθησης και την ενίσχυση της διοικητικής ικανότητας των δημοσίων αρχών και των εμπλεκόμενων φορέων. Οι παρεμβάσεις περιλαμβάνουν τόσο επενδύσεις του ευρύτερου δημόσιου τομέα, όσο και Σχέδια Χορηγιών.

Επιπλέον, η Κυπριακή Δημοκρατία κρίθηκε ως επιλέξιμη περιφέρεια για χρηματοδότηση στα πλαίσια της Πρωτοβουλίας για την Απασχόληση των Νέων (Youth Employment Initiative) της ΕΕ, με βάση το ποσοστό ανεργίας των νέων της χώρας. Στο πλαίσιο αυτό εξασφαλίστηκε αρχικά ειδική κατανομή πόρων ύψους €11.572.101, επιπρόσθετα των πόρων που κατανεμήθηκαν για την Πολιτική Συνοχής για την προγραμματική περίοδο 2014-2020. Στο πλαίσιο αναθεώρησης του Πολυετούς Δημοσιονομικού Πλαισίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης η Κύπρος εξασφάλισε πρόσθετη κατανομή πόρων ύψους €6.564.692 για τα έτη 2017-2020, αυξάνοντας το ειδικό κονδύλι της Πρωτοβουλίας για την Απασχόληση των Νέων σε €18.136.793.

## **1.1. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ: ΓΕΝΙΚΟΙ ΚΑΙ ΕΙΔΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ**

Οι υποχρεώσεις του Κράτους-Μέλους για τις δράσεις πληροφόρησης και επικοινωνίας των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων για την προγραμματική περίοδο 2014-2020 καθορίζονται στα Άρθρα 115-117 και το Παράρτημα ΙΙ του Καν. Κοινών Διατάξεων (ΕΕ) 1303/2013, καθώς και στο Άρθρο 20 του Καν. (ΕΕ) 1304/2013 για το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο, το οποίο αφορά στα έργα που συγχρηματοδοτούνται από την ΠΑΝ. Τα τεχνικά χαρακτηριστικά των μέτρων πληροφόρησης και επικοινωνίας ορίζονται στα Άρθρα 3-5 και Παράρτημα ΙΙ του Εκτελεστικού Κανονισμού (ΕΕ) 821/2014.

Η Διαχειριστική Αρχή των ΕΠ, με σκοπό την αξιοποίηση των οικονομιών κλίμακας και τη διασφάλιση των μέγιστων δυνατών συνεργιών, προχώρησε στην εκπόνηση μίας ενιαίας Στρατηγικής Επικοινωνίας και για τα δύο προαναφερόμενα Επιχειρησιακά Προγράμματα της προγραμματικής περιόδου 2014-2020, με βάση και τη θετική εμπειρία που αποκόμισε κατά την προηγούμενη προγραμματική περίοδο, κατά την οποία τα Μέτρα Δημοσιότητας και Επικοινωνίας υλοποιήθηκαν επίσης στο πλαίσιο ενός ενιαίου σχεδίου.

Ειδικότερα, μέσω του σχεδιασμού μιας ενιαίας Στρατηγικής Επικοινωνίας επιδιώκεται να εξασφαλισθεί το μέγιστο δυνατό επικοινωνιακό αποτέλεσμα τόσο λόγω της μεγαλύτερης συνεκτικότητας της Στρατηγικής και των μέτρων που περιλαμβάνει, όσο και λόγω της δυνατότητας αποτελεσματικού συντονισμού των μέτρων και των επικοινωνιακών εργαλείων που χρησιμοποιούνται. Περαιτέρω, λαμβάνοντας υπόψη τους σχετικά περιορισμένους πόρους που κατανέμονται στη χώρα, η υλοποίηση μιας κοινής Στρατηγικής Επικοινωνίας και για τα δύο Επιχειρησιακά Προγράμματα μεγιστοποιεί τα αποτελέσματα όσον αφορά τον αντίκτυπο της Πολιτικής Συνοχής στην Κύπρο και

διευκολύνει την καλύτερη προβολή των αποτελεσμάτων, αφού τα δύο ΕΠ λειτουργούν συμπληρωματικά ως προς την εξειδίκευση της Πολιτικής Συνοχής στη χώρα.

Η Στρατηγική Επικοινωνίας εκπονήθηκε από τη Διαχειριστική Αρχή των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων (Γενική Διεύθυνση Ευρωπαϊκών Προγραμμάτων, Συντονισμού και Ανάπτυξης) και υποβλήθηκε προς έγκριση στην Επιτροπή Παρακολούθησης, σύμφωνα τις πρόνοιες του Άρθρου 116 του Καν. (ΕΕ) 1303/2013.

Η Στρατηγική επιδιώκει τη **διασφάλιση της διαφάνειας όσον αφορά την όλη διαδικασία και τους μηχανισμούς για πρόσβαση στη χρηματοδότηση, στα πλαίσια των δύο Επιχειρησιακών Προγραμμάτων και την ανάδειξη και προβολή του ρόλου των Ευρωπαϊκών Διαρθρωτικών και Επενδυτικών Ταμείων και των επιτευγμάτων από την υλοποίηση των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων και των έργων.** Ειδικότερα, η Στρατηγική Επικοινωνίας διαρθρώνεται σε ένα σύστημα δύο Γενικών (Στρατηγικών) και έξι Ειδικών Στόχων ως εξής:

#### **Γενικοί (Στρατηγικοί) Στόχοι**

- A. Η διασφάλιση της διαφάνειας** όσον αφορά την όλη διαδικασία και τους μηχανισμούς για πρόσβαση στη χρηματοδότηση, στα πλαίσια των δύο ΕΠ.
- B. Η ανάδειξη και προβολή του ρόλου των ΕΔΕΤ** και των επιτευγμάτων από την υλοποίηση των ΕΠ και των έργων.

#### **Ειδικό Στόχοι**

- Ε.Σ.1 Η δημιουργία και λειτουργία ενός αξιόπιστου και προσβάσιμου μηχανισμού παροχής πληροφόρησης και αποτελεσματικής επικοινωνίας** για τις παρεμβάσεις του κάθε ΕΠ, συμπεριλαμβανομένων πληροφοριών σχετικά με τη χρονική στιγμή υλοποίησης του προγραμματισμού και οποιωνδήποτε σχετικών διαδικασιών δημόσιας διαβούλευσης.
- Ε.Σ.2 Η συνεχής, σαφής και λεπτομερής πληροφόρηση, σε συνθήκες πλήρους διαφάνειας, όλων των δυνητικών δικαιούχων για τις ευκαιρίες χρηματοδότησης** που παρέχονται από τα ΕΔΕΤ στα πλαίσια της υλοποίησης κάθε ΕΠ και τις σχετικές διαδικασίες και όρους χρηματοδότησης
- Ε.Σ.3 Η διασφάλιση ότι όλοι οι φορείς που εμπλέκονται στην υλοποίηση των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων και ιδιαίτερα οι Δικαιούχοι είναι πλήρως ενημερωμένοι και τηρούν τις υποχρεώσεις τους** συμπεριλαμβανομένων των υποχρεώσεων τους όσον αφορά την πληροφόρηση και επικοινωνία.
- Ε.Σ.4 Η προβολή του περιεχομένου και των στόχων όλων των Αξόνων Προτεραιότητας του κάθε ΕΠ**, μέσω της προβολής διαφόρων κατηγοριών παρέμβασης, διασφαλίζοντας ότι αναδεικνύεται η συμβολή του συγκεκριμένου Ταμείου που τις χρηματοδοτεί.

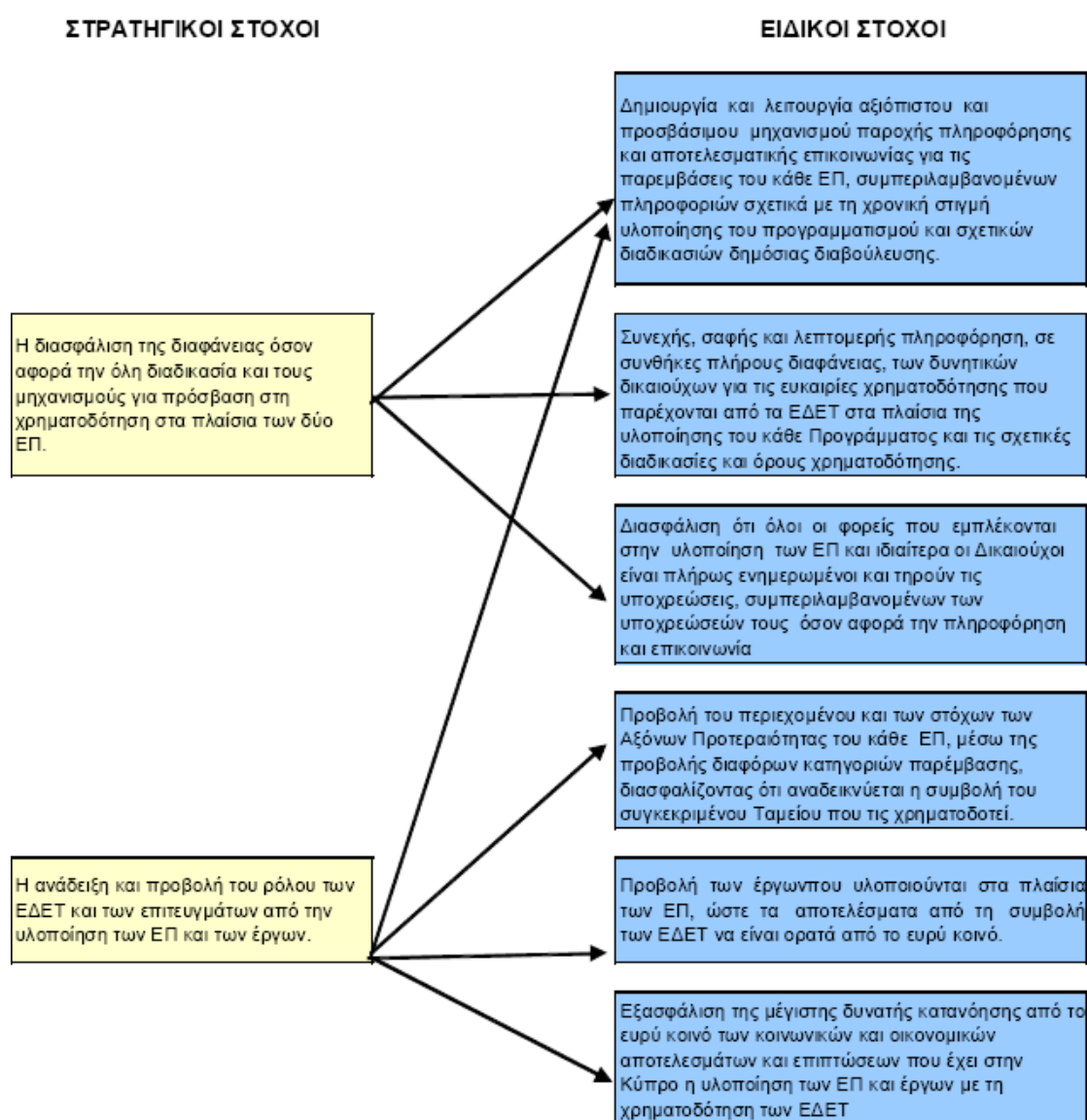


**Ε.Σ.5 Η προβολή των έργων που υλοποιούνται στα πλαίσια των ΕΠ** σε επίπεδο Άξονα Προτεραιότητας, ώστε τα αποτελέσματα από τη συμβολή των ΕΔΕΤ να είναι ορατά από το ευρύ κοινό.

**Ε.Σ.6 Η εξασφάλιση της μέγιστης δυνατής κατανόησης από το ευρύ κοινό των κοινωνικών και οικονομικών αποτελεσμάτων και επιπτώσεων** που έχει στην Κύπρο η υλοποίηση των ΕΠ και έργων, με τη συγχρηματοδότηση των ΕΔΕΤ.

Το Διάγραμμα Ι παρουσιάζει τη συσχέτιση μεταξύ των Γενικών και Ειδικών στόχων του Σχεδίου Επικοινωνίας.

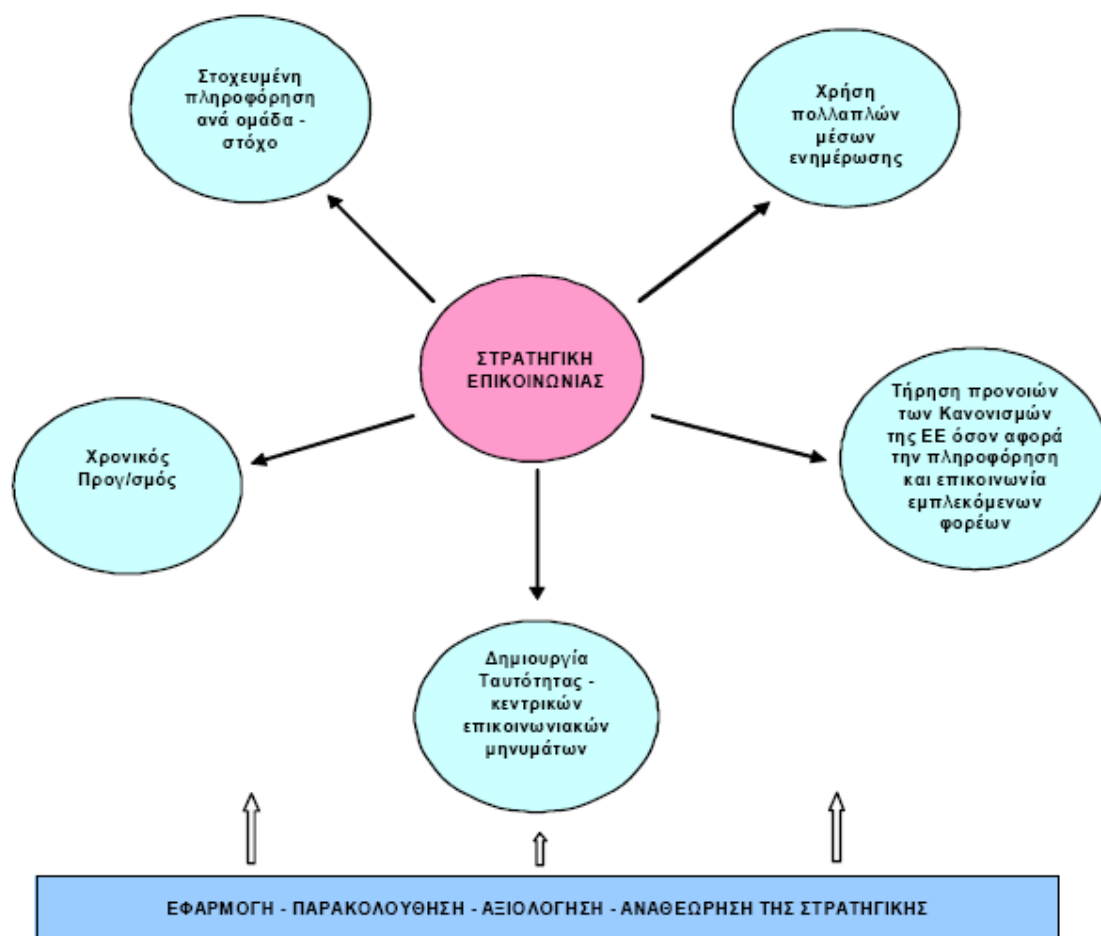
**Διάγραμμα Ι:** Συσχέτιση Γενικών Στόχων με Ειδικούς Στόχους



Η εξειδίκευση της Στρατηγικής Επικοινωνίας βασίστηκε στην εφαρμογή του Σχεδίου Επικοινωνίας 2007-13, η οποία αποτέλεσε για τη Διαχειριστική Αρχή σημαντική πηγή εμπειρίας για την τρέχουσα προγραμματική περίοδο, αφού ανέδειξε σημαντικά συμπεράσματα που αφορούσαν σε βασικά στοιχεία της στρατηγικής, όπως είναι τα χρησιμοποιούμενα μέσα, τα αναγκαία επικοινωνιακά μηνύματα, η χρονική της κλιμάκωση και οι επιμέρους ανάγκες των ομάδων-στόχου.

Βασικές παράμετροι για τον καθορισμό του περιεχομένου της στρατηγικής (βλ. Διάγραμμα II) ήταν η ανάλυση της παρούσας κατάστασης όσον αφορά το επικοινωνιακό τοπίο, η αποκτηθείσα εμπειρία από την εφαρμογή του Σχεδίου Επικοινωνίας 2007-13, οι γενικότερες στρατηγικές επιδιώξεις της ΣΕΣ, όπως εξειδικεύονται από τα Επιχειρησιακά Προγράμματα, η θεματική επικέντρωση του προγραμματισμού κατά την προγραμματική περίοδο καθώς και ορισμένες ιδιαιτερότητες της χρηματοδότησης της Πολιτικής Συνοχής για την Κύπρο, όπως είναι η εμπροσθοβαρής κατανομή των πόρων που απαιτεί έγκαιρη απορρόφηση των κονδυλίων.

**Διάγραμμα II:** Βασικά παράμετροι για τον καθορισμό του περιεχομένου της Στρατηγικής Επικοινωνίας



Για την επίτευξη των στόχων του Σχεδίου Επικοινωνίας προωθήθηκε ένα σύνολο αλληλένδετων μέτρων, δραστηριοτήτων πληροφόρησης και επικοινωνιακών εργαλείων, κατάλληλα προσαρμοσμένων για την προσέγγιση των **ομάδων στόχων** του σχεδίου.

Οι τρεις βασικές **Ομάδες - Στόχοι της Στρατηγικής Επικοινωνίας**, σύμφωνα με τις πρόνοιες του Παραρτήματος XII του Καν. ΕΕ 1303/2013 είναι οι δυνητικοί δικαιούχοι των ΕΠ, οι Δικαιούχοι των παρεμβάσεων και το ευρύ κοινό.

- **Δυνητικοί Δικαιούχοι**, στην ομάδα των οποίων με βάση την εξειδίκευση των δύο Ε.Π. περιλαμβάνονται: Υπουργεία / Κυβερνητικά Τμήματα, Ημικρατικοί Οργανισμοί, Αρχές Τοπικής Αυτοδιοίκησης, Ανεξάρτητες Αρχές / Υπηρεσίες, Επιχειρήσεις, Μη Κυβερνητικοί Οργανισμοί, Πανεπιστήμια, Ερευνητικοί Οργανισμοί Ερευνητές, Πάροχοι Ηλεκτρονικών Υπηρεσιών, Οικονομικοί και Κοινωνικοί Εταίροι.
- **Δικαιούχοι**, οι οποίοι όπως ορίζονται στο Άρθρο 2 σημείο 10 του Καν. (ΕΕ) 1303/2013, είναι Δημόσιοι ή Ιδιωτικοί φορείς που έχουν την ευθύνη για την έναρξη και εφαρμογή έργων, Φορείς που λαμβάνουν ενίσχυση στο πλαίσιο των καθεστώτων κρατικών ενισχύσεων, Φορείς που εφαρμόζουν Μέσα Χρηματοοικονομικής Τεχνικής ή Ταμεία Χαρτοφυλακίου στο πλαίσιο της υλοποίησης μέτρων χρηματοοικονομικής τεχνικής.
- **Ευρύ κοινό**, στο οποίο ουσιαστικά περιλαμβάνεται ολόκληρος ο πληθυσμός της Κύπρου, ο οποίος υποδιαιρείται σε επιμέρους ομάδες ανάλογα και με τη στοχοθεσία των δύο Ε.Π. (π.χ. Φορείς Τοπικής Αυτοδιοίκησης και άλλοι σχετικοί φορείς του ευρύτερου Δημοσίου Τομέα, Κοινωνικοί και Οικονομικοί Εταίροι, Επαγγελματικοί σύνδεσμοι και σύνδεσμοι επιχειρήσεων σχετικοί με τα έργα που υλοποιούνται σε κάθε Ε.Π., ΜΜΕ και άλλοι παρεμφερείς φορείς και οργανισμοί, Μη – κυβερνητικοί Οργανισμοί).

Στο ευρύ κοινό περιλαμβάνεται κατ' αρχήν ολόκληρος ο πληθυσμός της Κύπρου, ο οποίος μπορεί, επίσης, να υποδιαιρεθεί σε επιμέρους ειδικές υπο-ομάδες που ωφελούνται άμεσα ή έμμεσα από τα δύο Ε.Π.:

- Ο πληθυσμός των αστικών κέντρων της χώρας, ο τοπικός πληθυσμός στις περιοχές υπαίθρου, ο πληθυσμός που κατοικεί σε παράκτιες ζώνες, πολίτες και νοικοκυριά της χώρας που επωφελούνται από τις παρεμβάσεις των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων.
- Το εργατικό δυναμικό της χώρας.
- Το ερευνητικό δυναμικό της χώρας, υφιστάμενοι και νέοι ερευνητές.
- Γυναίκες και νέοι που ανήκουν στο αδρανές εργατικό δυναμικό.
- Νέοι άνεργοι με έμφαση στους άνεργους νέους ηλικίας 15-29 ετών, οι οποίοι βρίσκονται εκτός εργασίας, εκπαίδευσης ή κατάρτισης.
- Άνεργοι ηλικίας 15-64 ετών, στους οποίους περιλαμβάνονται οι μακροχρόνια άνεργοι, γυναίκες, άνεργοι με χαμηλά τυπικά προσόντα, άτομα που έχουν αποκοπεί επί μακρόν από την αγορά εργασίας, κλπ.

- Ευπαθείς κοινωνικά ομάδες που αντιμετωπίζουν αυξημένο κίνδυνο φτώχειας και κοινωνικού αποκλεισμού, όπως άτομα με αναπηρία, άτομα ηλικίας 50-65 ετών, μονογονεϊκές οικογένειες, κλπ.
- Μαθητές πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, φοιτητές, οικογένειες των μαθητών και φοιτητών και εκπαιδευτικοί όλων των βαθμίδων εκπαίδευσης.

Περαιτέρω, υπό-ομάδες – στόχοι των μέτρων πληροφόρησης και επικοινωνίας που εντάσσονται στο ευρύ κοινό αποτελούν:

- Κοινωνικοί και Οικονομικοί Εταίροι
- Μη Κυβερνητικοί Οργανισμοί
- Αρχές Τοπικής Αυτοδιοίκησης και άλλοι σχετικοί φορείς του ευρύτερου δημόσιου τομέα
- Επαγγελματικοί σύνδεσμοι και σύνδεσμοι επιχειρήσεων σχετικοί με τα έργα που υλοποιούνται στο κάθε Επιχειρησιακό Πρόγραμμα.

## **1.2. ΜΕΤΡΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ**

Το Σχέδιο Επικοινωνίας υιοθετεί μία σειρά Μέτρων Πληροφόρησης καθώς και των αντίστοιχων δυνατικών επικοινωνιακών εργαλείων μέσω των οποίων θα μπορεί να υλοποιηθεί με επιτυχία η Στρατηγική Επικοινωνίας. Σημειώνεται ότι ορισμένα από τα επικοινωνιακά εργαλεία, τα οποία καταγράφονται ανά μέτρο πληροφόρησης, είναι ενδεικτικά αφού η οριστικοποίησή τους γίνεται με την περαιτέρω εξειδίκευση του κάθε μέτρου πληροφόρησης.

Στον Πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζεται συνοπτικά η συσχέτιση των μέτρων πληροφόρησης και αντιστοίχων δυνατικών επικοινωνιακών εργαλείων, με τις ομάδες – στόχους στις οποίες απευθύνονται, τον γενικό στόχο που εξυπηρετείται και τους ειδικούς στόχους του σχεδίου.

**Πίνακας 1.1:** Συσχέτιση Μέτρων Πληροφόρησης με Στόχους και Ομάδες – Στόχους

ΜΕΤΡΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ	ΔΥΝΗΤΙΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ	ΟΜΑΔΑ – ΣΤΟΧΟΣ	ΓΕΝΙΚΟΣ ΣΤΟΧΟΣ ΠΟΥ ΕΞΥΠΗΡΕΤΕΙΤΑΙ	ΕΙΔΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ
Πληροφόρηση μέσω Χρήσης ΜΜΕ	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ενημερωτικές εκστρατείες</li> <li>Δημόσιες Σχέσεις με ΜΜΕ</li> <li>Παραγωγή Ταινιών</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ευρύ κοινό</li> <li>Δυνητικοί Δικαιούχοι</li> </ul>	<p>Διασφάλιση της διαφάνειας όσον αφορά την όλη διαδικασία και τους μηχανισμούς για πρόσβαση στη χρηματοδότηση στα πλαίσια των δύο ΕΠ</p> <p>Ανάδειξη και προβολή του ρόλου των ΕΔΕΤ και των επιτευγμάτων από την υλοποίηση των ΕΠ και των έργων.</p>	2,4,5,6
Ηλεκτρονικά Μέσα Πληροφόρησης	<ul style="list-style-type: none"> <li>Υποχρεωτική ιστοσελίδα της ΔΑ - Ενιαία ιστοσελίδα για τα ΕΔΕΤ</li> <li>Ιστοσελίδες Ενδιάμεσων Φορέων</li> <li>Ενημέρωση μέσω Ηλεκτρονικού Ενημερωτικού Δελτίου</li> <li>Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης</li> </ul>	<p>Όλες οι ομάδες και ειδικότερα</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Δικαιούχοι</li> <li>Δυνητικοί Δικαιούχοι</li> </ul>	<p>Διασφάλιση της διαφάνειας όσον αφορά την όλη διαδικασία και τους μηχανισμούς για πρόσβαση στη χρηματοδότηση στα πλαίσια των δύο ΕΠ</p> <p>Ανάδειξη και προβολή του ρόλου των ΕΔΕΤ και των επιτευγμάτων από την υλοποίηση των ΕΠ και των έργων.</p>	1,2,3,4,5
Ειδικές Εκδηλώσεις	<ul style="list-style-type: none"> <li>Εκδηλώσεις Πληροφόρησης</li> <li>Σεμινάρια για Δυνητικούς Δικαιούχους / Δικαιούχους</li> </ul>	Όλες οι ομάδες	<p>Διασφάλιση της διαφάνειας όσον αφορά την όλη διαδικασία και τους μηχανισμούς για πρόσβαση στη χρηματοδότηση στα πλαίσια των δύο ΕΠ</p> <p>Ανάδειξη και προβολή του ρόλου των ΕΔΕΤ και των επιτευγμάτων από την υλοποίηση των ΕΠ και των έργων.</p>	2,3,4,5,6

ΜΕΤΡΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ	ΔΥΝΗΤΙΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ	ΟΜΑΔΑ – ΣΤΟΧΟΣ	ΓΕΝΙΚΟΣ ΣΤΟΧΟΣ ΠΟΥ ΕΞΥΠΗΡΕΤΕΙΤΑΙ	ΕΙΔΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ
Ενημέρωση μέσω έντυπου υλικού	<ul style="list-style-type: none"> <li>Οδηγοί απευθυνόμενοι Στους Δυνητικούς Δικαιούχους / Δικαιούχους</li> <li>Εκδόσεις και άλλα Ενημερωτικά Έντυπα / Φυλλάδια</li> </ul>	Όλες οι ομάδες ανάλογα με το περιεχόμενο του έντυπου υλικού	<p>Διασφάλιση της διαφάνειας όσον αφορά την όλη διαδικασία και τους μηχανισμούς για πρόσβαση στη χρηματοδότηση στα πλαίσια των δύο ΕΠ</p> <p>Ανάδειξη και προβολή του ρόλου των ΕΔΕΤ και των επιτευγμάτων από την υλοποίηση των ΕΠ και των έργων.</p>	2,3,4,5,6
Πρωθητικά αντικείμενα	<ul style="list-style-type: none"> <li>USB, Τσάντες, Ημερολόγια, Στυλό, κλπ</li> </ul>	<p>Όλες οι ομάδες και ειδικότερα</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ευρύ Κοινό</li> </ul>	<p>Ανάδειξη και προβολή του ρόλου των ΕΔΕΤ και των επιτευγμάτων από την υλοποίηση των ΕΠ και των έργων.</p>	4,5,6
Πληροφόρηση μέσω Εξωτερικής διαφήμισης	<ul style="list-style-type: none"> <li>Δίκτυο PISA</li> <li>Στέγαστρα Λεωφορείων</li> <li>«Ντύσιμο» Λεωφορείων</li> </ul>	<p>Όλες οι ομάδες και ειδικότερα</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ευρύ κοινό</li> <li>Δυνητικοί Δικαιούχοι</li> </ul>	<p>Διασφάλιση της διαφάνειας όσον αφορά την όλη διαδικασία και τους μηχανισμούς για πρόσβαση στη χρηματοδότηση στα πλαίσια των δύο ΕΠ</p> <p>Ανάδειξη και προβολή του ρόλου των ΕΔΕΤ και των επιτευγμάτων από την υλοποίηση των ΕΠ και των έργων.</p>	2,4,5,6
Άλλα υποχρεωτικά Μέτρα Πληροφόρησης	<ul style="list-style-type: none"> <li>Προβολή εμβλήματος ΕΕ στις εγκαταστάσεις της ΔΑ</li> <li>Δημοσιοποίηση καταλόγου έργων από τη ΔΑ</li> <li>Υποχρεώσεις ΔΑ και Ενδιάμεσων Φορέων υπό την ιδιότητα του Δικαιούχου σε Έργα Τεχνικής Βοήθειας</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ευρύ Κοινό</li> </ul>	<p>Διασφάλιση της διαφάνειας όσον αφορά την όλη διαδικασία και τους μηχανισμούς για πρόσβαση στη χρηματοδότηση στα πλαίσια των δύο ΕΠ</p> <p>Ανάδειξη και προβολή του ρόλου των ΕΔΕΤ και των επιτευγμάτων από την υλοποίηση των ΕΠ και των έργων.</p>	4,5,6

### 1.3. ΠΟΣΟΤΙΚΟΠΟΙΗΣΗ ΣΤΟΧΩΝ

Οι Γενικοί και Ειδικοί Στόχοι του Σχεδίου Επικοινωνίας ποσοτικοποιούνται μέσω ενός συστήματος δεικτών Εκροών και Αποτελεσμάτων. Οι Δείκτες Εκροών καταγράφουν την εφαρμογή των μέτρων πληροφόρησης, με έμφαση σε δράσεις σημαντικής χρηματοδοτικής βαρύτητας, ενώ οι Δείκτες Αποτελεσμάτων μετρούν το ευρύτερο αποτέλεσμα της Στρατηγικής σε σχέση με τους στόχους που αυτή έχει θέσει. Οι δείκτες αποτελεσμάτων αντιστοιχίζονται με τους έξι ειδικούς στόχους της Στρατηγικής. Η μέτρηση των εκροών της Στρατηγικής Επικοινωνίας γίνεται από την αξιολόγηση με βάση τα στοιχεία παρακολούθησης που τηρούνται από τη Διαχειριστική Αρχή και τους Ενδιάμεσους Φορείς κατά τη διάρκεια της υλοποίησης. Η συγκέντρωση των σχετικών δεδομένων ή/και πρόσθετων πληροφοριών σχετικά με την υλοποίηση και τον βαθμό επίτευξης των στόχων του προγραμματισμού, όσον αφορά τις εκροές, αποτελεί αντικείμενο της αξιολόγησης.

Ο Πίνακας που ακολουθεί παρουσιάζει τους Δείκτες Εκροών της Στρατηγικής Επικοινωνίας.

**Πίνακας 1.2:** Δείκτες Εκροών Στρατηγικής Επικοινωνίας

ΔΕΙΚΤΗΣ	ΤΙΜΗ – ΣΤΟΧΟΣ (2023)	ΜΕΤΡΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ
Αριθμός διαφημιστικών εκστρατειών	7	Πληροφόρηση μέσω Χρήσης ΜΜΕ
Αριθμός καταχωρημένων διαφημίσεων	6000	
Αριθμός Δελτίων Τύπου	100	
Αριθμός Δημοσιογραφικών Διασκέψεων	10	
Αριθμός ταινιών που θα παραχθούν (τηλεοπτικά σποτ/ντοκιμαντέρ)	10	
Αριθμός επισκέψεων στην ιστοσελίδα της διαχειριστικής αρχής (unique visitors /month)	5000 ανά μήνα(*)	Ηλεκτρονικά Μέσα Πληροφόρησης
Αριθμός followers σε Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης Facebook/Twitter/Youtube	25000(*)	
Αριθμός ειδικών εκδηλώσεων και ημερίδων	80	Ειδικές Εκδηλώσεις
Αριθμός συμμετασχόντων σε ειδικές εκδηλώσεις και ημερίδες	4000	
Αριθμός ενημερωτικών εντύπων/ οδηγών / φυλλαδίων/ άλλων εκδόσεων:	40	Ενημέρωση μέσω Έντυπου Υλικού
Ποσότητα προωθητικών αντικειμένων που έχουν διανεμηθεί	100.000	Πρωθητικά Αντικείμενα
Αριθμός αφισών που εκτυπώνονται για εξωτερική διαφήμιση	500	Πληροφόρηση μέσω Εξωτερικής Διαφήμισης

(\*) οι δείκτες αναθεωρήθηκαν σε σημαντικά ψηλότερο επίπεδο σε σχέση με τον αρχικό προγραμματισμό, μετά την πρώτη αξιολόγηση της Στρατηγικής Επικοινωνίας (2017)

Ο Πίνακας 1.3 παρουσιάζει τους δείκτες αποτελέσματος της Στρατηγικής Επικοινωνίας. Για κάθε ειδικό στόχο της Στρατηγικής έχουν επιλεγεί δείκτες αποτελέσματος κατάλληλοι ώστε να ποσοτικοποιούν τον στόχο που επιδιώκεται.

**Πίνακας 1.3: Δείκτες Αποτελεσμάτων της Στρατηγικής Επικοινωνίας**

Ειδικός Στόχος	Δείκτης	Τιμή Βάσης	Τιμή Στόχος (2023)
<b>Δημιουργία και λειτουργία ενός αξιόπιστου και προσβάσιμου μηχανισμού παροχής πληροφόρησης και αποτελεσματικής επικοινωνίας</b> για τις παρεμβάσεις του κάθε ΕΠ, συμπεριλαμβανομένων πληροφοριών σχετικά με τη χρονική στιγμή υλοποίησης του προγραμματισμού και οποιονδήποτε σχετικών διαδικασιών δημόσιας διαβούλευσης.	Ποσοστό δυνητικών Δικαιούχων που θεωρούν ότι διαθέτουν ευκολία πρόσβασης σε πληροφορίες σχετικά με τις παρεμβάσεις κάθε ΕΠ.	54,6%	60%
	Ποσοστό δυνητικών Δικαιούχων που είναι ικανοποιημένοι από την πληρότητα των πληροφοριών που τους παρασχέθηκαν	62,4%	68%
<b>Συνεχής, σαφής και λεπτομερής πληροφόρηση, σε συνθήκες πλήρους διαφάνειας, όλων των δυνητικών δικαιούχων για τις ευκαιρίες χρηματοδότησης</b> που παρέχονται από τα ΕΔΕΤ στα πλαίσια της υλοποίησης του κάθε Προγράμματος και τις σχετικές διαδικασίες και όρους χρηματοδότησης.	Ποσοστό δυνητικών Δικαιούχων που γνωρίζουν για ευκαιρίες που παρέχονται από τα ΕΔΕΤ μέσω των ΕΠ	70,5%	74%
<b>Διασφάλιση ότι όλοι οι φορείς που εμπλέκονται στην υλοποίηση των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων και ιδιαίτερα οι Δικαιούχοι είναι πλήρως ενημερωμένοι και τηρούν τις υποχρεώσεις</b> τους συμπεριλαμβανομένων των υποχρεώσεων τους όσον αφορά την πληροφόρηση και επικοινωνία	Ποσοστό των εμπλεκόμενων φορέων και ειδικά των Δικαιούχων που τηρούν πλήρως τις υποχρεώσεις που εμπεριέχει η υλοποίηση των ΕΠ και συγχρηματοδοτούμενων έργων	100%	100%
<b>Προβολή του περιεχομένου και των στόχων όλων των Αξόνων Προτεραιότητας του κάθε ΕΠ</b> , μέσω της προβολής διαφόρων κατηγοριών παρέμβασης, διασφαλίζοντας ότι αναδεικνύεται η συμβολή του συγκεκριμένου Ταμείου που τις χρηματοδοτεί	Ποσοστό του κοινού που έχει θετική άποψη για τη συμβολή της ΕΕ και των ΕΔΕΤ στην επίτευξη των στόχων των ΕΠ (μετράται η άποψη τουλάχιστον στο επίπεδο του ενός Στόχου ανά Αξονα Προτεραιότητας κάθε ΕΠ)	33,8% έως 50,4% ανάλογα του στόχου	38% ελάχιστη τιμή μεταξύ των στόχων των ΕΠ
<b>Προβολή των έργων που υλοποιούνται στα πλαίσια των ΕΠ</b> σε επίπεδο Άξονα Προτεραιότητας, ώστε τα αποτελέσματα από τη συμβολή των ΕΔΕΤ να είναι ορατά από το ευρύ κοινό	Ποσοστό του κοινού που μπορεί να κατονομάσει συγκεκριμένα έργα που συγχρηματοδοτούνται από τα ΕΔΕΤ	61%	66%
<b>Εξασφάλιση της μέγιστης δυνατής κατανόησης από το ευρύ κοινό των κοινωνικών και οικονομικών αποτελεσμάτων και επιπτώσεων</b> που έχει στην Κύπρο η υλοποίηση των ΕΠ και έργων, με τη συγχρηματοδότηση των ΕΔΕΤ	Ποσοστό του κοινού που θεωρεί ότι η χρηματοδότηση έργων από τα ΕΠ έχει ωφελήσει τη χώρα.	47,3%	53%

#### 1.4. ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

Ο συνολικός προϋπολογισμός της Επικοινωνιακής Στρατηγικής για τα δυο ΕΠ ανέρχεται σε € 2.0 εκ., όπως επικαιροποιήθηκε μετά την πρώτη αξιολόγησή της. Έχοντας λάβει υπόψη τους γενικούς και ειδικούς στόχους και τα προγραμματιζόμενα μέτρα πληροφόρησης καθώς και τα πρώτα στοιχεία υλοποίησης μέχρι το 2017, οπότε πραγματοποιήθηκε η πρώτη Αξιολόγηση της Στρατηγικής Επικοινωνίας, η ενδεικτική



κατανομή του προϋπολογισμού κατά κατηγορία μέτρων παρουσιάζεται στον Πίνακα που ακολουθεί

**Πίνακας 1.4:** Ενδεικτική Κατανομή του Προϋπολογισμού κατά Μέτρο

<b>ΜΕΤΡΑ</b>	<b>Προϋπολογισμός (€)</b>	<b>%</b>
Χρήση ΜΜΕ	1.500.000	75%
Ηλεκτρονικά Μέσα Πληροφόρησης	200.000	10%
Εκδηλώσεις Πληροφόρησης	130.000	6,5%
Ενημέρωση μέσω έντυπου υλικού	50.000	2,5%
Πρωθητικά αντικείμενα	20.000	1%
Πληροφόρηση μέσω εξωτερικής διαφήμισης	100.000	5%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>2.000.000</b>	<b>100%</b>

## **1.5. ΦΟΡΕΙΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΤΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ**

Η συνολική ευθύνη για την υλοποίηση του Σχεδίου Επικοινωνίας και το συντονισμό όλων των Μέτρων Δημοσιότητας και Πληροφόρησης που αναλαμβάνονται στο πλαίσιο των δύο Επιχειρησιακών Προγραμμάτων ανήκει στη Διαχειριστική Αρχή, η οποία:

- Εκπόνησε και υπέβαλε για έγκριση στην Επιτροπή Παρακολούθησης των ΕΠ, την κοινή Στρατηγική Επικοινωνίας σύμφωνα με τις πρόνοιες του Άρθρου 116, του Καν. (ΕΕ) 1303/2013.
- Συντονίζει, παρακολουθεί και αξιολογεί την υλοποίηση της Στρατηγικής Επικοινωνίας.
- Έχει την ευθύνη για τη δημιουργία και λειτουργία της ενιαίας ιστοσελίδας για τα ΕΔΕΤ, μέσω της οποίας παρέχονται πληροφορίες και πρόσβαση σε όλα τα ΕΠ που συγχρηματοδοτούνται από τα ΕΔΕΤ.
- Ενημερώνει τους δυνητικούς Δικαιούχους για τις ευκαιρίες χρηματοδότησης των ΕΠ μέσω της δημοσίευσης όλων των Προσκλήσεων Υποβολής Προτάσεων στην ενιαία ιστοσελίδα για τα ΕΔΕΤ.
- Εφαρμόζει άλλα οριζόντια μέτρα πληροφόρησης και επικοινωνίας και για τα δυο ΕΠ σύμφωνα με τα καθοριζόμενα στη Στρατηγική Επικοινωνίας, συμπεριλαμβανομένων των μέτρων που ορίζονται στην παρ. 2.1 του Παραρτήματος XII του Καν. (ΕΕ) 1303/2013.
- Διασφαλίζει ότι όλα τα μέτρα πληροφόρησης που λαμβάνει περιλαμβάνουν μεταξύ άλλων τα τεχνικά χαρακτηριστικά που περιγράφονται στο στοιχείο 2.2 του Παραρτήματος II του Καν. (ΕΕ) 1303/2013.

- Εκδίδει κατάλληλες οδηγίες προς τους Δικαιούχους (με υποδείγματα σε ηλεκτρονική μορφή) για τη διενέργεια δράσεων πληροφόρησης και επικοινωνίας σύμφωνα με την παρ. 3.2.2 του Παραρτήματος XII του Καν. (ΕΕ) 1303/2013.
- Εκδίδει οδηγίες προς τους Ενδιάμεσους Φορείς για την υλοποίηση δράσεων πληροφόρησης που αποτελούν μέρος της Στρατηγική Επικοινωνίας, καθώς και οδηγίες για την παρακολούθηση και επαλήθευση των δράσεων πληροφόρησης που υλοποιούνται από τους Δικαιούχους σύμφωνα με τις πρόνοιες των σχετικών Κανονισμών.
- Ενημερώνει την Επιτροπή Παρακολούθησης των ΕΠ τουλάχιστο μια φορά κάθε χρόνο για την πρόοδο υλοποίησης της Στρατηγικής Επικοινωνίας και των αποτελεσμάτων της, καθώς και για τις δράσεις πληροφόρησης και επικοινωνίας που προγραμματίζονται να υλοποιηθούν κατά το επόμενο έτος, σύμφωνα με το Άρθρο 116, παρ. 4 του Καν. (ΕΕ) 1303/2013.
- Διασφαλίζει ότι οι Ετήσιες Εκθέσεις Υλοποίησης των Προγραμμάτων για το 2017 και το 2019, παραθέτουν και αξιολογούν τα αποτελέσματα των μέτρων πληροφόρησης που υλοποιούνται στο πλαίσιο της Στρατηγικής Επικοινωνίας, σύμφωνα με το Άρθρο 111, παρ.4(β) του Καν. (ΕΕ) 1303/2013.
- Διασφαλίζει, κατά περίπτωση, τη συμμετοχή στα μέτρα πληροφόρησης και επικοινωνίας, σύμφωνα με τους εθνικούς νόμους και τις πρακτικές α) των φορέων που συμμετέχουν στην εταιρική σχέση για κάθε ΕΠ, σύμφωνα με το Άρθρο 5 του Κανονισμού Γενικών Διατάξεων, β) των κέντρων πληροφόρησης για την Ευρώπη, καθώς και των Γραφείων των αντιπροσωπειών της Επιτροπής και των Γραφείων Πληροφόρησης του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου στα κράτη – μέλη και γ) των εκπαιδευτικών και ερευνητικών ιδρυμάτων.

Η Διαχειριστική Αρχή έχει ορίσει Υπεύθυνο Πληροφόρησης και Επικοινωνίας, ο οποίος έχει την ευθύνη του συντονισμού των ενεργειών πληροφόρησης και επικοινωνίας για το σύνολο των Ταμείων και των ΕΠ που αφορά η Στρατηγική Επικοινωνίας. Ο Υπεύθυνος Πληροφόρησης και Επικοινωνίας της Διαχειριστικής Αρχής συντονίζει τους αρμόδιους για τον συντονισμό των μέτρων πληροφόρησης και επικοινωνίας των Ενδιάμεσων Φορέων, έχει την ευθύνη για τη δημιουργία και διατήρηση του διαδικτυακού τόπου ηλεκτρονικής ενημέρωσης και τη διενέργεια επισκόπησης των μέτρων πληροφόρησης που εφαρμόζονται σε επίπεδο χώρας και συμμετέχει στο Δίκτυο Πληροφόρησης και Επικοινωνίας της Ένωσης, με σκοπό την ανταλλαγή πληροφοριών επί των αποτελεσμάτων της υλοποίησης των στρατηγικών επικοινωνίας, την ανταλλαγή εμπειριών από την εφαρμογή των μέτρων πληροφόρησης και επικοινωνίας και την ανταλλαγή καλών πρακτικών.

Οι Ενδιάμεσοι Φορείς εκτελούν τα καθήκοντα που τους ανατέθηκαν από τη Δ.Α, όσον αφορά την υλοποίηση, παρακολούθηση και επαλήθευση δράσεων πληροφόρησης και επικοινωνίας προς όλες τις ομάδες - στόχους (δυνητικοί Δικαιούχοι, Δικαιούχοι, ευρύ

κοινό) στο επίπεδο των παρεμβάσεων που υλοποιούνται υπό την ευθύνη τους. Οι Ενδιάμεσοι Φορείς εκτελούν τα ακόλουθα καθήκοντα:

- Παρέχουν στους δυνητικούς Δικαιούχους, στα πλαίσια των κατευθυντήριων γραμμών της Διαχειριστικής Αρχής και της Στρατηγικής Επικοινωνίας, σαφείς και λεπτομερείς πληροφορίες για την παρέμβαση που δικαιούνται να υποβάλουν πρόταση.
- Γνωστοποιούν την έκδοση των Προσκλήσεων Υποβολής Προτάσεων στους δυνητικούς Δικαιούχους, είτε με επιστολή, είτε με δημοσίευση σε δύο εφημερίδες ευρείας κυκλοφορίας του ημερήσιου τύπου και στην εφημερίδα του κράτους. Οι προσκλήσεις δημοσιεύονται επίσης στην ιστοσελίδα των Ενδιάμεσων Φορέων (εάν υπάρχει) και αποστέλλονται στη Διαχειριστική Αρχή για δημοσίευση στην ενιαία ιστοσελίδα για τα ΕΔΕΤ. Όλες οι Προσκλήσεις αποστέλλονται για ενημέρωση στα 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 Έργων που θα δημοσιεύεται από τη Διαχειριστική Αρχή στην ενιαία ιστοσελίδα της για τα ΕΔΕΤ [www.structuralfunds.org.cy](http://www.structuralfunds.org.cy)
- Αποστέλλουν τη σχετική πληροφόρηση στη Διαχειριστική Αρχή για τη δημοσιοποίηση του Καταλόγου Έργων.
- Είναι υπεύθυνοι για την τήρηση των υποχρεώσεων των Δικαιούχων σχετικά με τις δράσεις πληροφόρησης και επικοινωνίας που διενεργούν για το κοινό σύμφωνα με τις πρόνοιες των αντίστοιχων Κανονισμών. Στα πλαίσια αυτά μπορεί να παρέχουν εξειδικευμένες οδηγίες και στήριξη στους Δικαιούχους, σύμφωνα με τον Οδηγό της Διαχειριστικής Αρχής για τη διενέργεια δράσεων πληροφόρησης και την Επικοινωνιακή Στρατηγική. Στα πλαίσια των επαληθεύσεων που διενεργούν οι Ενδιάμεσοι Φορείς για τα έργα των Δικαιούχων, ελέγχεται η υλοποίηση των δράσεων πληροφόρησης και επικοινωνίας και η τήρηση των προνοιών των σχετικών Κανονισμών.
- Υλοποιούν μέτρα πληροφόρησης και επικοινωνίας για Δικαιούχους, δυνητικούς Δικαιούχους και το ευρύ κοινό όσον αφορά τις παρεμβάσεις που έχουν υπό την ευθύνη τους σύμφωνα με τα καθοριζόμενα στην Στρατηγική Επικοινωνίας και τις οδηγίες της Διαχειριστικής Αρχής, διασφαλίζοντας ότι όλα τα μέτρα πληροφόρησης περιλαμβάνουν μεταξύ άλλων τα τεχνικά χαρακτηριστικά που περιγράφονται στο στοιχείο 2.2 του Παραρτήματος II του Καν. (ΕΕ) 1303/2013.
- Παρέχουν, μέσω των σχετικών εκθέσεων παρακολούθησης που θα υποβάλλουν στη Διαχειριστική Αρχή τις απαραίτητες πληροφορίες για όλα τα μέτρα πληροφόρησης και επικοινωνίας που προγραμματίζονται και υλοποιούνται από τους ίδιους όσον αφορά τις παρεμβάσεις που υλοποιούνται υπό την ευθύνη τους.

Στο πλαίσιο της υλοποίησης των Ε.Π. της περιόδου 2014-2020 έχουν ορισθεί οι ακόλουθοι Ενδιάμεσοι Φορείς:

Για το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «**Ανταγωνιστικότητα και Αειφόρος Ανάπτυξη**» οι Ενδιάμεσοι Φορείς είναι:

**A. Ενδιάμεσοι Φορείς Έργων Δημοσίων Συμβάσεων:** Υπουργείο Μεταφορών, Επικοινωνιών και Έργων, Υπουργείο Εσωτερικών . Δήμος Λευκωσίας, Δήμος Λεμεσού, Δήμος Λάρνακας, Δήμος Πάφου

**B. Ενδιάμεσοι Φορείς Σχεδίων Χορηγιών:** Υπουργείο Ενέργειας, Εμπορίου, Βιομηχανίας και Τουρισμού, Ίδρυμα Προώθησης Έρευνας, Κυπριακός Οργανισμός Τουρισμού, Τμήμα Πολεοδομίας και Οικήσεως

Για το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «**Απασχόληση, Ανθρώπινοι Πόροι και Κοινωνική Συνοχή**» οι Ενδιάμεσοι Φορείς είναι:

**A. Ενδιάμεσος Φορέας Έργων Δημοσίων Συμβάσεων:** Το Υπουργείο Εργασίας, Πρόνοιας και Κοινωνικών Ασφαλίσεων (Μονάδα ΕΚΤ)

**B. Ενδιάμεσος Φορέας Σχεδίων Χορηγιών:** Τμήμα Εργασίας

Κάθε Ενδιάμεσος Φορέας έχει ορίσει συγκεκριμένο/α άτομο/α, το οποίο έχει την ευθύνη του συντονισμού των μέτρων πληροφόρησης και επικοινωνίας του Φορέα και λειτουργεί ως σημείο επαφής με τη Διαχειριστική Αρχή, για θέματα πληροφόρησης και επικοινωνίας. Στον Πίνακα 1.5 που ακολουθεί παρουσιάζεται ο αρμόδιος φορέας (Διαχειριστική Αρχή / Ενδιάμεσος Φορέας) όσον αφορά την υλοποίηση των μέτρων πληροφόρησης / δυνητικών επικοινωνιακών εργαλείων που ορίζονται στην Στρατηγική Επικοινωνίας.

**Πίνακας 1.5:** Αρμόδιοι Φορείς ανά Μέτρο Πληροφόρησης και Επικοινωνιακό Εργαλείο

ΜΕΤΡΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ	ΑΡΜΟΔΙΟΙ ΦΟΡΕΙΣ
Πληροφόρηση μέσω Χρήσης ΜΜΕ	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ενημερωτικές εκστρατείες</li> <li>Δημόσιες Σχέσεις με ΜΜΕ</li> <li>Παραγωγή Ταινιών</li> </ul>	Διαχειριστική Αρχή Ενδιάμεσοι Φορείς
Ηλεκτρονικά Μέσα Πληροφόρησης	<ul style="list-style-type: none"> <li>Υποχρεωτική ιστοσελίδα της ΔΑ - Ενιαία ιστοσελίδα για τα ΕΔΕΤ</li> <li>Ιστοσελίδες Ενδιάμεσων Φορέων</li> <li>Ενημέρωση μέσω Ηλεκτρονικού Ενημερωτικού Δελτίου</li> <li>Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης</li> </ul>	Διαχειριστική Αρχή Ενδιάμεσοι Φορείς
Ειδικές Εκδηλώσεις	<ul style="list-style-type: none"> <li>Εκδηλώσεις Πληροφόρησης</li> <li>Σεμινάρια για Δυνητικούς Δικαιούχους / Δικαιούχους</li> </ul>	Διαχειριστική Αρχή Ενδιάμεσοι Φορείς
Ενημέρωση μέσω Έντυπου υλικού	<ul style="list-style-type: none"> <li>Οδηγοί απευθυνόμενοι στους Δυνητικούς Δικαιούχους / Δικαιούχους</li> <li>Εκδόσεις και άλλα Ενημερωτικά Έντυπα / Φυλλάδια</li> </ul>	Διαχειριστική Αρχή Ενδιάμεσοι Φορείς

ΜΕΤΡΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ	ΑΡΜΟΔΙΟΙ ΦΟΡΕΙΣ
Προωθητικά Αντικείμενα	<ul style="list-style-type: none"> <li>• USB, Τσάντες, Ημερολόγια, Στυλό, κλπ</li> </ul>	Διαχειριστική Αρχή Ενδιάμεσοι Φορείς
Πληροφόρηση μέσω Εξωτερικής διαφήμισης	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Δίκτυο PISA</li> <li>• Στέγαστρα Λεωφορείων</li> <li>• «Ντύσιμο» Λεωφορείων</li> </ul>	Διαχειριστική Αρχή
Άλλα Υποχρεωτικά Μέτρα Πληροφόρησης	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Προβολή εμβλήματος ΕΕ στις εγκαταστάσεις της ΔΑ</li> <li>• Δημοσιοποίηση καταλόγου έργων από τη ΔΑ</li> <li>• Υποχρεώσεις ΔΑ και Ενδιάμεσων Φορέων υπό την ιδιότητα του Δικαιούχου σε Έργα Τεχνικής Βοήθειας</li> </ul>	Διαχειριστική Αρχή Ενδιάμεσοι Φορείς

Τέλος, σημειώνεται ότι δράσεις πληροφόρησης και επικοινωνίας διενεργούνται επίσης από τους Δικαιούχους. Οι Δικαιούχοι διενεργούν δράσεις πληροφόρησης για το κοινό στο επίπεδο των έργων τους και σύμφωνα με τις υποχρεώσεις τους, όπως προδιαγράφονται στο σημείο 2.2 του Παραρτήματος XII του Καν. (ΕΕ) 1303/2013 και στα πλαίσια των κατευθύνσεων που παρέχονται από τη Διαχειριστική Αρχή μέσω του Οδηγού για τη διενέργεια δράσεων πληροφόρησης και επικοινωνίας, καθώς και της στήριξης του αρμόδιου Ενδιάμεσου Φορέα. Οι δαπάνες των Δικαιούχων για την υλοποίηση δράσεων πληροφόρησης και επικοινωνίας δεν αποτελούν μέρος του προϋπολογισμού της Στρατηγικής Επικοινωνίας αλλά μέρος του προϋπολογισμού του κάθε έργου.

## **1.6. ΣΥΝΟΨΗ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΩΝ ΠΡΩΤΗΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ 2014-2020**

Η πρώτη αξιολόγηση της Στρατηγικής Επικοινωνίας πραγματοποιήθηκε το 2017 και αφορούσε στην εκτίμηση της προόδου υλοποίησής της και την αποτελεσματικότητα των μέτρων πληροφόρησης που υλοποιούνται, σε σχέση με τους ποσοτικούς και ποιοτικούς στόχους που έχουν τεθεί, καθώς και την υποβολή προτάσεων/εισηγήσεων με σκοπό τη βελτίωση της αποτελεσματικότητας της Στρατηγικής.

Η Στρατηγική Επικοινωνίας στο επίπεδο του σχεδιασμού αξιοποίησε την ήδη υπάρχουσα εμπειρία από την εφαρμογή του Σχεδίου της περιόδου 2007-2013, υιοθετώντας μία αντίστοιχη στρατηγική, που αποτυπώνεται τόσο στο επίπεδο των γενικών και ειδικών στόχων, όσο και στο περιεχόμενο των μέτρων. Η Στρατηγική αξιοποιεί όλα τα σύγχρονα μέσα και εργαλεία επικοινωνίας, για την προβολή των στόχων και των αποτελεσμάτων των δύο Επιχειρησιακών Προγραμμάτων και του ρόλου της Ευρωπαϊκής Ένωσης στην εφαρμογή των παρεμβάσεων και την ευρύτερη ανάπτυξη της Κύπρου. Επιπλέον, ήδη από το επίπεδο του σχεδιασμού η απέδωσε ιδιαίτερη έμφαση σε μέτρα, ή/και σε διαδικασίες υλοποίησης των μέτρων, οι οποίες κατά το πρόσφατο παρελθόν

αναδείχθηκαν ως ιδιαίτερα αποτελεσματικές για την επίτευξη των στόχων της. Ειδικότερα:

- Η εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων επικοινωνίας με τη μορφή των σύνθετων εκστρατειών ενημέρωσης, οι οποίες αναδείχθηκαν ως μία καλή πρακτική η οποία συνέβαλε στην υπερκάλυψη των περισσότερων ποσοτικών στόχων του Σχεδίου Επικοινωνίας κατά την προηγούμενη περίοδο, αποτελεί το βασικό εργαλείο για την υλοποίηση της στρατηγικής και της νέας περιόδου.
- Ο σχεδιασμός περιλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα μέσων επικοινωνίας, αξιοποιώντας μεν όλα τα διαθέσιμα παραδοσιακά μέσα τα οποία αναδεικνύονται ως σημαντικά τόσο από την παρούσα αξιολόγηση, όσο και από προηγούμενες (κυρίως τηλεόραση και έντυπος τύπος), αλλά αποδίδοντας ιδιαίτερη έμφαση στο ρόλο του διαδικτύου, του οποίου η χρήση ως μέσου ενημέρωσης για θέματα που αφορούν στα ΕΔΕΤ αυξάνεται σε μεγάλο βαθμό κατά τα τελευταία χρόνια.

### **Πρόδος Υλοποίησης**

Η πρόδος της εφαρμογής της Στρατηγικής ανά Μέτρο συνοψίζεται στα εξής:

**Μέσα ηλεκτρονικής πληροφόρησης:** Οι δύο στόχοι εκρών που θέτει η στρατηγική επικοινωνίας έχουν ήδη υπερκαλυφθεί, αφού στηρίζονται σε μέσα που είχαν αναπτυχθεί κατά την προηγούμενη προγραμματική περίοδο, ενώ παρατηρείται συνεχής αύξηση της επισκεψιμότητάς τους και κατά συνέπεια της διείσδυσής τους σε δικαιούχους και ευρύ κοινό.

**Ενημέρωση μέσω έντυπου υλικού** Από τη Διαχειριστική Αρχή έχουν εκδοθεί ενημερωτικά έντυπα για τα ΕΠ και για τις ευκαιρίες χρηματοδότησης που προσφέρονται μέσα από αυτά στις επιχειρήσεις και στο ανθρώπινο δυναμικό, καθώς και Οδηγός για τη διενέργεια δράσεων πληροφόρησης και επικοινωνίας. Εκδόθηκαν επίσης Κατευθυντήριες Γραμμές για επιμέρους διαδικασίες του ΣΔΕ καθώς και Εγχειρίδιο χρήσης του ΟΠΣ. Παράλληλα, οι Ενδιάμεσοι Φορείς έχουν εκδώσει Οδηγούς για όλα τα Σχέδια Χορηγιών που προκήρυξαν. Η επίτευξη του στόχου είναι ήδη ψηλή και αντανακλά την έμφαση που δόθηκε από την αρχή της προγραμματικής περιόδου στην ενημέρωση του κοινού για το περιεχόμενο των ΕΠ, στην πληροφόρηση των δυνητικών Δικαιούχων για τις ευκαιρίες χρηματοδότησης, καθώς και στην παροχή κατάλληλης καθοδήγησης στους Δικαιούχους ώστε να μπορέσουν να εκπληρώσουν αποτελεσματικά τις υποχρεώσεις τους.

**Ειδικές εκδηλώσεις:** Αντίστοιχη παρατήρηση μπορεί να διατυπωθεί για τους δείκτες του μέτρου αυτού, οι οποίοι σε παρούσα φάση περιλαμβάνουν τις ειδικές εκδηλώσεις που οργανώθηκαν από τη Διαχειριστική Αρχή, καθώς και σειρά εκδηλώσεων δημοσιοποίησης προσκλήσεων στους τομείς κυρίως της επιχειρηματικότητας και της έρευνας και καινοτομίας.

**Πληροφόρηση μέσω χρήσης ΜΜΕ:** Αποτελεί το σημαντικότερο μέτρο από πλευράς χρηματοοικονομικής βαρύτητας, αλλά και όσον αφορά τη διείσδυση στο ευρύ κοινό, τους

εν δυνάμει δικαιούχους και τους δικαιούχους. Η έναρξη διοργάνωσης εκστρατειών ενημέρωσης πραγματοποιήθηκε ήδη από την αρχή της προγραμματικής περιόδου (αφού αυτές οργανώνονται σε ετήσια βάση) και όπως προκύπτει και από την αξιολόγηση των επιπτώσεων, επιφέρει σημαντικά αποτελέσματα όσον αφορά την αναγνωρισιμότητα των Ταμείων και των παρεμβάσεων, του ρόλου της Ένωσης στην υλοποίησή τους και τις άλλες παραμέτρους που ερευνήθηκαν.

Πληροφόρηση μέσω εξωτερικής διαφήμισης: Το μέτρο υλοποιείται κυρίως από τη Διαχειριστική Αρχή. Κατά τα πρώτα στάδια υλοποίησης της στρατηγικής πραγματοποιήθηκε η ανάρτηση αφισών σε 32 σημεία PISA σε όλη τη χώρα.

Πρωθητικά αντικείμενα: Κατά τα πρώτα στάδια εφαρμογής της Στρατηγικής έχουν ήδη διανεμηθεί τα πρώτα πρωθητικά αντικείμενα, στο σύνολο τους από τη Διαχειριστική Αρχή. Ο δείκτης θα παρουσιάσει επιτάχυνση με την κλιμάκωση της υλοποίησης.

### **Επιπτώσεις**

Η εκτίμηση των δεικτών αποτελέσματος στηρίζεται στην υλοποίηση δύο ερευνών που πραγματοποιήθηκαν, η μία προς τις επιχειρήσεις της χώρας που αποτελούν τους εν δυνάμει δικαιούχους των παρεμβάσεων των δύο Ε.Π. και μία προς το ευρύ κοινό. Ειδικότερα, από το σύνολο των έξι δεικτών οι τέσσερις έχουν ήδη επιτύχει τους στόχους τους, σε κάποιους από τους οποίους η τιμή που καταγράφηκε στις έρευνες που πραγματοποιήθηκαν υπερβαίνει σημαντικά τον στόχο της στρατηγικής.

- Στο πλαίσιο του γενικού στόχου για τη δημιουργία ενός αξιόπιστου και προσβάσιμου μηχανισμού παροχής πληροφόρησης σχετικά με τα ΕΔΕΤ ψηλά ποσοστά ικανοποίησης εκφράζονται τόσο όσον αφορά την αξιολόγηση των δυνητικών δικαιούχων σχετικά με την ευκολία πρόσβασης σε πληροφορίες σχετικά με τις παρεμβάσεις κάθε ΕΠ, όσο και την ικανοποίηση τους σχετικά με την πληρότητα των πληροφοριών που τους παρασχέθηκε (69,8% και 75,5% αντίστοιχα είναι αρκετά ή πολύ ικανοποιημένοι). Τα ποσοστά αυτά είναι σημαντικά ψηλότερα του στόχου που έχει τεθεί.
- Πολύ σημαντική είναι η υπερκάλυψη του δείκτη που αφορά στη γνώση των δυνητικών δικαιούχων για τις ευκαιρίες που παρέχονται από τα ΕΔΕΤ (γενικός στόχος: Συνεχής, σαφής και λεπτομερής πληροφόρηση, σε συνθήκες πλήρους διαφάνειας, όλων των δυνητικών δικαιούχων για τις ευκαιρίες χρηματοδότησης), αφού το 89,7% των επιχειρήσεων δηλώνει ότι γνωρίζει την ύπαρξη των χρηματοδοτήσεων, έναντι 74% που είναι ο στόχος της στρατηγικής.
- Η διασφάλιση ότι όλοι οι φορείς που εμπλέκονται στην υλοποίηση των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων και ιδιαίτερα οι Δικαιούχοι είναι πλήρως ενημερωμένοι και τηρούν τις υποχρεώσεις τους επιτυγχάνεται με μέριμνα της Διαχειριστικής Αρχής τόσο με τις κατευθυντήριες γραμμές, εγχειρίδια και οδηγούς που εκδίδει. Η τήρηση των υποχρεώσεων των δικαιούχων στον τομέα της δημοσιότητας αποτελεί στοιχείο ελέγχου των δικαιούχων με βάση το εγκεκριμένο

σύστημα Διαχείρισης και Ελέγχου των Ε.Π. αποτυπώνεται δε σε αντίστοιχους δείκτες παρακολούθησης των δύο προγραμμάτων. Οι έλεγχοι που πραγματοποιούνται στο επίπεδο των έργων αναδεικνύουν την τήρηση των υποχρεώσεων στο σύνολο των έργων (100%).

- Η επίτευξη του γενικού στόχου της προβολής του περιεχομένου και των στόχων όλων των Αξόνων Προτεραιότητας του κάθε ΕΠ, μέσω της προβολής διαφόρων κατηγοριών παρέμβασης, διασφαλίζοντας ότι αναδεικνύεται η συμβολή του συγκεκριμένου Ταμείου που τις χρηματοδοτεί μετράται με βάση τις οδηγίες αξιολόγησης που περιλαμβάνει η Στρατηγική Επικοινωνίας και οι οποίες αφορούν ουσιαστικά στο δεύτερο σκέλος του στόχου, δηλαδή στην αναγνώριση της συμβολής των Ταμείων στην επίτευξη των στόχων του προγραμματισμού. Μεταξύ των στόχων των δύο ΕΠ που διερευνήθηκαν, την χαμηλότερη επίδοση εμφανίζει ο στόχος της καταπολέμησης της φτώχειας και του κοινωνικού αποκλεισμού, τόσο στην έρευνα μεταξύ των επιχειρήσεων όσο και στην έρευνα του κοινού. Σε γενικές γραμμές εκφράζεται μία επιφύλαξη τόσο του κοινού όσο και των επιχειρήσεων όσον αφορά στη συμβολή των Ταμείων, γεγονός που θα πρέπει να συνεξετασθεί με τις κοινωνικές επιπτώσεις που είχε η οικονομική κρίση στην οικονομία της χώρας, είτε ακόμα και να υποδηλώνει αίτημα για μία μεγαλύτερη συμβολή για την παροχή δηλαδή περισσότερων οικονομικών πόρων.
- Υστέρηση παρουσιάζει και η τιμή επίτευξης του στόχου που αφορά στο ποσοστό του κοινού που μπορεί να κατονομάσει συγκεκριμένα συγχρηματοδοτούμενα έργα (στο πλαίσιο του γενικού στόχου: Προβολή των έργων που υλοποιούνται στα πλαίσια των ΕΠ σε επίπεδο Άξονα Προτεραιότητας, αφού τόσο η έρευνα κοινού όσο και η έρευνα επιχειρήσεων ανέδειξε ότι περίπου ένας στους τέσσερεις ερωτώμενους μπόρεσαν να απαντήσουν σε σχετική ανοικτή ερώτηση των δύο ερευνών.
- Τέλος, το ποσοστό του κοινού που θεωρεί ότι η χρηματοδότηση έργων από τα ΕΠ έχει ωφελήσει τη χώρα, δείκτης ο οποίος αντιστοιχεί στο γενικό στόχο της εξασφάλισης της μέγιστης δυνατής κατανόησης από το ευρύ κοινό των κοινωνικών και οικονομικών αποτελεσμάτων και επιπτώσεων που έχει στην Κύπρο η υλοποίηση των ΕΠ και έργων, με τη συγχρηματοδότηση των ΕΔΕΤ, κυμαίνεται στο 53,9% έναντι 53% του στόχου που έχει τεθεί από τη στρατηγική. Ενισχυτική αυτής της θετικής τάσης είναι και η συμφωνία μεγάλου τμήματος του κοινού ως προς ορισμένες προτάσεις της έρευνας. Το 49,9% των ερωτώμενων συμφωνεί με την άποψη ότι μέσω των Ταμείων της ΕΕ προωθείται η ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων της χώρας, το 46,7% με την άποψη ότι η ΕΕ προωθεί και στηρίζει την οικονομική και κοινωνική συνοχή των κρατών μελών της και το 47,7% με την άποψη ότι η συμβολή της ΕΕ στην αναβάθμιση της Κύπρου μέσω των Ευρωπαϊκών Ταμείων δημιουργεί αίσθημα ικανοποίησης.

Στο πλαίσιο της Έρευνας Κοινού έγινε ιδιαίτερη εστίαση σε ένα υποσύνολο του δείγματος που αφορά άτομα που εργάζονται στην εκπαίδευση και την έρευνα. Σε γενικές γραμμές



διαπιστώνεται ότι σε αυτή την ομάδα – στόχο το σύνολο των δεικτών επιπτώσεων επιτυγχάνει τους στόχους του Σχεδίου, με ποσοστά κατά πολύ ψηλότερα των αντίστοιχων στο σύνολο του δείγματος. Αντίστοιχο συμπέρασμα μπορεί να διατυπωθεί και όσον αφορά τις νεότερες ομάδες του πληθυσμού (26-35), οι οποίες εμφανίζουν θετικότερη στάση ως προς τα ερωτήματα που συνδέονται με τους δείκτες αποτελέσματος και γενικά αποτιμούν πολύ θετικά το ρόλο που διαδραματίζει η ΕΕ τόσο στην ευρύτερη ανάπτυξη, όσο και σε επιμέρους θέματα που τέθηκαν κατά την έρευνα, όπως είναι η αντιμετώπιση των συνεπειών της κρίσης, ή η ενίσχυση σημαντικών τομέων και κλάδων της οικονομίας.

### **Προτάσεις της Αξιολόγησης**

#### Ως προς την επικαιροποίηση του συστήματος δεικτών παρακολούθησης.

Προτείνεται η επικαιροποίηση των δύο δεικτών εκρών που αντιστοιχούν στο Μέτρο των Ηλεκτρονικών Μέσων Πληροφόρησης:

- Ο δείκτης «αριθμός επισκέψεων στην ιστοσελίδα της διαχειριστικής αρχής (Unique visitors /month) προτείνεται να αναμορφωθεί ως προς την τιμή στόχο με βάση τα τρέχοντα δεδομένα της υλοποίησης, με νέα τιμή στόχο τις 8.900 επισκέψεις ανά μήνα.
- Ο δείκτης followers σε Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης προτείνεται να αναμορφωθεί με νέα τιμή στόχο τους 25.000 followers.

#### Ως προς την επικαιροποίηση του προϋπολογισμού.

Το μέχρι τώρα χαμηλότερο κόστος των ενεργειών που έχουν υλοποιηθεί σε σχέση με το προγραμματισμένο παρέχει δυνατότητα αναθεώρησης του προϋπολογισμού της Στρατηγικής Επικοινωνίας σε χαμηλότερα επίπεδα. Σημειώνεται ότι το συνολικό κόστος του Σχεδίου Επικοινωνίας 2007-2013 το οποίο περιείχε αντίστοιχες δράσεις, ανήλθε τελικά σε περίπου 1,5 εκ. €. Κατά συνέπεια εκτιμάται ότι είναι δυνατή η αναμόρφωση του προϋπολογισμού της Στρατηγικής, στην περιοχή των 2,0 εκ. € για το σύνολο της προγραμματικής περιόδου.

Στη βάση αυτή είναι δυνατή η αναμόρφωση και του Πίνακα της στρατηγικής που περιλαμβάνει τη χρονική κατανομή του προϋπολογισμού:

- Με την αναμόρφωση των ετών έως το 2017 με βάση τα πραγματικά δεδομένα υλοποίησης.
- Με την αναμόρφωση των υπόλοιπων ετών στη βάση του νέου συνολικού προϋπολογισμού.

Δεδομένου ότι ενημέρωση μέσω MME, που αποτελεί και το μεγαλύτερο τμήμα του προϋπολογισμού της στρατηγικής, πραγματοποιείται ουσιαστικά σε όλα τα έτη της προγραμματικής περιόδου σε συνδυασμό με τις ετήσιες εκστρατείες πληροφόρησης,

προτείνεται να διατηρηθεί η περίπου ισόρροπη κατανομή της προϋπολογιζόμενης δαπάνης μεταξύ των ετών, με μία μεγαλύτερη έμφαση στα δύο τελευταία έτη της υλοποίησης.

### **1.7. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ, ΤΟΥΣ ΣΤΟΧΟΥΣ ΚΑΙ ΤΑ ΜΕΤΡΑ ΤΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ 2014-2020**

Η Στρατηγική Επικοινωνίας 2014-2020 αποτελεί ουσιαστικά συνέχεια αυτής που εφαρμόστηκε μέσω του Σχεδίου Επικοινωνίας 2007-2013, υιοθετεί αντίστοιχα εργαλεία επικοινωνίας και δράσεις όπως αυτές που υλοποιήθηκαν κατά την προηγούμενη προγραμματική περίοδο 2007-2013 και λαμβάνει υπόψη το θεσμικό πλαίσιο που διέπει τις στρατηγικές επικοινωνίας κατά την νέα προγραμματική περίοδο. Στο επίπεδο του σχεδιασμού, η Στρατηγική αξιοποιεί την εμπειρία από την εφαρμογή του Σχεδίου της περιόδου 2007-2013, όπως αποτυπώνεται τόσο στην υιοθέτηση των γενικών και ειδικών της στόχων, όσο και στο περιεχόμενο των μέτρων. Ο ψηλός βαθμός επίτευξης των στόχων που σημείωσε το Σχέδιο Επικοινωνίας 2007-13, τόσο όσον αφορά τις εκροές και τα αποτελέσματα, όσο και τις επιπτώσεις, όπως και η υψηλή αποτελεσματικότητα που σημειώθηκε αποτέλεσαν τις βάσεις για το σχεδιασμό και κατά την νέα περίοδο.

Με τον τρόπο αυτό η Στρατηγική Επικοινωνίας αποτελεί μία ολοκληρωμένη και πλήρη επικοινωνιακή στρατηγική, η οποία αξιοποιεί τα σύγχρονα μέσα και εργαλεία επικοινωνίας, για την προβολή των στόχων και των αποτελεσμάτων των δύο Επιχειρησιακών Προγραμμάτων και του ρόλου της Ευρωπαϊκής Ένωσης στην εφαρμογή των παρεμβάσεων και την ευρύτερη ανάπτυξη της Κύπρου.

Με βάση και τις πρόνοιες του θεσμικού πλαισίου, η Στρατηγική Επικοινωνίας 2014-2020 υιοθετεί ένα ολοκληρωμένο σύνολο αλληλένδετων μέτρων πληροφόρησης και επικοινωνιακών εργαλείων, κατάλληλα προσαρμοσμένων για την αποτελεσματική προσέγγιση των τριών ομάδων – στόχων (δικαιούχοι, δυνητικοί δικαιούχοι και ευρύ κοινό) και ενσωματώνει το σύνολο των υποχρεωτικών διατάξεων του προγραμματικού πλαισίου.

Επιπλέον, ήδη από το επίπεδο του σχεδιασμού η στρατηγική αποδίδει ιδιαίτερη έμφαση σε μέτρα, ή/και σε διαδικασίες υλοποίησης των μέτρων, οι οποίες κατά το πρόσφατο παρελθόν αναδείχθηκαν ως ιδιαίτερα αποτελεσματικές για την επίτευξη των στόχων της. Ειδικότερα:

- Η εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων επικοινωνίας με τη μορφή των σύνθετων εκστρατειών ενημέρωσης, οι οποίες αναδεικνύονται ως μία καλή πρακτική η οποία συνέβαλε στην υπερκάλυψη των περισσότερων ποσοτικών στόχων του Σχεδίου Επικοινωνίας κατά την προηγούμενη περίοδο, αποτελεί το βασικό εργαλείο για την υλοποίηση της στρατηγικής και της νέας περιόδου. Ουσιαστικά επιδιώκεται η συνδυασμένη χρήση σχεδόν του συνόλου των διαθέσιμων εργαλείων επικοινωνίας, στο πλαίσιο ολοκληρωμένων εκστρατειών ενημέρωσης, οι οποίες σχεδιάζονται και πραγματοποιούνται σε χρόνο κατάλληλο με βάση και την πορεία της υλοποίησης των

ΕΠ. Αυτός ο τρόπος σχεδιασμού και υλοποίησης των μέτρων επικοινωνίας και δημοσιότητας οδηγεί ήδη σε σημαντικά αποτελέσματα, όπως αναδεικνύεται από την εκτίμηση των αντίστοιχων δεκτών, αφού λειτουργεί πολλαπλασιαστικά ως προς το κεντρικό μήνυμα το οποίο εκπέμπεται.

- Ο σχεδιασμός περιλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα μέσων επικοινωνίας, αξιοποιώντας μεν όλα τα διαθέσιμα παραδοσιακά μέσα τα οποία αναδεικνύονται ως σημαντικά τόσο από την παρούσα αξιολόγηση, όσο και από προηγούμενες (κυρίως τηλεόραση και έντυπος τύπος), αλλά αποδίδοντας ιδιαίτερη έμφαση στο ρόλο του διαδικτύου, του οποίου η χρήση ως μέσου ενημέρωσης για θέματα που αφορούν στα ΕΔΕΤ αυξάνεται σε μεγάλο βαθμό κατά τα τελευταία χρόνια. Μέσω των μέτρων συνεχούς ηλεκτρονικής ενημέρωσης και πληροφόρησης επιδιώκεται η προσέγγιση τόσο των δικαιούχων και δυνητικών δικαιούχων όσο και του ευρύτερου κοινού, στοιχείο του σχεδιασμού το οποίο επιβεβαιώνεται από τις ψηλές τιμές των δεικτών που συνδέονται με αυτά τα μέτρα.

## **2. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΠΡΟΟΔΟΥ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ 2014-2020**

Η Στρατηγική Επικοινωνίας 2014-2020 άρχισε να εφαρμόζεται με την εκκίνηση της προγραμματικής περιόδου και μετά την έγκρισή της από την Επιτροπή Παρακολούθησης. Η Στρατηγική ακολουθεί μια ενιαία επικοινωνιακή προσέγγιση για τα Ε.Π. «Αειφόρος Ανάπτυξη και Ανταγωνιστικότητα» και «Απασχόληση, Ανθρώπινοι Πόροι και Κοινωνική Συνοχή», το σύνολο των διαθέσιμων μέτρων και εργαλείων πληροφόρησης και επικοινωνίας προσαρμόζονται για την προβολή των έργων και των αποτελεσμάτων τους για κάθε Επιχειρησιακό Πρόγραμμα.

### **2.1. ΕΝΙΑΙΑ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΚΕΝΤΡΙΚΑ ΜΗΝΥΜΑΤΑ**

Βασικό στοιχείο της Στρατηγικής Επικοινωνίας είναι ο ορισμός μιας ξεκάθαρης και ενιαίας ταυτότητας, με βάση τις πρόνοιες του Καν. (ΕΕ) 821/2014, όσον αφορά τις δράσεις πληροφόρησης και επικοινωνίας που υλοποιούνται. Προκειμένου να επιτευχθεί αυτός ο στόχος επιδιώκεται όλες οι δράσεις επικοινωνίας και πληροφόρησης που υλοποιούνται στη διάρκεια της προγραμματικής περιόδου να περιλαμβάνουν ορισμένα κοινά στοιχεία, τα οποία εξασφαλίζουν την ομοιογένεια και δημιουργούν ενιαία ταυτότητα στην επικοινωνιακή στρατηγική. Κατά την έναρξη της εφαρμογής της Στρατηγικής η ΔΑ οριστικοποίησε τα λογότυπα, των οποίων η χρήση είναι υποχρεωτική σε όλες τις δράσεις επικοινωνίας και δημοσιότητας:

- Το λογότυπο του Ταμείου της ΕΕ: Το λογότυπο αποτελείται από το έμβλημα της ΕΕ με αναφορά στο σχετικό Ταμείο που χρηματοδοτεί το συγκεκριμένο έργο (ΕΤΠΑ, ΤΣ, ΕΚΤ) ή αναφορά στα Ευρωπαϊκά Διαρθρωτικά και Επενδυτικά Ταμεία (ΕΔΕΤ) εάν το έργο χρηματοδοτείται από περισσότερα του ενός Ταμεία.
- Το Λογότυπο της Κυπριακής Δημοκρατίας
- Το λογότυπο των Διαρθρωτικών Ταμείων.

Η δημιουργία του λογοτύπου καθώς και η χρήση κεντρικών μηνυμάτων αποσκοπεί στην προβολή της προστιθέμενης αξίας της κοινοτικής συνδρομής μέσω των έργων που υλοποιούνται και χρησιμοποιούνται ευρύτατα, μαζί με το έμβλημα της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της Κυπριακής Δημοκρατίας, σε κάθε εκστρατεία ενημέρωσης, έντυπο και ηλεκτρονικό υλικό, τηλεοπτική, ηλεκτρονική ή έντυπη διαφήμιση που πραγματοποιούνται στο πλαίσιο της Στρατηγικής Επικοινωνίας.

Αναλυτικά στοιχεία και λεπτομέρειες για τη χρήση των λογοτύπων περιλαμβάνονται στον «Οδηγό για τη Διενέργεια Δράσεων Πληροφόρησης και Επικοινωνίας για έργα συγχρηματοδοτούμενα από τα Ευρωπαϊκά Διαρθρωτικά και Επενδυτικά Ταμεία την προγραμματική περίοδο 2014-2020» το οποίο εξέδωσε η Διαχειριστική Αρχή και βρίσκεται αναρτημένος στην ιστοσελίδα της. Επιπλέον, ο Οδηγός παρέχει λεπτομερείς

οδηγίες προς τους δικαιούχους αναφορικά προς τα υποχρεωτικά μέσα πληροφόρησης όπως προβλέπονται από το ισχύον Κανονιστικό Πλαίσιο (προσωρινές πινακίδες, μόνιμες πινακίδες και πλακέτες, αφίσες, ενημέρωση συμμετεχόντων) καθώς και περιγραφή των λοιπών μέσων επικοινωνίας που εφαρμόζονται στο πλαίσιο της Στρατηγικής.

## **2.2. ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ ΜΕΣΩ ΧΡΗΣΗΣ ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ**

Η πληροφόρηση σχετικά με τις δράσεις των ΕΔΕΤ στην Κύπρο μέσω ΜΜΕ αποτελεί το σημαντικότερο στοιχείο της Στρατηγικής Επικοινωνίας, τόσο λόγω της σπουδαιότητας των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης στις διαδικασίες πληροφόρησης, όσο και λόγω της χρηματοδοτικής βαρύτητας των συναφών παρεμβάσεων στο συνολικό προϋπολογισμό της.

Η **διοργάνωση ενημερωτικών εκστρατειών μέσω των ΜΜΕ**, στο πρότυπο αυτών που οργανώθηκαν κατά την προηγούμενη προγραμματική περίοδο, με την παράλληλη χρήση πολλαπλών μέτρων και εργαλείων πληροφόρησης και δημοσιότητας, αποτελεί το σημαντικότερο μέσο πληροφόρησης με τη χρήση των ΜΜΕ. Στόχος τους είναι η ανάδειξη του ρόλου της ΕΕ στην ευρύτερη ανάπτυξη της Κύπρου, μέσω των συγχρηματοδοτούμενων παρεμβάσεων και η ενίσχυση της εικόνας της ΕΕ ως προς την προστιθέμενη αξία που παρέχουν τα υλοποιούμενα έργα/προγράμματα. Οι ενημερωτικές εκστρατείες απευθύνονται στο ευρύ κοινό και περιλαμβάνουν:

- Μετάδοση τηλεοπτικών και ραδιοφωνικών μηνυμάτων.
- Καταχώρηση διαφημίσεων σε περιοδικά καθώς και σε εφημερίδες ευρείας κυκλοφορίας.
- Διανομή προωθητικών αντικειμένων.
- Διοργάνωση παράλληλων εκδηλώσεων.
- Χρήση λοιπών εργαλείων δημοσιότητας.

Οι ενημερωτικές εκστρατείες, χρησιμοποιούν πολλαπλά εναλλακτικά εργαλεία πληροφόρησης, επιδιώκοντας τον πολλαπλασιασμό του μηνύματός τους, σύμφωνα και με το επιτυχημένο πρότυπο διοργάνωσης τέτοιων εκστρατειών κατά την προηγούμενη προγραμματική περίοδο, οπότε τα αποτελέσματα τα οποία πέτυχαν τις ανέδειξαν ως μία καλή πρακτική της εφαρμογής του Σχεδίου Επικοινωνίας. Οι ενημερωτικές εκστρατείες μέσω των ΜΜΕ διοργανώνονται από τη Διαχειριστική Αρχή, η οποία έχει ολοκληρώσει τρεις τέτοιες εκστρατείες και ειδικότερα:

- Η πρώτη ενημερωτική εκστρατεία της προγραμματικής περιόδου οργανώθηκε κατά την περίοδο Απριλίου – Ιουνίου 2015 και περιέλαβε τηλεοπτικές, ραδιοφωνικές, έντυπες και ηλεκτρονικές (διαδίκτυο) διαφημίσεις με σκοπό την

προβολή των νέων Προγραμμάτων 2014-2020, των ευκαιριών που προσφέρουν σε επιχειρήσεις και ανθρώπινο δυναμικό, καθώς και για προβολή της εκδήλωσης για την ανακοίνωση της έναρξης των Προγραμμάτων 2014-2020 που πραγματοποιήθηκε τον Απρίλιο του 2015.

- Η δεύτερη υλοποιήθηκε κατά την περίοδο Μαΐου – Ιουνίου 2018 με αντίστοιχο περιεχόμενο με την πρώτη.
- Η τρίτη ενημερωτική εκστρατεία υλοποιήθηκε κατά την περίοδο Μαρτίου – Απριλίου 2019.

Η διοργάνωση των ενημερωτικών εκστρατειών συμπληρώνεται από τις δύο *διαδίκτυακές ενημερωτικές εκστρατείες* που διοργανώθηκαν από τη ΔΑ, όπως αναλυτικότερα παρουσιάζονται στην επόμενη ενότητα (Δεκέμβριος 2016 έως Ιούνιος 2017 και Δεκέμβριος 2017 έως Ιούνιος 2018).

Η υλοποίηση των εκστρατειών ενημέρωσης από την ΔΑ περιέλαβε τη χρήση των ακόλουθων εργαλείων ενημέρωσης:

- Εκπομπή **2.226** ραδιοφωνικών σποτ συνολικά κατά τη διάρκεια της πρώτης και της τρίτης εκστρατείας.
- Προβολή **2.339** τηλεοπτικών σποτ στη διάρκεια και των τριών εκστρατειών ενημέρωσης.
- Δημοσίευση **100** διαφημιστικών καταχωρήσεων σε όλες τις εφημερίδες ευρείας κυκλοφορίας της χώρας, καθώς και σε περιοδικά κατά τη διάρκεια των ενημερωτικών εκστρατειών.

Πέραν των δράσεων πληροφόρησης μέσω των ΜΜΕ που εφάρμοσε η Διαχειριστική Αρχή, οι Ενδιάμεσοι Φορείς συχνά χρησιμοποιούν τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης για τη δημοσιοποίηση προκηρύξεων και την παροχή πληροφοριών σχετικά με τις δράσεις που υλοποιούν. Στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται μία σειρά από ενέργειες όπως:

- Καταχώρηση ενημερωτικού υλικού σε εφημερίδες ευρείας κυκλοφορίας της χώρας, από το Υπουργείο Ενέργειας, Εμπορίου και Βιομηχανίας, σχετικά με τις προκηρύξεις του Σχεδίου Καινοτομίας (5 καταχωρήσεις), του Σχεδίων Χορηγιών για την Ενίσχυση της Ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ και των Σχεδίων Γυναικείας και Νεανικής Επιχειρηματικότητας.
- Ενέργειες στο πλαίσιο των δραστηριοτήτων προώθησης και προβολής των προγραμμάτων RESTART 2016-2020, όπου οργανώθηκε η διενέργεια συνεντεύξεων προς ΜΜΕ καθώς και η παρουσία του Ενδιάμεσου Φορέα (ΙΠΕ) σε ηλεκτρονικά ΜΜΕ και στη συνέχεια η δημοσιοποίηση όλων των Προγραμμάτων που υλοποιεί το ΙΠΕ μέσω καταχωρήσεων και Δελτίων Τύπου. Συνολικά

καταγράφονται περί τα 150 δημοσιεύματα στον έντυπο και ηλεκτρονικό τύπο, αναφορικά προς τις προκηρύξεις και τα έργα του ΙΠΕ.

- Δημοσιεύσεις από το Τμήμα Εργασίας αναφορικά προς τις προσκλήσεις των Σχεδίων Χορηγιών (6)<sup>1</sup> που υλοποιεί σε όλες τις Παγκύπριες εφημερίδες.
- Αντίστοιχες ανακοινώσεις στον ημερήσιο τύπο και την επίσημη εφημερίδα της Κυβέρνησης, από το Υφυπουργείο Τουρισμού, σχετικά με την έναρξη Δημόσιας Διαβούλευσης για το Σχέδιο Χορηγιών του Υφυπουργείου, την ανακοίνωση της πρώτης πρόσκλησης υποβολής προτάσεων, τη δημοσιοποίηση της πρόσκλησης για συμμετοχή στις ημερίδες ενημέρωσης – πληροφόρησης και την ανακοίνωση της παράτασης περιόδου υποβολής προτάσεων της πρώτης πρόσκλησης.

Επιπλέον της διοργάνωσης ενημερωτικών εκστρατειών, το μέτρο της πληροφόρησης μέσω χρήσης των ΜΜΕ περιλαμβάνει:

- Την **καλλιέργεια δημόσιων σχέσεων με τα ΜΜΕ**, μέσω της διοργάνωσης διασκέψεων τύπου, της δημοσίευσης Δελτίων Τύπου καθώς και μέσω της παρουσίας στελεχών των αρμόδιων υπηρεσιών στην τηλεόραση, το ραδιόφωνο, τον έντυπο και ηλεκτρονικό τύπο.
- Την **παραγωγή ταινιών** με στόχο την ενημέρωση τόσο των δυνητικών δικαιούχων για τις ευκαιρίες χρηματοδότησης που προσφέρουν τα ΕΠ όσο και του κοινού για σημαντικά έργα που υλοποιούνται και για τα αποτελέσματα από την υλοποίηση των έργων αυτών.

Κατά τη διάρκεια των εκστρατειών ενημέρωσης ο Γενικός Διευθυντής και άλλα αρμόδια στελέχη της ΓΔ-ΕΠΣΑ συμμετείχαν σε τηλεοπτικές εκπομπές και συνεντεύξεις. Συνολικά καταγράφονται 6 τηλεοπτικές συνεντεύξεις, 12 αναφορές και δημοσιεύματα σε εφημερίδες και διαδίκτυο καθώς και η δημοσίευση άρθρων και συνεντεύξεων από τον Διευθυντή της Δ.Α. Επιπλέον από τη Διαχειριστική Αρχή εκδόθηκαν 6 Δελτία Τύπου και οργανώθηκε μία Δημοσιογραφική Σύσκεψη τον Ιούνιο 2014 στο πλαίσιο της προετοιμασίας και έγκρισης της Συμφωνίας Εταιρικής Σχέσης 2014-2020. Επιπλέον, αντίστοιχες δραστηριότητες οργανώνονται και από τους ενδιάμεσους φορείς περιλαμβανομένων και των τεσσάρων Δήμων οι οποίοι υλοποιούν παρεμβάσεις στον τομέα της βιώσιμης αστικής ανάπτυξης. Ενδεικτικά αναφέρονται η έκδοση 4 Δελτίων Τύπου από το Υπουργείο Ενέργειας, Εμπορίου και Βιομηχανίας αναφορικά προς δράσεις του φορέα, 8 Δελτίων Τύπου από το ΙΠΕ, η δημοσιοποίηση των Σχεδίων Βιώσιμης Αστικής Ανάπτυξης από τους δικαιούχους Δήμους κλπ.

Κατά την υλοποίηση των εκστρατειών ενημέρωσης έγινε παραγωγή και χρήση 7 τηλεοπτικών σποτ από τη ΔΑ (δύο κατά την πρώτη εκστρατεία, ενός κατά τη δεύτερη και

<sup>1</sup> Σχέδιο Παροχής Κινήτρων για την Απασχόληση Ανέργων Νέων ηλικίας μέχρι 25 ετών, Σχέδιο Παροχής Κινήτρων για πρόσληψη ατόμων με Χρόνιες Παθήσεις, Σχέδιο Παροχής Κινήτρων για την Πρόσληψη Ατόμων με Αναπηρία, Σχέδιο Παροχής Κινήτρων για την Πρόσληψη ληπτών ΕΕΕ σε συνδυασμό με την ολοκλήρωση τρίμηνης κατάρτισης, Σχέδιο Παροχής Κινήτρων για την Απασχόληση Ανέργων άνω των 50 ετών, Σχέδιο Παροχής Κινήτρων για την Απασχόληση Νέων Ηλικίας μέχρι 29 ετών που βρίσκονται εκτός απασχόλησης, εκπαίδευσης ή κατάρτισης.

τεσσάρων κατά την τρίτη), ενώ δημιουργήθηκαν δύο CDs τα οποία χρησιμοποιήθηκαν και στην Δημοσιογραφική Διάσκεψη που οργανώθηκε κατά την έναρξη της προγραμματικής περιόδου, καθώς και στην Εκδήλωση για την ανακοίνωση των ΕΠ της προγραμματικής περιόδου 2014-2020.

### **2.3. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ**

Η Στρατηγική Επικοινωνίας αποδίδει ιδιαίτερη έμφαση στη χρήση των ηλεκτρονικών μέσων πληροφόρησης, τόσο μέσω της τήρησης της υποχρέωσης κατασκευής ενιαίου διαδικτυακού τόπου για τα ΕΔΕΤ από τη Διαχειριστική Αρχή, όσο και μέσω μιας σειράς άλλων ηλεκτρονικών εργαλείων, όπως είναι οι ιστοσελίδες των Ενδιάμεσων Φορέων και η αξιοποίηση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Η έμφαση που αποδίδεται στη χρήση των ηλεκτρονικών μέσων πληροφόρησης βρίσκεται σε αντιστοιχία με την συνεχώς διευρυνόμενη χρήση του διαδικτύου ως μέσου ενημέρωσης τόσο των δικαιούχων και δυνητικών δικαιούχων σχετικά με τις ευκαιρίες χρηματοδότησης μέσω των ΕΔΕΤ, όσο και του ευρύτερου κοινού. Όπως αναδεικνύεται από την πρώτη αξιολόγηση της Στρατηγικής Επικοινωνίας 2014-2020, καταγράφεται ιδιαίτερα σημαντική αύξηση της χρήσης του διαδικτύου το οποίο τείνει να καταστεί ως το βασικότερο μέσο ενημέρωσης επιχειρήσεων και πολιτών σχετικά με τα ΕΔΕΤ, υποκαθιστώντας άλλα παραδοσιακά μέσα όπως είναι η τηλεόραση, το ραδιόφωνο και τα έντυπα μέσα. Στο πλαίσιο αυτό, το διαδίκτυο αξιοποιείται από την ΔΑ για την διοργάνωση **διαδικτυακών εκστρατειών ενημέρωσης**, συμπληρωματικών εκείνων που οργανώνονται με τη χρήση των παραδοσιακών ΜΜΕ. Μέχρι σήμερα έχουν διοργανωθεί δύο διαδικτυακές εκστρατείες, η πρώτη κατά την περίοδο κατά την περίοδο Δεκεμβρίου 2016 - Ιουνίου 2017 και η δεύτερη κατά την περίοδο Ιουνίου – Δεκεμβρίου 2018. Στο πλαίσιο των διαδικτυακών εκστρατειών ενημέρωσης καταχωρήθηκαν διαφημιστικές καταχωρήσεις σε άλλες ιστοσελίδες ή στον ηλεκτρονικό τύπο, χρησιμοποιήθηκε για την καταχώρηση διαφημίσεων το δίκτυο της Google, ενώ έγινε ενημερωτική προβολή και μέσω της σελίδας της Διαχειριστικής Αρχής στο Facebook. Η καταχώρηση διαφημίσεων σε άλλες ιστοσελίδες και στο δίκτυο Google απέφερε περίπου **51,6** εκατομμύρια impressions/views, ενώ η δημοσίευση διαφημίσεων στο Facebook απέφερε επιπλέον **11,9** εκατομμύρια impressions/views.

Η ιστοσελίδα της Διαχειριστικής Αρχής, η οποία αναπτύχθηκε κατά την προηγούμενη προγραμματική περίοδο αφενός εξασφαλίζει την πλήρη διαφάνεια όσον αφορά τις ευκαιρίες χρηματοδότησης που προσφέρουν τα ΕΔΕΤ και αφετέρου επιδιώκει την προβολή του ρόλου της Ε.Ε. στη συγχρηματοδότηση των παρεμβάσεων. Τον Απρίλιο 2015 η ιστοσελίδα αναβαθμίστηκε περαιτέρω και διαμορφώθηκε ώστε να καλύπτει και τα Προγράμματα της Πολιτικής Συνοχής 2014-20, ενώ παρέχει πρόσβαση σε όλα τα Προγράμματα που χρηματοδοτούνται από τα ΕΔΕΤ στην Κύπρο την περίοδο 2014-2020. Η λειτουργία της ιστοσελίδας της Διαχειριστικής Αρχής κατά την νέα περίοδο είναι συμβατή με τις πρόνοιες του Άρθρου 115, παρ. 1(β) του Καν. (ΕΕ) 1303/2013 και



παρέχει πληροφορίες και πρόσβαση σε όλα τα ΕΠ που συγχρηματοδοτούνται από τα ΕΔΕΤ. Ειδικότερα, ώστε μέσω αυτής, κάθε ενδιαφερόμενος (πολίτες, επιχειρήσεις, οργανισμοί και δημόσιες υπηρεσίες) να μπορεί να έχει πρόσβαση σε μία σειρά δεδομένων τα οποία περιλαμβάνουν:

- Τα εγκεκριμένα προγραμματικά έγγραφα των δύο Επιχειρησιακών Προγραμμάτων.
- Το σύστημα διαχείρισης και ελέγχου των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων και το σύνολο των εγκυκλίων και εγχειριδίων που εκδίδονται και διέπουν επιμέρους λειτουργίες της υλοποίησης, διαχείρισης, παρακολούθησης, ελέγχου και αξιολόγησης των συγχρηματοδοτούμενων παρεμβάσεων, καθώς και το σύνολο του Εθνικού και Κοινοτικού θεσμικού πλαισίου που διέπει την υλοποίηση των παρεμβάσεων που συγχρηματοδοτούνται από ευρωπαϊκούς πόρους.
- Δημοσίευση όλων των προσκλήσεων Υποβολής Προτάσεων που εκδίδονται από τη Διαχειριστική Αρχή και τους Ενδιάμεσους Φορείς, τόσο για τα έργα που υλοποιούνται μέσω δημοσίων συμβάσεων, όσο και αυτών που αφορούν σε Σχέδια Χορηγιών. Η ενότητα «Προσκλήσεις Υποβολής Προτάσεων» παρέχει πληροφορίες για τη διευκόλυνση των ενδιαφερόμενων μέσω αναζήτησης, με στόχο τον πιο εύκολο εντοπισμό ανοικτών προσκλήσεων ή/και προσκλήσεων που απευθύνονται στον Ιδιωτικό ή Δημόσιο Τομέα.
- Καταλόγους εγκεκριμένων έργων και δικαιούχων ανά Επιχειρησιακό Πρόγραμμα και Ταμείο.
- Υλικό σχετικό με τις Συνεδριάσεις της Επιτροπής Παρακολούθησης.
- Τις ετήσιες εκθέσεις υλοποίησης των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων και πληροφορίες για τις αξιολογήσεις των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων και τα αποτελέσματά τους.
- Δελτία Τύπου τα οποία εκδίδονται από τη Διαχειριστική Αρχή.
- Τη Στρατηγική Επικοινωνίας των Ε.Π. «Ανταγωνιστικότητα και Αειφόρος Ανάπτυξη» και «Απασχόληση, Ανθρώπινοι Πόροι και Κοινωνική Συνοχή» και πληροφορίες για όλες τις ενέργειες που υλοποιούνται στον τομέα της Επικοινωνίας και Δημοσιότητας.
- Πληροφορίες σχετικά με όλες οι δραστηριότητες κατάρτισης/επιμόρφωσης (Σεμινάρια/Εργαστήρια, Ημερίδες Επιμόρφωσης) καθώς και άλλες δραστηριότητες για ανταλλαγή εμπειριών και καλών πρακτικών με άλλα Κράτη-Μέλη (Συνέδρια) που διοργανώνονται από τη ΔΑ και απευθύνονται στους φορείς που εμπλέκονται στη διαχείριση, παρακολούθηση και έλεγχο των Προγραμμάτων.

- Πληροφορίες σχετικά με τους αρμόδιους φορείς που συμμετέχουν στην υλοποίηση των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων και συνδέσεις με άλλους φορείς της Κυπριακής Δημόσιας Διοίκησης καθώς και με τις υπηρεσίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.
- Σύνδεση με το υποσύστημα της ηλεκτρονικής υποβολής του Ολοκληρωμένου Πληροφοριακού Συστήματος, όπου ήταν δυνατή η ηλεκτρονική υποβολή της αίτησης και του Τεχνικού Δελτίου των έργων που υλοποιούνται μέσω δημοσίων συμβάσεων, καθώς και των Δελτίων Παρακολούθησης, αφού το σύνολο των στοιχείων αυτών υποβάλλονταν ηλεκτρονικά.
- Πληροφορίες σχετικά με λοιπές ενημερωτικές δραστηριότητες, λοιπά έγγραφα, έντυπα και εκδόσεις καθώς και δράσεις που ενδιαφέρουν το ευρύτερο κοινό, όπως ενέργειες δημοσιότητας, εκδηλώσεις, κλπ με στόχο την προβολή του ρόλου της ΕΕ.

#### ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ – ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ Δ.Α.

Η ιστοσελίδα της Διαχειριστικής Αρχής αποτελεί το κύριο εργαλείο του Μέτρου των Ηλεκτρονικών Μέσων Πληροφόρησης. Όπως διαπιστώθηκε κατά την πρώτη αξιολόγηση της Στρατηγικής Επικοινωνίας, η αναγνώριση της ιστοσελίδας είναι ευρεία, γεγονός που οδήγησε στην υπερκάλυψη των αρχικών στόχων εκρών που συνδέονται με το συγκεκριμένο μέτρο. Όπως είναι αναμενόμενο η επισκεψιμότητα της ιστοσελίδας της ΔΑ παρουσιάζει διακυμάνσεις ανάλογα με το εάν υπάρχουν προκηρύξεις έργων ή σημαντικές εκδηλώσεις ή άλλες ενημερώσεις. Κατά την πρώτη αξιολόγηση της Στρατηγικής εκτιμήθηκε ότι η επισκεψιμότητα κυμαίνεται από 87 έως 823 επισκέψεις την ημέρα (μήνες από Φεβρουάριο μέχρι Μάιο 2017), διαμορφώνοντας ένα **μέσο όρο επισκέψεων ανά μήνα της τάξης των 8.900**, δηλαδή σε επίπεδα κατά πολύ ψηλότερα των στόχων που θέτει η στρατηγική. Κατά την πρόσφατη επανεκτίμηση του αριθμού των επισκεπτών προκύπτει ότι κατά την τρέχουσα περίοδο ο αριθμός των επισκεπτών διαμορφώνεται κατά μέσο όρο **4.200** μηνιαίως.

Επιπλέον, **56** διαφορετικά domains έχουν τουλάχιστον έναν σύνδεσμο που κατευθύνει προς την κεντρική ιστοσελίδα της Διαχειριστικής Αρχής, έναντι 52 domains το 2017. Συμπεριλαμβανομένων των λοιπών ιστοσελίδων του ιστοτόπου της ΔΑ, συνολικά κατευθύνουν σε αυτόν **93** διαφορετικά domains, τα οποία έχουν τουλάχιστον έναν σύνδεσμο σύμφωνα με την υπηρεσία Backlink Toll – Links checker, με την οποία πραγματοποιήθηκε η σχετική διαδικτυακή ανάλυση. Μεταξύ των ιστοτόπων αυτών περιλαμβάνονται οι ιστοσελίδες όλων των Ενδιαμέσων Φορέων, μια σειρά άλλων υπηρεσιών, εκπαιδευτικών και ερευνητικών ιδρυμάτων της χώρας, ιδιωτικές επιχειρήσεις, η ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, κλπ. Η σελίδα της Διαχειριστικής Αρχής χρησιμοποιείται μεταξύ άλλων μέσων (π.χ. facebook fanpage, ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, τηλεφωνική επικοινωνία, κλπ) για την υποβολή ερωτημάτων από δικαιούχους, ενδιαμέσους φορείς και άλλους ενδιαφερόμενους.

Στην ιστοσελίδα έχουν αναρτηθεί συνολικά **554** σελίδες που αφορούν στις δύο τελευταίες προγραμματικές περιόδους (**262** αναφορικά προς την περίοδο 2007-13 και **292** που σχετίζονται με την τρέχουσα προγραμματική περίοδο).

Η ιστοσελίδα παρέχει δυνατότητα αμφίδρομης επικοινωνίας με παροχή ηλεκτρονικού ταχυδρομείου για αναζήτηση πληροφοριών ή παροχή διευκρινίσεων, εξασφαλίζοντας έτσι τη συνεχή και έγκαιρη παροχή πληροφοριών προς κάθε ενδιαφερόμενο. Το περιεχόμενο της ιστοσελίδας συνεχίζει να επεκτείνεται σε όλη τη διάρκεια της προγραμματικής περιόδου, ενώ η ιστοσελίδα παρουσιάζει ψηλή επισκεψιμότητα. Η ευρεία χρήση της ιστοσελίδας τόσο από τη Διαχειριστική Αρχή όσο και από τους Ενδιάμεσους Φορείς, τους δικαιούχους των έργων και το ευρύ κοινό φαίνεται από τα δεδομένα που παρατίθενται παραπάνω.

Πέραν της ιστοσελίδας η Στρατηγική Επικοινωνίας προβλέπει την παρουσία της Διαχειριστικής Αρχής και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, με στόχο την προσέγγιση του ευρύτερου κοινού, ιδιαίτερα εκείνου των μικρότερων ηλικιών. Ήδη, από την προηγούμενη προγραμματική περίοδο δημιουργήθηκε **facebook fun-page** με όνομα «Διαρθρωτικά Ταμεία της ΕΕ στην Κύπρο» μέσω της οποίας οι χρήστες έχουν πρόσβαση διαδικτυακά σε πληροφορίες για διάφορα έργα που υλοποιούνται με τη συγχρηματοδότηση των διάφορων Ταμείων της ΕΕ στην Κύπρο. Η σελίδα συνεχίζει να λειτουργεί και κατά την τρέχουσα προγραμματική περίοδο, ενώ ήδη συγκεντρώνει **21.925 followers<sup>2</sup>**, έναντι 17.945 τον Μάιο 2017. Όπως προαναφέρεται, το facebook χρησιμοποιήθηκε στο πλαίσιο των δύο ηλεκτρονικών εκστρατειών ενημέρωσης που διοργάνωσε η ΔΑ, ενώ μέσω αυτού υποβάλλονται περί τα **50** ερωτήματα προς τη ΔΑ που αφορούν στην υλοποίηση των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων.

Περαιτέρω και στο πλαίσιο των Ηλεκτρονικών Μέσων Πληροφόρησης, οι Ενδιάμεσοι Φορείς δημοσιεύουν, μέσω των δικών τους ιστοσελίδων, στοιχεία που αφορούν στις προκηρύξεις των έργων, στις οποίες περιλαμβάνονται οι Οδηγοί Εφαρμογής όπου αυτοί είναι αναγκαίοι (Σχέδια Χορηγιών), οδηγίες για την υποβολή των αιτήσεων και λοιπές πληροφορίες σχετικά με την εφαρμογή των αντίστοιχων δράσεων. Οι πληροφορίες αυτές δημοσιεύονται είτε στο πλαίσιο ξεχωριστού υποσέλιδου που διέθεταν ορισμένοι από τους Ενδιάμεσους Φορείς σχετικά με τα έργα που διαχειρίζονται (π.χ. Ίδρυμα Προώθησης Έρευνας, Τμήμα Εργασίας), είτε σαν υποσέλιδα των επιμέρους Διευθύνσεων ή Τομέων που είχαν την ευθύνη της προκήρυξης κάθε δράσης.

Πρέπει να σημειωθεί ότι οι σελίδες αυτές σε ορισμένες περιπτώσεις αποτελούν σημαντική πηγή ενημέρωσης των δυνητικών δικαιούχων, ιδιαίτερα δε σε περιπτώσεις Σχεδίων Κινήτρων που αφορούν στον ιδιωτικό τομέα. Οι ιστοσελίδες των Ενδιαμέσων Φορέων αποτελούν πηγές ενημέρωσης των εν δυνάμει δικαιούχων των παρεμβάσεων. Αν και δεν υπάρχουν δεδομένα καταμέτρησης των επισκέψεων των σελίδων αυτών, είναι ενδεικτικός ο αριθμός των ερωτημάτων που δέχονται μέσω των ιστοσελίδων τους Ενδιάμεσοι Φορείς οι οποίοι έχουν αναλάβει την υλοποίηση σημαντικού όγκου έργων. Ειδικότερα, το Υπουργείο Ενέργειας, Εμπορίου και Βιομηχανίας δέχεται **100-150** ερωτήματα ετησίως, ενώ το Ίδρυμα Προώθησης Έρευνας περί τα **400-450** ερωτήματα ετησίως. Επιπλέον ενέργειες οι οποίες αφορούν στη χρήση εργαλείων ηλεκτρονικής επικοινωνίας είναι οι εξής:

---

<sup>2</sup> Ημερομηνία ενημέρωσης 14/5/2019

- Η δημιουργία και λειτουργία ξεχωριστής ιστοσελίδας σχετικά με το Σχέδιο Αγροτουρισμού που αναπτύχθηκε ήδη από την προηγούμενη προγραμματική περίοδο από το Τμήμα Πολεοδομίας και Οικήσεως, που είναι ο αρμόδιος Ενδιάμεσος Φορέας για την υλοποίηση των σχετικών δράσεων. Μέσω της ιστοσελίδας παρέχονται πληροφορίες όπως ο Οδηγός του Σχεδίου Χορηγιών και διευκρινήσεις σε αυτόν και τα έντυπα υποβολής προτάσεων χρηματοδότησης. Στην ιστοσελίδα αναρτώνται οι προσκλήσεις για την υποβολή προτάσεων, καθώς και πλήρης κατάλογος των έργων που συγχρηματοδοτήθηκαν ανά Επαρχία, συνοδευόμενος από φωτογραφικό υλικό για κάθε έργο.
- Η αντίστοιχη πρακτική που εφαρμόζεται από το Τμήμα Εργασίας, όπου οι δραστηριότητες του Ενδιάμεσου Φορέα προβάλλονται σε ξεχωριστό υποσέλιδο της ιστοσελίδας του Τμήματος. Περιλαμβάνονται όλες οι αναγκαίες πληροφορίες για την υποβολή προτάσεων συγχρηματοδότησης σε κάθε Σχέδιο Χορηγιών που προκηρύσσεται από το Τμήμα (Οδηγοί Εφαρμογής, Έντυπα Αιτήσεων, τροποποιήσεις και λοιπές σχετικές πληροφορίες, κλπ)
- Η δημιουργία helpdesk από τον Κυπριακό Οργανισμό Τουρισμού, στον οποίο οι ενδιαφερόμενοι, είτε μέσω μιας ξεχωριστής ηλεκτρονικής διεύθυνσης ([www.kinitra-emploutismos@visitcyprus.gr](mailto:www.kinitra-emploutismos@visitcyprus.gr)), είτε τηλεφωνικώς, είτε γραπτώς μπορούσαν να λαμβάνουν περισσότερες πληροφορίες

#### **2.4. ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ**

Η διοργάνωση ειδικών εκδηλώσεων στοχεύει σε διαφορετικές ομάδες στόχου, ανάλογα με το είδος της κάθε εκδήλωσης και περιλαμβάνουν τις εκδηλώσεις πληροφόρησης, που διοργανώνονται κυρίως από τη Διαχειριστική Αρχή και ορισμένες φορές από τους Ενδιάμεσους Φορείς, καθώς και μία σειρά σεμιναρίων για δυνητικούς δικαιούχους και δικαιούχους.

Στην κατηγορία των **εκδηλώσεων πληροφόρησης** περιλαμβάνονται οι υποχρεωτικές ενημερωτικές δραστηριότητες που αναλαμβάνονται από τη Διαχειριστική Αρχή, όπως καθορίζονται από τις παραγράφους 2.1.2(α) και (β) του Παραρτήματος XII του Καν. (ΕΕ) 1303/2013:

- Ημερίδα για τη δημοσιοποίηση της έναρξης των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων.
- Ετήσιες ενημερωτικές δραστηριότητες για προβολή των ευκαιριών χρηματοδότησης, των επιδιωκόμενων στρατηγικών και παρουσίαση των επιτευγμάτων από την υλοποίηση των Ε.Π.

Η προβλεπόμενη από τη Στρατηγική Επικοινωνίας ημερίδα για τη δημοσιοποίηση της έναρξης των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων πραγματοποιήθηκε στις 29 Απριλίου 2015 στο πλαίσιο μεγάλης εκδήλωσης που οργανώθηκε από τη ΔΑ και τελούσε υπό την αιγίδα του Προέδρου της Δημοκρατίας. Κατά την εκδήλωση παρουσιάστηκαν τα δύο

Επιχειρησιακά Προγράμματα και οι σημαντικές ευκαιρίες χρηματοδότησης που προφέρουν, ενώ διανεμήθηκε ενημερωτικό υλικό και προωθητικά αντικείμενα. Η εκδήλωση ήταν ανοικτή προς το κοινό και σε αυτή συμμετείχαν περίπου 700 άτομα. Παράλληλα, στις 2 Απριλίου 2019 διοργανώθηκε η εκδήλωση για την έναρξη προγραμματισμού της νέας περιόδου της Πολιτικής της Συνοχής 2017-2021, με τη συμμετοχή 100 ατόμων.

Στο πλαίσιο του Μέτρου οργανώθηκε επίσης έκθεση φωτογραφίας, παράλληλα με την δημοσιοποίηση της έναρξης εφαρμογής των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων, όπου παρουσιάστηκαν έργα που έχουν υλοποιηθεί στην Κύπρο με τη χρηματοδότηση των Ευρωπαϊκών Ταμείων κατά την προηγούμενη προγραμματική περίοδο.

Ενημερωτικές εκδηλώσεις θα συνεχίσουν να προγραμματίζονται από τη ΔΑ, στο πλαίσιο ευρύτερων εκστρατειών πληροφόρησης με παράλληλη χρήση πολλαπλών εργαλείων επικοινωνίας, όπως χρήση των ΜΜΕ, προβολή ταινιών και διανομή έντυπου υλικού, εκθέσεις φωτογραφιών, διανομή προωθητικών αντικειμένων, κλπ, σύμφωνα με την πρακτική που ακολουθήθηκε και κατά την προηγούμενη προγραμματική περίοδο με ιδιαίτερα ικανοποιητικά αποτελέσματα.

**Εκδηλώσεις Πληροφόρησης** διοργανώνονται και από τους Ενδιάμεσους Φορείς, αναφορικά προς τη δημοσιοποίηση των Σχεδίων Χορηγιών ή άλλων έργων που υλοποιούνται από αυτούς. Ενδεικτικά αναφέρονται

- Ενημερωτικές Εκδηλώσεις που οργανώθηκαν στο πλαίσιο της προκήρυξης μιας σειράς Σχεδίων Χορηγιών. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι στο πλαίσιο της προκήρυξης του Σχεδίου για την υποστήριξη της Καινοτομίας οργανώθηκαν 16 τέτοιες εκδηλώσεις με τη συμμετοχή 520 ατόμων, τόσο στη Λευκωσία όσο και σε άλλες πόλεις της χώρας (Λεμεσός, Πάφος, κλπ). Αντίστοιχα, επτά τέτοιες εκδηλώσεις οργανώθηκαν σε όλες τις πόλεις της χώρας για την προώθηση των σχεδίων ενίσχυσης και νεανικής επιχειρηματικότητας, ενώ εννέα επιπλέον εκδηλώσεις σε όλες τις πόλεις αφορούσαν σχέδια επιχειρηματικότητας για την ενίσχυση των ΜΜΕ. Οι συμμετέχοντες στις Ειδικές Εκδηλώσεις που οργανώθηκαν από το Υπουργείο Ενέργειας, Εμπορίου και Βιομηχανίας στο πλαίσιο των παραπάνω σχεδίων υπερβαίνουν του 620, αν και δεν διατίθενται πλήρη στοιχεία παρακολούθησης για το σύνολο των εκδηλώσεων..
- Σειρά εκδηλώσεων που οργανώθηκαν από το Ίδρυμα Προώθησης Έρευνας, σε συνεργασία με άλλους επιστημονικούς ή επιχειρηματικούς φορείς της χώρας (ΟΕΒ, ΤΕΠΑΚ, ΚΕΒΕ, ΕΟΚ κλπ) για την παρουσίαση των προγραμμάτων RESTART 2016-2020. Συνολικά ολοκληρώθηκαν 11 τέτοιες εκδηλώσεις τις οποίες παρακολούθησαν περίπου 750 άτομα. Επιπλέον, από το ΙΠΕ διοργανώθηκε Εκδήλωση παρουσίασης της Διακρατικής Συνεργασίας Κύπρου – Ρωσίας για την προώθηση της έρευνας και της καινοτομίας (2018) στη Λευκωσία, το οποίο παρακολούθησαν 70 άτομα, καθώς και εργαστήριο οικονομικής

διαχείρισης έργων RESTART (Μάιος 2018, Ιούνιος 2018, Νοέμβριος 2018 και Δεκέμβριος 2018) το οποίο παρακολούθησαν 200 άτομα.

- Σειρά Ημερίδων που διοργανώθηκαν από το Υφυπουργείο Τουρισμού για τη δημοσιοποίηση των έργων αρμοδιότητάς του. Σε αυτές περιλαμβάνονται πέντε ημερίδες για τη Δημόσια Διαβούλευση των παρεμβάσεων που κάλυψαν όλες τις Επαρχίες της χώρας κατά την έναρξη της προγραμματικής περιόδου, πέντε ημερίδες που ενημέρωσης – πληροφόρησης που διεξήχθησαν τον Αύγουστο 2017 σε ισάριθμες πόλεις της χώρας καθώς και μία επιπλέον ημερίδα ενημέρωσης – πληροφόρησης που διοργανώθηκε στη Λευκωσία τον Νοέμβριο 2017. Ο συνολικός αριθμός των παρευρισκομένων εκτιμάται σε 360 άτομα.
- Η ημερίδα για το Νέο Κανονιστικό Πλαίσιο για τα Ευρωπαϊκά Διαρθρωτικά και Επενδυτικά Ταμεία για την Πολιτική Συνοχής της ΕΕ της Προγραμματικής Περιόδου 2014-2020, που οργανώθηκε από την Μονάδα Ευρωπαϊκών Ταμείων του Υπουργείου Εσωτερικών.
- Εκδηλώσεις Δημόσιας Διαβούλευσης που οργανώθηκαν από τους Δήμους Λευκωσίας, Λεμεσού, Λάρνακας και Πάφου στο πλαίσιο της εξειδίκευσης των έργων που εντάσσονται στις παρεμβάσεις για τη Βιώσιμη Αστική Ανάπτυξη.

Επίσης, κατά την έναρξη της προγραμματικής περιόδου πραγματοποιήθηκαν **Σεμινάρια** από τη Διαχειριστική Αρχή, με στόχο την καλύτερη πληροφόρηση των δικαιούχων που εντάσσονται στα ΕΠ αναφορικά προς ορισμένες κρίσιμες παραμέτρους της διαχείρισης και παρακολούθησης συγχρηματοδοτούμενων παρεμβάσεων. Ειδικότερα, η Διαχειριστική Αρχή διοργάνωσε σεμινάρια στις ακόλουθες θεματικές ενότητες:

- Σεμινάριο «Στρατηγική Έρευνας και Καινοτομίας για Έξυπνη Εξειδίκευση» (Φεβρουάριος 2013).
- Σεμινάρια Εγκυκλίων και Διαδικασιών προγραμματικής περιόδου 2014-2020, εκπαίδευση στελεχών Ενδιάμεσων Φορέων Δημοσίων Συμβάσεων (25-27 Απριλίου 2017).
- Σεμινάρια Εγκυκλίων και Διαδικασιών προγραμματικής περιόδου 2014-2020, εκπαίδευση στελεχών Ενδιάμεσων Φορέων Σχεδίων Χορηγιών (10-12 Μαΐου 2017).
- Σεμινάρια Εγκυκλίων και Διαδικασιών προγραμματικής περιόδου 2014-2020, εκπαίδευση Δικαιούχων (8-9 Μαΐου 2017).

## **2.5. ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΜΕΣΩ ΕΝΤΥΠΟΥ ΥΛΙΚΟΥ**

Η χρήση του έντυπου υλικού αποτελεί, σημαντικό μέτρο πληροφόρησης που χρησιμοποιείται τόσο από τη Διαχειριστική Αρχή, όσο και από τους Ενδιάμεσους Φορείς,

αν και η ολοένα αυξανόμενη χρήση του διαδικτύου και η έκδοση σχεδόν του συνόλου του ενημερωτικού υλικού σε ηλεκτρονική μορφή τείνει να υποβαθμίζει τη χρησιμότητά του ως εργαλείου ενημέρωσης. Στο πλαίσιο του Μέτρου η Διαχειριστική Αρχή προχώρησε σε μία σειρά Εκδόσεων, που περιλαμβάνουν Ενημερωτικούς Οδηγούς και λοιπά ειδικά έντυπα:

- Εκδόθηκε ο προβλεπόμενος από τη Στρατηγική Επικοινωνίας «Οδηγός για τη Διενέργεια Δράσεων Πληροφόρησης και Επικοινωνίας για έργα Συγχρηματοδοτούμενα από τα Ευρωπαϊκά Διαρθρωτικά και Επενδυτικά Ταμεία 2014-2020» (1.000 αντίτυπα). Ο Οδηγός περιγράφεται σε επόμενη ενότητα της παρούσας έκθεσης, δεδομένου ότι αυτός εξειδικεύει το σύνολο των λοιπών υποχρεωτικών μέτρων πληροφόρησης που περιλαμβάνονται στο Σχέδιο Επικοινωνίας.
- Ηλεκτρονικός Οδηγός για την παρακολούθηση και καταμέτρηση των δεικτών Εκρών του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Ανταγωνιστικότητα και Αειφόρος Ανάπτυξη» 2014-2020. Με βάση τα στοιχεία της Διαχειριστικής Αρχής για την επισκεψιμότητα του ιστοτόπου, το σχετικό ηλεκτρονικό αρχείο διαβάστηκε ηλεκτρονικά 950 φορές.
- Ηλεκτρονικό Εγχειρίδιο Χρήσης του ΟΠΣ (1950 αναγνώσεις)

Στο πλαίσιο των εκδόσεων και άλλων ενημερωτικών εντύπων που εκδόθηκαν με σκοπό την παροχή ενημέρωσης προς το ευρύ κοινό και μιας πρώτης ενημέρωσης προς τους δυνητικούς δικαιούχους για τις δυνατότητες χρηματοδότησης που προσφέρονται περιλαμβάνονται, επίσης, οι ακόλουθες εκδόσεις της Διαχειριστικής Αρχής:

- Η έκδοση των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων «Ανταγωνιστικότητα και Αειφόρος Ανάπτυξη» και «Απασχόληση, Ανθρώπινοι Πόροι και Κοινωνική Συνοχή» 2007-2013, σε 1.500 αντίτυπα το κάθε πρόγραμμα
- Ενημερωτικό έντυπο «Σχέδια Χορηγιών για τον Ιδιωτικό Τομέα 2014-2020» το οποίο περιλάμβανε πληροφορίες σχετικά με τις ευκαιρίες χρηματοδότησης για στήριξη των επιχειρήσεων της Κύπρου (2.000 αντίτυπα).
- Ηλεκτρονικό Έντυπο για έργα που υλοποιούνται με τη συγχρηματοδότηση των ΕΔΕΤ στην Κύπρο. Με βάση τα στοιχεία της Διαχειριστικής Αρχής για την επισκεψιμότητα του ιστοτόπου, το σχετικό ηλεκτρονικό αρχείο διαβάστηκε 3.350 φορές την περίοδο Μαρτίου-Απριλίου 2019.

Από τους Ενδιάμεσους Φορείς πραγματοποιήθηκε η έκδοση και διανομή σειράς Οδηγών και Εντύπων, που αφορούσαν είτε σε γενικές πληροφορίες για την υλοποίηση των παρεμβάσεων αρμοδιότητάς τους (στόχοι, περιεχόμενο, εξειδίκευση δράσεων, επιλεξιμότητα, προϋποθέσεις ένταξης, κλπ), είτε στην εφαρμογή συγκεκριμένων δράσεων των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων (Έντυπα Αιτήσεων Συμμετοχής, Οδηγοί Εφαρμογής, κλπ). Ειδικότερα, από τους Ενδιάμεσους Φορείς εκδόθηκε και κυκλοφόρησε

το σύνολο των Οδηγών Εφαρμογής των Σχεδίων Χορηγιών, τα οποία έχουν ήδη προκηρυχθεί, με συγχρηματοδότηση του ΕΤΠΑ ή του ΕΚΤ, όπως παρουσιάζονται στη συνέχεια.

#### **ΣΧΕΔΙΑ ΧΟΡΗΓΙΩΝ 2014-2020**

##### ***Με την χρηματοδότηση του ΕΤΠΑ:***

Προκήρυξη Προγραμμάτων RESTART 2016-2020 για Έρευνα, Τεχνολογική Ανάπτυξη και Καινοτομία (ελληνικά και αγγλικά).

Σχέδιο Ενίσχυσης Νεανικής Επιχειρηματικότητας:

Σχέδιο Ενίσχυσης Γυναικείας Επιχειρηματικότητας

Σχέδιο «Εξοικονομώ – Αναβαθμίζω» στις επιχειρήσεις

Σχέδιο Χορηγιών για την ενίσχυση της επιχειρηματικής καινοτομίας

Σχέδιο «Εξοικονομώ – Αναβαθμίζω» στις κατοικίες

Σχέδιο Χορηγιών για Ενίσχυση της Ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ του Μεταποιητικού Τομέα και άλλων στοχευμένων δραστηριοτήτων:

Σχέδιο Παροχής Κινήτρων για πρόσληψη ανέργων άνω των 50 ετών

Σχέδιο Παροχής Κινήτρων για εργοδότηση ανέργων νέων ηλικίας μέχρι 25 ετών

Σχέδιο Παροχής Κινήτρων για απασχόληση νέων ηλικίας 25 μέχρι 29 ετών που βρίσκονται εκτός απασχόλησης, εκπαίδευσης ή κατάρτισης.

##### ***Με την χρηματοδότηση του ΕΚΤ:***

Έκτακτο σχέδιο παροχής κινήτρων για την εργοδότηση των ανέργων

Σχέδιο τοποθέτησης ανέργων νέων αποφοίτων γυμνασίων, λυκείου, τεχνικών σχολών και μεταλυκειακής εκπαίδευσης μέχρι και διετούς διάρκειας για απόκτηση εργασιακής πείρας σε επιχειρήσεις/οργανισμούς (ΣΤΑΔ)

Σχέδιο επιδότησης της πρακτικής κατάρτισης συνδυασμένης με επιδότηση της εργοδότησης σε εργοδότες του λιανικού εμπορίου που εργοδοτούν 1-49 άτομα

Σχέδιο τοποθέτησης ανέργων νέων πτυχιούχων για απόκτηση εργασιακής πείρας σε επιχειρήσεις/οργανισμούς (ΣΤΑΠ)

Σχέδιο παροχής κινήτρων για την πρόσληψη ατόμων με αναπηρία:

Σχέδιο Παροχής Κινήτρων για πρόσληψη ατόμων με χρόνιες παθήσεις

Σχέδιο Παροχής Κινήτρων για την εργοδότηση νέων μέχρι 25 ετών.

Σχέδιο Παροχής Κινήτρων για την πρόσληψη δικαιούχων ΕΕΕ σε συνδυασμό με τρίμηνη κατάρτιση

Σχέδιο Παροχής Κινήτρων για πρόσληψη ανέργων άνω των 50 ετών:



Επιπλέον, των Οδηγών αυτών, ορισμένοι από τους Ενδιάμεσους Φορείς εκδίδουν και επιπλέον πληροφοριακό υλικό με μορφή φυλλαδίων ή ενημερωτικών εντύπων, σε όλη τη διάρκεια της προγραμματικής περιόδου και ανάλογα με την πορεία υλοποίησης των παρεμβάσεων.

## **2.6. ΠΡΩΘΗΤΙΚΑ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΑ**

Η Στρατηγική προβλέπει την παραγωγή και διάθεση προωθητικών αντικειμένων, ως υποστηρικτικών στοιχείων στην όλη εκστρατεία ενημέρωσης με στόχο να ενδυναμωθεί η ταυτότητα των μέσων πληροφόρησης και να υποστηριχθεί η διάδοση του επικοινωνιακού μηνύματος. Ειδικότερα,

- Από τη Διαχειριστική Αρχή έχουν πραγματοποιηθεί η δημιουργία και διάθεση τριάντα τσαντών με τα λογότυπα των Ταμείων (30 αντίτυπα), ενώ παράχθηκαν Πένες και σημειωματάρια σε 1.000 τεμάχια το κάθε είδος με φωτογραφίες και αντίστοιχο υλικό, καθώς και 150 USB Hubs. Το σύνολο των προωθητικών αντικειμένων έχει διανεμηθεί.
- Από τη μονάδα Ευρωπαϊκών Προγραμμάτων του Υπουργείου Εσωτερικών έχουν παραχθεί συνολικά 1450 προωθητικά αντικείμενα, από τα οποία έχουν διακινηθεί τα 829. Περιλαμβάνουν mini USB sticks (100), σετ πέννας και μηχανικής πέννας (50), πένες αλουμινίου (400), πένες μαύρες (200), document bags (100) σημειωματάρια (100) και pads A4 (500).
- Από το Υπουργείο Ενέργειας, Εμπορίου και Βιομηχανίας έχουν παραχθεί στυλό (1000), τσάντες (500), τετράδια (700), σημειωματάρια (1000) και βαρίδια γραφείου (100). Το σύνολο των 3300 προωθητικών αντικειμένων έχει διανεμηθεί.
- Από το Τμήμα Εργασίας έχουν παραχθεί 6.000 προωθητικά αντικείμενα, από τα οποία έχουν διανεμηθεί 5.600. Αυτά περιλαμβάνουν ανακυκλούμενα σημειωματάρια (1000), high lighters (1000), φακέλους (500), sticky notes (1000), ανακυκλώσιμες πένες (2000) και white cotton caps (500).

## **2.7. ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ ΜΕΣΩ ΧΡΗΣΗΣ ΕΞΩΤΕΡΙΚΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ**

Η Στρατηγική Επικοινωνίας περιλαμβάνει δράσεις εξωτερικής διαφήμισης, είτε μεμονωμένες, είτε ως συμπληρωματικές των διαφημιστικών εκστρατειών με στόχο τη μέγιστη δυνατή ανάκληση των μηνυμάτων των εκστρατειών αυτών. Ως ενδεικτικά εργαλεία εξωτερικής διαφήμισης η Στρατηγική περιλαμβάνει την αξιοποίηση του υφιστάμενου δικτύου εξωτερικής διαφήμισης (PISA), τη χρήση του δικτύου στεγάστρων λεωφορείων σε όλες τις πόλεις της Κύπρου και το ντύσιμο λεωφορείων (bus facelift) σε επιλεγμένα δρομολόγια με το δημιουργικό των εκστρατειών ενημέρωσης.

Το μέτρο της εξωτερικής διαφήμισης ενεργοποιήθηκε ήδη από την πρώτη εκστρατεία ενημέρωσης που υλοποιήθηκε, με την κάλυψη **32** εξωτερικών σημείων τον Απρίλιο 2015, στην Λευκωσία, τη Λεμεσό, τη Λάρνακα, την Πάφο και την Παραλίμνι. Το Απρίλιο 2019 έχει τοποθετήσει αφισών σε **27** σημεία σε αστικά λεωφορεία από τη Διαχειριστική Αρχή.

Επιπρόσθετα, στο πλαίσιο του Μέτρου έγινε από τη Διαχειριστική Αρχή η προετοιμασία τριών πρότυπων αφισών σε ηλεκτρονική, η οποία δόθηκε προς χρήση από τους δικαιούχους των παρεμβάσεων, στο πλαίσιο των υποχρεώσεων τους στον τομέα της δημοσιότητας στο επίπεδο των έργων που υλοποιούν.

Επιπρόσθετα από το Τμήμα Εργασίας δημιουργήθηκαν έξι διαφορετικές αφίσες που η κάθε μία αφορούσε σε ένα Σχέδιο Χορηγιών. Συνολικά οι έξι αφίσες τυπώθηκαν σε **2.900** αντίτυπα που τοποθετήθηκαν σε δημόσιους χώρους σε όλες τις Επαρχίες της χώρας. Επιπλέον, οι αφίσες αυτές αναρτήθηκαν σε όλα τα Τοπικά και Επαρχιακά Γραφεία Εργασίας, ενώ δόθηκαν και σε όλους τους εργοδότες με τους οποίους το Τμήμα έχει συνάψει σύμβαση χρηματοδότησης.

## **2.8. ΛΟΙΠΑ ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΑ ΜΕΤΡΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ**

Όπως προαναφέρεται, η Διαχειριστική Αρχή εξέδωσε αναλυτικό «Οδηγό για τη διενέργεια δράσεων Πληροφόρησης και Δημοσιότητας για έργα συγχρηματοδοτούμενα από τα Ευρωπαϊκά Διαρθρωτικά και Επενδυτικά Ταμεία την προγραμματική περίοδο 2014-2020. Εξειδικεύοντας το θεσμικό πλαίσιο της προγραμματικής περιόδου όσον αφορά τα μέτρα Πληροφόρησης και Δημοσιότητας, σκοπός του Οδηγού είναι:

- Να καθορίσει τα υποχρεωτικά μέτρα πληροφόρησης και επικοινωνίας τα οποία πρέπει να λαμβάνονται από τους Δικαιούχους με βάση τους Κανονισμούς της ΕΕ,
- Να παραθέσει άλλα μέτρα πληροφόρησης και επικοινωνίας τα οποία μπορούν να λαμβάνονται από τους Δικαιούχους, μαζί με τις προϋποθέσεις για ορθή εφαρμογή τους,
- Να παραθέσει εισηγήσεις για την ορθή χρήση των διαφόρων λογότυπων τα οποία θα πρέπει να χρησιμοποιούνται σε όλα τα μέτρα πληροφόρησης και επικοινωνίας

Ειδικότερα, ο Οδηγός περιλαμβάνει:

- Τις υποχρεωτικές δράσεις Πληροφόρησης και Δημοσιότητας οι οποίες αναλαμβάνονται από τους δικαιούχους και τους Ενδιάμεσους Φορείς, εξειδικεύοντας τα τεχνικά χαρακτηριστικά των μέτρων πληροφόρησης και δημοσιότητας.
- Οριστικοποίηση των λογότυπων και Οδηγίες για την ορθή χρήση τους.

- Οδηγίες για την ορθή χρήση των εργαλείων πληροφόρησης και δημοσιότητας (διαφημιστικές πινακίδες, μόνιμες επεξηγηματικές πλάκες ή πινακίδες, προδιαγραφές εξωφύλλων και οπισθόφυλλων για έντυπα, απαιτήσεις σχετικά με την δημιουργία αφισών, ιστοσελίδα, ενημέρωση συμμετεχόντων.
- Υποδείγματα ορθής χρήσης εγγράφων και εργαλείων που προωθούν την ανάδειξη του ρόλου της ΕΕ στην ευρύτερη κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη της χώρας.
- Τις προαιρετικές / επιθυμητές δράσεις Πληροφόρησης και Δημοσιότητας από τους Δικαιούχους (εφαρμογή δράσεων πληροφόρησης της κοινής γνώμης μέσω χρήσης ΜΜΕ, ειδικές εκδόσεις, αφίσες, πανό, εκδηλώσεις και ημερίδες, σεμινάρια, διαλέξεις, οργάνωση εργαστηρίων, δημιουργία προωθητικών αντικειμένων κλπ).

Μέσω του Οδηγού εξασφαλίζεται η πλήρης συμμόρφωση των δικαιούχων με τα υποχρεωτικά μέτρα δημοσιότητας όπως προβλέπονται από υφιστάμενο κανονιστικό πλαίσιο και ειδικότερα:

- Προσωρινή Πινακίδα: Οι Δικαιούχοι έχουν υποχρέωση να τοποθετούν Προσωρινή Πινακίδα σημαντικού μεγέθους, ώστε να είναι ευδιάκριτη, στα εργοτάξια έργων υποδομής ή κατασκευής, τα οποία συγχρηματοδοτούνται από το ΕΤΠΑ ή το ΤΣ και η συνολική τους δημόσια δαπάνη υπερβαίνει τις 500.000 ευρώ. Μια τέτοια πινακίδα αναρτάται με την έναρξη των εργασιών και πρέπει να τοποθετηθεί σε σημείο εύκολα ορατό από το κοινό. Οι Προσωρινές Πινακίδες πρέπει να περιλαμβάνουν τις ακόλουθες πληροφορίες: I. Ονομασία του έργου, όπως αναγράφεται στην Απόφαση Ένταξης Έργου. II. Κύριο στόχο του έργου. III. Λογότυπο Ταμείου της ΕΕ (βλέπε Ενότητα 2.2). IV. Λογότυπο Κυπριακής Δημοκρατίας. V. Λογότυπο Διαρθρωτικών Ταμείων.
- Μόνιμη Αναμνηστική Πλάκα ή Πινακίδα: Οι Δικαιούχοι έργων των οποίων η συνολική δημόσια δαπάνη υπερβαίνει τις 500.000 ευρώ και αφορούν στην αγορά φυσικού αντικείμενου ή στη χρηματοδότηση έργων υποδομής ή κατασκευής, αναρτούν Μόνιμη Αναμνηστική Πλάκα ή Πινακίδα σε σημείο εύκολα ορατό από το κοινό, το αργότερο τρεις μήνες μετά την ολοκλήρωση του έργου. Οι Πλάκες/Πινακίδες, οι οποίες θα αναρτώνται πρέπει να είναι σημαντικού μεγέθους και να περιλαμβάνουν τις ίδιες προσωρινές πληροφορίες με τις προσωρινές πινακίδες. Όπως και στην περίπτωση της Προσωρινής Πινακίδας, οι πιο πάνω πληροφορίες πρέπει να καταλαμβάνουν τουλάχιστον το 25% της Πλάκας/Πινακίδας, ενώ το κόστος της περιλαμβάνεται στον προϋπολογισμό κάθε έργου.
- Αφίσα: Οι Δικαιούχοι συγχρηματοδοτούμενων έργων, οι οποίοι δεν απαιτείται να τοποθετήσουν Προσωρινή Πινακίδα ή/και Μόνιμη Αναμνηστική Πλάκα/Πινακίδα, πρέπει να αναρτούν για όλη τη διάρκεια υλοποίησης του έργου, τουλάχιστον μία Αφίσα με πληροφορίες για το έργο σε τοποθεσία/σημείο εύκολα ορατό από το κοινό, όπως π.χ. η είσοδος του κτηρίου όπου στεγάζεται ο Δικαιούχος. Οι

Δικαιούχοι της κατηγορίας αυτής περιλαμβάνουν: Δικαιούχους έργων που συγχρηματοδοτούνται από το ΕΚΤ, δικαιούχους έργων που συγχρηματοδοτούνται από το ΕΚΤ και την ΠΑΝ, δικαιούχους έργων ΕΤΠΑ και ΤΣ, όπου η συνολική δημόσια δαπάνη του έργου είναι μικρότερη των 500.000 ευρώ, δικαιούχους έργων ΕΤΠΑ και ΤΣ, όπου η συνολική δημόσια δαπάνη του έργου είναι μεγαλύτερη των 500.000 ευρώ, αλλά δεν έχουν υποχρέωση ανάρτησης Προσωρινής Πινακίδας ή/και Μόνιμης Αναμνηστικής Πλάκας/Πινακίδας. Η Αφίσα πρέπει να έχει ελάχιστο μέγεθος Α3 και πρέπει να περιλαμβάνει τις ίδιες πληροφορίες με τις πινακίδες.

- Ιστοσελίδα Στην περίπτωση που οι Δικαιούχοι διαθέτουν ιστοσελίδα είναι αναγκαίο να περιλαμβάνουν σε αυτήν και για όλη τη διάρκεια υλοποίησης του έργου τις ελάχιστες υποχρεωτικές πληροφορίες που περιλαμβάνονται στις πινακίδες και τις αφίσες.
- Ενημέρωση Συμμετεχόντων: Οι Δικαιούχοι πρέπει να ενημερώνουν όλους του συμμετέχοντες σε δραστηριότητες σχετικές με τα έργα που υλοποιούν, για τη συγχρηματοδότηση των εν λόγω έργων από το σχετικό Ταμείο της ΕΕ ή και την ΠΑΝ, κατά την έναρξη της κάθε δραστηριότητας. Προς το σκοπό αυτό, πρέπει να περιλαμβάνουν σε κάθε έγγραφο που ετοιμάζεται σχετικά με το έργο, τις παραπάνω ελάχιστες υποχρεωτικές πληροφορίες. Τέτοια έγγραφα περιλαμβάνουν μεταξύ άλλων, προσκλήσεις, ανακοινώσεις, έντυπα δήλωσης συμμετοχής, προγράμματα, παρουσιολόγια, παρουσιάσεις, πιστοποιητικά συμμετοχής ή άλλα πιστοποιητικά, φύλλα καταμέτρησης χρόνου εργασίας (timesheets), προκηρύξεις (όπου είναι εφικτό ανάλογα με τη διαδικασία προσφορών), έγγραφα προσφοράς, συμβόλαια. Επίσης, πρέπει να γίνεται ρητή αναφορά στη στήριξη του Ταμείου ή και της ΠΑΝ κατά το εισαγωγικό μέρος σεμιναρίων κατάρτισης/επιμόρφωσης.

Πέραν των υποχρεωτικών μέτρων που αφορούν στους δικαιούχους των έργων, τηρούνται οι υποχρεωτικές δράσεις που αποτελούν αρμοδιότητα της Διαχειριστικής Αρχής, όπως προβλέπονται από τη Στρατηγική Επικοινωνίας και ειδικότερα:

#### Προβολή Εμβλήματος της ΕΕ στις Εγκαταστάσεις της Διαχειριστικής Αρχής

Η ενέργεια εφαρμόζεται σύμφωνα με την παρ. 2.1.2(γ) του Παραρτήματος XII του Καν. (ΕΕ) 1303/2013.

#### Δημοσιοποίηση Κατάλογου Έργων από τη Διαχειριστική Αρχή

Η Διαχειριστική Αρχή έχει υποχρέωση να δημοσιεύει ηλεκτρονικά τον Κατάλογο Έργων σύμφωνα με τις πρόνοιες του άρθρου 115, παρ. 2 του Καν. (ΕΕ) 1303/2013. Τηρώντας την υποχρέωση αυτή, η Διαχειριστική Αρχή θα δημοσιοποιεί σε ειδική ενότητα στην ιστοσελίδα της τον Κατάλογο Έργων για κάθε ΕΠ.

Οι κατάλογοι έργων των δύο ΕΠ δημοσιοποιούνται μέσω συστήματος που αναπτύχθηκε στην ιστοσελίδα της Διαχειριστικής Αρχής και ενημερώνονται σε πραγματικό χρόνο αντλώντας τα στοιχεία απευθείας από τη βάση δεδομένων του ΟΠΣ. Περιλαμβάνουν όλα τα έργα που εγκρίνονται για χρηματοδότηση από τα Προγράμματα μαζί με άλλες σχετικές πληροφορίες για τα έργα, όπως αυτές καθορίζονται στην παράγραφο 1 του Παραρτήματος XII του Καν. (ΕΕ) 1303/2013.

Επιπλέον των παραπάνω, η Διαχειριστική Αρχή και οι Ενδιάμεσοι Φορείς, ως Δικαιούχοι έργων Τεχνικής Βοήθειας, τηρούν τις υποχρεώσεις τους με βάση την παρ. 2.2 του Παραρτήματος XII του Καν. (ΕΕ) 1303/2013 που αφορούν τις ευθύνες των Δικαιούχων, όπως αυτές εξειδικεύονται στον Οδηγό και ειδικότερα:

- Την προβολή του εμβλήματος της ΕΕ μαζί με αναφορά στην ΕΕ και στο Ταμείο που συγχρηματοδοτεί το έργο σε όλα τα μέτρα πληροφόρησης που λαμβάνονται,
- Την τοποθέτηση αφίσας με πληροφορίες για το έργο σε σημείο εύκολα ορατό από το κοινό (όπως η είσοδος του κτιρίου όπου στεγάζεται ο Δικαιούχος)
- Την παροχή σύντομης περιγραφής του έργου στην οποία να περιλαμβάνονται οι στόχοι και τα αναμενόμενα αποτελέσματά του, στην ιστοσελίδα του Δικαιούχου,
- Την ενημέρωση των συμμετεχόντων σε δραστηριότητες σχετικές με το έργο, για τη συγχρηματοδότηση του έργου από το σχετικό Ταμείο.

## **2.9. ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΔΕΙΚΤΩΝ ΕΚΡΩΝ – ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ**

### **2.9.1. Αξιολόγηση Προόδου Υλοποίησης της Στρατηγικής – Δείκτες Εκρών**

Το σύνολο των Μέτρων της Στρατηγικής και των επιμέρους δυναμικών ενεργειών που προβλέπονται από το προγραμματικό έγγραφο έχει ενεργοποιηθεί. Βασικό στοιχείο της υλοποίησης της Στρατηγικής αποτελούν οι ετήσιες εκστρατείες ενημέρωσης (οι οποίες διενεργούνται σύμφωνα με τις πρόνοιες της παρ. 2.1.2(β) του Παραρτήματος XII του Καν. 1303/2013), στο πλαίσιο των οποίων εντάσσεται και η πλειοψηφία των υπόλοιπων Μέτρων.

Περαιτέρω, κατά την τρέχουσα προγραμματική περίοδο, η υλοποίηση περιλαμβάνει και την οργάνωση διαδικτυακών εκστρατειών ενημέρωσης, με το ίδιο περιεχόμενο και στόχους με τις εκστρατείες που πραγματοποιούνται μέσω των ΜΜΕ. Η οργάνωση τέτοιων εκστρατειών βρίσκεται σε αντιστοιχία με την διαρκώς αυξανόμενη χρήση του διαδικτύου τόσο από τις επιχειρήσεις, όσο και το ευρύ κοινό για την αναζήτηση πληροφοριών σχετικών με την υλοποίηση των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων, όπως αναδεικνύεται από τις έρευνες που πραγματοποιήθηκαν στο πλαίσιο της πρώτης αξιολόγησης και επιβεβαιώνεται από τις έρευνες που ολοκληρώθηκαν στο πλαίσιο της

παρούσας αξιολόγησης. Η υλοποίηση των εκστρατειών ενημέρωσης μέσω της συνδυασμένης χρήσης πολλαπλών εργαλείων επικοινωνίας και ο εμπλουτισμός του τρόπου υλοποίησης τους με την χρήση του διαδικτύου, αυξάνει τη φυσική υλοποίηση της Στρατηγικής και συμβάλει στην επίτευξη των αποτελεσμάτων.

Ο Πίνακας που ακολουθεί παρουσιάζει την εκτίμηση των δεικτών εκροών της Στρατηγικής Επικοινωνίας. Ειδικότερα:

- Σε δύο Μέτρα, που αφορούν στην «Πληροφόρηση μέσω εξωτερικής διαφήμισης» και στην «Ενημέρωση μέσω έντυπου υλικού» καταγράφεται υπερκάλυψη του προγραμματικού στόχου.
- Στο Μέτρο των «Ηλεκτρονικών Μέσων Ενημέρωσης» και οι δύο δείκτες εκροών που χρησιμοποιούνται καταγράφουν υψηλή υλοποίηση, η οποία κινείται στα επίπεδα του **84%** και **88%**. Αν και όπως είναι φυσικό η επισκεψιμότητα της ιστοσελίδας της Διαχειριστικής Αρχής δεν είναι σταθερή, αφού επηρεάζεται από την ύπαρξη προσκλήσεων, συνεδριάσεων η επικοινωνιακών εκδηλώσεων, η μέση τιμή για την περίοδο που εξετάστηκε προσεγγίζει το στόχο της Στρατηγικής, ο οποίος αναθεωρήθηκε μετά την πρώτη αξιολόγηση σε επίπεδα πολύ ψηλότερα του αρχικού. Επιπλέον, συνεχίζει να αυξάνεται και ο αριθμός εξωτερικών σελίδων που συνδέονται με τη σελίδα της Διαχειριστικής Αρχής. Αντίστοιχα, ο αριθμός των ατόμων που ακολουθούν την Facebook Fanpage της Δ.Α. συνεχίζει να παρουσιάζει αύξηση προσεγγίζοντας τον προγραμματικό στόχο.
- Στο Μέτρο των «Ειδικών Εκδηλώσεων» ο δείκτης που αφορά στον αριθμό των εκδηλώσεων που διοργανώνονται παρουσιάζει τιμή υλοποίησης ίση με το **63%** του προγραμματικού στόχου, ενώ ο δείκτης που μετρά τον αριθμό των παρευρισκόμενων σε αυτές αντιστοιχεί στο **84%** του στόχου. Σημειώνεται ότι η τιμή του δεύτερου δείκτη εμφανίζεται υποτιμημένη, δεδομένης της μη τήρησης στοιχείων σχετικά με τον αριθμό των παρευρισκόμενων σε ορισμένες εκδηλώσεις.
- Στο Μέτρο της «Πληροφόρησης μέσω ΜΜΕ», το οποίο είναι και το σημαντικότερο από άποψη χρηματοοικονομικής βαρύτητας Μέτρο, οι τέσσερις από τους πέντε δείκτες παρουσιάζουν ποσοστά επίτευξης που κινούνται μεταξύ **71%** και **90%**. Ουσιαστικά πρόκειται για τον αριθμό των εκστρατειών επικοινωνίας που διοργανώνονται και άλλα εργαλεία που χρησιμοποιούνται παράλληλα με αυτές, δηλαδή την καταχώρηση διαφημίσεων, την προβολή ταινιών, την έκδοση Δελτίων Τύπου. Εξαιρέση αποτελεί ο δείκτης που αφορά τον προβλεπόμενο αριθμό δημοσιογραφικών συσκέψεων (υλοποίηση 20%). Θα πρέπει να σημειωθεί ότι η χρησιμότητα αυτού του δείκτη για την μέτρηση των εκροών του Μέτρου είναι αμφίβολη, αφού αφενός ο δείκτης αντιπροσωπεύει παρεμβάσεις ελάχιστης χρηματοοικονομικής βαρύτητας στο Μέτρο και αφετέρου η χρησιμότητα τέτοιων διασκέψεων έχει περιοριστεί στην πράξη.

- Τέλος, στο Μέτρο Πληροφόρησης των «Πρωθητικών Αντικειμένων» ο δείκτης εκροών παρουσιάζει υστέρηση, αφού έχουν παραχθεί 12.930 πρωθητικά αντικείμενα και έχουν διανεμηθεί τα 11.909, που αντιστοιχούν στο 11,9% του προγραμματικού στόχου. Ο εξαιρετικά υψηλός στόχος της διανομής 100.000 πρωθητικών αντικειμένων συνιστά μάλλον προγραμματική αστοχία και θα πρέπει να διαμορφωθεί σε ρεαλιστικότερα επίπεδα.

Σε γενικές γραμμές η εξέλιξη των εκροών καταγράφεται ως ικανοποιητική, οι τιμές – στόχοι στην πλειοψηφία των δεικτών εκτιμάται ότι θα επιτευχθούν με την ολοκλήρωση της προγραμματικής περιόδου και την υλοποίηση των υπόλοιπων ενεργειών που προγραμματίζονται (διαφημιστικές εκστρατείες, διαφημίσεις, εκδηλώσεις, κλπ.). Θα πρέπει πάντως να σημειωθεί ότι η συνεχώς αυξανόμενη χρήση του διαδικτύου για τους σκοπούς της επικοινωνίας, σε συνδυασμό με την επίσης αυξανόμενη χρήση του από δικαιούχους, δυνητικούς δικαιούχους και ευρύ κοινό ως πηγή πληροφόρησης, περιορίζει τη χρησιμότητα κάποιων άλλων εργαλείων πληροφόρησης και κατά αντιστοιχία και κάποιων δεικτών εκροών. Για παράδειγμα, η δεικτοποίηση του αριθμού των Δελτίων Τύπου που εκδίδονται, ή ακόμα περισσότερο ο αριθμός των εντύπων που παράγονται και διανέμονται θα πρέπει να αντιμετωπισθούν υπό το πρίσμα της χρήσης του διαδικτύου στο σχεδιασμό στρατηγικών στο μέλλον.

### 2.9.2. Εκτίμηση Κόστους και Αποτελεσματικότητας

Η επιτάχυνση της υλοποίησης έχει ως αποτέλεσμα την απορρόφηση του μεγαλύτερου τμήματος του προϋπολογισμού της Στρατηγικής, όπως αυτός αναμορφώθηκε μετά την αναθεώρησή του. Μέχρι 30/4/2019 έχει απορροφηθεί το **77,16%** των διαθέσιμων πόρων της Στρατηγικής, όπως φαίνεται στον Πίνακα που ακολουθεί.

**Πίνακας 2.1:** Υλοποίηση Προϋπολογισμού Στρατηγικής Επικοινωνίας κατά Μέτρο Πληροφόρησης

ΜΕΤΡΑ	Προϋπολογισμός (€)	Πραγματοποιηθείσες δαπάνες (€)	%
Χρήση ΜΜΕ	1.500.000	1.272.680	84,8%
Ηλεκτρονικά Μέσα Πληροφόρησης	200.000	136.830	68,4%
Εκδηλώσεις Πληροφόρησης	130.000	47.877,27	36,8%
Ενημέρωση μέσω έντυπου υλικού	50.000	53.102,76	106,2%
Πρωθητικά αντικείμενα	20.000	18.357,40	91,8%
Πληροφόρηση μέσω εξωτερικής διαφήμισης	100.000	14.438,67	14,4%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>2.000.000</b>	<b>1.543.286,10</b>	<b>77,16%</b>

Μέχρι το πέρας της προγραμματικής περιόδου εκτιμάται ότι θα επέλθει απορρόφηση του συνολικού προϋπολογισμού με την ολοκλήρωση των εκστρατειών ενημέρωσης και των λοιπών Μέτρων της Στρατηγικής.

Περαιτέρω, το γεγονός ότι οι δείκτες εκρών, ιδιαίτερα εκείνων που συνδέονται με παρεμβάσεις υψηλής χρηματοδοτικής βαρύτητας, παρουσιάζουν ρυθμούς υλοποίησης μεγαλύτερους του 80% (όπως παρουσιάζεται αναλυτικότερα στη συνέχεια), αποτελεί ένδειξη της συνεχιζόμενης υψηλής αποδοτικότητας της υλοποίησης, όπως εντοπίστηκε και κατά την πρώτη αξιολόγηση της Στρατηγικής.



**Πίνακας 2.2:** Δείκτες Εκροών

Μέτρο Πληροφόρησης	Αντιστοίχιση με Ειδικό Στόχο	Δείκτης	Τιμή στόχος	Τρέχουσα Υλοποίηση (30/4/2019)	% επίτευξης στόχου	Υλοποίηση 2017
Ηλεκτρονικά Μέσα Πληροφόρησης	1,2,3,4,5	Αριθμός επισκέψεων στην ιστοσελίδα της διαχειριστικής αρχής (unique visitors /month)	5.000(1)	<b>4.200(2)</b>	<b>84%</b>	8.900
		Αριθμός followers σε Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης Facebook/Twitter/Youtube	25.000(1)	<b>21.925</b>	<b>87,7%</b>	22.000
Ενημέρωση μέσω έντυπου υλικού	2,3,4,5,6	Αριθμός ενημερωτικών εντύπων/ οδηγών / φυλλαδίων/ άλλων εκδόσεων	40	<b>50</b>	<b>Υπέρβαση στόχου</b>	32
Ειδικές Εκδηλώσεις	2,3,4,5,6	Αριθμός ειδικών εκδηλώσεων και ημερίδων	80	<b>50</b>	<b>63%</b>	45
		Αριθμός συμμετασχόντων σε ειδικές εκδηλώσεις και ημερίδες	4.000	<b>3.350(3)</b>	<b>84%</b>	1.990
Πληροφόρηση μέσω Χρήσης ΜΜΕ	2,4,5,6	Αριθμός Διαφημιστικών Εκστρατειών	7	<b>5</b>	<b>71%</b>	2
		Αριθμός καταχωρημένων διαφημίσεων	6.000	<b>4.830</b>	<b>81%</b>	849
		Αριθμός Δελτίων Τύπου	100	<b>85</b>	<b>85%</b>	68
		Αριθμός δημοσιογραφικών συσκέψεων	10	<b>2</b>	<b>20%</b>	2
		Αριθμός ταινιών που θα παραχθούν	10	<b>9(4)</b>	<b>90%</b>	2
Πληροφόρηση μέσω Εξωτερικής Διαφήμισης	2,4,5,6	Αριθμός αφισών που εκτυπώνονται για εξωτερική διαφήμιση	500	<b>2959</b>	<b>Υπέρβαση στόχου</b>	32
Πρωθητικά Αντικείμενα	4,5,6	Ποσότητα προωθητικών αντικειμένων που έχουν διανεμηθεί	100.000	<b>11.909</b>	<b>11,9%</b>	2.030

Σημειώσεις:

- (1) Αναθεωρημένοι στόχοι, σε επίπεδα σημαντικά ψηλότερα της αρχικά εγκεκριμένης Στρατηγικής, με βάση τα αποτελέσματα της πρώτης αξιολόγησης.
- (2) Η τιμή 8.900 χρήστες ανά μήνα αφορά τον μέσο όρο των μηνών Μαρτίου, Απριλίου και Μαΐου 2017.
- (3) Η πραγματική τιμή υλοποίησης είναι υψηλότερη δεδομένου ότι σε αυτήν που παρατίθεται δεν περιλαμβάνονται στοιχεία παρουσίας συμμετεχόντων σε κάποιες εκδηλώσεις δημοσιότητας που πραγματοποιήθηκαν σε ολόκληρη τη χώρα, είτε στο πλαίσιο της δημοσιοποίησης Σχεδίων Χορηγιών, είτε στο πλαίσιο της διαβούλευσης παρεμβάσεων Βιώσιμης Αστικής Ανάπτυξης.
- (4) Περιλαμβάνεται η παραγωγή τηλεοπτικών spots και CDs.

### **3. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΕΠΙΠΤΩΣΕΩΝ ΤΩΝ ΜΕΤΡΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ**

Η εκτίμηση των δεικτών επιπτώσεων στο πλαίσιο της αξιολόγησης του Σχεδίου Επικοινωνίας, υποστηρίζεται από δύο έρευνες, μία για τις επιχειρήσεις και μία για το ευρύ κοινό, οι οποίες πραγματοποιήθηκαν με τη συνεργασία της αναδόχου εταιρείας με την εταιρεία ερευνών Noverna Ltd. Στη συνέχεια παρουσιάζονται τα αποτελέσματα των δύο Ερευνών που εκπονήθηκαν. Αναλυτικά στοιχεία αναφορικά ως προς τις ταυτότητες και τα ερωτηματολόγια των δύο ερευνών παρατίθενται στα Παραρτήματα της παρούσας Έκθεσης.

#### **3.1. ΒΑΘΜΟΣ ΚΑΙ ΜΕΣΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΙΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΕΙΣ ΠΟΥ ΠΑΡΕΧΟΝΤΑΙ ΜΕΣΩ ΤΩΝ ΕΔΕΤ**

##### **3.1.1. Βαθμός και Μέσα Ενημέρωσης του Κοινού σχετικά με τις χρηματοδοτήσεις.**

Οι δύο έρευνες που πραγματοποιήθηκαν διερεύνησαν κατ' αρχήν το βαθμό ενημέρωσης τόσο του κοινού όσο και των επιχειρήσεων αναφορικά προς την ύπαρξη της Πολιτικής Συνοχής και συνακόλουθα των ΕΔΕΤ, των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων που χρηματοδοτούν ή/και την αναγνωρισιμότητα συγκεκριμένων έργων.

Κατ' αρχήν, μέσω της έρευνας κοινού μετρήθηκε ο βαθμός ενημέρωσης του κοινού για τις συγχρηματοδοτήσεις που παρέχονται μέσω των ΕΔΕΤ στη χώρα. Στη σχετική ερώτηση της έρευνας το **64%** του συνόλου του δείγματος απάντησε γνωρίζουν ότι **η Ευρωπαϊκή Ένωση χρηματοδοτεί την υλοποίηση έργων στην Κύπρο μέσω των Ταμείων της**, έναντι 36% που δεν γνωρίζει κάτι σχετικό. Το ποσοστό όσων δεν απάντησαν στο ερώτημα είναι αμελητέο και εντοπίζεται κυρίως στην πληθυσμιακή ομάδα άνω των 65 ετών (δεν απάντησε το 4% αυτής της ομάδας στην ερώτηση).

Το ποσοστό γνώσης του κοινού για τις συγχρηματοδοτήσεις που παρέχονται από τα Ευρωπαϊκά Ταμεία παραμένει ψηλό και δεν παρουσιάζει σημαντική διαφοροποίηση από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε κατά την πρώτη αξιολόγηση της Στρατηγικής Επικοινωνίας (67% περίπου το 2017).

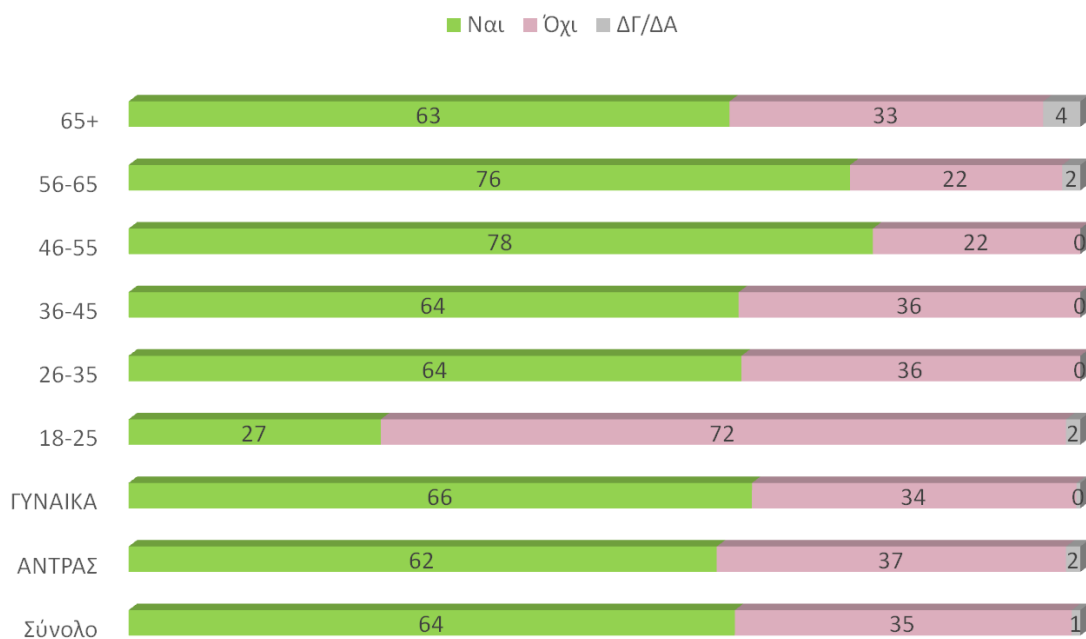
Ειδικότερες παρατηρήσεις που μπορούν να διατυπωθούν σχετικά με τη γνώση της ύπαρξης των ΕΔΕΤ από διαφορετικές ομάδες του πληθυσμού περιλαμβάνουν τα ακόλουθα σημεία:

- Ο γυναικείος πληθυσμός παρουσιάζει ελαφρά υψηλότερο ποσοστό γνώσης σε σχέση με τον αντρικό (66% έναντι 64%), αντίθετα από ότι διαπιστώθηκε κατά την

έρευνα του 2017, οπότε ο ανδρικός πληθυσμός παρουσίαζε ποσοστό γνώσης των Ταμείων της τάξης του 72%.

- Είναι μεγαλύτερη στις ηλικίες από 46 έως 65 ετών, αφού διαμορφώνεται σε 78% για την πληθυσμιακή ομάδα από 46-55 ετών και 76% για την πληθυσμιακή ομάδα από 56-65. Ουσιαστικά χαμηλό ποσοστό γνώσης της ύπαρξης των ΕΔΕΤ διαπιστώνεται μόνο στην πληθυσμιακή ομάδα έως 25 ετών, δεδομένου ότι το 27% αυτής της ομάδας απαντά ότι γνωρίζει την ύπαρξη των ΕΔΕΤ, έναντι 72% που δεν τα γνωρίζει και 2% που δεν απαντά καθόλου στη σχετική ερώτηση.
- Η γνώση για την ύπαρξη των Ταμείων ανά κοινωνική τάξη αναδεικνύει ότι αυτή είναι ψηλότερη όσον αφορά τις εισοδηματικά ψηλότερες κοινωνικές τάξεις Α-Β (80%) και Γ1 (62%) έναντι σχετικά χαμηλότερων ποσοστών των κοινωνικών τάξεων Γ2 (48%) και Δ-Ε (45%).
- Η κατανομή των θετικών απαντήσεων ανά επαρχία αναδεικνύει σχεδόν παραπλήσια ποσοστά για την Λάρνακα (67%), τη Λεμεσό (65%), την Πάφο (64%) και τη Λευκωσία (63%) και χαμηλότερα για την Αμμόχωστο (50%).

**Διάγραμμα 3-1:** Αναγνωρισιμότητα των Ευρωπαϊκών Διαρθρωτικών και Επενδυτικών Ταμείων από το κοινό



Η γνώση της ύπαρξης των ΕΔΕΤ κινείται σε πολύ ψηλά επίπεδα προκειμένου για την ομάδα του κοινού που περιλαμβάνει εκπαιδευτικούς και εργαζόμενους στην έρευνα. Ειδικότερα το 88% αυτής της πληθυσμιακής ομάδας δηλώνει ότι γνωρίζει την υλοποίηση έργων με συγχρηματοδότηση των Ευρωπαϊκών Ταμείων στην Κύπρο, έναντι 12% που δεν γνωρίζει. Το ποσοστό αυτό παραμένει σε ψηλά επίπεδα διαχρονικά παρά την κάμψη που παρουσιάζει σε σχέση με το εξαιρετικά ψηλό 96% που διαπίστωσε η Έρευνα του

2017 και πάντως σε ψηλότερα επίπεδα των ερευνών που πραγματοποιήθηκαν κατά την προηγούμενη προγραμματική περίοδο (86% το 2011).

Ο ψηλός βαθμός γνώσης του κοινού σχετικά με τη ύπαρξη των ΕΔΕΤ επιβεβαιώνεται και από τις ερωτήσεις που του απευθύνονται προκειμένου **να κατονομάσουν κάποιο Ευρωπαϊκό Ταμείο**. Στη σχετική ανοικτή ερώτηση περίπου το ήμισυ των ερωτωμένων, μεταξύ αυτών που δήλωσαν ότι γνωρίζουν την ύπαρξη των ΕΔΕΤ πέτυχαν να κατονομάσουν κάποιο Ταμείο. Όπως διαπιστώθηκε και σε προηγούμενες αντίστοιχες έρευνα, το ευρύτερα γνωστό Ταμείο που κατονομάζεται είναι το Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Αγροτικής Ανάπτυξη (ΕΓΤΤΑ) (περίπου από το 27% των ερωτώμενων που γνωρίζουν την ύπαρξη των Ταμείων, έναντι 32% στην Έρευνα 2017), ενώ ακολουθεί με περίπου 12% το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης<sup>3</sup>. Η αναγνωρισιμότητα του ΕΤΠΑ εμφανίζεται στα ίδια επίπεδα με την προηγούμενη έρευνα.

Μεταξύ των αυθόρμητων απαντήσεων που δίνονται περίπου 12% αφορά την ΠΑΝ, ενώ το ΕΚΤ αναφέρεται από ένα επιπρόσθετο 5% περίπου. Η αυθόρμητη αναφορά στην ΠΑΝ αναδεικνύει και την ψηλή αναγνωρισιμότητά της, η οποία επιβεβαιώνεται και από άλλες ερωτήσεις, τόσο της έρευνας κοινού όσο και της έρευνας επιχειρήσεων. Σε ποσοστά χαμηλότερα του 5% κινούνται τόσο το Ευρωπαϊκό Ταμείο Θάλασσας και Αλιείας όσο και το Ταμείο Συνοχής.

Μεταξύ της ομάδας του κοινού που αφορά σε εργαζόμενους σε εκπαιδευτικά και ερευνητικά ιδρύματα, οι αυθόρμητες απαντήσεις που δίνονται αφορούν κυρίως στην ΠΑΝ και στο Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Αγροτικής Ανάπτυξης (περίπου από 30% μεταξύ όσων γνωρίζουν την ύπαρξη των Ταμείων) και ακολουθεί το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (14%), το ΕΚΤ (10%) και το Ταμείο Συνοχής (10%). Τα ποσοστά αυτά συνιστούν σημαντική διαφοροποίηση σε σχέση με την Έρευνα 2017, όπου το ΕΓΤΑΑ ήταν το Ταμείο που κατονομάστηκε αυθόρμητα από το 19% της συγκεκριμένης πληθυσμιακής ομάδας, έναντι 8% περίπου του ΕΤΠΑ.

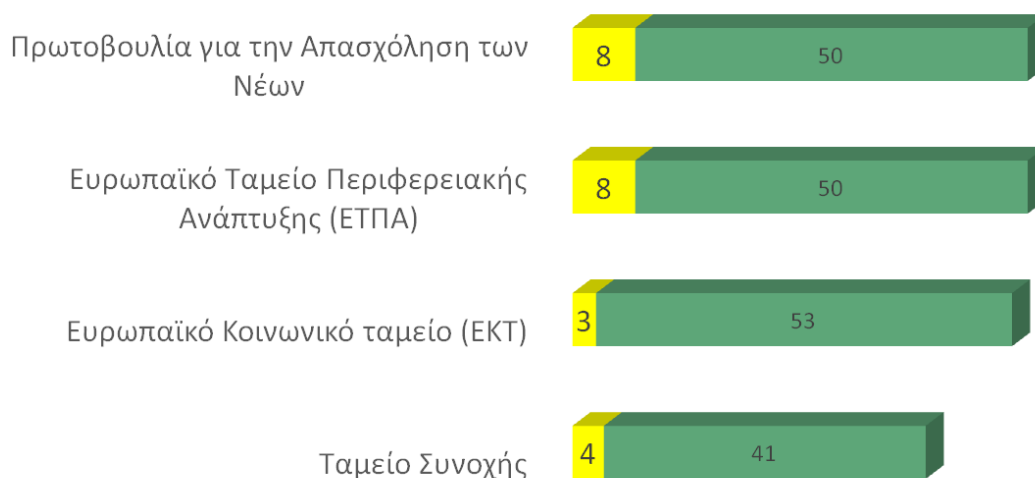
Δεδομένης της αντικειμενικής τεχνικής δυσκολίας που υπάρχει, ιδιαίτερα για το ευρύ κοινό να γνωρίζει το όνομα των κάθε Ευρωπαϊκού Ταμείου, η έρευνα προχώρησε περαιτέρω με μία κλειστή ερώτηση με την οποία κάθε συμμετέχων στην έρευνα **ερωτήθηκε αν γνωρίζει ονομαστικά τα Ταμεία τα οποία συμμετέχουν στη συγχρηματοδότηση των δύο ΕΠ**. Το ΕΤΠΑ και η ΠΑΝ συγκέντρωσαν από 58% θετικών απαντήσεων, έναντι 56% του ΕΚΤ και 45% του Ταμείου Συνοχής. Τα ποσοστά αυτά είναι σημαντικά βελτιωμένα για το σύνολο των Ταμείων, σε σύγκριση με την προηγούμενη έρευνα κατά την οποία τα αντίστοιχα ποσοστά ήταν 35% για την ΠΑΝ, 34,5% για το ΕΤΠΑ, 29,5% για το ΕΚΤ και 23,2% για το Ταμείο Συνοχής.

Μεταξύ των εργαζόμενων στην έρευνα και εκπαίδευση, τα αντίστοιχα ποσοστά διαμορφώνονται ιδιαίτερα ψηλά επίπεδα, 78% για την ΠΑΝ, 64% για το ΕΚΤ, 62% για το ΕΤΠΑ και 48% για το Ταμείο Συνοχής.

---

<sup>3</sup> Όπως διαπιστώνεται και στην Έρευνα 2017, το ΕΓΤΤΑ είναι ευρύτερα γνωστό στις αγροτικές ή ημιαστικές περιοχές της χώρας, το ΕΚΤ (όπως και η ΠΑΝ στην παρούσα έρευνα) είναι ευρύτερα γνωστά στις νεότερες ομάδες του πληθυσμού, έναντι του ΕΤΠΑ που κατονομάζεται περισσότερο από τις μεγαλύτερες ηλικίες.

**Διάγραμμα 3-2:** Συνολική αναγνωρισιμότητα για συγκεκριμένα Ταμεία



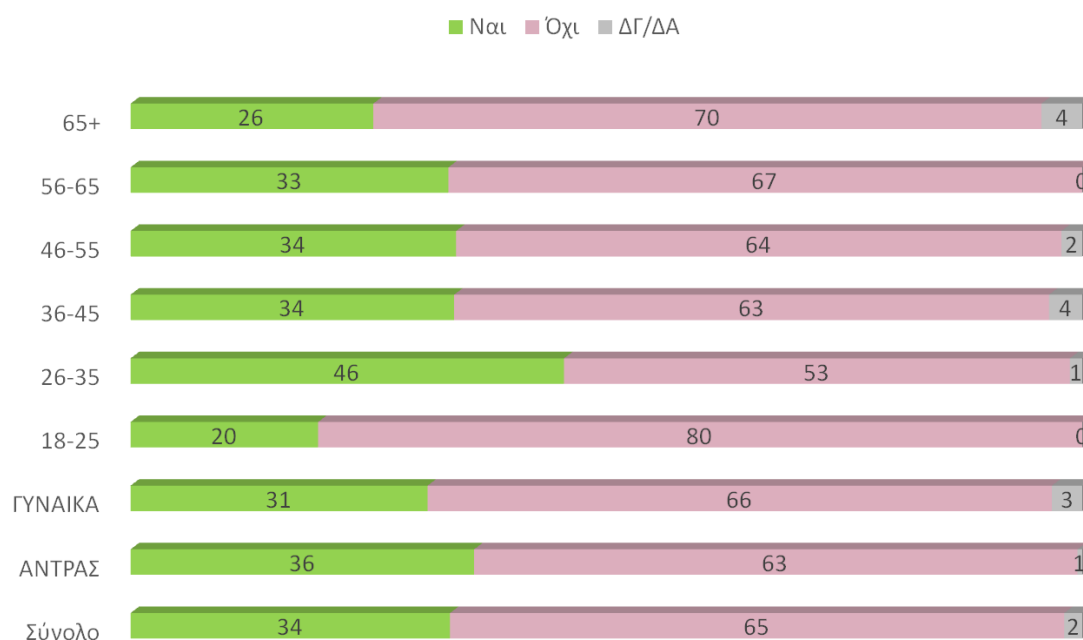
Η διερεύνηση της αναγνωρισιμότητας των παρεμβάσεων που συγχρηματοδοτούνται από την ΕΕ μεταξύ του κοινού, περιέλαβε επιπλέον δύο παραμέτρους οι οποίες αφορούν αφενός στην αναγνωρισιμότητα των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων και αφετέρου την αναγνωρισιμότητα συγκεκριμένων συγχρηματοδοτούμενων παρεμβάσεων.

Η πρώτη παράμετρος συγκεκριμενοποιείται μέσω μιας ερώτησης που **αφορούσε στην γνώση του κοινού για την ύπαρξη των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων**. Στο σύνολο του δείγματος, το **34%** απάντησε ότι γνωρίζει τι είναι τα Επιχειρησιακά Προγράμματα, έναντι περίπου 65% που απάντησε ότι δεν γνωρίζει τον όρο. Το ποσοστό αυτό είναι χαμηλότερο της Έρευνας του 2017, όπου περίπου το 43% εμφανίστηκε να γνωρίζει την ύπαρξη των ΕΠ. Ειδικότερα:

- Όσον αφορά την κατανομή των απαντήσεων κατά φύλο, οι άντρες με ποσοστό 36% εμφανίζονται να γνωρίζουν το τεχνικό όρο έναντι 31% των γυναικών.
- Η ομάδα ηλικιών 26-35 ετών εμφανίζει το μεγαλύτερο ποσοστό γνώσης του όρου (46%), έναντι της ομάδας 18-25 ετών που εμφανίζει το μικρότερο (20%). Η μετατόπιση αυτή από την ομάδα 46-55 που εμφανιζόταν περισσότερο ενημερωμένη κατά την προηγούμενη έρευνα μπορεί ενδεχομένως να αποδοθεί στον υψηλό βαθμό αναγνώρισης της ΠΑΝ και ευρύτερα του ΕΚΤ σε αυτήν την ομάδα και των παρεμβάσεων που χρηματοδοτούν.
- Μεγαλύτερη γνώση του όρου διαπιστώνεται (όπως και στην έρευνα 2017) στις κοινωνικές τάξεις Α και Β, όπου το αντίστοιχο ποσοστό θετικών απαντήσεων υπερβαίνει το 50%

- Τα ποσοστά γνώσης του όρου μεταξύ των επαρχιών κυμαίνονται από 40% στη Λευκωσία έως 24% στην Πάφο και 22% στην Αμμόχωστο η οποία παρουσιάζει το χαμηλότερο ποσοστό (20,5% στην Έρευνα του 2017).
- Το ποσοστό γνώσης μεταξύ των εκπαιδευτικών και γενικότερα των ατόμων που εργάζονται στην εκπαίδευση διαμορφώνεται σε ιδιαίτερα ψηλά επίπεδα (70%) και σε σχέση με τα μέσα επίπεδα του κοινού και μάλιστα εμφανίζονται ελαφρά αυξημένα από το 66% της Έρευνας του 2017.)

**Διάγραμμα 3-3:** Γνώση του κοινού για τα Επιχειρησιακά Προγράμματα



Η δεύτερη παράμετρος διερευνήθηκε μέσω μιας ερώτησης που ζητούσε από κάθε ερωτώμενο **να κατονομάσει ένα συγκεκριμένο έργο που γνωρίζει ότι υλοποιείται με τη συγχρηματοδότηση της ΕΕ**. Το ποσοστό εκείνων που κατόρθωσαν να ονομάσουν **ορθά** ένα συγχρηματοδοτούμενο έργο ανέρχεται στο **56%**<sup>4</sup> του δείγματος, ποσοστό υπερδιπλάσιο αυτού της προηγούμενης έρευνας (περίπου 25%). Αν και το ποσοστό αυτό συνεχίζει να υπολείπεται του στόχου, ο οποίος είναι και δείκτης αποτελέσματος της Στρατηγικής, η εξέλιξη είναι σημαντική και διαφαίνεται ότι ο στόχος μπορεί να επιτευχθεί με την ολοκλήρωση των έργων της προγραμματικής περιόδου και των σχετικών προγραμματιζόμενων παρεμβάσεων στον τομέα της επικοινωνίας.

<sup>4</sup> Το γεγονός ότι το ποσοστό εκείνων που είναι σε θέση να κατονομάσουν αυθόρμητα ένα έργο που γνωρίζουν ότι υλοποιείται με κοινοτική συγχρηματοδότηση είναι σημαντικά ψηλότερο εκείνου που γνωρίζουν τα Επιχειρησιακά Προγράμματα (προηγούμενη ερώτηση) υποδηλώνει ότι ο σχετικά χαμηλότερος βαθμός γνώσης των ΕΠ αφορά κυρίως στον τεχνικό όρο που χρησιμοποιείται και όχι στο περιεχόμενο των χρηματοδοτήσεων καθεαυτό.

Θα πρέπει να σημειωθεί ότι από το σύνολο των ερωτώμενων το 66% επιδίωξε να απαντήσει αναφέροντας ένα έργο, κατά την επεξεργασία των αποτελεσμάτων όμως περίπου το 10% των απαντήσεων θεωρήθηκαν ως μη αποδεκτές, αφού δεν αφορούσε σε συγκεκριμένο έργο όπως είχε ζητηθεί από την ερώτηση αλλά μάλλον σε ευρύτερα πεδία πολιτικής.

Τα έργα τα οποία κατονομάστηκαν αφορούν σε ένα ευρύ φάσμα της πολιτικής των ΕΔΕΤ στη χώρα. Ειδικότερα, τα πλέον αναγνωρίσιμα έργα είναι αυτά των αναπλάσεων σε αστικές κυρίως περιοχές, ενώ το έργο της Ανάπλασης της Πλατείας Ελευθερίας στη Λευκωσία αποτελεί αναμφισβήτητο πλέον αναγνωρίσιμο συγχρηματοδοτούμενο έργο από το ευρύ κοινό. Κατά δεύτερο λόγο αναφέρονται ονομαστικά έργα υποδομών, όπως ο Αυτοκινητόδρομος από Γενικό Νοσοκομείο Λεμεσού προς Λιμάνι, η ανάπλαση μώλου Λεμεσού καθώς και η υλοποίηση έργων στον τομέα της ενέργειας. Ακολουθούν Έργα Βιβλιοθηκών Πανεπιστημίων, έργα αποχέτευσης και λοιπά έργα στον τομέα του περιβάλλοντος (π.χ. πράσινα σημεία, έργα ανακύκλωσης), τα Κέντρα Απασχόλησης (ΕΚΤ) και Σχέδια Χορηγιών.

Η έρευνα κοινού επιβεβαιώνει τη συνεχιζόμενη μεταβολή η οποία παρατηρείται όσον αφορά **στα εναλλακτικά μέσα τα οποία χρησιμοποιεί το ευρύ κοινό προκειμένου να πληροφορηθεί σχετικά με τα υλοποιούμενα έργα και ειδικότερα τον ολοένα αυξανόμενο ρόλο του διαδικτύου ως πηγής πληροφόρησης**. Ειδικότερα, αν και η τηλεόραση παραμένει μία σημαντική πηγή ενημέρωσης για το **53%** του κοινού, η θέση του **διαδικτύου στην ενημέρωση των πολιτών συνεχίζει να ενδυναμώνεται**. Το **30%** του κοινού (έναντι περίπου 25% στην προηγούμενη έρευνα) ενημερώνεται από ιστοσελίδες ενώ **24%** (έναντι 21% κατά την προηγούμενη έρευνα) ενημερώνεται και/η από σελίδες κοινωνικής δικτύωσης.

Περαιτέρω, πηγές ενημέρωσης του κοινού αποτελούν τα υπόλοιπα μέσα επικοινωνίας όπως το ραδιόφωνο (25%), οι εφημερίδες (20%), οι εξωτερικές πινακίδες που τοποθετούνται σε έργα (19%), ενημερωτικά έντυπα και φυλλάδια (15%), ενημερωτικές εκδηλώσεις (8%), περιοδικά (6%), παροχή πληροφοριών από εξωτερικούς συμβούλους – λογιστές (6%). Περίπου το 26% του κοινού ενημερώνεται από το επαγγελματικό του περιβάλλον.

Σημειώνεται ότι η χρήση του διαδικτύου ως μέσου πληροφόρησης είναι ιδιαίτερα ψηλή στις νεώτερες ομάδες του πληθυσμού. Για την ομάδα ηλικιών 18-25 το 37% ενημερώνεται από μέσα κοινωνικής δικτύωσης, από τα οποία ενημερώνεται επίσης το 28% της ομάδας 26-35 ετών και το 29% της ομάδας 36-45 ετών. Επιπρόσθετα από άλλες ιστοσελίδες ενημερώνεται το 26% της νεώτερης πληθυσμιακής ομάδας, έναντι 36% της ομάδας 26-35 ετών και 40% της ομάδας 36-45 ετών.

Η τηλεόραση αποτελεί το κύριο μέσο ενημέρωσης για τις πληθυσμιακές ομάδες άνω των 46 ετών και το ραδιόφωνο κατέχει σημαντική θέση ως μέσο ενημέρωσης για τις πληθυσμιακές ομάδες άνω των 56 ετών.

**Διάγραμμα 3-4:** Πηγή Πληροφόρησης του κοινού για τα Επιχειρησιακά Προγράμματα ή τα Ευρωπαϊκά Ταμεία



Η ραγδαία αύξηση της χρήσης του διαδικτύου ως μέσου πληροφόρησης του κοινού επιβεβαιώνει την ανάγκη χρήσης εναλλακτικών μέσων ενημέρωσης στο πλαίσιο της Στρατηγικής Επικοινωνίας, όπως είναι η ιστοσελίδα της Διαχειριστικής Αρχής και η δημιουργία της σελίδας της ΔΑ στο facebook. Παράλληλα, καθιστά αναγκαία την ευρεία χρήση του διαδικτύου στο πλαίσιο των σύνθετων ηλεκτρονικών εκστρατειών ενημέρωσης, όπως αυτές εφαρμόστηκαν μετά το 2017, με στόχους και αντικείμενο αντίστοιχο με αυτές που διοργανώθηκαν με τη χρήση των παραδοσιακών ΜΜΕ. Το γεγονός ότι οι ενέργειες που υλοποιήθηκαν μέσω των ηλεκτρονικών εκστρατειών (π.χ. καταχώρηση ηλεκτρονικών διαφημίσεων) έφτασαν σε μεγάλο αριθμό αποδεκτών, αφενός αναδεικνύει την επιτυχή χρήση του διαδικτύου ως επικοινωνιακού μέσου και αφετέρου συμβάλλει στην επίτευξη των στόχων της Στρατηγικής Επικοινωνίας, όπως αναλυτικά αυτοί αξιολογούνται σε επόμενη ενότητα.

### 3.1.2. Βαθμός και Μέσα Ενημέρωσης των δυνητικών δικαιούχων σχετικά με τις χρηματοδοτήσεις

Σε αντίστοιχα ψηλά ποσοστά κινείται ο βαθμός ενημέρωσης των επιχειρήσεων, ως δυνητικών δικαιούχων, σχετικά με τις ευκαιρίες χρηματοδότησης που παρουσιάζονται μέσω της υλοποίησης των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων στη χώρα. Ο βαθμός ενημέρωσης προσεγγίζεται μέσω μιας σειράς ερωτήσεων που παρουσιάζονται στη συνέχεια.

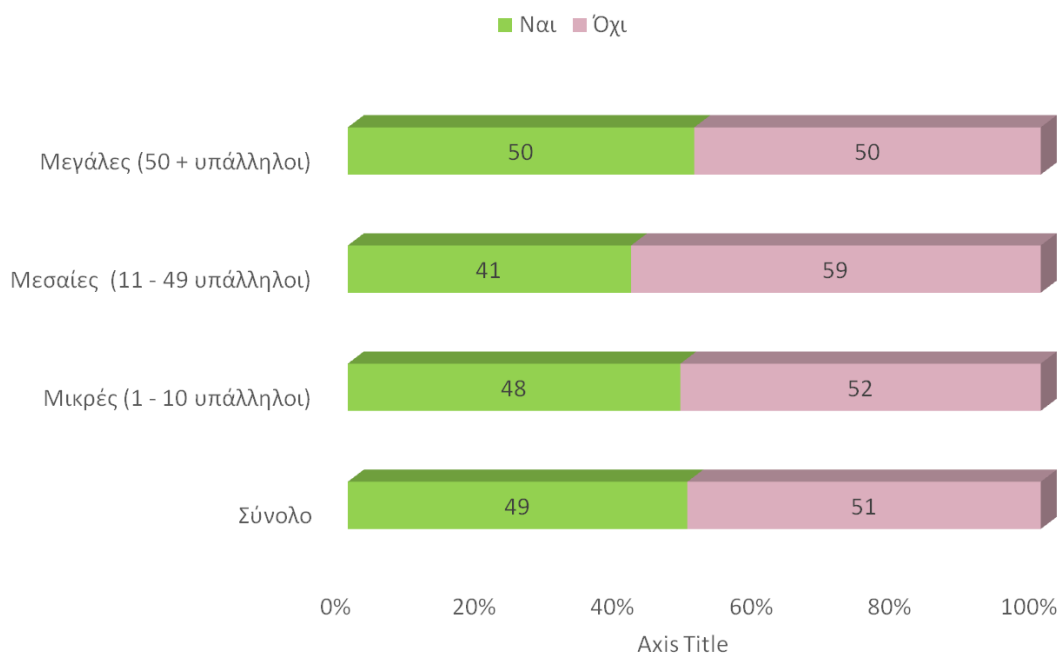


Σε πρώτο επίπεδο, η γνώση των επιχειρήσεων για την ύπαρξη της Πολιτικής Συνοχής, διερευνάται με μία απλή ερώτηση όπου αυτές ερωτώνται εάν έχουν ακούσει για την Πολιτική της Συνοχής. Από το σύνολο των επιχειρήσεων το **49%** απαντά θετικά, έναντι 51% που απαντά αρνητικά.

Παρά το γεγονός ότι η ερώτηση έχει έναν έντονα τεχνικό χαρακτήρα, χρησιμοποιώντας έναν όρο στον οποίο δεν είναι κατ' ανάγκη εξοικειωμένες οι επιχειρήσεις, σημειώνεται ένα ικανοποιητικό ποσοστό θετικών απαντήσεων, το οποίο απέχει λίγο από το αντίστοιχο της προηγούμενης έρευνας (53% θετικών απαντήσεων) αλλά σε κάθε περίπτωση είναι κατά πολύ ψηλότερο της αντίστοιχης ερώτησης παλαιότερων ερευνών που πραγματοποιήθηκαν στο πλαίσιο αξιολογήσεων των σχεδίων επικοινωνίας των δύο Επιχειρησιακών Προγραμμάτων.

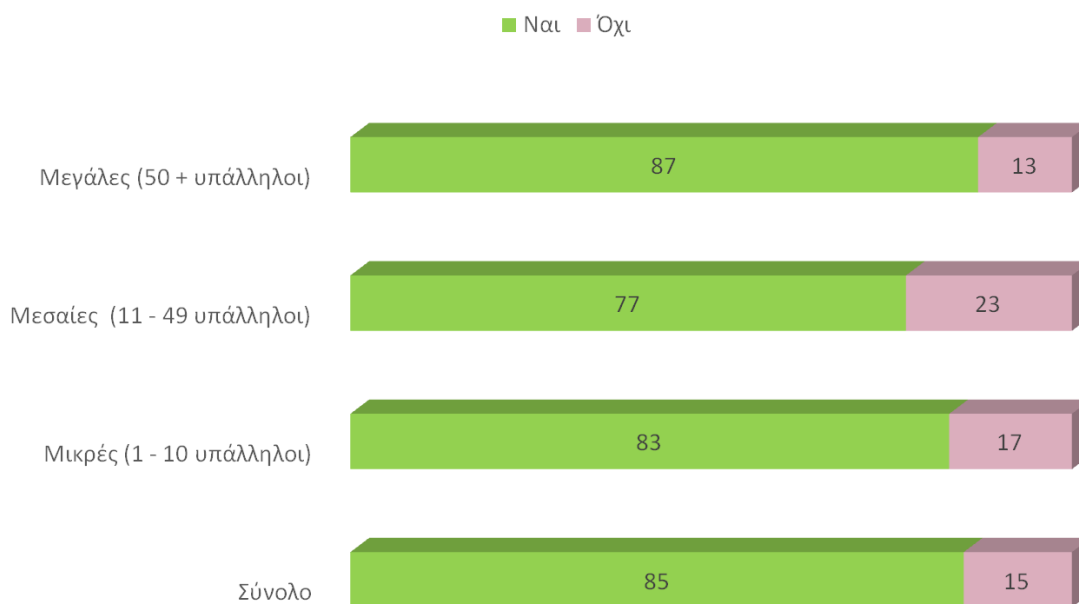
Οι μεγάλες επιχειρήσεις εμφανίζουν ελαφρά μεγαλύτερη γνώση του όρου (50% απάντησε θετικά) έναντι των μικρών (48%) και των μεσαίων (41%).

**Διάγραμμα 3-5:** Αναγνωρισιμότητα της Πολιτικής Συνοχής από τις επιχειρήσεις



Περαιτέρω, το 85% των ερωτωμένων απαντούν ότι γνωρίζουν τα Ευρωπαϊκά Διαρθρωτικά και Επενδυτικά Ταμεία, ενώ σχετικά μεγαλύτερος βαθμός γνώσης εμφανίζεται στις μεγάλες επιχειρήσεις, σε σχέση με τις μεσαίες και τις μικρές.

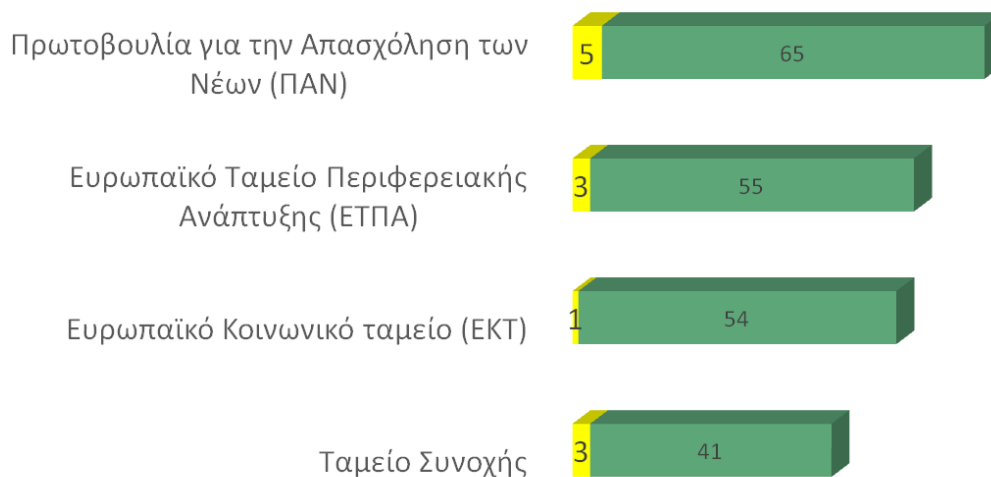
### Διάγραμμα 3-6: Γνώση των ΕΔΕΤ από τις επιχειρήσεις



Όπως και στην αντίστοιχη ερώτηση που έγινε προς το κοινό, το Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Αγροτικής Ανάπτυξης είναι το πλέον γνωστό μεταξύ των επιχειρήσεων, αφού κατονομάστηκε από το 10,6% του συνόλου των επιχειρήσεων, ιδιαίτερα δε από τις μικρές επιχειρήσεις του δείγματος. Η ΠΑΝ κατονομάστηκε από το 6% των επιχειρήσεων, έναντι 4% περίπου του ΕΤΠΑ και του Ταμείου Συνοχής. Τα ποσοστά αυτά είναι ελαφρά ψηλότερα αν εκτιμηθούν όχι στο συνολικό δείγμα αλλά μόνο στο σύνολο των επιχειρήσεων που δήλωσαν ότι γνωρίζουν την ύπαρξη των Ταμείων, ή γνωρίζουν την Πολιτική Συνοχής της ΕΕ.

Η έρευνα διερεύνησε περαιτέρω τη γνώση αυτών οι οποίοι απάντησαν γενικά ότι γνωρίζουν τα Ευρωπαϊκά Ταμεία. Όταν οι εκπρόσωποι των επιχειρήσεων που δηλώνουν ότι γνωρίζουν γενικά τα Ευρωπαϊκά Ταμεία ερωτώνται αν γνωρίζουν κάθε ένα Ταμείο ονομαστικά, τα παραπάνω ποσοστά γνώσης των Ταμείων βελτιώνονται σημαντικά και ανέρχονται στο **70%** για την ΠΑΝ, στο **58%** για το ΕΤΠΑ, το **55%** για το ΕΚΤ και **44%** για το Ταμείο Συνοχής. Τα ποσοστά αυτά είναι εξαιρετικά βελτιωμένα σε σχέση με την έρευνα που πραγματοποιήθηκε το 2017, οπότε ανήλθαν σε 41% για το ΕΤΠΑ, 29% για το ΕΚΤ και 47%. Θα πρέπει να σημειωθεί ο ιδιαίτερα ψηλός βαθμός αναγνωρισιμότητας της ΠΑΝ μεταξύ των επιχειρήσεων, ο οποίος ανέρχεται στο **70%** σημειώνοντας ιδιαίτερα μεγάλη αύξηση σε σχέση με την αρχή της προγραμματικής περιόδου (34,7% σύμφωνα με την προηγούμενη έρευνα). Το ποσοστό αυτό είναι αναμενόμενο δεδομένου ότι σημαντικός αριθμός επιχειρήσεων έχει υποβάλλει πρόταση για να ενταχθεί στην ΠΑΝ ή έχει επωφεληθεί από κάποιο Σχέδιο Χορηγιών της Πρωτοβουλίας, όπως αναλυτικότερα περιγράφεται στη συνέχεια.

**Διάγραμμα 3-7:** Συνολική Αναγνωρισιμότητα για Συγκεκριμένα Ευρωπαϊκά Διαρθρωτικά και Επενδυτικά Ταμεία - Σύνολο



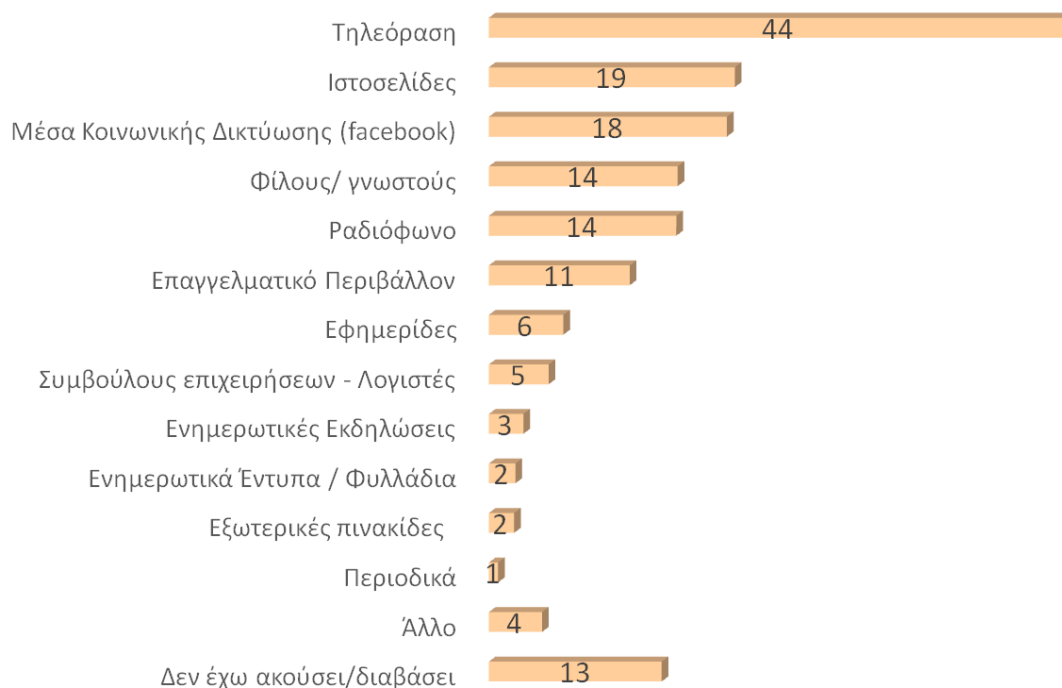
Επιπλέον, στην έρευνα επιχειρήσεων περιλαμβάνονται ερωτήσεις για τη διερεύνηση του βαθμού γνώσης συγκεκριμένων σχεδίων χορηγιών που εφαρμόζονται στη διάρκεια της προγραμματικής περιόδου, από τις οποίες προκύπτει, επίσης, η υψηλή γνώση των ευκαιριών χρηματοδότησης που υπάρχουν. Οι απαντήσεις αυτές παρουσιάζονται στην επόμενη ενότητα της παρούσας έκθεσης.

Οι βασικές **πηγές ενημέρωσης των επιχειρήσεων** σχετικά με τις χρηματοδοτήσεις που παρέχονται στην Κύπρο μέσω των Ευρωπαϊκών Ταμείων συνεχίζουν να είναι κατά κύριο λόγο, η τηλεόραση και το διαδίκτυο, όπως άλλωστε διαπιστώθηκε και στην αντίστοιχη ερώτηση που απευθύνθηκε στο ευρύτερο κοινό.

Ειδικότερα, η τηλεόραση αποτελεί τον τρόπο ενημέρωσης για το 44% των επιχειρήσεων (έναντι περίπου 48% στην προηγούμενη έρευνα. Όπως διαπιστώνεται και στην περίπτωση του κοινού σημαντική είναι η χρήση του διαδικτύου ως μέσου ενημέρωσης των επιχειρήσεων για τα συγχρηματοδοτούμενα προγράμματα. Το 37% περίπου των ερωτώμενων δηλώνουν ότι ενημερώνονται μέσω ιστοσελίδων ή/και μέσω κοινωνικής δικτύωσης.

Αναφορικά προς τη χρήση των υπόλοιπων μέσων ενημέρωσης, το 14% ενημερώνεται από φίλους και γνωστούς (27% το 2017), ή το ραδιόφωνο (14%), το επαγγελματικό περιβάλλον (11%), τις εφημερίδες (6%), συμβούλους επιχειρήσεων – λογιστές (5%) και άλλα μέσα. Το 13% δηλώνει ότι δεν έχει ακούσει ή διαβάσει κάτι σχετικό, έναντι 22% το 2017.

**Διάγραμμα 3-8:** Πηγή Ενημέρωσης των επιχειρήσεων για τις χρηματοδοτήσεις της ΕΕ στην Κύπρο, μέσω των ΕΔΕΤ



**Πίνακας 3.1:** Μέσα ενημέρωσης για τις παρεχόμενες ευκαιρίες χρηματοδότησης ανά μέγεθος επιχειρήσεων.

Μέσο Ενημέρωσης	ΣΥΝΟΛΟ	Μικρές	Μεσαίες	Μεγάλες
Τηλεόραση	(44%) 47,6	45% (48,5)	33% (36,1)	25% (46,9)
Διαδίκτυο	39% (51,3)	35% (51,0)	50% (54,2)	60% (55,8)
Επαγγελματικό περιβάλλον	11% (27,2)	10% (27,2)	13% (29,2)	17% (18,8)
Φίλοι/γνωστοί	14% (27,2)	14% (27,7)	17% (23,6)	8% (12,5)
Εφημερίδες	6% (19,5)	5% (19,6)	9% (18,1)	12% (21,9)
Ραδιόφωνο	14% (16,4)	15% (16,6)	11% (11,0)	11% (25,0)
Σύμβουλοι-Λογιστές	5% (10,3)	5% (10,6)	7% (4,2)	12% (18,5)

\* σε παρένθεση παρατίθενται τα αντίστοιχα ποσοστά σύμφωνα με την Έρευνα του 2017

Παρά το γεγονός ότι οι διαφοροποιήσεις μεταξύ των επιχειρήσεων ανάλογα του μεγέθους τους δεν είναι σημαντικές, διαφαίνεται ότι η τηλεόραση αποτελεί κύριο μέσο ενημέρωσης ιδιαίτερα για τις μικρές επιχειρήσεις, το διαδίκτυο για τις μεσαίες και τις μεγάλες, ενώ χρήση Συμβούλων Επιχειρήσεων γίνεται κατά κύριο λόγο από τις μεγάλες επιχειρήσεις και δευτερευόντως από τις μικρές και μεσαίες.

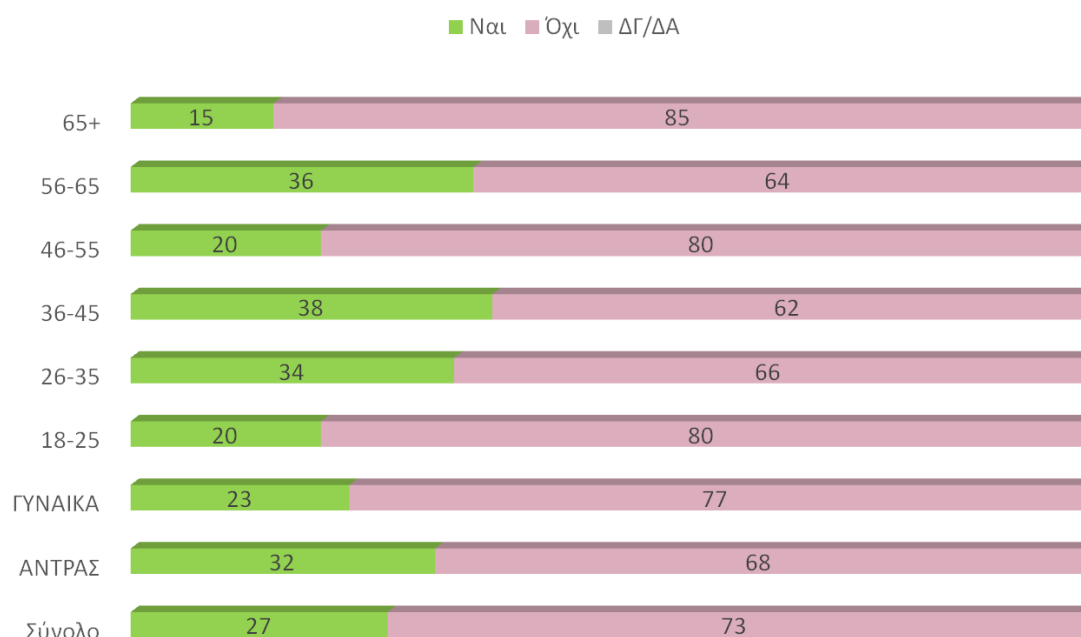
### **3.2. ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΦΟΡΕΙΣ ΠΟΥ ΕΜΠΛΕΚΟΝΤΑΙ ΣΤΗΝ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΕΠ, ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΙΣ ΑΡΧΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ**

#### **3.2.1. Ενημέρωση προς το ευρύ κοινό**

Στο ερωτηματολόγιο της Έρευνας Κοινού περιλήφθηκε μια σειρά ερωτημάτων που αφορούν **στον τρόπο και την ευκολία με την οποία τυχόν ενδιαφερόμενοι από το ευρύ κοινό αναζήτησαν πληροφορίες** για τα Επιχειρησιακά Προγράμματα και τα Ταμεία.

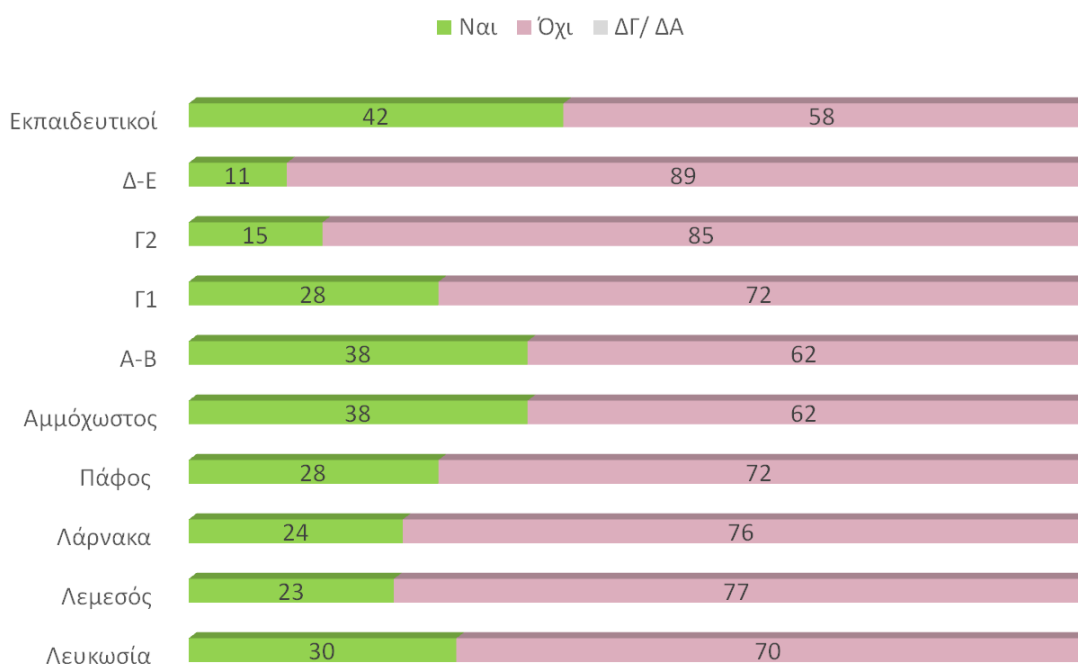
Από το σύνολο του δείγματος το **27%** (έναντι 24% κατά την προηγούμενη έρευνα) αναζήτησε σχετικές πληροφορίες για δράσεις των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων κατά τη διάρκεια της προγραμματικής περιόδου. Το μεγαλύτερο ενδιαφέρον σημειώνεται από τις περισσότερο παραγωγικές ηλικίες του πληθυσμού (38% για την ομάδα ηλικιών 36-45 ετών). Οι άντρες υπερτερούν έναντι των γυναικών (32% έναντι 23%), καθώς και οι ψηλότερες εισοδηματικές ομάδες έναντι των χαμηλότερων (38% για τις ομάδες Α και Β, 28% για την ομάδα Γ1, 15% για την Ομάδα Γ2 και 11% για τις Ομάδες Δ και Ε).

**Διάγραμμα 3-9:** Κατά Πόσο Έχουν ποτέ αναζητήσει ή πάρει πληροφορίες για τα προγράμματα που συγχρηματοδοτούνται από τα Ταμεία της Ευρωπαϊκής Ένωσης



Μεταξύ των εργαζόμενων στην έρευνα και εκπαίδευση το ποσοστό εκείνων που αναζήτησαν πληροφορίες για τα Προγράμματα που συγχρηματοδοτούνται από τα ΕΔΕΤ ανέρχεται σε 42%, υπερβαίνει δηλαδή τη μέση τιμή του συνόλου του δείγματος.

**Διάγραμμα 3-10:** Κατά Πόσο Έχουν ποτέ αναζητήσει ή πάρει πληροφορίες για τα προγράμματα που συγχρηματοδοτούνται από τα Ταμεία της Ευρωπαϊκής Ένωσης Κατανομή κατά εισοδηματική τάξη και γεωγραφική περιοχή



Μεταξύ αυτών που αναζήτησαν πληροφορίες για δράσεις των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων, οι περισσότεροι τις αναζήτησαν για δράσεις που αφορούν Σχέδια Χορηγιών (Ενίσχυση Γυναικείας και Νεανικής Επιχειρηματικότητας, Αναβάθμιση τουριστικού προϊόντος, Έρευνα και Καινοτομία, Ενεργειακή Αναβάθμιση σε Κατοικίες και Επιχειρήσεις). Περισσότερο από τα δύο τρίτα όσων αναζήτησαν πληροφορίες τις αναζήτησαν σχετικά με τις παρεμβάσεις αυτές. Οι υπόλοιποι αναζήτησαν πληροφορίες για παρεμβάσεις του ΕΚΤ, όπως τα Σχέδια Χορηγιών για εργοδότηση ανέργων, ανέργων νέων, ατόμων με αναπηρία και χρόνιες παθήσεις και ατόμων άνω των 50 ετών.

Κύρια πηγή αναζήτησης των σχετικών πληροφοριών αποτέλεσε το Internet (για το **63%** όσων αναζήτησαν πληροφορίες, έναντι 58% κατά την προηγούμενη έρευνα), ενώ ακολουθούν η προσφυγή σε κάποιο Τμήμα της Κυβέρνησης ή σχετική με το θέμα Δημόσια Υπηρεσία (περίπου 25% όσων αναζήτησαν πληροφορίες έναντι 38% στην Έρευνα 2017). Σημαντικά μικρότερα ποσοστά συγκεντρώνουν άλλες πηγές πληροφόρησης όπως η προσφυγή σε κάποια άτομα τα οποία είχαν ήδη ενταχθεί σε κάποιο πρόγραμμα, οι σύμβουλοι επιχειρήσεων και οι λογιστές, τα έντυπα και οι ενημερωτικές εκδηλώσεις.

Παράλληλα, η έρευνα καταγράφει αυξημένα ποσοστά ικανοποίησης των πολιτών όσον αφορά την **ευκολία πρόσβασης στις σχετικές πληροφορίες**. Ειδικότερα, περίπου το **63%** (έναντι 56% στην Έρευνα του 2017) όσων αναζήτησαν πληροφορίες χαρακτηρίζουν

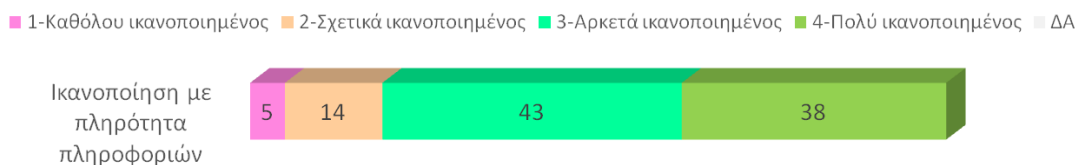
την αναζήτηση αυτή ως «εύκολη» ή «πολύ εύκολη», έναντι 20,0% που τη θεωρούν «σχετικά εύκολη» και 18% που απαντούν ότι ήταν «δύσκολη».

**Διάγραμμα 3-11:** Ευκολία Πρόσβασης του κοινού σε πληροφορίες



Αντίστοιχη είναι και η εικόνα που διαμορφώνεται όσον αφορά **την ποιότητα των πληροφοριών** που έλαβαν. Περίπου το **65%** των ερωτώμενων δηλώνουν «πολύ» η «αρκετά ικανοποιημένοι» από την ποιότητα των παρεχόμενων πληροφοριών, έναντι 17% που δηλώνουν «σχετικά ικανοποιημένοι» και περίπου 16% που απαντούν «καθόλου ικανοποιημένοι».

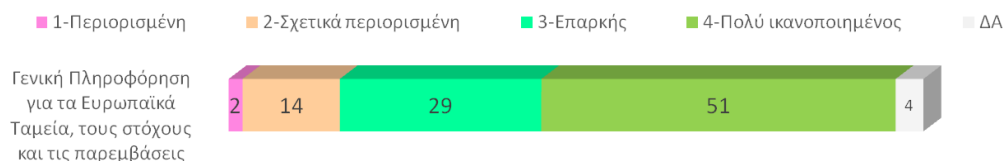
**Διάγραμμα 3-12:** Αξιολόγηση της πληροφορίας, ικανοποίηση του κοινού



Επιπλέον, τα ποσοστά του κοινού που θεωρούν συνολικά **ικανοποιητική την υπάρχουσα πληροφόρηση σχετικά με τα Ευρωπαϊκά Ταμεία** διαμορφώνονται σε ψηλά επίπεδα. Ειδικότερα, το 13% του κοινού είναι πολύ ικανοποιημένο από την υπάρχουσα γενική πληροφόρηση, ενώ το 45% θεωρεί την πληροφόρηση αυτή επαρκή και το 38% τη θεωρεί περιορισμένη ή σχετικά περιορισμένη. Τα ποσοστά αυτά αποτελούν μία πλήρη αντιστροφή της εικόνας που παρατηρήθηκε τόσο κατά την Έρευνα του 2017 όσο και σε παλαιότερες έρευνες. Σημειώνεται ότι με βάση την Έρευνα του 2017 μόνο το 17% θεωρούσε την πληροφόρηση αυτή πολύ ικανοποιητική ή επαρκή.

Τα αποτελέσματα της έρευνας όσον αφορά την ομάδα των απασχολούμενων στην εκπαίδευση αποκλίνουν από τα μέσα επίπεδα στο σύνολο του κοινού και διαμορφώνονται σε ποσοστά που υποδηλώνουν σημαντικά ψηλότερα επίπεδα ικανοποίησης. Ειδικότερα:

**Διάγραμμα 3-13:** Γενική αξιολόγηση του κοινού για την πληροφόρηση που υπάρχει στην Κύπρο σχετικά με τα Ευρωπαϊκά Ταμεία, τους στόχους και τις παρεμβάσεις



- Το 77% των ερωτώμενων θεωρεί την πρόσβαση σε πληροφορίες εύκολη ή πολύ εύκολη, έναντι μόλις 30% στην έρευνα του 2017.
- Το 81% δηλώνει αρκετά ή πολύ ικανοποιημένοι από την πληρότητα των παρεχόμενων πληροφοριών.
- Όσον αφορά την γενική αξιολόγηση της πληροφόρησης που υπάρχει στη χώρα σχετικά με τα Προγράμματα και Ταμεία, το 51% θεωρεί ότι η πληροφόρηση αυτή είναι πολύ ικανοποιητική και επιπλέον το 29% τη θεωρεί επαρκή, ποσοστά κατά πολύ ψηλότερα των αντίστοιχων στο σύνολο του κοινού και ταυτόχρονα ιδιαίτερα βελτιωμένα σε σχέση με την έρευνα που πραγματοποιήθηκε το 2017.

**3.2.2. Ενημέρωση προς δυνητικούς δικαιούχους**

Από τα σχετικά ερωτήματα που περιέλαβε η έρευνα επιχειρήσεων προκύπτει σημαντικός βαθμός ενημέρωσης των επιχειρηματικών μονάδων για έργα, δράσεις και τομείς που συγχρηματοδοτούνται στο πλαίσιο της εφαρμογής των δύο Επιχειρησιακών Προγραμμάτων. Ειδικότερα, το 79% (έναντι 83% στην έρευνα του 2017) των επιχειρήσεων του δείγματος απάντησε ότι γνωρίζουν για τα σχέδια χορηγιών μέσω των οποίων επιδιώκεται η χρηματοδοτική ενίσχυση των ιδιωτικών επιχειρήσεων για την κάλυψη των αναγκών τους. Θετικά απαντάει περίπου το 85% των μεγάλων επιχειρήσεων, το 82% των μεσαίων και το 78% των μικρών.

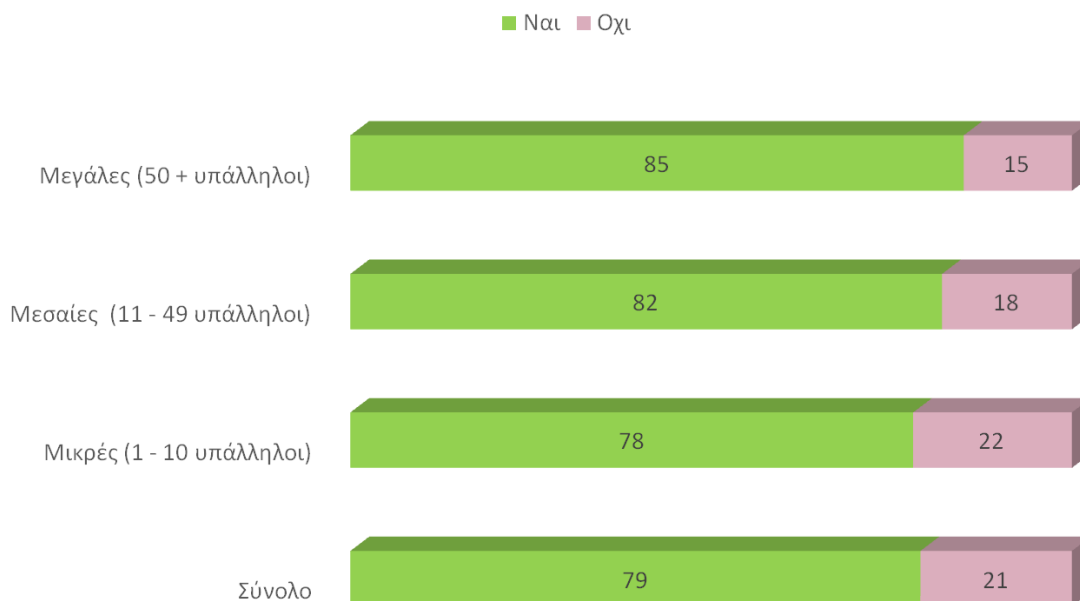
Από τις επιχειρήσεις που δήλωσαν ότι γνωρίζουν για τα Σχέδια Χορηγιών, περισσότερο από τα 2/3 επιτυγχάνουν να κατονομάσουν αυθόρμητα τουλάχιστον ένα συγκεκριμένο Σχέδιο Χορηγιών που τους ζητήθηκε με ανοικτή ερώτηση:

- Τα σχέδια ενίσχυσης της γυναικείας και νεανικής επιχειρηματικότητας παραμένουν τα πλέον γνωστά μεταξύ των επιχειρήσεων της χώρας, αφού αναφέρονται από το 24% του συνόλου των επιχειρήσεων. Μεγαλύτερη αναγνωρισιμότητα παρουσιάζεται μεταξύ των μικρότερων επιχειρήσεων, 25% των οποίων τα αναφέρουν αυθόρμητα.
- Τα σχέδια κινήτρων για την αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος αναφέρονται από το 10% των επιχειρήσεων, κυρίως δε από τις μικρότερου μεγέθους.



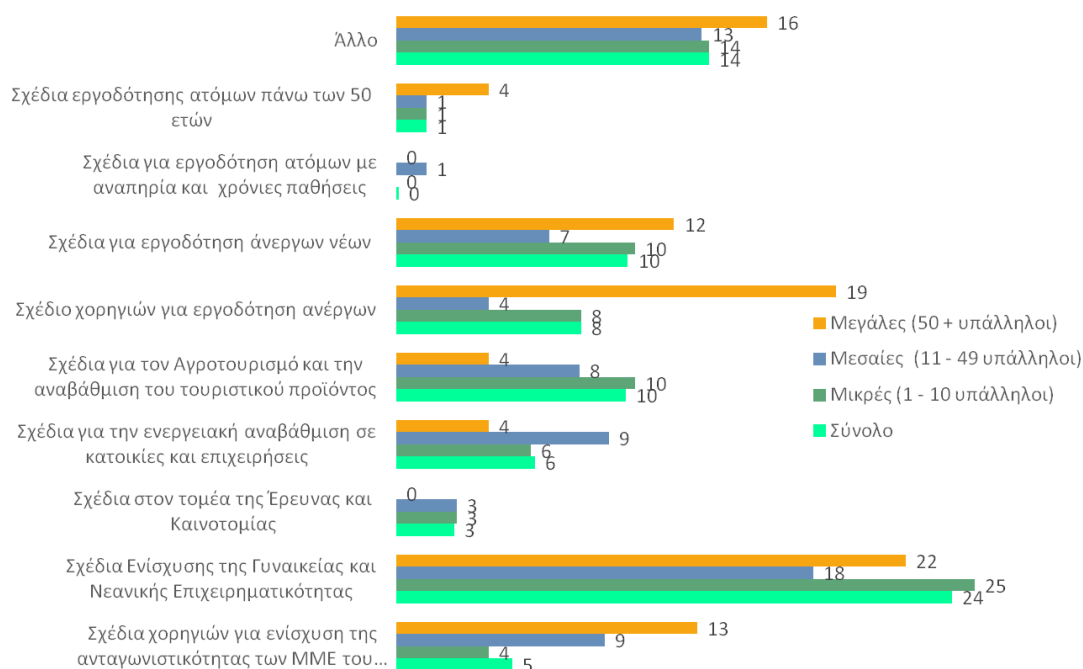
- Τα σχέδια για εργοδότηση ανέργων νέων αναφέρονται από το 10% του συνόλου των επιχειρήσεων, κυρίως από τις μεγάλες επιχειρήσεις (12%).
- Τα σχέδια για εργοδότηση ανέργων αναφέρονται μόνο από το 8% του συνόλου των επιχειρήσεων, αλλά από το 19% των μεγάλων επιχειρήσεων του δείγματος.

**Διάγραμμα 3-14:** Αναγνωρισιμότητα για σχέδια χορηγιών μέσω των οποίων επιδιώκεται η χρηματοδοτική ενίσχυση των ιδιωτικών επιχειρήσεων για την κάλυψη αναγκών



- Τα σχέδια για την ενεργειακή αναβάθμιση σε κατοικίες και επιχειρήσεις αναφέρονται από το 6% του συνολικού αριθμού των επιχειρήσεων και από το 9% των μεσαίων επιχειρήσεων που συμμετείχαν στην έρευνα.
- Σχέδια χορηγιών για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ του μεταποιητικού τομέα αναφέρονται από το 5% του συνόλου του δείγματος και από το 13% των μεγάλων επιχειρήσεων
- Σχέδια Χορηγιών στον τομέα της Έρευνας και Καινοτομίας αναφέρθηκαν από το 3% του συνόλου των επιχειρήσεων, ιδιαίτερα δε από τις μικρές και μεσαίες μονάδες.
- Σε μικρότερα ποσοστά υπήρξε αναφορά στα σχέδια για την εργοδότηση ατόμων με αναπηρία και χρόνιες παθήσεις και στο σχέδιο για εργοδότηση ατόμων άνω των 50 ετών, το οποίο αναφέρθηκε από το 4% των μεγάλων επιχειρήσεων της έρευνας.

**Διάγραμμα 3-15:** Αναγνωρισιμότητα Σχεδίων Χορηγιών για την ενίσχυση επιχειρήσεων (Αυθόρμητα)

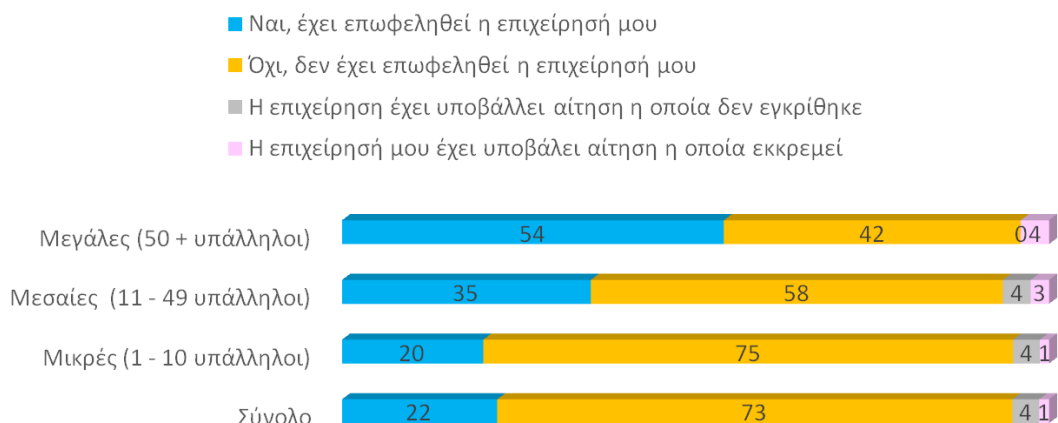


Τα ιδιαίτερα ψηλά ποσοστά γνώσης των ευκαιριών χρηματοδότησης και των συγκεκριμένων σχεδίων χορηγιών που καταγράφονται από την παραπάνω ομάδα ερωτήσεων της έρευνας, αντανακλούν την εξετασμένη ενημέρωση που γίνεται από τη Διαχειριστική Αρχή και τους Ενδιάμεσους Φορείς προς τους δικαιούχους και δυνητικούς δικαιούχους των Σχεδίων Χορηγιών, δηλαδή στις επιχειρήσεις της χώρας.

Επιπλέον, τα ερωτήματα της έρευνας σχετικά με το βαθμό γνώσης των ευκαιριών που παρουσιάζονται στη χώρα αναφορικά προς τη χρηματοδότηση έργων των επιχειρήσεων ανέδειξαν ικανοποιητικά ποσοστά τόσο όσον αφορά τη γενική γνώση των ευκαιριών που παρουσιάζονται, όσο και τη συγκεκριμένη γνώση των ευκαιριών αυτών, μέσα από την **εφαρμογή συγκεκριμένων σχεδίων χορηγιών**. Από το σύνολο των επιχειρήσεων του δείγματος το **22%** είχε επωφεληθεί από χρηματοδότηση το πλαίσιο κάποιου σχεδίου χορηγιών, ενώ το 4% είχε υποβάλει πρόταση χρηματοδότησης το οποίο δεν εγκρίθηκε. Τα δύο αυτά ποσοστά είναι σχεδόν ταυτόσημα με τα αποτελέσματα της έρευνας που πραγματοποιήθηκε το 2017.

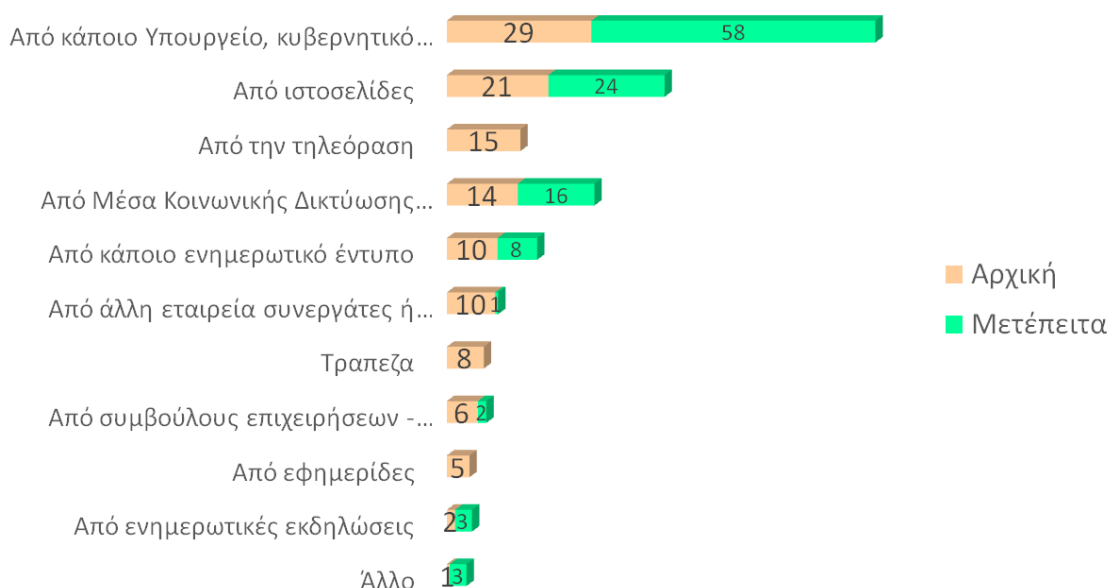
Αναφορικά προς τις απαντήσεις που δόθηκαν σε συνάρτηση με το μέγεθος των επιχειρήσεων, έχει επωφεληθεί από την ένταξη σε κάποιο σχέδιο χορηγιών το 54% των μεγάλων επιχειρήσεων, το 35% των μεσαίων και το 20% των μικρών, μεταξύ όσων συμμετείχαν στην έρευνα. Στο σύνολο όσων έχουν υποβάλλει αίτηση, ανεξάρτητα αν αυτή εγκρίθηκε ή όχι, περίπου το 22% υπέβαλλε σε κάποια προκήρυξη σχεδίου για εργοδότηση νέων, 17% σε σχέδιο για εργοδότηση ανέργων και 14% σε σχέδιο γυναικείας ή νεανικής επιχειρηματικότητας.

**Διάγραμμα 3-16:** Κατά πόσο η επιχείρηση έχει υποβάλει αίτηση η έχει ενταχθεί σε Σχέδιο Χορηγιών.



Καινοτομίας (9%), για την αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος (8%), την ενεργειακή αναβάθμιση σε επιχειρήσεις και κατοικίες (5%), τα σχέδια εργοδότησης ατόμων άνω των 50 ετών (3%) και τα σχέδια χορηγιών για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ του μεταποιητικού τομέα. Το 29% των επιχειρήσεων που τελικά ενισχύθηκαν πληροφορήθηκαν κατ' αρχήν για τις δυνατότητες χρηματοδότησής τους από κάποιο Υπουργείο (ποσοστό ταυτόσημο με αυτό της προηγούμενης έρευνας), κυβερνητικό Τμήμα ή άλλη Υπηρεσία, έναντι 34% που έλαβαν την αρχική τους ενημέρωση μέσω του internet (24% κατά την έρευνα του 2017). Σε μικρότερο βαθμό η πρώτη πληροφόρηση προήλθε από την τηλεόραση (15%), ενημερωτικά έντυπα (10%), Τράπεζα (8%), Συμβούλους Επιχειρήσεων (6%), εφημερίδες και ενημερωτικές εκδηλώσεις.

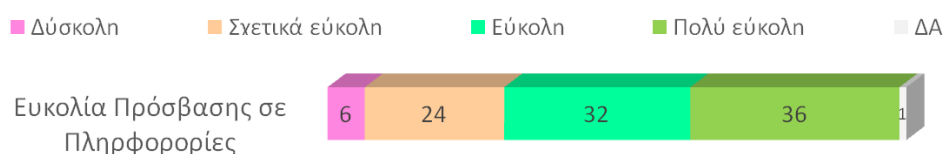
**Διάγραμμα 3-17:** Πηγή πληροφόρησης για τη δυνατότητα χρηματοδότησης της επιχείρησης.



Μετά τη λήψη των πρώτων πληροφοριών, το 58% των επιχειρήσεων που τελικά εντάχθηκαν σε κάποιο σχέδιο καταφεύγουν σε κάποιο Τμήμα της Κυβέρνησης ή Δημόσια Υπηρεσία για την αναζήτηση περαιτέρω πληροφοριών και το 40% αναζήτησε αυτές τις πληροφορίες μέσω διαδικτύου. Το 8% των επιχειρήσεων αναζήτησε τις πληροφορίες αυτές από ενημερωτικά έντυπα. Η χρήση του internet για την αναζήτηση τέτοιων υπηρεσιών συνεχίζει να αυξάνεται υποκαθιστώντας άλλες πηγές πληροφόρησης.

Ιδιαίτερα ψηλά είναι τα ποσοστά ικανοποίησης που καταγράφονται μεταξύ των επιχειρήσεων, όσον αφορά την ευκολία πρόσβασης στις αναγκαίες πληροφορίες. Το 68% των επιχειρήσεων (έναντι 69% στην προηγούμενη έρευνα) θεωρεί ότι η πρόσβαση αυτή εύκολη ή πολύ εύκολη, ενώ μόνο το 6% την θεωρεί δύσκολη (13% σύμφωνα με την έρευνα του 2017).

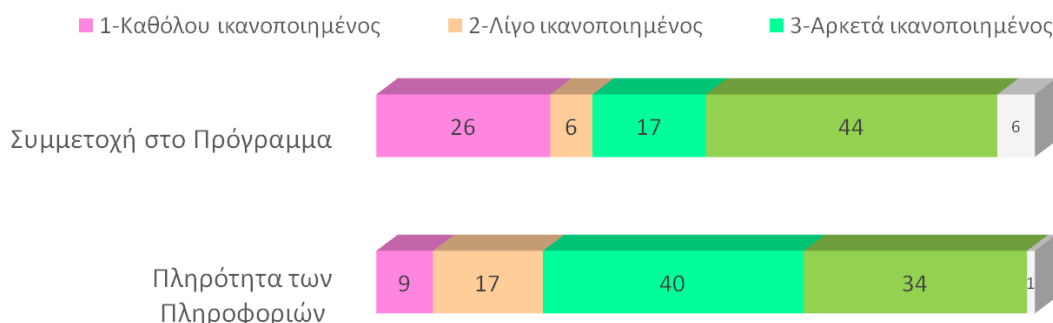
**Διάγραμμα 3-18:** Αξιολόγηση Πληροφόρησης (Ευκολία Πρόσβασης των επιχειρήσεων σε Πληροφορίες)



**ΒΑΣΗ:** Όλοι Όσοι έχουν ενταχθεί ή υποβάλει αίτηση

Αντίστοιχη είναι και η εικόνα που αναδεικνύεται όσον αφορά την πληρότητα των πληροφοριών που έλαβαν οι ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις. Το 74% (έναντι 75% στην προηγούμενη έρευνα) του συνόλου των επιχειρήσεων που έχουν υποβάλει κάποια πρόταση για την ένταξη τους σε Σχέδιο Χορηγιών θεωρούν την ποιότητα των πληροφοριών αυτών πολύ ή αρκετά ικανοποιητική, έναντι 17% που την θεωρεί όχι και τόσο ικανοποιητική και 9% που τη θεωρεί καθόλου ικανοποιητική.

**Διάγραμμα 3-19:** Αξιολόγηση Πληροφόρησης (Πληρότητα των Πληροφοριών)



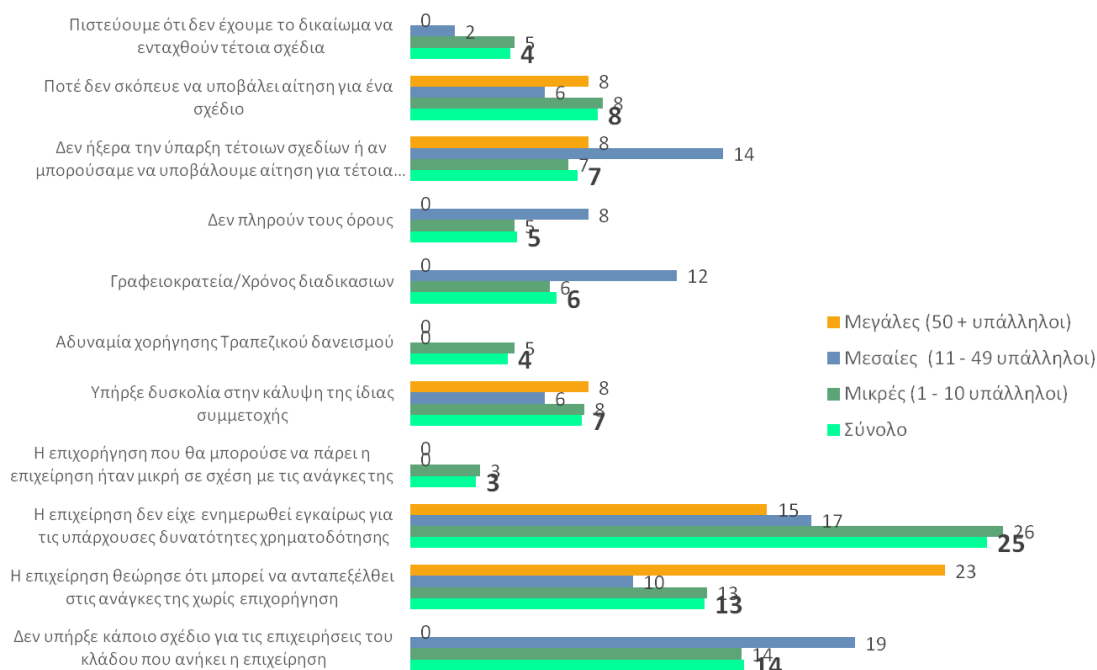
Η συνολική ικανοποίηση των επιχειρήσεων που εντάχθηκαν σε κάποιο Σχέδιο κινείται σε ψηλά επίπεδα αν και παρουσιάζουν κάποια κάμψη σε σχέση με την προηγούμενη έρευνα. Το 61% του συνόλου των επιχειρήσεων δηλώνει ότι είναι αρκετά ή πολύ

ικανοποιημένες από τη συμμετοχή τους στο πρόγραμμα, έναντι 75% δήλωνε το ίδιο κατά την έρευνα του 2017.

Όπως προαναφέρθηκε περίπου το 71% των επιχειρήσεων του δείγματος δεν υπέβαλλε αίτηση για ένταξη σε κάποιο Σχέδιο Χορηγιών.

Η ερώτηση η οποία επιδίωκε να διερευνήσει τους λόγους για τον οποίο οι επιχειρήσεις δεν υπέβαλλαν αίτηση, ανέδειξε ως κυριότερο από αυτούς το ότι θεώρησαν ότι δεν είχαν ενημερωθεί εγκαίρως για την ύπαρξη ενός σχεδίου που θα μπορούσε να τις ενδιαφέρει. Στο σύνολο του δείγματος το 25% επικαλείται αυτή την αιτία για την μη υποβολή πρότασης, η οποία δείχνει ότι αφορά κυρίως τις μικρές επιχειρήσεις (26%) και σε μικρότερο βαθμό τις μεσαίες (17%) ή τις μεγάλες (15%).

### Διάγραμμα 3-20: Λόγοι που οι επιχειρήσεις δεν επεδίωξαν ένταξη σε Σχέδιο



**ΒΑΣΗ:** Όλοι Όσοι ΔΕΝ έχουν ενταχθεί ή υποβάλει αίτηση

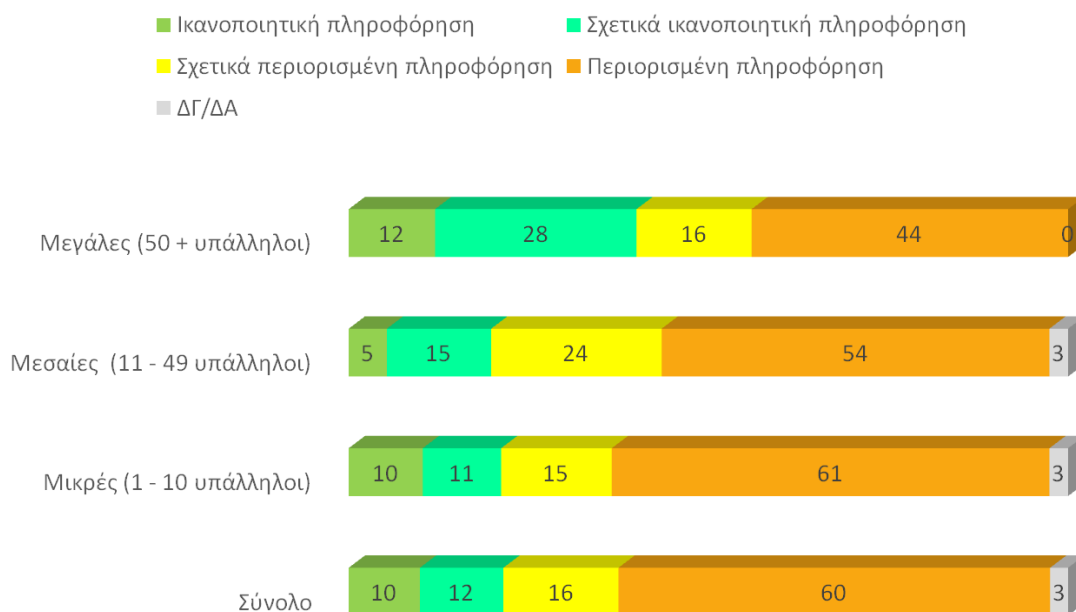
Μικρότερα ποσοστά συγκέντρωσαν άλλοι πιθανοί λόγοι και ειδικότερα:

- Το 14% θεώρησε ότι δεν υπήρχε κάποιο σχέδιο χορηγιών διαθέσιμο για τον κλάδο στον οποίο λειτουργεί η επιχείρηση (14% για τις μικρές επιχειρήσεις, 19% για τις μεσαίες).
- Το 13% των επιχειρήσεων θεώρησε ότι μπορεί να ανταπεξέλθει στις ανάγκες της χωρίς επιχορήγηση (14% για τις μικρές επιχειρήσεις, 19% για τις μεσαίες και 25% για τις μεγάλες).
- Μικρά ποσοστά συγκέντρωσαν άλλοι λόγοι όπως η δυσκολία στην κάλυψη της ίδιας συμμετοχής (7%), η αδυναμία χορήγησης τραπεζικού δανεισμού (4%), το

χαμηλό ύψος της διαθέσιμης επιχορήγησης σε σχέση με τις ανάγκες τις επιχείρησης (3%), προβλήματα επιλεξιμότητας της επιχείρησης (4%), κλπ.

Παρά το γεγονός ότι οι επιχειρήσεις που συμμετείχαν στην έρευνα παρουσιάζουν ψηλό βαθμό ικανοποίησης από την ποιότητα της πληροφόρησης που τους παρέχεται και από την ευκολία πρόσβασης στις πληροφορίες που αναζητούν, συνεχίζουν όπως και στην προηγούμενη έρευνα να εκφράζουν περιορισμένη ικανοποίηση ως προς την επάρκεια της πληροφόρησης στη χώρα σχετικά με τις δυνατότητες χρηματοδότησης των επιχειρήσεων από τα Ευρωπαϊκά Ταμεία.

**Διάγραμμα 3-21:** Βαθμός επαρκούς πληροφόρησης στην Κύπρο για τις δυνατότητες χρηματοδότησης των επιχειρήσεων από τα Ευρωπαϊκά Ταμεία



Μεγαλύτερη είναι η επιφύλαξη που εκφράζεται από τις μεσαίες και μικρές επιχειρήσεις του δείγματος. Στο σύνολο των επιχειρήσεων το ποσοστό όσων θεωρούν ότι η υπάρχουσα πληροφόρηση είναι σχετικά περιορισμένη η περιορισμένη διαμορφώνεται στο **76%** έναντι **77%** της προηγούμενης έρευνας.

### **3.3. ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΣΤΟΧΩΝ ΟΛΩΝ ΤΩΝ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΑΞΙΟΝΩΝ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ ΚΑΘΕ Ε.Π.**

#### **3.3.1. Έρευνα Κοινού**

Μία διακριτή ομάδα ερωτημάτων της έρευνας χρησιμοποιήθηκε για την εκτίμηση του ποσοστού των θετικών απόψεων, μεταξύ του κοινού, για την Πολιτικής Συνοχής και το κάθε επιμέρους Ταμείο. Στο πλαίσιο αυτό ζητήθηκε από τους ερωτώμενους να αποτυπώσουν την άποψή τους σχετικά με τη συμβολή της ΕΕ μέσω των δύο Επιχειρησιακών Προγραμμάτων, άρα και των Ταμείων που τα χρηματοδοτούν, στην επίτευξη μιας σειράς αναπτυξιακών στόχων. Συγκεκριμένα, μετρήθηκε ο βαθμός θετικών απόψεων για τη συμβολή της Ευρωπαϊκής Ένωσης στην επίτευξη των γενικών στόχων που εξυπηρετούν τα δύο Επιχειρησιακά Προγράμματα.

Τα συμπεράσματα της έρευνας ως προς την παράμετρο αυτή περιλαμβάνουν τα ακόλουθα σημεία.

- Σύμφωνα με την άποψη του κοινού η συμβολή της ΕΕ είναι μεγαλύτερη όσον αφορά τον στόχο της ενίσχυσης της Ενεργειακής αναβάθμισης και Χρήσης ΑΠΕ, αφού το **51%** απάντησε η ΕΕ συμβάλλει αρκετά η πολύ στην επίτευξη του στόχου αυτού (48% κατά την έρευνα του 2017). Πρόκειται για ένα στόχο που περιλήφθηκε στην έρευνα στο πλαίσιο της προγραμματικής περιόδου 2014-2020, ενώ η δημοσιοποίηση προσκλήσεων για την ενεργειακή αναβάθμιση επιχειρήσεων και κατοίκων προφανώς συμβάλλει θετικά στην άποψη που διαμορφώνεται στο κοινό για τον ρόλο της ΕΕ.
- Το **50%** του κοινού θεωρεί αντίστοιχη τη συμβολή της ΕΕ στο στόχο της ενίσχυσης των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών, ο οποίος ήταν στόχος που συγκέντρωσε το ψηλότερο ποσοστό (52% περίπου κατά την έρευνα του 2017).
- Σε ψηλά επίπεδα εκτιμάται, σύμφωνα με την άποψη του κοινού, η συμβολή της ΕΕ στον στόχο της προστασίας του περιβάλλοντος, αφού το **48%** (περίπου ταυτόσημο ποσοστό με την έρευνα του 2017) απάντησε ότι η ΕΕ συμβάλλει αρκετά η πολύ στην επίτευξη του στόχου αυτού.
- Για δύο στόχους που αφορούν την προώθηση της εκπαίδευσης – κατάρτισης και δια βίου μάθησης και την ενίσχυση της έρευνας και καινοτομίας, το 42% του κοινού θεωρεί ότι η ΕΕ συμβάλλει πολύ ή αρκετά στην επίτευξή τους, ποσοστά τα οποία είναι επίσης στα ίδια επίπεδα όσον αφορά τον πρώτο στόχο η λίγο αυξημένα όσον αφορά τον δεύτερο στόχο σε σχέση με αυτά της προηγούμενης έρευνας.
- Σημαντικός αριθμός στόχος που διερευνήθηκαν κινούνται σε ποσοστά από 34% έως 38%, όπως είναι οι στόχοι της προώθησης της απασχόλησης των νέων, της

προώθησης της απασχόλησης συνολικά, της αναβάθμισης του αστικού περιβάλλοντος, της βελτίωσης των υποδομών και της ενίσχυσης της παραγωγικότητας των επιχειρήσεων.

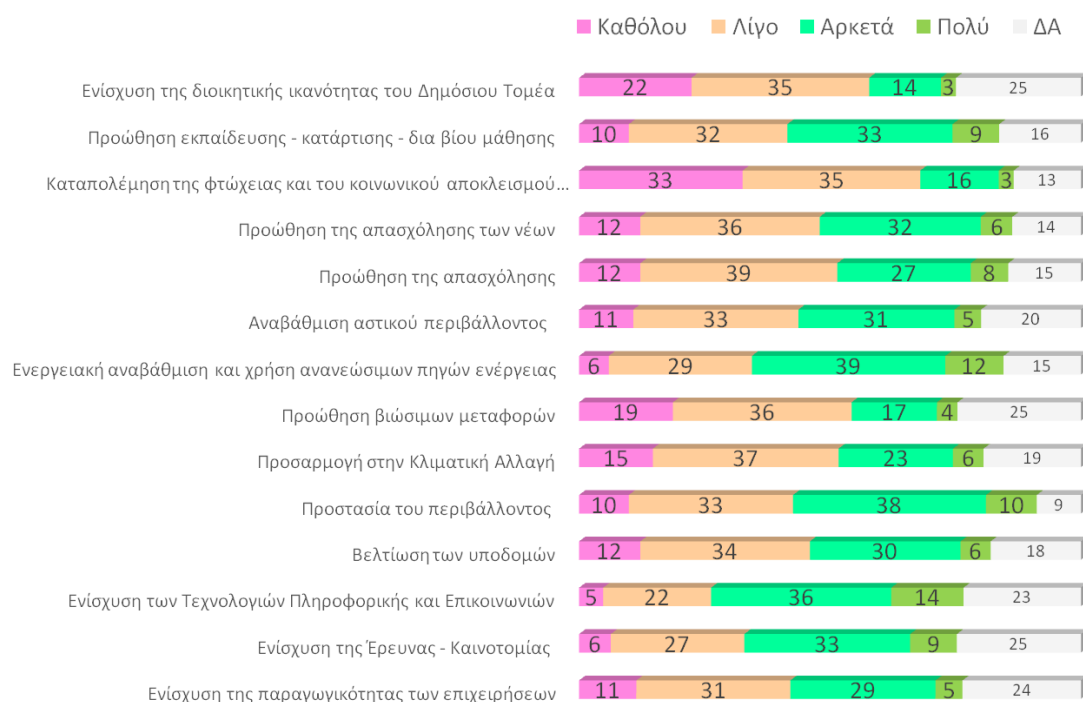
- Σε χαμηλότερα επίπεδα αναγνώρισης της θετικής συμβολής της ΕΕ κινείται ο στόχος της προσαρμογής στην κλιματική αλλαγή, για το οποίο το 29% του κοινού θεωρεί ότι η ΕΕ συμβάλλει πολύ ή αρκετά, έναντι 28% κατά την προηγούμενη έρευνα. Δεδομένου ότι στο πλαίσιο του ΕΤΠΑ υλοποιείται ένας περιορισμένος αριθμός παρεμβάσεων που συνδέεται με αυτόν τον στόχο, το αντικείμενο των έργων αυτών δεν έχει ακόμα γίνει αρκετά ορατό από το ευρύ κοινό.
- Για δύο στόχους η συμβολή της ΕΕ στην επίτευξη τους εκτιμάται ως χαμηλή. Πρόκειται για το στόχο της καταπολέμησης της φτώχειας και του κοινωνικού αποκλεισμού (19%) και το στόχο της ενίσχυσης της διοικητικής ικανότητας του δημοσίου τομέα (17%). Οι στόχοι αυτοί ήταν οι στόχοι με τη χαμηλότερη αποτίμηση της συμβολής της ΕΕ και κατά την προηγούμενη έρευνα. Όσον αφορά τον πρώτο από τους στόχους αυτούς θα πρέπει ενδεχομένως να υπάρξει μια ισχυρότερη σύνδεση των επιμέρους παρεμβάσεων που υλοποιούνται με αυτό, όπως για παράδειγμα η συμβολή των παρεμβάσεων για την προώθηση της απασχόλησης, η την προώθηση της απασχόλησης των νέων στην επίτευξή του. Για τις παρεμβάσεις αυτές η αναγνώριση της συμβολής της ΕΕ παραμένει υψηλή, αν και προφανώς δεν συνδέονται από το κοινό με την προσπάθεια καταπολέμησης της φτώχειας. Στο πλαίσιο του στόχου της ενίσχυσης της διοικητικής ικανότητας του δημόσιου τομέα η χαμηλή αναγνώριση της συμβολής της ΕΕ από το κοινό μπορεί να ερμηνευθεί αφενός από το γεγονός του μικρού αριθμού σχετικών έργων και αφετέρου από το ότι οι παρεμβάσεις στην δημόσια διοίκηση δεν είναι άμεσα ορατές από το ευρύτερο κοινό.

Θα πρέπει επίσης να σημειωθεί ότι σύμφωνα με την άποψη του κοινού, η ΕΕ συμβάλλει στην προώθηση της απασχόλησης των νέων αρκετά ή πολύ για το **38%** των ερωτώμενων, στόχος ο οποίος συνδέεται άμεσα με την υλοποίηση της ΠΑΝ. Το ποσοστό αυτό εμφανίζεται σημαντικά αυξημένο σε σχέση με την προηγούμενη έρευνα (26%), όπως συμβαίνει και με όλα τα ερωτήματα που σχετίζονται με την αναγνωρισιμότητα της ΠΑΝ στην τελευταία έρευνα.

Το Ευρύ κοινό αναγνωρίζει σε γενικές γραμμές τη συμβολή της Ευρωπαϊκής Ένωσης στην επίτευξη των στόχων που είχε θέσει ο προγραμματισμός κατά την τρέχουσα περίοδο, ιδιαίτερα σε ότι αφορά στην προώθηση των ΤΠΕ, στην προστασία του περιβάλλοντος και στην εκπαίδευση, τομείς στους οποίους εμφανίζεται η μεγαλύτερη αναγνώριση του ρόλου της ΕΕ από το κοινό. Παρόλα αυτά, χαμηλή εκτιμάται η συμβολή των Ευρωπαϊκών Ταμείων στην επίτευξη των δύο προαναφερόμενων στόχων που εμπίπτουν στην πολιτική του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου (διοικητική ικανότητα δημόσιας διοίκησης, καταπολέμηση φτώχειας και κοινωνικού αποκλεισμού).



**Διάγραμμα 3-22:** Κατά πόσο η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει συμβάλει με τη συγχρηματοδότηση των Ευρωπαϊκών Ταμείων στην επίτευξη στόχων της χώρας (Έρευνα Κοινού)



Η αναγνώριση του ρόλου της ΕΕ στην επίτευξη των στόχων του προγραμματισμού διαφαίνεται ακόμα εντονότερη στην επιμέρους πληθυσμιακή ομάδα των εργαζόμενων στην έρευνα και σε εκπαιδευτικά ιδρύματα. Τα ποσοστά αυτών που θεωρούν ότι η ΕΕ έχει συμβάλει πολύ ή αρκετά στην επίτευξη των παραπάνω στόχων εμφανίζονται σε σημαντικά ψηλότερα επίπεδα από αυτά του κοινού, αλλά και ψηλότερα σε σχέση με την έρευνα του 2017 όσον αφορά την ίδια ομάδα. Ειδικότερα:

- Για την προώθηση της εκπαίδευσης – κατάρτισης – δια βίου μάθησης το 90%, (έναντι 76% στην προηγούμενη έρευνα) θεωρεί ότι η ΕΕ συμβάλλει πολύ ή αρκετά στην επίτευξη του στόχου.
- Για την προστασίας του περιβάλλοντος 82%, έναντι 71%
- Για την ενεργειακή αναβάθμιση και χρήση ΑΠΕ 76% έναντι 67%.
- Για την προώθηση των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών 74%, έναντι 70%.
- Για την Προώθηση της Απασχόλησης, 66% έναντι 48%
- Για την ενίσχυση της έρευνας και καινοτομίας 64% έναντι 68%.
- Για τη βελτίωση των υποδομών 60%, έναντι 56%.

- Για τη βελτίωση των υποδομών 60% έναντι 48%.
- Για την Προώθηση της απασχόλησης των νέων 60% έναντι 48%
- Για την Προσαρμογή στην κλιματική αλλαγή, 58% έναντι 48%.
- Για την αναβάθμιση του αστικού περιβάλλοντος 56% έναντι 48%
- Για την ενίσχυσης της παραγωγικότητας των επιχειρήσεων 36% έναντι 31%.
- Για την ενίσχυση της διοικητικής ικανότητας του δημόσιου τομέα 20% έναντι επίσης 20% κατά την προηγούμενη έρευνα.
- Για την καταπολέμηση της φτώχειας και του κοινωνικού αποκλεισμού 28%, έναντι 20%.

**Πίνακας 3.2:** Αξιολόγηση της συμβολής της ΕΕ στην επίτευξη των στόχων του Προγραμματισμού (Ερευνά Κοινού)

(% όσων θεωρούν ότι η ΕΕ συμβάλλει αρκετά η πολύ στην επίτευξη κάθε στόχου)

ΣΤΟΧΟΣ	ΕΥΡΥ ΚΟΙΝΟ	ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ ΣΕ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	ΜΗ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ
Ενίσχυση της διοικητικής ικανότητας του Δημόσιου Τομέα	17% (19,6%)	20% (20,4%)	26% (18,8%)
Προώθηση εκπαίδευσης – κατάρτισης – δια βίου μάθησης	42% (44,0%)	<b>90% (76,0%)</b>	36% (37,5%)
Προώθηση της απασχόλησης	35% (30,1%)	66% (48,1%)	30% (25,9%)
Καταπολέμηση της φτώχειας και του Κοινωνικού Αποκλεισμού.	19% (13,8%)	28% (20,4%)	22% (17,9%)
Ενίσχυση των ΤΠΕ	<b>50% (52,3%)</b>	78% (70,3%)	<b>55% (51,8%)</b>
Ενίσχυση της απασχόλησης των νέων	38% (26,3%)	60% (44,5%)	37% (22,4%)
Αναβάθμιση του αστικού περιβάλλοντος	36% (36,5%)	56% (48,2%)	35% (28,8%)
Προστασία του περιβάλλοντος	48% (47,6%)	88% (70,4%)	49% (34,0%)
Αντιμετώπιση των επιπτώσεων από την κλιματική αλλαγή	29% (26,9%)	58% (48,2%)	34% (21,8%)
Βελτίωση των υποδομών	36% (35,7%)	60% (55,6%)	27% (35,6%)
Ενίσχυση της παραγωγικότητας των επιχειρήσεων	34% (28,9%)	36% (31,5%)	33%
Ενίσχυση έρευνας και καινοτομίας	42% (38,1%)	74% (68,5%)	39% (31,3%)
Ενεργειακή αναβάθμιση και χρήση ΑΠΕ	51% (47,3%)	76% (66,6%)	49% (40,3%)

Οι μη εργαζόμενοι εκτιμούν ως σχετικά σημαντικότερη τη συμβολή της ΕΕ στην επίτευξη των στόχων της προώθησης ενίσχυσης των Τεχνολογιών Πληροφορικής και

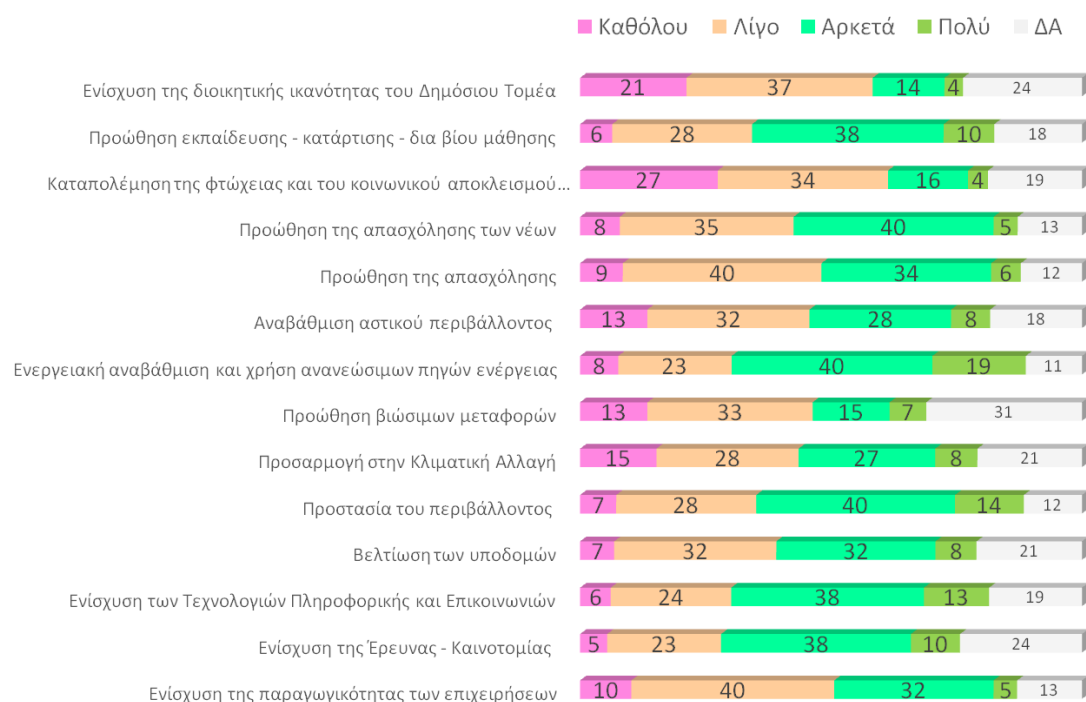
Επικοινωνιών (55% έναντι 52% στην προηγούμενη έρευνα), της ενεργειακής αναβάθμισης και χρήσης ΑΠΕ(49%) και της προστασίας του περιβάλλοντος (49%). Τα χαμηλότερα ποσοστά αναγνώρισης της συμβολής της ΕΕ στην επίτευξη των στόχων του προγραμματισμού αφορούν στους στόχους της καταπολέμησης της φτώχειας και του κοινωνικού αποκλεισμού (22%) και της ενίσχυσης της διοικητικής ικανότητας του δημόσιου τομέα (26%). Οι σημαντικότερες μεταβολές όσον αφορά την άποψη αυτής της ομάδας του πληθυσμού σχετικά με την συμβολή της ΕΕ σημειώνονται στους στόχους της Ενίσχυσης της απασχόλησης των νέων (37% θετική συμβολή έναντι 22% στην προηγούμενη έρευνα) και της αντιμετώπισης των επιπτώσεων από την κλιματική αλλαγή (34% έναντι περίπου 22% κατά την προηγούμενη έρευνα)

Η συμβολή της Ευρωπαϊκής Ένωσης στην επίτευξη των παραπάνω στόχων εκτιμάται με ψηλότερα ποσοστά από τις ηλικιακές ομάδες 26-35 ετών και 18 – 25 ετών, σε σχέση με τις μεγαλύτερες ηλικίες του πληθυσμού δεδομένου ότι αυτές εμφανίζουν τα ψηλότερα ποσοστά απαντήσεων στις κατηγορίες πολύ και αρκετά, στο σύνολο σχεδόν των στόχων. Οι αστικές περιοχές εμφανίζουν ελαφρά μεγαλύτερη ανταπόκριση από τις αγροτικές, σε όλους τους στόχους που διερευνήθηκαν.

### 3.3.2. Έρευνα Επιχειρήσεων

Κατά αντίστοιχο τρόπο με αυτόν της έρευνας κοινού μετρήθηκε και ο βαθμός θετικών απόψεων των επιχειρήσεων για τη συμβολή της ΕΕ, μέσω των χρηματοδοτήσεων των δύο Επιχειρησιακών Προγραμμάτων στην επίτευξη των γενικών στόχων του προγραμματισμού.

**Διάγραμμα 3-23:** Κατά πόσο η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει συμβάλει με τη συγχρηματοδότηση των Ευρωπαϊκών Ταμείων στην επίτευξη στόχων της χώρας (Έρευνα Επιχειρήσεων)



Τα συμπεράσματα της έρευνας επιχειρήσεων ως προς την παράμετρο αυτή περιλαμβάνουν τα ακόλουθα σημεία:

- Όπως και την έρευνα που πραγματοποιήθηκε το 2017 οι επιχειρήσεις αναδεικνύουν ως σημαντικότερη τη συμβολή των Ευρωπαϊκών Ταμείων στην επίτευξη του στόχου της βελτίωσης της ενεργειακής αναβάθμισης και της χρήσης ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, αφού το 59% των επιχειρήσεων θεωρεί ότι τα Ταμεία συμβάλλουν πολύ ή αρκετά στην επίτευξη του στόχου αυτού. Κατά την προηγούμενη έρευνα το αντίστοιχο ποσοστό κυμάνθηκε στα αντίστοιχα επίπεδα του 61%..
- Σε ψηλά επίπεδα κινείται η αποτίμηση των επιχειρήσεων όσον αφορά τη συμβολή των Ευρωπαϊκών Ταμείων στο στόχο της προστασίας του περιβάλλοντος. 54% του συνόλου των επιχειρήσεων θεωρεί ότι τα Ταμεία συμβάλλουν αρκετά ή πολύ στην επίτευξη του στόχου αυτού.
- Δύο ακόμα στόχοι του Προγραμματισμού, η ενίσχυση των ΤΠΕ (51%), η προώθηση της εκπαίδευσης και δια βίου μάθησης (48%) και η Ενίσχυση της Έρευνας και Καινοτομίας (48%) κινούνται σε υψηλά επίπεδα όσον αφορά την συμβολή της ΕΕ στην επίτευξή τους.
- Η πλειοψηφία των στόχων που περιλαμβάνονται στην έρευνα κινούνται μεταξύ του 35% και του 45%. Μεταξύ αυτών τον μεγαλύτερο βαθμό αναγνώρισης της συμβολής των ΕΕ χαρακτηρίζει ο στόχος της Απασχόλησης των Νέων (45%). Θα πρέπει να σημειωθεί η αύξηση του αριθμού των επιχειρήσεων που εκτιμούν ως σημαντική τη συμβολή της ΕΕ στην επίτευξη του στόχου αυτού, ο οποίος σχετίζεται άμεσα με την ΠΑΝ. Κατά την έρευνα του 2017 το αντίστοιχο ποσοστό ήταν της τάξης του 27%.

Όπως παρουσιάζεται στον Πίνακα που ακολουθεί δεν διαπιστώνονται σημαντικές διαφοροποιήσεις μεταξύ των μικρών, μεσαίων και μεγάλων επιχειρήσεων ως προς την αποτίμηση της συμβολής της ΕΕ στην επίτευξη των στόχων. Η σημαντικότερη απόκλιση εμφανίζεται στο στόχο της ενίσχυσης της απασχόλησης των νέων για τον οποίο το 74% των μεγάλων επιχειρήσεων θεωρούν τη συμβολή των Ταμείων ως σημαντική, έναντι χαμηλότερων ποσοστών των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων.

Οι μεσαίες επιχειρήσεις την θεωρούν σημαντικότερη στο στόχο της προστασίας του περιβάλλοντος και οι μικρές στο στόχο της ενίσχυσης της ενεργειακής απόδοσης και χρήση Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας. Οι δύο αυτοί στόχοι καθώς και ο στόχος της ανάπτυξης Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών είναι οι στόχοι που συγκεντρώνουν τα υψηλότερα ποσοστά μεταξύ των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων, ενώ οι στόχοι της προώθησης της απασχόλησης συγκεντρώνει τα υψηλότερα ποσοστά μεταξύ των μεγάλων επιχειρήσεων.

**Πίνακας 3.3:** Αναγνώριση της συμβολής των Ταμείων στην επίτευξη των στόχων του προγραμματισμού. .

ΣΤΟΧΟΣ	ΣΥΝΟΛΟ	Μικρές	Μεσαίες	Μεγάλες
Ενίσχυση διοικητικής ικανότητας του Δημόσιου Τομέα	18% (19,2%)	18% (18,3%)	19% (24,8%)	12% (34,4%)
Προώθηση εκπαίδευσης – κατάρτισης – δια βίου μάθησης	48% (49,0%)	49% (48,1%)	42% (55,6%)	52% (68,7%)
Καταπολέμηση της φτώχειας και του κοινωνικού αποκλεισμού	20% (13,6%)	20% (13,2%)	21% (14,4%)	20% (12,5%)
Προώθηση της απασχόλησης	40% (37,2%)	39% (36,6%)	41% (38,8%)	60% (62,6%)
Αναβάθμιση Αστικού Περιβάλλοντος (Βελτίωση της ποιότητας ζωής στις πόλεις)	36% (38,8%)	36% (38,7%)	31% (37,5%)	52% (46,9%)
Προστασία του περιβάλλοντος	54% (60,2%)	53% (59,6%)	<b>60% (65,2%)</b>	<b>64% (68,8%)</b>
Βελτίωση των υποδομών	40% (49,8%)	39% (49,0%)	38% (52,8%)	52% (53,1%)
Ενίσχυση έρευνας και καινοτομίας	48% (57,3%)	47% (56,6%)	48% (63,9%)	56% (68,8%)
Ενίσχυση της παραγωγικότητας των επιχειρήσεων (Ενίσχυση παραγωγικού περιβάλλοντος και βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της οικονομίας)	37% (37,7%)	37% (36,8%)	30% (40,1%)	52% (56,3%)
Ενίσχυση ενεργειακής απόδοσης και χρήση Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας	<b>59% (61,4%)</b>	<b>59% (62,1%)</b>	55% (51,4%)	56% (62,6%)
Ανάπτυξη Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών	51% (54,9%)	52% (53,6%)	55% (65,3%)	44% (65,0%)
Αντιμετώπιση επιπτώσεων κλιματικής αλλαγής	35% (35,4%)	36% (35,6%)	33% (37,5%)	32% (34,4%)
Ενίσχυση της απασχόλησης των νέων	45% (35,8%)	43% (35,4%)	41% (38,9%)	<b>74% (46,9%)</b>
Προώθηση βιώσιμων μεταφορών	22% (30,7%)	23% (30,6%)	24% (30,5%)	28% (34,4%)

Αντίθετα με την εκτίμηση της συμβολής των Ταμείων στην επίτευξη των παραπάνω στόχων, χαμηλή είναι η αξιολόγηση των επιχειρήσεων όσον αφορά τη συμβολή της ΕΕ σε δύο στόχους, τους ίδιους στόχους του προγραμματισμού που αναδεικνύει και η έρευνα κοινού. Ειδικότερα:

- Στον στόχο της ενίσχυσης της διοικητικής ικανότητας του Δημόσιου Τομέα, μόλις το 18% των επιχειρήσεων μόνο θεωρεί ότι η ΕΕ συμβάλλει αρκετά ή πολύ. Το αντίστοιχο ποσοστό κατά την προηγούμενη έρευνα ήταν παραπλήσιο (19%).
- Στο στόχο της καταπολέμησης της φτώχειας και του κοινωνικού αποκλεισμού 20% του συνόλου των επιχειρήσεων θεωρεί ότι η ΕΕ συμβάλλει αρκετά ή πολύ. Και ως προς τον στόχο αυτό η αναγνώριση της συμβολής της ΕΕ στην επίτευξη του παραμένει σε χαμηλό επίπεδο παρά το γεγονός της αύξησης που παρουσιάζεται σε σχέση με την προηγούμενη έρευνα κατά την οποία λιγότερο

από το 14% θεώρησαν ως σημαντική τη συμβολή της ΕΕ στην καταπολέμηση της φτώχειας και του κοινωνικού αποκλεισμού.

Η εμφάνιση σχεδόν ταυτόσημων συμπερασμάτων μεταξύ των δύο ερευνών που πραγματοποιήθηκαν, ενισχύει το συμπέρασμα που αναφέρθηκε παραπάνω αναφορικά προς την ανάγκη καλύτερης σύνδεσης των παρεμβάσεων με τους στόχους του προγραμματισμού καθώς και το θέμα που θέτει όσον αφορά την μέτρηση της συμβολής της ΕΕ στην επίτευξη των στόχων το γεγονός ότι ορισμένες παρεμβάσεις μικρής χρηματοδοτικής βαρύτητας (όπως αυτές στο δημόσιο τομέα) λόγω της φύσης τους δεν γίνονται άμεσα αντιληπτές από το ευρύτερο κοινό ή τις επιχειρήσεις. Αναλυτικότερα αναφορά στην αντιμετώπιση τέτοιων προβλημάτων μέτρησης των αποτελεσμάτων γίνεται στην επόμενη ενότητα της παρούσας έκθεσης.

### **3.4. ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΤΩΝ ΕΡΓΩΝ ΠΟΥ ΣΥΓΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΟΥΝΤΑΙ ΑΠΟ ΤΑ ΤΑΜΕΙΑ ΤΗΣ Ε.Ε.**

#### **3.4.1. Έρευνα Κοινού**

Τέλος, η έρευνα κοινού προσέγγισε το κριτήριο της βελτίωσης της αντίληψης του κοινού σχετικά με το κατά πόσο η Κύπρος έχει ωφεληθεί από την χρηματοδότηση των ΕΔΕΤ μετά την ένταξή της στην ΕΕ. Το κριτήριο αυτό προσεγγίστηκε στη βάση ορισμένων άμεσων και έμμεσων ερωτημάτων, τα αποτελέσματα των οποίων παρουσιάζονται στη συνέχεια.

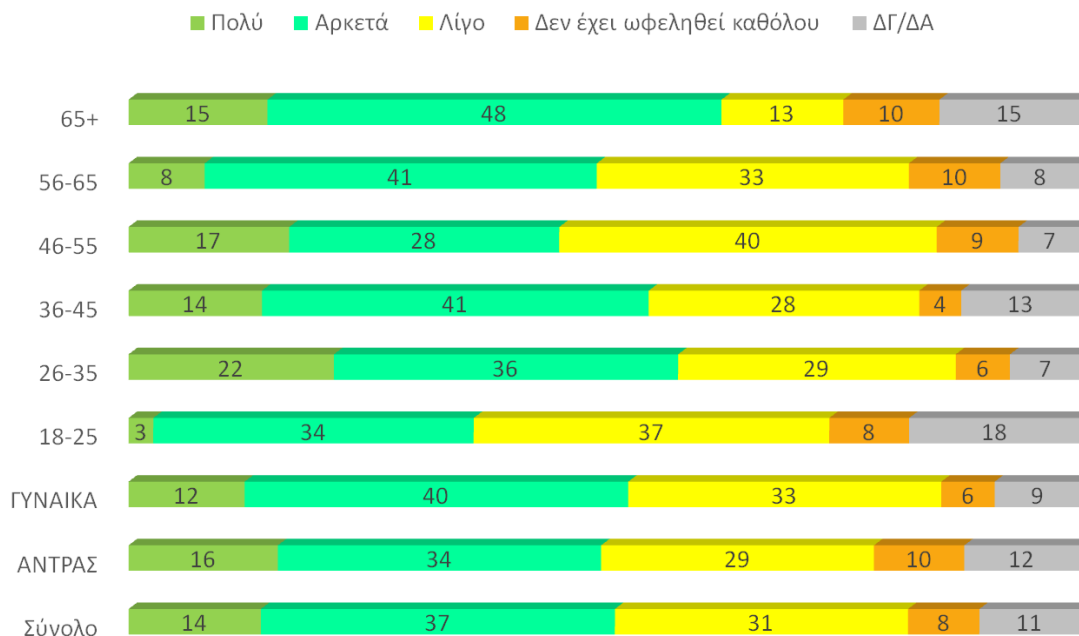
Το μεγαλύτερο τμήμα του κοινού θεωρεί ότι **η Κύπρος έχει επωφεληθεί από τις χρηματοδοτήσεις των ΕΔΕΤ μετά την ένταξη στην Ευρωπαϊκή Ένωση** και παράλληλα το ποσοστό εκείνων που πιστεύουν ότι η ένταξη έχει ωφελήσει πολύ ή αρκετά τη χώρα παρουσιάζεται να έχει αυξηθεί σε **51%**, έναντι 44% που είχε εκτιμηθεί στην Έρευνα του 2017. Ειδικότερα το 37% του κοινού θεωρεί ότι η χώρα έχει ωφεληθεί αρκετά και 14% ότι έχει ωφεληθεί πολύ, έναντι 31% που θεωρεί ότι έχει ωφεληθεί λίγο και 8% που πιστεύουν ότι δεν έχει ωφεληθεί καθόλου.

Τα παραπάνω ποσοστά είναι συνολικά βελτιωμένα από την έρευνα του 2017 στην οποία το 32% θεωρούσε ότι η χώρα ωφελήθηκε λίγο και 22% θεωρούσε ότι η χώρα δεν ωφελήθηκε καθόλου από την ένταξή της στην ΕΕ. Η βελτίωση των ποσοστών αυτών θα μπορούσε να εξηγηθεί από το γεγονός ότι η προηγούμενη έρευνα πραγματοποιήθηκε σε μία περίοδο οικονομικής κρίσης, η οποία είχε σημαντικές επιπτώσεις τόσο για τα νοικοκυριά της χώρας, όσο και για τις επιχειρήσεις, γεγονός που δημιούργησε μία επιφυλακτική στάση του κοινού που εκφράστηκε τόσο σε αυτή όσο και άλλες σχετικές ερωτήσεις της έρευνας.

Το ποσοστό όσων θεωρούν ότι η ένταξη ωφέλησε την Κύπρο πολύ ή αρκετά παραμένουν σημαντικά ψηλότερα στις πληθυσμιακές ομάδες 26-35 ετών (58% έναντι 48% στην προηγούμενη έρευνα) και άνω των 65 ετών (63%). Στον γυναικείο πληθυσμό

το 52% θεωρεί ότι η χώρα ωφελήθηκε αρκετά ή πολύ (έναντι 47%), ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για τους άντρες είναι 50% (από 42% το 2017).

**Διάγραμμα 3-24:** Κατά Πόσο η Κύπρος έχει επωφεληθεί από τη χρηματοδότηση των Ευρωπαϊκών Ταμείων μετά την ένταξη της στην Ευρωπαϊκή Ένωση



Η στάση της επιμέρους ομάδας του πληθυσμού που περιλαμβάνει εργαζόμενους σε εκπαιδευτικά ιδρύματα, διαφοροποιείται επίσης σημαντικά από τα μέσα επίπεδα του πληθυσμού, αφού το 86% θεωρεί ότι η ένταξη ωφέλησε αρκετά ή πολύ τη χώρα, ποσοστό που είναι κατά εννέα ποσοστιαίες μονάδες ψηλότερο από το αντίστοιχο της προηγούμενης έρευνας.

Στο επίπεδο των Επαρχιών τα ψηλότερα αντίστοιχα ποσοστά διαμορφώνονται στις Επαρχίες Λεμεσού (59%) και Λευκωσίας (54%), έναντι χαμηλότερων των Επαρχιών Πάφου (46%), Λάρνακας (39% και Αμμοχώστου (39%).

Τέλος από το σύνολο των συμμετεχόντων στο δείγμα της έρευνας κοινού ζητήθηκε να διατυπώσουν τη γνώμη τους σε μία σειρά προτάσεων που τους τέθηκε. Κατ' αρχήν οι γνώμες που εκφράστηκαν επιβεβαιώνουν τη θετική άποψη που επικρατεί στο ευρύ κοινό αναφορικά με μια σειρά θεμάτων της πολιτικής της συνοχής, δεδομένου ότι:

- Το **58%** του κοινού συμφωνεί «απόλυτα» ή «εν μέρει» με την άποψη ότι **«μέσω των Ταμείων της ΕΕ προωθείται η ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων της χώρας»**, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό το 2017 διαμορφωνόταν σε 50%. Το αντίστοιχο ποσοστό για εργαζόμενους στην εκπαίδευση είναι 70% έναντι 46% το 2017.

- Το **64%** (έναντι 48% το 2017) του κοινού συμφωνεί «απόλυτα» ή «εν μέρει» με την άποψη ότι **«μέσω των Ταμείων της η ΕΕ προωθεί και στηρίζει την οικονομική και κοινωνική συνοχή των κρατών μελών της»**. Το 72% (έναντι 65%) των εργαζόμενων σε εκπαιδευτικά ιδρύματα συμφωνεί απολύτως ή μερικά με την άποψη αυτή.
- Το **64%** (έναντι 48% το 2017) του κοινού συμφωνεί απολύτως ή μερικά με την άποψη ότι η **«συμβολή της ΕΕ στην αναβάθμιση της Κύπρου μέσω των Ευρωπαϊκών Ταμείων μου δημιουργεί αίσθημα ικανοποίησης από την ένταξη της Κύπρου»**. Το αντίστοιχο ποσοστό για τους εργαζόμενους σε εκπαιδευτικά ιδρύματα διαμορφώνεται σε 80%. Τα ποσοστά αυτά είναι τα υψηλότερα τόσο σε σχέση με την έρευνα όσο και με παλαιότερες έρευνες στο πλαίσιο των Σχεδίων Επικοινωνίας παλαιότερων προγραμματικών περιόδων και βρίσκονται σε συμφωνία με τα αντίστοιχα ψηλά ποσοστά ικανοποίησης που εκφράζονται σε προηγούμενη ερώτηση της έρευνας σχετικά με τις χρηματοδοτήσεις των ΕΔΕΤ στη χώρα.

Όπως διαπιστώθηκε και σε προηγούμενα ερωτήματα, η ομάδα του κοινού που περιλαμβάνει εργαζόμενους σε εκπαιδευτικά και ερευνητικά ιδρύματα διαφοροποιείται σημαντικά από τα μέσα ποσοστά του κοινού εμφανίζοντας υψηλότερα ποσοστά συμφωνίας σε όλες τις παραπάνω θέσεις, όπως παρουσιάζεται στον Πίνακα που ακολουθεί.

**Πίνακας 3.4:** Ποσοστά συμφωνίας του κοινού με προτάσεις της ερευνάς  
(% όσων δηλώνουν ότι συμφωνούν απόλυτα η μερικά)

ΣΤΟΧΟΣ	ΕΥΡΥ ΚΟΙΝΟ (σύνολο)	ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ ΣΕ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ
Η συμβολή της ΕΕ στην αναβάθμιση της Κύπρου μέσω των Ευρωπαϊκών Ταμείων μου δημιουργεί αίσθημα ικανοποίησης από την ένταξη της Κύπρου στην ΕΕ	<b>64%</b> (47,7%)	70% (63,0%)
Μέσω των Ταμείων της ΕΕ προωθείται η ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων της χώρας	58% ( <b>49,9%</b> )	<b>74%</b> (64,9%)
Μέσω των Ταμείων της η ΕΕ προωθεί και στηρίζει την οικονομική και κοινωνική συνοχή των κρατών μελών της	<b>64%</b> (47,7%)	72% (54,0%)
Ο τρόπος επιλογής και κατανομής των κονδυλίων είναι διαφανής και δίκαιος	(35%) 24,2%	62% (35,2%)
Ο τρόπος λειτουργία των Ταμείων της ΕΕ είναι πολύ αποτελεσματικός	46% (35,6%)	70% (49,2%)

Δύο ερωτήματα αυτής της κατηγορίας, που αφορούν **στον τρόπο λειτουργίας των Ταμείων**, και τα οποία κατά το παρελθόν παρουσίασαν χαμηλά ποσοστά θετικών απαντήσεων εμφανίζουν σημαντικά βελτιωμένη εικόνα κατά την παρούσα έρευνα. Ειδικότερα:



- Με την άποψη ότι **«ο τρόπος λειτουργίας των Ταμείων της Ε.Ε. είναι πολύ αποτελεσματικός»** συμφωνεί απολύτως ή συμφωνεί κάπως το **46%**, αν και το ποσοστό αυτό παρουσιάζει αύξηση έναντι του 35% περίπου της έρευνας του 2017. Περαιτέρω, το 70% των εργαζόμενων σε εκπαιδευτικά ιδρύματα και ερευνητικούς φορείς συμφωνεί απολύτως ή μερικά με την άποψη αυτή, έναντι μόνο 48% που συμφωνούσε κατά την προηγούμενη έρευνα.
- Χαμηλότερα είναι τα ποσοστά συμφωνίας με την άποψη ότι **«ο τρόπος επιλογής και κατανομής των κονδυλίων είναι διαφανής και δίκαιος»**. Συμφωνεί απολύτως ή μερικά το **35%** στο σύνολο του κοινού (έναντι 24% μόλις στην έρευνα του 2017) και το 62% των εργαζόμενων στα εκπαιδευτικά ιδρύματα και ερευνητικούς φορείς της χώρας (έναντι μόλις 34% το 2017).

### 3.4.2. Έρευνα Επιχειρήσεων

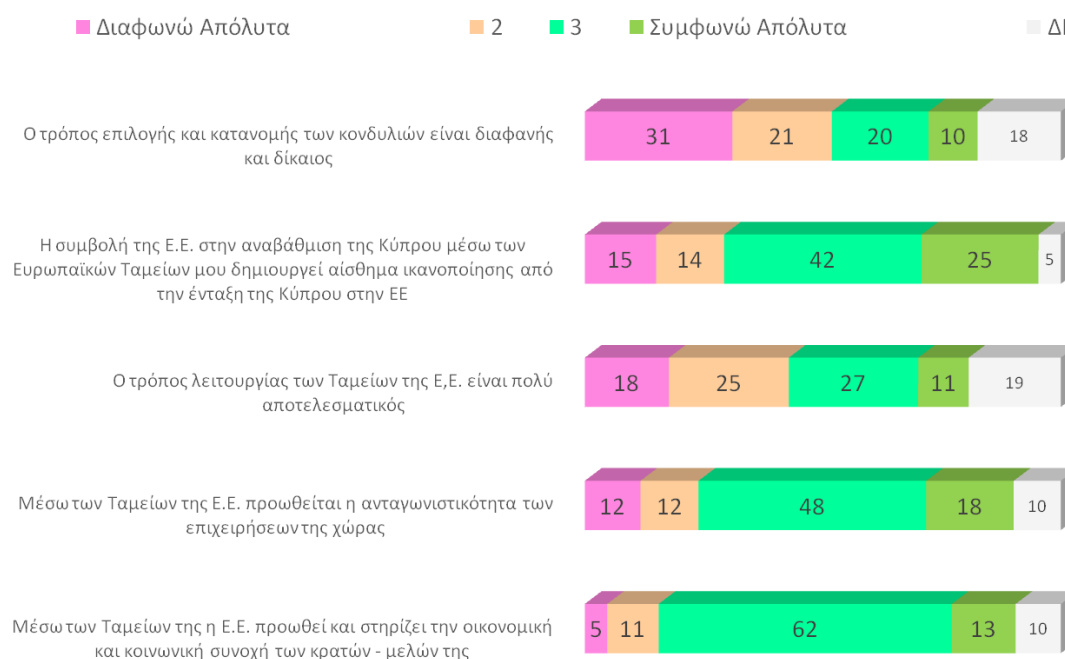
Η έρευνα επιχειρήσεων περιέλαβε επίσης μια σειρά ερωτημάτων αντίστοιχων αυτών που υποβλήθηκαν στο κοινό, με στόχο την καταγραφή των απόψεων των επιχειρήσεων όσον αφορά τα αποτελέσματα που έχουν για την χώρα οι συγχρηματοδοτήσεις που παρέχονται μέσω των ΕΔΕΤ. Όπως αναλυτικότερα αναφέρεται στη συνέχεια, οι απόψεις των επιχειρήσεων εμφανίζουν σημαντική διαφοροποίηση σε σχέση με τις απαντήσεις που δόθηκαν σε προηγούμενη έρευνα, αφού σε όλα τα ερωτήματα καταγράφεται μία ιδιαίτερα μεγάλη άνοδος των ποσοστών εκείνων των επιχειρήσεων που συμφωνούν σχετικά με τα οφέλη που έχει η Κύπρος από τις δραστηριότητες των ΕΔΕΤ στη χώρα.

Ειδικότερα:

- Το 75% των επιχειρήσεων συμφωνεί «απόλυτα» ή «εν μέρει» με την άποψη ότι «μέσω των Ταμείων της η ΕΕ προωθεί και στηρίζει την οικονομική και κοινωνική συνοχή των κρατών μελών της». Το αντίστοιχο ποσοστό κατά την έρευνα του 2017 ήταν 45%. Για τις μικρές επιχειρήσεις το ποσοστό διαμορφώνεται σε 73%, έναντι επίσης 73% για τις μεσαίες και 80% για τις μεγάλες.
- Το 67% των επιχειρήσεων συμφωνεί απολύτως ή μερικά με την άποψη ότι η «συμβολή της ΕΕ στην αναβάθμιση της Κύπρου μέσω των Ευρωπαϊκών Ταμείων μου δημιουργεί αίσθημα ικανοποίησης από την ένταξη της Κύπρου». Το αντίστοιχο ποσοστό το 2017 ήταν 41%. Κατά τάξη μεγέθους των επιχειρήσεων το αντίστοιχο ποσοστό διαμορφώνεται σε 66% για τις μικρές επιχειρήσεις, 64% για τις μεσαίες και 72% για τις μεγάλες.
- Το 66% των επιχειρήσεων συμφωνεί «απόλυτα» ή «εν μέρει» με την άποψη ότι «μέσω των Ταμείων της ΕΕ προωθείται η ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων της χώρας», ενώ το αντίστοιχο ποσοστό το 2017 ήταν 42%. Ιδιαίτερα ψηλός βαθμός συμφωνίας εκφράζεται από τις μικρές επιχειρήσεις (67%), έναντι χαμηλότερων ποσοστών των μεσαίων (58%) και μεγάλων μονάδων (76%).

Είναι προφανές, ότι όπως συμβαίνει και στην έρευνα κοινού, η μεγάλη αύξηση των ποσοστών αυτών μπορεί να αποδοθεί στο γεγονός ότι η προηγούμενη έρευνα διεξήχθη σε μία περίοδο οξυμένης οικονομικής κρίσης η οποία είχε αρνητικές επιπτώσεις στη λειτουργία των επιχειρήσεων της χώρας, δημιουργώντας ένα γενικότερο αρνητικό κλίμα και μία μεγαλύτερη επιφύλαξη σε σχέση με τις παραπάνω παραμέτρους. Η παρούσα έρευνα αναδεικνύει μία γενικότερη αντιστροφή του δυσμενούς κλίματος που επικρατούσε προς διετία, αυξάνοντας αντίστοιχα και το βαθμό αναγνώρισης των ωφελειών που καταγράφονται από τις παρεμβάσεις που χρηματοδοτούν τα ΕΔΕΤ στη χώρα.

**Διάγραμμα 3-25:** Αντίληψη των Επιχειρήσεων για τη χρηματοδότηση έργων από τα ΕΔΕΤ



Παράλληλα, παραμένουν χαμηλότερα τα ποσοστά συμφωνίας ως προς τις λοιπές προτάσεις που διατυπώθηκαν από την έρευνα και ειδικότερα αυτά που σχετίζονται με την ίδια τη λειτουργία των Ταμείων:

- Το 38% των επιχειρήσεων συμφωνεί πλήρως ή μερικά με την άποψη ότι ο τρόπος λειτουργίας των Ταμείων της ΕΕ είναι πολύ αποτελεσματικός. Θα πρέπει πάντως να σημειωθεί ότι και αυτός ο δείκτης εμφανίζεται αυξημένος κατά 10 ποσοστιαίες μονάδες σε σχέση με την έρευνα του 2017. Το 39% των μικρών επιχειρήσεων συμφωνεί πολύ ή μερικά με την άποψη αυτή, έναντι 29% των μεσαίων και 40% των μεγάλων.
- Το 30% των επιχειρήσεων (επίσης κατά 10% περισσότερο από το 2017) συμφωνεί απόλυτα ή μερικά με την άποψη ότι ο τρόπος επιλογής και κατανομής

των κονδυλίων είναι διαφανής και δίκαιος. Κατά τάξη μεγέθους των επιχειρήσεων, τα αντίστοιχα ποσοστά δεν παρουσιάζουν σημαντικές διαφοροποιήσεις αφού ανέρχονται σε 30% για τις μικρές επιχειρήσεις, 33% για τις μεσαίες και 44% για τις μεγάλες.

### **3.5. ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΔΕΙΚΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΤΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ**

Η εκτίμηση των δεικτών αποτελέσματος στηρίζεται στην υλοποίηση των δύο ερευνών που πραγματοποιήθηκαν, η μία προς τις επιχειρήσεις της χώρας που αποτελούν τους εν δυνάμει δικαιούχους των παρεμβάσεων των δύο ΕΠ και μία προς το ευρύ κοινό. Τα ερωτήματα των δύο Ερευνών σχεδιάστηκαν με τρόπο ώστε να είναι δυνατή η μέτρηση των συγκεκριμένων δεικτών αποτελεσμάτων που περιλαμβάνονται στην Στρατηγική και να ακολουθούνται οι κατευθύνσεις που αυτή περιλαμβάνει σχετικά με τον τρόπο εκτίμησης κάθε δείκτη. Παράλληλα, ο σχεδιασμός των ερωτήσεων έλαβε υπόψη την εμπειρία από τη διενέργεια αντίστοιχων ερευνών από την πρώτη αξιολόγηση, ώστε να είναι δυνατή η ευθεία σύγκριση των αποτελεσμάτων των ερευνών στις δύο περιόδους που διενεργήθηκαν.

Ο Πίνακας 2 παρουσιάζει το σύνολο των δεικτών αποτελεσμάτων της Στρατηγικής Επικοινωνίας. Τα βασικά συμπεράσματα ως προς την αξιολόγηση των αποτελεσμάτων συνοψίζονται στα εξής:

Τα αποτελέσματα στο επίπεδο του Ειδικού Στόχου 1 εκτιμώνται με βάση δύο δείκτες, οι οποίοι αφορούν το «Ποσοστό δυνητικών Δικαιούχων που θεωρούν ότι διαθέτουν ευκολία πρόσβασης σε πληροφορίες σχετικά με τις παρεμβάσεις κάθε ΕΠ» και το «Ποσοστό δυνητικών Δικαιούχων που είναι ικανοποιημένοι από την πληρότητα των πληροφοριών που τους παρασχέθηκαν». Σύμφωνα με την έρευνα επιχειρήσεων, με την οποία μετρώνται οι δείκτες αυτοί, επιτυγχάνονται τιμές της τάξης του **68%** και **74%** αντίστοιχα, οι οποίες υπερβαίνουν σημαντικά τους προγραμματικούς στόχους (60% για το ποσοστό των δυνητικών δικαιούχων που διαθέτουν ευκολία πρόσβασης σε πληροφορίες και 68% για εκείνους που είναι ικανοποιημένοι από τις πληροφορίες που τους παρασχέθηκαν.

Επιπλέον, η δεύτερη αυτή έρευνα επιβεβαιώνει ουσιαστικά τις ψηλές τιμές που εκτιμήθηκαν για τους δείκτες αυτούς ήδη από την αρχή της προγραμματικής περιόδου (Έρευνες 2017), αφού οι διαφορές της τάξης του 1,5% που παρατηρούνται μεταξύ των δύο ερευνών δεν συνιστούν ουσιαστική διαφοροποίηση.

Όσον αφορά τον Ειδικό Στόχο 2, το «Ποσοστό δυνητικών Δικαιούχων που γνωρίζουν για ευκαιρίες από τα ΕΔΕΤ που παρέχονται μέσω των ΕΠ» διαμορφώνεται στο **85%** υπερκαλύπτοντας κατά 11 ποσοστιαίες μονάδες τον προγραμματικό στόχο. Αντίστοιχα σημαντικά υπερκάλυψη διαπιστώθηκε και κατά την πρώτη έρευνα επιχειρήσεων, όπου το σχετικό ποσοστό προσέγγιζε το 90%. Σημειώνεται κατά την περίοδο διεξαγωγής της πρώτης έρευνας είχε προκηρυχθεί ένας μεγάλος αριθμός Σχεδίων Χορηγιών και οι

σχετικές προσκλήσεις βρίσκονταν σε εξέλιξη, γεγονός που εξηγεί και το εξαιρετικά ψηλό του 90% όσον αφορά τη γνώση των ερωτώμενων για τα Σχέδια αυτά.

Ως προς τον Ειδικό Στόχο 3, η «Διασφάλιση ότι όλοι οι φορείς που εμπλέκονται στην υλοποίηση των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων και ιδιαίτερα οι Δικαιούχοι είναι πλήρως ενημερωμένοι και τηρούν τις υποχρεώσεις τους» επιτυγχάνεται κατά **100%** αφού οι σχετικές υποχρεώσεις τηρούνται με βάση το υφιστάμενο σύστημα Διαχείρισης των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων, ελέγχονται κατά τους θεσμικά προβλεπόμενους ελέγχους χωρίς να παρατηρούνται αποκλίσεις.

Το αποτέλεσμα του Ειδικού Στόχου 4 μετράται με βάση το ποσοστό του κοινού που έχει θετική άποψη για τη συμβολή της ΕΕ και των ΕΔΕΤ στην επίτευξη των στόχων των ΕΠ. Με βάση τις υφιστάμενες οδηγίες που θέτει η Στρατηγική για μέτρηση του δείκτη, η τιμή επίτευξης του διαμορφώνεται στο **17%** (έναντι 38% του προγραμματικού στόχου) που αντιστοιχεί στην ελάχιστη τιμή επίτευξης μεταξύ των στόχων των ΕΠ. Πρόκειται για τον στόχο της ενίσχυσης της διοικητικής ικανότητας του δημόσιου τομέα, αφού σε αυτόν τον στόχο εκτιμάται από το κοινό ως χαμηλότερη η συμβολή της ΕΕ. Πρόκειται για τον μόνο δείκτη αποτελέσματος ο οποίος αποκλίνει του προγραμματικού στόχου. Θα πρέπει πάντως να σημειωθεί ότι η αξιολόγηση αυτή του κοινού για έναν στόχο ο οποίος έχει χαμηλή χρηματοδοτική βαρύτητα στο σύνολο των παρεμβάσεων των ΕΔΕΤ, δεν είναι αντιπροσωπευτική της γνώμης του κοινού για την συμβολή της ΕΕ στην επίτευξη των στόχων της πολιτικής γενικότερα. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι η θετική άποψη του κοινού για τη συμβολή της ΕΕ και των ΕΔΕΤ στην επίτευξη του στόχου της ενεργειακής αναβάθμισης και χρήσης ανανεώσιμων πηγών ενέργειας ανέρχεται σε 51% έναντι 50% του στόχου της ενίσχυση των ΤΠΕ και 49% του στόχου της προστασίας του περιβάλλοντος. Κατά συνέπεια θα πρέπει ενδεχομένως να επανεξετασθεί ο τρόπος εκτίμησης του δείκτη (π.χ. αντί της ελάχιστης τιμής που αντιστοιχεί στην άποψη του κοινού για έναν στόχο να χρησιμοποιείται η μέση τιμή όλων των στόχων, ή ομάδας στόχων ανά ΕΔΕΤ, κλπ).

Στο πλαίσιο του Ειδικού Στόχου 5 το επιδιωκόμενο αποτέλεσμα μετράται με το ποσοστό του κοινού που μπορεί να κατονομάσει συγκεκριμένα έργα που συγχρηματοδοτούνται από τα ΕΔΕΤ. Η τιμή που προκύπτει από την αντίστοιχη έρευνα είναι **56%**, ποσοστό υπερδιπλάσιο του αντίστοιχου κατά την πρώτη αξιολόγηση (25%). Αν και η τιμή αυτή υπολείπεται του στόχου του 66%, η μεγάλη αύξηση είναι αποτέλεσμα της επιτάχυνσης της υλοποίησης των έργων, ενώ με την ολοκλήρωση και άλλων παρεμβάσεων που είναι σε εξέλιξη, παράλληλα με τη συνέχιση υλοποίησης των Μέτρων Πληροφόρησης, η αναγνωρισιμότητα των έργων εκτιμάται ότι θα προσεγγίσει τον στόχο της Στρατηγικής.

Τέλος, στο πλαίσιο Ειδικού Στόχου 6, μετράται ο δείκτης «Ποσοστό του κοινού που θεωρεί ότι η χρηματοδότηση έργων από τα ΕΠ έχει ωφελήσει τη χώρα». Με βάση την Έρευνα Κοινού αυτός εκτιμήθηκε στο **51%** έναντι 53% που είναι ο προγραμματικός στόχος και 54% περίπου που είχε εκτιμηθεί κατά την πρώτη αξιολόγηση. Η μικρή απόκλιση από τον στόχο που διαπιστώνει η παρούσα έρευνα δεν είναι σημαντική και

εκτιμάται ότι θα καλυφθεί με την ολοκλήρωση των έργων στο πλαίσιο των ΕΠ και την υλοποίηση των προγραμματιζόμενων δράσεων επικοινωνίας και προβολής.

Στο πλαίσιο της Έρευνας Κοινού έγινε ιδιαίτερη εστίαση σε ένα υποσύνολο του δείγματος που αφορά άτομα που εργάζονται στην εκπαίδευση και την έρευνα. Σε γενικές γραμμές διαπιστώνεται ότι σε αυτή την ομάδα – στόχο το σύνολο των δεικτών επιπτώσεων επιτυγχάνει τους στόχους του Σχεδίου, με ποσοστά κατά πολύ ψηλότερα των αντίστοιχων στο σύνολο του δείγματος.

Αντίστοιχο συμπέρασμα μπορεί να διατυπωθεί και όσον αφορά τις νεότερες ομάδες του πληθυσμού (26-35), οι οποίες εμφανίζουν θετικότερη στάση ως προς τα ερωτήματα που συνδέονται με τους δείκτες αποτελέσματος και γενικά αποτιμούν θετικότερα το ρόλο που διαδραματίζει η ΕΕ τόσο στην ευρύτερη ανάπτυξη, όσο και σε επιμέρους θέματα που τέθηκαν κατά την έρευνα, όπως είναι η αντιμετώπιση των συνεπειών της κρίσης, ή η ενίσχυση σημαντικών τομέων και κλάδων της οικονομίας.

Οι ψηλές επιτεύξεις των δεικτών αποτελέσματος είναι αποτέλεσμα της πρακτικής που υιοθετήθηκε από τη Διαχειριστική Αρχή ήδη από την προηγούμενη προγραμματική περίοδο, η οποία περιλαμβάνει τον συνδυασμό πολλαπλών εργαλείων επικοινωνίας, για την προβολή των έργων, των αποτελεσμάτων τους και του ρόλου της ΕΕ στην ανάπτυξη της χώρας. Επιπλέον η έμφαση που ήδη αποδίδεται στα ηλεκτρονικά μέσα ενημέρωσης ανταποκρίνεται στην αυξημένη διείσδυσή του και χρήση του από επιχειρήσεις και νοικοκυριά ως μέσου πληροφόρησης σχετικά με τα ΕΔΕΤ. Οι ηλεκτρονικές εκστρατείες ενημέρωσης λειτουργούν συμπληρωματικά με τις αντίστοιχες μέσω των ΜΜΕ, δημιουργώντας πολλαπλασιαστικά αποτελέσματα ως προς μεταφορά των μηνυμάτων και εκπλήρωση των στόχων της Στρατηγικής.

**Πίνακας 2: Δείκτες Αποτελεσμάτων**

Δείκτης	ΕΙΔΙΚΟΣ ΣΤΟΧΟΣ	ΤΙΜΗ ΒΑΣΗΣ	ΤΙΜΗ ΣΤΟΧΟΣ	ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ ΕΡΕΥΝΑΣ (30/4/2019)	ΕΡΕΥΝΑ 2017
Ποσοστό δυνητικών Δικαιούχων που θεωρούν ότι διαθέτουν ευκολία πρόσβασης σε πληροφορίες σχετικά με τις παρεμβάσεις κάθε ΕΠ Ποσοστό δυνητικών Δικαιούχων που είναι ικανοποιημένοι από την πληρότητα των πληροφοριών που τους παρασχέθηκαν	Δημιουργία και λειτουργία ενός αξιόπιστου και προσβάσιμου μηχανισμού παροχής πληροφόρησης και αποτελεσματικής επικοινωνίας για τις παρεμβάσεις του κάθε ΕΠ	54,6%	<b>60%</b>	<b>68%(1)</b>	69,8%
		62,4%	<b>68%</b>	<b>74%(1)</b>	75,5%
Ποσοστό δυνητικών Δικαιούχων που γνωρίζουν για ευκαιρίες που παρέχονται από τα ΕΔΕΤ μέσω των ΕΠ	Συνεχής, σαφής και λεπτομερής πληροφόρηση, σε συνθήκες πλήρους διαφάνειας, όλων των δυνητικών δικαιούχων για τις ευκαιρίες χρηματοδότησης.	70,5%	<b>74%</b>	<b>85%(2)</b>	89,7%
Ποσοστό των εμπλεκόμενων φορέων και ειδικά των Δικαιούχων που τηρούν πλήρως τις υποχρεώσεις που εμπεριέχει η υλοποίηση των ΕΠ και συγχρηματοδοτούμενων έργων	Διασφάλιση ότι όλοι οι φορείς που εμπλέκονται στην υλοποίηση των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων και ιδιαίτερα οι Δικαιούχοι είναι πλήρως ενημερωμένοι και τηρούν τις υποχρεώσεις τους.	100%	<b>100%</b>	<b>100%</b>	100%
Ποσοστό του κοινού που έχει θετική άποψη για τη συμβολή της ΕΕ και των ΕΔΕΤ στην επίτευξη των στόχων των ΕΠ (μετράται η άποψη τουλάχιστον στο επίπεδο του ενός Στόχου ανά Άξονα Προτεραιότητας κάθε ΕΠ)	Προβολή του περιεχομένου και των στόχων όλων των Αξόνων Προτεραιότητας του κάθε ΕΠ.	33,8% έως 50,4% ανάλογα του στόχου	<b>38% ελάχιστη τιμή μεταξύ των στόχων των ΕΠ</b>	<b>17%(3)</b>	13,8%
Ποσοστό του κοινού που μπορεί να κατονομάσει συγκεκριμένα έργα που συγχρηματοδοτούνται από τα ΕΔΕΤ	Προβολή των έργων που υλοποιούνται στα πλαίσια των ΕΠ	61%	<b>66%</b>	<b>56,2%(4)</b>	25%
Ποσοστό του κοινού που θεωρεί ότι η χρηματοδότηση έργων από τα ΕΠ έχει ωφελήσει τη χώρα.	Εξασφάλιση της μέγιστης δυνατής κατανόησης από το ευρύ κοινό των κοινωνικών και οικονομικών αποτελεσμάτων και επιπτώσεων	47,3%	<b>53%</b>	<b>51,0%(5)</b>	53,9%

**Παρατηρήσεις:**

- (1) (2) βάσει αντίστοιχων ερωτήσεων της Έρευνας Επιχειρήσεων, οι δείκτες αναφέρονται στο σύνολο των επιχειρήσεων του δείγματος.
- (3) βάσει Έρευνας Κοινού, ο στόχος με την μικρότερη αναγνώριση της συμβολής της ΕΕ στην επίτευξη του είναι αυτός της ενίσχυσης της διοικητικής ικανότητας του Δημοσίου Τομέα. Η τιμή επίτευξης του στόχου κατά την πρώτη αξιολόγηση αναφέρεται στον στόχο της καταπολέμησης της φτώχειας και του κοινωνικού αποκλεισμού. Ο στόχος ο οποίος παρουσιάζει το υψηλότερο ποσοστό ως προς την αναγνώριση της συμβολής της ΕΕ είναι αυτός της ενεργειακής αναβάθμισης και χρήσης ΑΠΕ (51%) ακολουθούμενος από τους στόχους της ενίσχυσης των ΤΠΕ (50%), και της προστασίας του περιβάλλοντος (49%).
- (4) βάσει Έρευνας Κοινού. Το 56,2% είναι το ποσοστό των ερωτώμενων που απάντησαν με σαφήνεια κατονομάζοντας έργο η δράση ενός Επιχειρησιακού Προγράμματος, ενώ επιπρόσθετα 10% περίπου απάντησαν αναφέροντας ευρύτερα πεδία πολιτικής.
- (5) βάσει Έρευνας Κοινού. Το ποσοστό αφορά στο σύνολο του δείγματος, ενώ επί όσων γνωρίζουν για τις χρηματοδοτήσεις των ΕΔΕΤ αυτό ανέρχεται σε 79,9%.

## 4. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ

### Αξιολόγηση της Στρατηγικής

Η επιτάχυνση της υλοποίησης των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων μετά το 2017 και την πρώτη αξιολόγηση της Στρατηγικής Επικοινωνίας, επέτρεψε την αντίστοιχη επιτάχυνση των Μέτρων που περιλαμβάνονται στη Στρατηγική. Όπως συμπεραίνεται και από την πρώτη αξιολόγηση, το σχέδιο περιλαμβάνει μία πλήρη επικοινωνιακή στρατηγική, η οποία αξιοποιεί όλα τα σύγχρονα μέσα και εργαλεία επικοινωνίας, για την προβολή των στόχων και των αποτελεσμάτων των δύο Επιχειρησιακών Προγραμμάτων και του ρόλου της Ευρωπαϊκής Ένωσης στην εφαρμογή των παρεμβάσεων και την ευρύτερη ανάπτυξη της Κύπρου. Ειδικότερα η διάρθρωση της Στρατηγικής ακολουθώντας τις διατάξεις του θεσμικού πλαισίου, αναπτύχθηκε σε μια δομημένη μορφή και περιέλαβε τους στόχους, το στοχοθετούμενο κοινό, τη στρατηγική και το περιεχόμενο των μέτρων επικοινωνίας, τον ενδεικτικό προϋπολογισμό, τις υπηρεσίες και τους φορείς που είναι αρμόδιοι για την εφαρμογή των μέτρων πληροφόρησης και τις αναγκαίες ενδείξεις για τον τρόπο με τον οποίο τα μέτρα θα πρέπει να αξιολογηθούν.

Για την επίτευξη των γενικών και ειδικών της στόχων η Στρατηγική υιοθετεί ένα ολοκληρωμένο σύνολο αλληλένδετων μέτρων πληροφόρησης και επικοινωνιακών εργαλείων, κατάλληλα προσαρμοσμένων για την αποτελεσματική προσέγγιση των τριών ομάδων – στόχων (δικαιούχοι, δυνητικοί δικαιούχοι και ευρύ κοινό), ενσωματώνοντας το σύνολο των υποχρεωτικών διατάξεων του προγραμματικού πλαισίου.

Η επικαιροποίηση της Στρατηγικής Επικοινωνίας μετά την πρώτη αξιολόγησή της δεν περιέλαβε αναθεώρηση ουσιαστικών στοιχείων της. Η υλοποίησή της συνεχίστηκε με την υιοθέτηση μιας ολοκληρωμένης προσέγγισης στην υλοποίηση των επιμέρους Μέτρων, με τη διενέργεια σύνθετων εκστρατειών ενημέρωσης, στο πλαίσιο των οποίων γίνεται παράλληλη και με συνδυασμένο τρόπο χρήση πολλαπλών εργαλείων επικοινωνίας και ενημέρωσης (ραδιοφωνικές και τηλεοπτικές εκστρατείες, εκστρατείες στο διαδίκτυο, ενημερωτικές και άλλες εκδηλώσεις, συνεντεύξεις, παραγωγή και διάθεση εντύπων και προωθητικών αντικειμένων, κλπ). Ο σχεδιασμός εκστρατειών ενημέρωσης οι οποίες να συνδυάζουν τη χρήση πολλαπλών επικοινωνιακών εργαλείων, αναδείχθηκε ως καλή πρακτική κατά την προηγούμενη προγραμματική και συνεχίζει να εφαρμόζεται με ορατά αποτελέσματα όσον αφορά τους στόχους της Στρατηγικής Επικοινωνίας, τόσο στο επίπεδο των εκροών όσο και των αποτελεσμάτων.

### Πρόοδος Υλοποίησης

Το σύνολο των Μέτρων της Στρατηγικής και των επιμέρους δυνητικών ενεργειών που προβλέπονται από το προγραμματικό έγγραφο έχει ενεργοποιηθεί. Βασικό στοιχείο της υλοποίησης της Στρατηγικής αποτελούν οι ετήσιες εκστρατείες ενημέρωσης (οι οποίες διενεργούνται σύμφωνα με τις πρόνοιες της παρ. 2.1.2(β) του Παραρτήματος XII του

Καν. 1303/2013), στο πλαίσιο των οποίων εντάσσεται και η πλειοψηφία των υπόλοιπων Μέτρων.

Περαιτέρω, κατά την τρέχουσα προγραμματική περίοδο, η υλοποίηση περιλαμβάνει και την οργάνωση διαδικτυακών εκστρατειών ενημέρωσης, με το ίδιο περιεχόμενο και στόχους με τις εκστρατείες που πραγματοποιούνται μέσω των ΜΜΕ. Η οργάνωση τέτοιων εκστρατειών βρίσκεται σε αντιστοιχία με την διαρκώς αυξανόμενη χρήση του διαδικτύου τόσο από τις επιχειρήσεις, όσο και το ευρύ κοινό για την αναζήτηση πληροφοριών σχετικών με την υλοποίηση των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων, όπως αναδεικνύεται από τις έρευνες που πραγματοποιήθηκαν στο πλαίσιο της πρώτης αξιολόγησης και επιβεβαιώνεται από τις έρευνες που ολοκληρώθηκαν στο πλαίσιο της παρούσας αξιολόγησης. Η υλοποίηση των εκστρατειών ενημέρωσης μέσω της συνδυασμένης χρήσης πολλαπλών εργαλείων επικοινωνίας και ο εμπλουτισμός του τρόπου υλοποίησης τους με την χρήση του διαδικτύου, αυξάνει τη φυσική υλοποίηση της Στρατηγικής και συμβάλει στην επίτευξη των αποτελεσμάτων.

Η εξέλιξη των εκροών καταγράφεται ως ικανοποιητική, οι τιμές – στόχοι στην πλειοψηφία των δεικτών εκτιμάται ότι θα επιτευχθούν με την ολοκλήρωση της προγραμματικής περιόδου και την υλοποίηση των υπόλοιπων ενεργειών που προγραμματίζονται (διαφημιστικές εκστρατείες, διαφημίσεις, εκδηλώσεις, κλπ.). Θα πρέπει πάντως να σημειωθεί ότι η συνεχώς αυξανόμενη χρήση του διαδικτύου για τους σκοπούς της επικοινωνίας, σε συνδυασμό με την επίσης αυξανόμενη χρήση του από δικαιούχους, δυνητικούς δικαιούχους και ευρύ κοινό ως πηγή πληροφόρησης, περιορίζει τη χρησιμότητα κάποιων άλλων εργαλείων πληροφόρησης και κατά αντιστοιχία και κάποιων δεικτών εκροών, όπως αναλυτικότερα παρουσιάζεται στη συνέχεια.

### **Αποδοτικότητα Υλοποίησης**

Η επιτάχυνση της υλοποίησης έχει ως αποτέλεσμα την απορρόφηση του μεγαλύτερου τμήματος του προϋπολογισμού της Στρατηγικής, όπως αυτός αναμορφώθηκε μετά την αναθεώρησή του. Μέχρι 30/4/2019 έχει απορροφηθεί το **77,16%** των διαθέσιμων πόρων της Στρατηγικής. Μέχρι το πέρας της προγραμματικής περιόδου εκτιμάται ότι θα επέλθει απορρόφηση του συνολικού προϋπολογισμού με την ολοκλήρωση των εκστρατειών ενημέρωσης και των λοιπών Μέτρων της Στρατηγικής. Περαιτέρω, το γεγονός ότι οι δείκτες εκροών, ιδιαίτερα εκείνων που συνδέονται με παρεμβάσεις υψηλής χρηματοδοτικής βαρύτητας, παρουσιάζουν ρυθμούς υλοποίησης μεγαλύτερους του 80% (όπως παρουσιάζεται αναλυτικότερα στη συνέχεια), αποτελεί ένδειξη της συνεχιζόμενης υψηλής αποδοτικότητας της υλοποίησης, όπως εντοπίστηκε και κατά την πρώτη αξιολόγηση της Στρατηγικής.

### **Αξιολόγηση Αποτελεσμάτων**

Τα αποτελέσματα της Στρατηγικής Επικοινωνίας εκτιμώνται με βάση τα αποτελέσματα των δύο Ερευνών (Κοινού και Επιχειρήσεων) που οργανώθηκαν από το Σύμβουλο Αξιολόγησης. Τα ερωτήματα των δύο Ερευνών σχεδιάστηκαν με τρόπο ώστε να είναι δυνατή η μέτρηση των συγκεκριμένων δεικτών αποτελεσμάτων που περιλαμβάνονται



στην Στρατηγική και να ακολουθούνται οι κατευθύνσεις που αυτή περιλαμβάνει σχετικά με τον τρόπο εκτίμησης κάθε δείκτη. Παράλληλα, ο σχεδιασμός των ερωτήσεων έλαβε υπόψη την εμπειρία από τη διενέργεια αντίστοιχων ερευνών από την πρώτη αξιολόγηση, ώστε να είναι δυνατή η ευθεία σύγκριση των αποτελεσμάτων των ερευνών στις δύο περιόδους που διενεργήθηκαν.

Ο Πίνακας 2 παρουσιάζει το σύνολο των δεικτών αποτελεσμάτων της Στρατηγικής Επικοινωνίας. Τα βασικά συμπεράσματα ως προς την αξιολόγηση των αποτελεσμάτων συνοψίζονται στα εξής:

- Τα αποτελέσματα στο επίπεδο του Ειδικού Στόχου 1 εκτιμώνται με βάση δύο δείκτες, οι οποίοι αφορούν το «Ποσοστό δυνητικών Δικαιούχων που θεωρούν ότι διαθέτουν ευκολία πρόσβασης σε πληροφορίες σχετικά με τις παρεμβάσεις κάθε ΕΠ» και το «Ποσοστό δυνητικών Δικαιούχων που είναι ικανοποιημένοι από την πληρότητα των πληροφοριών που τους παρασχέθηκαν». Σύμφωνα με την έρευνα επιχειρήσεων, με την οποία μετρώνται οι δείκτες αυτοί, επιτυγχάνονται τιμές της τάξης του **68%** και **74%** αντίστοιχα, οι οποίες υπερβαίνουν σημαντικά τους προγραμματικούς στόχους (60% για το ποσοστό των δυνητικών δικαιούχων που διαθέτουν ευκολία πρόσβασης σε πληροφορίες και 68% για εκείνους που είναι ικανοποιημένοι από τις πληροφορίες που τους παρασχέθηκαν. Επιπλέον, η δεύτερη αυτή έρευνα επιβεβαιώνει ουσιαστικά τις ψηλές τιμές που εκτιμήθηκαν για τους δείκτες αυτούς ήδη από την αρχή της προγραμματικής περιόδου (Έρευνες 2017).
- Όσον αφορά τον Ειδικό Στόχο 2, το «Ποσοστό δυνητικών Δικαιούχων που γνωρίζουν για ευκαιρίες από τα ΕΔΕΤ που παρέχονται μέσω των ΕΠ» διαμορφώνεται στο **85%** υπερκαλύπτοντας κατά 11 ποσοστιαίες μονάδες τον προγραμματικό στόχο. Αντίστοιχα σημαντικά υπερκάλυψη διαπιστώθηκε και κατά την πρώτη έρευνα επιχειρήσεων, όπου το σχετικό ποσοστό προσέγγιζε το 90%. Σημειώνεται κατά την περίοδο διεξαγωγής της πρώτης έρευνας είχε προκηρυχθεί ένας μεγάλος αριθμός Σχεδίων Χορηγιών και οι σχετικές προσκλήσεις βρίσκονταν σε εξέλιξη, γεγονός που εξηγεί και το εξαιρετικά ψηλό του 90% όσον αφορά τη γνώση των ερωτώμενων για τα Σχέδια αυτά.
- Ως προς τον Ειδικό Στόχο 3, η «Διασφάλιση ότι όλοι οι φορείς που εμπλέκονται στην υλοποίηση των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων και ιδιαίτερα οι Δικαιούχοι είναι πλήρως ενημερωμένοι και τηρούν τις υποχρεώσεις τους» επιτυγχάνεται κατά **100%** αφού οι σχετικές υποχρεώσεις τηρούνται με βάση το υφιστάμενο σύστημα Διαχείρισης των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων, ελέγχονται κατά τους θεσμικά προβλεπόμενους ελέγχους χωρίς να παρατηρούνται αποκλίσεις.
- Το αποτέλεσμα του Ειδικού Στόχου 4 μετράται με βάση το ποσοστό του κοινού που έχει θετική άποψη για τη συμβολή της ΕΕ και των ΕΔΕΤ στην επίτευξη των στόχων των ΕΠ. Με βάση τις υφιστάμενες οδηγίες που θέτει η Στρατηγική για μέτρηση του δείκτη, η τιμή επίτευξης του διαμορφώνεται στο **17%** (έναντι 38%

του προγραμματικού στόχου) που αντιστοιχεί στην ελάχιστη τιμή επίτευξης μεταξύ των στόχων των ΕΠ. Πρόκειται για τον στόχο της ενίσχυσης της διοικητικής ικανότητας του δημόσιου τομέα, αφού σε αυτόν τον στόχο εκτιμάται από το κοινό ως χαμηλότερη η συμβολή της ΕΕ. Πρόκειται για τον μόνο δείκτη αποτελέσματος ο οποίος αποκλίνει του προγραμματικού στόχου. Θα πρέπει πάντως να σημειωθεί ότι η αξιολόγηση αυτή του κοινού για έναν στόχο ο οποίος έχει χαμηλή χρηματοδοτική βαρύτητα στο σύνολο των παρεμβάσεων των ΕΔΕΤ, δεν είναι αντιπροσωπευτική της γνώμης του κοινού για την συμβολή της ΕΕ στην επίτευξη των στόχων της πολιτικής γενικότερα. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι η θετική άποψη του κοινού για τη συμβολή της ΕΕ και των ΕΔΕΤ στην επίτευξη του στόχου της ενεργειακής αναβάθμισης και χρήσης ανανεώσιμων πηγών ενέργειας ανέρχεται σε 51% έναντι 50% του στόχου της ενίσχυσης των ΤΠΕ και 49% του στόχου της προστασίας του περιβάλλοντος. Κατά συνέπεια θα πρέπει ενδεχομένως να επανεξετασθεί ο τρόπος εκτίμησης του δείκτη, όπως αναλυτικότερα προτείνεται παρακάτω.

- Στο πλαίσιο του Ειδικού Στόχου 5 το επιδιωκόμενο αποτέλεσμα μετράται με το ποσοστό του κοινού που μπορεί να κατονομάσει συγκεκριμένα έργα που συγχρηματοδοτούνται από τα ΕΔΕΤ. Η τιμή που προκύπτει από την αντίστοιχη έρευνα είναι **56%**, ποσοστό υπερδιπλάσιο του αντίστοιχου κατά την πρώτη αξιολόγηση (25%). Αν και η τιμή αυτή υπολείπεται του στόχου του 66%, η μεγάλη αύξηση είναι αποτέλεσμα της επιτάχυνσης της υλοποίησης των έργων, ενώ με την ολοκλήρωση και άλλων παρεμβάσεων που είναι σε εξέλιξη, παράλληλα με τη συνέχιση υλοποίησης των Μέτρων Πληροφόρησης, η αναγνωρισιμότητα των έργων εκτιμάται ότι θα προσεγγίσει τον στόχο της Στρατηγικής.
- Τέλος, στο πλαίσιο Ειδικού Στόχου 6, μετράται ο δείκτης «Ποσοστό του κοινού που θεωρεί ότι η χρηματοδότηση έργων από τα ΕΠ έχει ωφελήσει τη χώρα». Με βάση την Έρευνα Κοινού αυτός εκτιμήθηκε στο **51%** έναντι 53% που είναι ο προγραμματικός στόχος και 54% περίπου που είχε εκτιμηθεί κατά την πρώτη αξιολόγηση. Η μικρή απόκλιση από τον στόχο που διαπιστώνει η παρούσα έρευνα δεν είναι σημαντική και εκτιμάται ότι θα καλυφθεί με την ολοκλήρωση των έργων στο πλαίσιο των ΕΠ και την υλοποίηση των προγραμματιζόμενων δράσεων επικοινωνίας και προβολής.

Στο πλαίσιο της Έρευνας Κοινού έγινε ιδιαίτερη εστίαση σε ένα υποσύνολο του δείγματος που αφορά άτομα που εργάζονται στην εκπαίδευση και την έρευνα. Σε γενικές γραμμές διαπιστώνεται ότι σε αυτή την ομάδα – στόχο το σύνολο των δεικτών αποτελεσμάτων εμφανίζει σημαντικά υψηλότερες τιμές σε σχέση με αυτές στο σύνολο του δείγματος.

Επιπλέον, η θετική εξέλιξη των αποτελεσμάτων της Στρατηγικής Επικοινωνίας, ενισχύεται από τις απαντήσεις τόσο του Κοινού όσο και των Επιχειρήσεων σε ορισμένα ερωτήματα που τέθηκαν αναφορικά προς την αναγνώριση των ωφελειών της χώρας από την υλοποίηση των έργων και τον ρόλο που διαδραματίζει η ΕΕ. Ειδικότερα με τη θέση ότι μέσω των Ταμείων η ΕΕ προωθεί και στηρίζει την οικονομική και κοινωνική συνοχή

των κρατών μελών της» συμφωνεί το **64%** του κοινού και το **75%** των επιχειρήσεων, με τη θέση ότι η «Η συμβολή της ΕΕ στην αναβάθμιση της χώρας μέσω των ΕΔΕΤ δημιουργεί αίσθημα ικανοποίησης από την ένταξη της χώρας στην ΕΕ» συμφωνεί (απόλυτα ή σχετικά) το **64%** του κοινού και το **67%** των επιχειρήσεων και με τη θέση ότι μέσω των Ταμείων προωθείται η ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων συμφωνεί το **58%** του κοινού και το **76%** των επιχειρήσεων.

Τα παραπάνω ποσοστά σημαντικά αυξημένα σε σχέση με την προηγούμενα έρευνα, τόσο όσον αφορά τις επιχειρήσεις όσο και το ευρύτερο κοινό. Περαιτέρω, σημαντική αύξηση της θετικής γνώμης του κοινού και των επιχειρήσεων σημειώνεται και σε σχέση με ερωτήματα που αφορούν την ίδια τη λειτουργία των Ταμείων (π.χ. αποτελεσματικότητα λειτουργίας) αν και αυτά κινούνται σε χαμηλότερα επίπεδα των παραπάνω ερωτημάτων. Η συνολική αύξηση των ποσοστών θετικής γνώσης στο σύνολο των ερωτημάτων αυτής της ενότητας μπορεί να αποδοθεί στο γεγονός ότι η προηγούμενη έρευνα έγινε στο μέσο μιας περιόδου οικονομικής κρίσης για τη χώρα, που δημιουργούσε ευρύτερες επιφυλάξεις έναντι των ερωτημάτων, τόσο από τις επιχειρήσεις όσο και από τα νοικοκυριά, ενώ η παρούσα έρευνα αντανάκλα ένα ευρύτερο βελτιωμένο κλίμα.

### **Συστάσεις της Αξιολόγησης**

Με δεδομένα αφενός την επιτάχυνση της υλοποίησης των Μέτρων της Στρατηγικής Επικοινωνίας, που είχε άμεσα αποτελέσματα στην εξέλιξη των ποσοτικών δεικτών και αφετέρου το γεγονός ότι η ολοκλήρωσή της διαφαίνεται ότι θα επιφέρει πλήρη κάλυψη της στοχοθεσίας στα πλαίσια του προϋπολογιζόμενου κόστους, η Έκθεση Αξιολόγησης δεν προτείνει τροποποιήσεις όσον αφορά το περιεχόμενο της Στρατηγικής. Οι συστάσεις που περιλαμβάνονται στην Έκθεση αφορούν ουσιαστικά δευτερεύοντα τεχνικά θέματα, όπως:

- 1. Την ανάγκη επικαιροποίησης της στοχοθεσίας ορισμένων δεικτών εκρών για την προσαρμογή τους στα πραγματικά δεδομένα της υλοποίησης.*

Με βάση τα στοιχεία της υλοποίησης των Μέτρων προτείνεται η αναμόρφωση της τιμής στόχου των ακόλουθων δεικτών:

- *Πρωθητικά Αντικείμενα:* Δεδομένου ότι μέχρι σήμερα έχουν κατασκευαστεί 12.930 πρωθητικά αντικείμενα και έχουν διανεμηθεί 11.909 από αυτά, προτείνεται η αναμόρφωση της τιμής στόχου στα περισσότερο ρεαλιστικά επίπεδα της διανομής 15.000 πρωθητικών αντικειμένων.
- *Πληροφόρηση μέσω Εξωτερικής Διαφήμισης:* Προτείνεται η επικαιροποίηση του στόχου του δείκτη στις 3.000 αφίσες που εκτυπώνονται για εξωτερική διαφήμιση, ώστε να ενσωματωθεί στο στόχο η παραγωγή αφισών που έχει ήδη πραγματοποιηθεί.

- *Ενημέρωση μέσω έντυπου υλικού:* Αντίστοιχα με το προηγούμενο Μέτρο, προτείνεται η επικαιροποίηση της τιμής στόχου στα 50 έντυπα.

2. *Γενικότερες επισημάνσεις αναφορικά προς τη διαμόρφωση και μέτρηση δεικτών της Στρατηγικής.*

Περαιτέρω, η αξιολόγηση αναδεικνύει κάποια συμπεράσματα τα οποία μπορούν να ληφθούν υπόψη για τον σχεδιασμό αντίστοιχων συστημάτων δεικτών εκροών και αποτελεσμάτων, κατά τον σχεδιασμό επόμενων στρατηγικών, ώστε να επιτυγχάνεται καλύτερη μέτρηση των πραγματικών εκροών ή αποτελεσμάτων, λαμβάνοντας υπόψη τη φύση των μέτρων που υλοποιούνται. Ειδικότερα:

- Η ολοένα μεγαλύτερη χρήση των Ηλεκτρονικών Μέσων ως εργαλείου της Στρατηγικής Επικοινωνίας, η οποία βρίσκεται σε άμεση συνάφεια από τη συνεχιζόμενη διείσδυσή του και την αύξηση της χρήσης του ως μέσου πληροφόρησης από επιχειρήσεις και νοικοκυριά, καθιστά ορισμένες παρεμβάσεις της στρατηγικής λιγότερο σημαντικές για την επίτευξη των στόχων της από ότι στο παρελθόν. Στο πλαίσιο αυτό ο δείκτης που αφορά τον αριθμό των πληροφοριακών εντύπων που παράγονται και διανέμονται εκτιμάται ότι θα αντιπροσωπεύει όλο και μικρότερη χρηματοδοτική βαρύτητα, αφού η αναγκαία ενημέρωση παρέχεται από την ιστοσελίδα της Διαχειριστικής Αρχής και των Ενδιάμεσων Φορέων. Στο πλαίσιο αυτό, το σύστημα δεικτών μπορεί να δίνει μεγαλύτερη σε άλλα μέσα πληροφόρησης (επισκεψιμότητα ηλεκτρονικών μέσων, κλπ) μη περιλαμβάνοντας δείκτες που αφορούν σε εκτυπώσεις εντύπων και οδηγιών.
- Αντίστοιχη παρατήρηση μπορεί να διατυπωθεί και στους δείκτες που αφορούν στον αριθμό δημοσιογραφικών διασκέψεων, που αποτελεί εργαλείο που δεν φαίνεται ότι χρησιμοποιείται από τη ΔΑ ή τους Ενδιάμεσους Φορείς, καθώς και στον αριθμό Δελτίων Τύπου που δημοσιεύονται.
- Στο επίπεδο των δεικτών αποτελεσμάτων εντοπίζεται η ανάγκη καλύτερης μέτρησης του δείκτη «Ποσοστό του κοινού που έχει θετική άποψη για τη συμβολή της ΕΕ και των ΕΔΕΤ στην επίτευξη των στόχων των ΕΠ» Η μέτρηση της άποψης του κοινού στο επίπεδο των στόχων για κάθε Άξονα Προτεραιότητας αποτελεί κανονιστική υποχρέωση για τη Στρατηγική. Σύμφωνα με το σύστημα αξιολόγησης της στρατηγικής η μέτρηση του δείκτη αυτού γίνεται με βάση το στόχο ο οποίος παρουσιάζει το χαμηλότερο ποσοστό θετικής άποψης, γεγονός το οποίο υποεκτιμά σοβαρά την άποψη του κοινού σχετικά με τη συμβολή της ΕΕ στο σύνολο των στόχων του κάθε ΕΠ. Όπως φαίνεται στην πράξη, για κάποιους στόχους είναι δυνατόν η άποψη του κοινού να αποκλίνει σημαντικά από την άποψη του για τους άλλους στόχους, είτε λόγω της φύσης των παρεμβάσεων που ο στόχος αυτός περιλαμβάνει που ενδεχομένως να τις καθιστούν λιγότερο ορατές στο ευρύτερο κοινό (π.χ. παρεμβάσεις που αφορούν στο Δημόσιο τομέα), είτε διότι δεν είναι απόλυτα σαφής για το κοινό η σύνδεση μεταξύ των

παρεμβάσεων που γνωρίζει ότι υλοποιούνται με τους ευρύτερους στόχους του προγραμματισμού. Το αποτέλεσμα είναι ότι ο δείκτης που χρησιμοποιείται δεν αντανάκλα την πραγματική άποψη του κοινού ή των επιχειρήσεων για τη συμβολή της ΕΕ στην επίτευξη των στόχων, όπως εξάλλου διαφαίνεται και από την αναντιστοιχία που παρουσιάζεται μεταξύ της τιμής αυτού του δείκτη με άλλους συναφείς δείκτες που μετρώνται. Στο πλαίσιο αυτό προτείνεται η βελτίωση του τρόπου μέτρησης του δείκτη, ώστε αυτός να μετράται ως ο αριθμητικός μέσος της άποψης του κοινού μεταξύ όλων των στόχων που μετρώνται από την έρευνα (αντί της χαμηλότερης τιμής που καταγράφεται μεταξύ όλων των στόχων που χρησιμοποιείται ως τιμή επίτευξης). Περαιτέρω, θα μπορούσε ο προτεινόμενος νέος τρόπος μέτρησης να παρέχει καλύτερη εικόνα της άποψης του κοινού ανά Επιχειρησιακό Πρόγραμμα (ο αριθμητικός μέσος της άποψης που εκφράζεται για τους στόχους μπορεί να μετράται ξεχωριστά για τους στόχους του κάθε ΕΠ) παρέχοντας χρήσιμες πληροφορίες για τους φορείς σχεδιασμού και υλοποίησης της Στρατηγικής Επικοινωνίας.

## ΕΠΙΤΕΛΙΚΗ ΣΥΝΟΨΗ

Η Στρατηγική Επικοινωνίας των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων «Αειφόρος Ανάπτυξη και Ανταγωνιστικότητα» και «Απασχόληση, Ανθρώπινο Κεφάλαιο και Κοινωνική Συνοχή», συντάχθηκε από τη ΓΔ ΕΣΠΑ ως Διαχειριστική Αρχή των δύο Προγραμμάτων και εγκρίθηκε από την Επιτροπή Παρακολούθησης, με βάση τις διατάξεις του ισχύοντος κανονιστικού πλαισίου που διέπει τις δράσεις Πληροφόρησης και Επικοινωνίας των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων για την προγραμματική περίοδο 2014-2020.

Η δεύτερη αξιολόγηση της Στρατηγικής Επικοινωνίας αναφέρεται στο ισχύον έγγραφο Στρατηγικής, όπως αυτό επικαιροποιήθηκε μετά την πρώτη αξιολόγησή του το 2017, με βάση την μέχρι τότε εξέλιξη της πορείας υλοποίησης και τις συστάσεις της Αξιολόγησης για ορισμένες τεχνικού χαρακτήρα τροποποιήσεις (αναδιατύπωση δεικτών – στόχων, προσαρμογή προϋπολογισμού.)

### Αξιολόγηση της Στρατηγικής

Η επιτάχυνση της υλοποίησης των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων μετά το 2017 και την πρώτη αξιολόγηση της Στρατηγικής Επικοινωνίας, επέτρεψε την αντίστοιχη επιτάχυνση των Μέτρων που περιλαμβάνονται στη Στρατηγική. Όπως συμπεραίνεται και από την πρώτη αξιολόγηση, το σχέδιο περιλαμβάνει μία πλήρη επικοινωνιακή στρατηγική, η οποία αξιοποιεί όλα τα σύγχρονα μέσα και εργαλεία επικοινωνίας, για την προβολή των στόχων και των αποτελεσμάτων των δύο Επιχειρησιακών Προγραμμάτων και του ρόλου της Ευρωπαϊκής Ένωσης στην εφαρμογή των παρεμβάσεων και την ευρύτερη ανάπτυξη της Κύπρου. Ειδικότερα η διάρθρωση της Στρατηγικής ακολουθώντας τις διατάξεις του θεσμικού πλαισίου, αναπτύχθηκε σε μια δομημένη μορφή και περιέλαβε τους στόχους, το στοχοθετούμενο κοινό, τη στρατηγική και το περιεχόμενο των μέτρων επικοινωνίας, τον ενδεικτικό προϋπολογισμό, τις υπηρεσίες και τους φορείς που είναι αρμόδιοι για την εφαρμογή των μέτρων πληροφόρησης και τις αναγκαίες ενδείξεις για τον τρόπο με τον οποίο τα μέτρα θα πρέπει να αξιολογηθούν.

Για την επίτευξη των γενικών και ειδικών της στόχων η Στρατηγική υιοθετεί ένα ολοκληρωμένο σύνολο αλληλένδετων μέτρων πληροφόρησης και επικοινωνιακών εργαλείων, κατάλληλα προσαρμοσμένων για την αποτελεσματική προσέγγιση των τριών ομάδων – στόχων (δικαιούχοι, δυνητικοί δικαιούχοι και ευρύ κοινό), ενσωματώνοντας το σύνολο των υποχρεωτικών διατάξεων του προγραμματικού πλαισίου.

Η επικαιροποίηση της Στρατηγικής Επικοινωνίας μετά την πρώτη αξιολόγησή της δεν περιέλαβε αναθεώρηση ουσιαστικών στοιχείων της. Η υλοποίησή της συνεχίστηκε με την υιοθέτηση μιας ολοκληρωμένης προσέγγισης στην υλοποίηση των επιμέρους Μέτρων, με τη διενέργεια σύνθετων εκστρατειών ενημέρωσης, στο πλαίσιο των οποίων γίνεται παράλληλη και με συνδυασμένο τρόπο χρήση πολλαπλών εργαλείων επικοινωνίας και ενημέρωσης (ραδιοφωνικές και τηλεοπτικές εκστρατείες, εκστρατείες στο διαδίκτυο, ενημερωτικές και άλλες εκδηλώσεις, συνεντεύξεις, παραγωγή και διάθεση εντύπων και

προωθητικών αντικειμένων, κλπ). Ο σχεδιασμός εκστρατειών ενημέρωσης οι οποίες να συνδυάζουν τη χρήση πολλαπλών επικοινωνιακών εργαλείων, αναδείχθηκε ως καλή πρακτική κατά την προηγούμενη προγραμματική και συνεχίζει να εφαρμόζεται με ορατά αποτελέσματα όσον αφορά τους στόχους της Στρατηγικής Επικοινωνίας, τόσο στο επίπεδο των εκροών όσο και των αποτελεσμάτων.

### **Αξιολόγηση Προόδου Υλοποίησης του Σχεδίου Επικοινωνίας – Δείκτες Εκροών**

Το σύνολο των Μέτρων της Στρατηγικής και των επιμέρους δυνατικών ενεργειών που προβλέπονται από το προγραμματικό έγγραφο έχει ενεργοποιηθεί. Βασικό στοιχείο της υλοποίησης της Στρατηγικής αποτελούν οι ετήσιες εκστρατείες ενημέρωσης (οι οποίες διενεργούνται σύμφωνα με τις πρόνοιες της παρ. 2.1.2(β) του Παραρτήματος XII του Καν. 1303/2013), στο πλαίσιο των οποίων εντάσσεται και η πλειοψηφία των υπόλοιπων Μέτρων.

Περαιτέρω, κατά την τρέχουσα προγραμματική περίοδο, η υλοποίηση περιλαμβάνει και την οργάνωση διαδικτυακών εκστρατειών ενημέρωσης, με το ίδιο περιεχόμενο και στόχους με τις εκστρατείες που πραγματοποιούνται μέσω των ΜΜΕ. Η οργάνωση τέτοιων εκστρατειών βρίσκεται σε αντιστοιχία με την διαρκώς αυξανόμενη χρήση του διαδικτύου τόσο από τις επιχειρήσεις, όσο και το ευρύ κοινό για την αναζήτηση πληροφοριών σχετικών με την υλοποίηση των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων, όπως αναδεικνύεται από τις έρευνες που πραγματοποιήθηκαν στο πλαίσιο της πρώτης αξιολόγησης και επιβεβαιώνεται από τις έρευνες που ολοκληρώθηκαν στο πλαίσιο της παρούσας αξιολόγησης. Η υλοποίηση των εκστρατειών ενημέρωσης μέσω της συνδυασμένης χρήσης πολλαπλών εργαλείων επικοινωνίας και ο εμπλουτισμός του τρόπου υλοποίησης τους με την χρήση του διαδικτύου, αυξάνει τη φυσική υλοποίηση της Στρατηγικής και συμβάλει στην επίτευξη των αποτελεσμάτων.

Οι βασικές διαπιστώσεις αναφορικά με την εκτίμηση των δεικτών εκροών της Στρατηγικής Επικοινωνίας έχουν ως ακολούθως:

- Σε δύο Μέτρα, που αφορούν στην «Πληροφόρηση μέσω εξωτερικής διαφήμισης» και στην «Ενημέρωση μέσω έντυπου υλικού» καταγράφεται υπερκάλυψη του προγραμματικού στόχου.
- Στο Μέτρο των «Ηλεκτρονικών Μέσων Ενημέρωσης» και οι δύο δείκτες εκροών που χρησιμοποιούνται καταγράφουν ψηλή υλοποίηση, η οποία κινείται σε επίπεδα **84%** και **88%**. Αν και όπως είναι φυσικό η επισκεψιμότητα της σελίδας της Διαχειριστικής Αρχής δεν είναι σταθερή, αφού επηρεάζεται από την ύπαρξη προσκλήσεων, συνεδριάσεων η επικοινωνιακών εκδηλώσεων, η μέση τιμή για την περίοδο που εξετάστηκε προσεγγίζει το στόχο της Στρατηγικής, ο οποίος αναθεωρήθηκε μετά την πρώτη αξιολόγηση σε επίπεδα πολύ ψηλότερα του αρχικού. Επιπλέον, συνεχίζει να αυξάνεται και ο αριθμός εξωτερικών σελίδων που συνδέονται με τη σελίδα της Διαχειριστικής Αρχής. Αντίστοιχα, ο αριθμός των ατόμων που ακολουθούν την Facebook Fanpage της Δ.Α. συνεχίζει να παρουσιάζει αύξηση προσεγγίζοντας τον προγραμματικό στόχο.

- Στο Μέτρο των «*Ειδικών Εκδηλώσεων*» ο δείκτης που αφορά στον αριθμό των εκδηλώσεων που διοργανώνονται παρουσιάζει τιμή υλοποίησης ίση με το **63%** του προγραμματικού στόχου, ενώ ο δείκτης που μετρά τον αριθμό των παρευρισκόμενων σε αυτές αντιστοιχεί στο **84%** του στόχου. Σημειώνεται ότι η τιμή του δεύτερου δείκτη εμφανίζεται υποτιμημένη, δεδομένης της μη τήρησης στοιχείων σχετικά με τον αριθμό των παρευρισκόμενων σε ορισμένες εκδηλώσεις.
- Στο Μέτρο της «*Πληροφόρησης μέσω ΜΜΕ*», το οποίο είναι και το σημαντικότερο από άποψη χρηματοοικονομικής βαρύτητας Μέτρο, οι τέσσερις από τους πέντε δείκτες παρουσιάζουν ποσοστά επίτευξης που κινούνται μεταξύ **71%** και **90%**. Ουσιαστικά πρόκειται για τον αριθμό των εκστρατειών επικοινωνίας που διοργανώνονται και άλλα εργαλεία που χρησιμοποιούνται παράλληλα με αυτές, δηλαδή την καταχώρηση διαφημίσεων, την προβολή ταινιών, την έκδοση Δελτίων Τύπου. Εξαιρέση αποτελεί ο δείκτης που αφορά τον προβλεπόμενο αριθμό δημοσιογραφικών συσκέψεων (υλοποίηση 20%). Θα πρέπει να σημειωθεί ότι η χρησιμότητα αυτού του δείκτη για την μέτρηση των εκρμών του Μέτρου είναι αμφίβολη, αφού αφενός ο δείκτης αντιπροσωπεύει παρεμβάσεις ελάχιστης χρηματοοικονομικής βαρύτητας στο Μέτρο και αφετέρου η χρησιμότητα τέτοιων διασκέψεων έχει περιοριστεί στην πράξη.
- Τέλος, στο Μέτρο Πληροφόρησης των «*Πρωθητικών Αντικειμένων*» ο δείκτης εκρμών παρουσιάζει υστέρηση, αφού έχουν παραχθεί 12.930 πρωθητικά αντικείμενα και έχουν διανεμηθεί 11.909, που αντιστοιχούν στο 11,9% του προγραμματικού στόχου. Ο εξαιρετικά υψηλός στόχος της διανομής 100.000 πρωθητικών αντικειμένων συνιστά μάλλον προγραμματική αστοχία και θα πρέπει να διαμορφωθεί σε ρεαλιστικότερα επίπεδα.

Σε γενικές γραμμές η εξέλιξη των εκρμών καταγράφεται ως ικανοποιητική, οι τιμές – στόχοι στην πλειοψηφία των δεικτών εκτιμάται ότι θα επιτευχθούν με την ολοκλήρωση της προγραμματικής περιόδου και την υλοποίηση των υπόλοιπων ενεργειών που προγραμματίζονται (διαφημιστικές εκστρατείες, διαφημίσεις, εκδηλώσεις, κλπ.). Θα πρέπει πάντως να σημειωθεί ότι η συνεχώς αυξανόμενη χρήση του διαδικτύου για τους σκοπούς της επικοινωνίας, σε συνδυασμό με την επίσης αυξανόμενη χρήση του από δικαιούχους, δυνητικούς δικαιούχους και ευρύ κοινό ως πηγή πληροφόρησης, περιορίζει τη χρησιμότητα κάποιων άλλων εργαλείων πληροφόρησης και κατά αντιστοιχία και κάποιων δεικτών εκρμών. Για παράδειγμα, η δεικτοποίηση του αριθμού των Δελτίων Τύπου που εκδίδονται, ή ακόμα περισσότερο ο αριθμός των εντύπων που παράγονται και διανέμονται θα πρέπει να αντιμετωπισθούν υπό το πρίσμα της χρήσης του διαδικτύου στο σχεδιασμό στρατηγικών στο μέλλον.

### **Κόστος Υλοποίησης**

Η επιτάχυνση της υλοποίησης έχει ως αποτέλεσμα την απορρόφηση του μεγαλύτερου τμήματος του προϋπολογισμού της Στρατηγικής, όπως αυτός αναμορφώθηκε μετά την



αναθεώρησή του. Μέχρι 30/4/2019 έχει απορροφηθεί το **77,16%** των διαθέσιμων πόρων της Στρατηγικής.

Μέχρι το πέρας της προγραμματικής περιόδου εκτιμάται ότι θα επέλθει απορρόφηση του συνολικού προϋπολογισμού με την ολοκλήρωση των εκστρατειών ενημέρωσης και των λοιπών Μέτρων της Στρατηγικής. Περαιτέρω, το γεγονός ότι οι δείκτες εκροών, ιδιαίτερα εκείνων που συνδέονται με παρεμβάσεις ψηλής χρηματοδοτικής βαρύτητας, παρουσιάζουν ρυθμούς υλοποίησης μεγαλύτερους του 80%, αποτελεί ένδειξη της συνεχιζόμενης ψηλής αποδοτικότητας της υλοποίησης, όπως εντοπίστηκε και κατά την πρώτη αξιολόγηση της Στρατηγικής.

### **Αξιολόγηση Αποτελεσμάτων**

Τα αποτελέσματα της Στρατηγικής Επικοινωνίας εκτιμώνται με βάση τα αποτελέσματα των δύο Ερευνών (Κοινού και Επιχειρήσεων) που οργανώθηκαν από το Σύμβουλο Αξιολόγησης. Τα ερωτήματα των δύο Ερευνών σχεδιάστηκαν με τρόπο ώστε να είναι δυνατή η μέτρηση των συγκεκριμένων δεικτών αποτελεσμάτων που περιλαμβάνονται στην Στρατηγική και να ακολουθούνται οι κατευθύνσεις που αυτή περιλαμβάνει σχετικά με τον τρόπο εκτίμησης κάθε δείκτη. Παράλληλα, ο σχεδιασμός των ερωτήσεων έλαβε υπόψη την εμπειρία από τη διενέργεια αντίστοιχων ερευνών από την πρώτη αξιολόγηση, ώστε να είναι δυνατή η ευθεία σύγκριση των αποτελεσμάτων των ερευνών στις δύο περιόδους που διενεργήθηκαν.

Τα βασικά συμπεράσματα ως προς την αξιολόγηση των αποτελεσμάτων συνοψίζονται στα εξής:

- Τα αποτελέσματα στο επίπεδο του Ειδικού Στόχου 1 εκτιμώνται με βάση δύο δείκτες, οι οποίοι αφορούν το «Ποσοστό δυνητικών Δικαιούχων που θεωρούν ότι διαθέτουν ευκολία πρόσβασης σε πληροφορίες σχετικά με τις παρεμβάσεις κάθε ΕΠ» και το «Ποσοστό δυνητικών Δικαιούχων που είναι ικανοποιημένοι από την πληρότητα των πληροφοριών που τους παρασχέθηκαν». Σύμφωνα με την έρευνα επιχειρήσεων, με την οποία μετρώνται οι δείκτες αυτοί, επιτυγχάνονται τιμές της τάξης του **68%** και **74%** αντίστοιχα, οι οποίες υπερβαίνουν σημαντικά τους προγραμματικούς στόχους (60% για το ποσοστό των δυνητικών δικαιούχων που διαθέτουν ευκολία πρόσβασης σε πληροφορίες και 68% για εκείνους που είναι ικανοποιημένοι από τις πληροφορίες που τους παρασχέθηκαν. Επιπλέον, η δεύτερη αυτή έρευνα επιβεβαιώνει ουσιαστικά τις ψηλές τιμές που εκτιμήθηκαν για τους δείκτες αυτούς ήδη από την αρχή της προγραμματικής περιόδου (Έρευνες 2017), αφού οι διαφορές της τάξης του 1,5% που παρατηρούνται μεταξύ των δύο ερευνών δεν συνιστούν ουσιαστική διαφοροποίηση.
- Όσον αφορά τον Ειδικό Στόχο 2, το «Ποσοστό δυνητικών Δικαιούχων που γνωρίζουν για ευκαιρίες από τα ΕΔΕΤ που παρέχονται μέσω των ΕΠ» διαμορφώνεται στο **85%** υπερκαλύπτοντας κατά 11 ποσοστιαίες μονάδες τον προγραμματικό στόχο. Αντίστοιχα σημαντικά υπερκάλυψη διαπιστώθηκε και κατά την πρώτη έρευνα επιχειρήσεων, όπου το σχετικό ποσοστό προσέγγιζε το 90%.

Σημειώνεται κατά την περίοδο διεξαγωγής της πρώτης έρευνας είχε προκηρυχθεί ένας μεγάλος αριθμός Σχεδίων Χορηγιών και οι σχετικές προσκλήσεις βρίσκονταν σε εξέλιξη, γεγονός που εξηγεί και το εξαιρετικά ψηλό του 90% όσον αφορά τη γνώση των ερωτώμενων για τα Σχέδια αυτά.

- Ως προς τον Ειδικό Στόχο 3, η «Διασφάλιση ότι όλοι οι φορείς που εμπλέκονται στην υλοποίηση των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων και ιδιαίτερα οι Δικαιούχοι είναι πλήρως ενημερωμένοι και τηρούν τις υποχρεώσεις τους» επιτυγχάνεται κατά **100%** αφού οι σχετικές υποχρεώσεις τηρούνται με βάση το υφιστάμενο σύστημα Διαχείρισης των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων, ελέγχονται κατά τους θεσμικά προβλεπόμενους ελέγχους χωρίς να παρατηρούνται αποκλίσεις.
- Το αποτέλεσμα του Ειδικού Στόχου 4 μετράται με βάση το ποσοστό του κοινού που έχει θετική άποψη για τη συμβολή της ΕΕ και των ΕΔΕΤ στην επίτευξη των στόχων των ΕΠ. Με βάση τις υφιστάμενες οδηγίες που θέτει η Στρατηγική για μέτρηση του δείκτη, η τιμή επίτευξης του διαμορφώνεται στο **17%** (έναντι 38% του προγραμματικού στόχου) που αντιστοιχεί στην ελάχιστη τιμή επίτευξης μεταξύ των στόχων των ΕΠ. Πρόκειται για τον στόχο της ενίσχυσης της διοικητικής ικανότητας του δημόσιου τομέα, αφού σε αυτόν τον στόχο εκτιμάται από το κοινό ως χαμηλότερη η συμβολή της ΕΕ. Πρόκειται για τον μόνο δείκτη αποτελέσματος ο οποίος αποκλίνει του προγραμματικού στόχου. Θα πρέπει πάντως να σημειωθεί ότι η αξιολόγηση αυτή του κοινού για έναν στόχο ο οποίος έχει χαμηλή χρηματοδοτική βαρύτητα στο σύνολο των παρεμβάσεων των ΕΔΕΤ, δεν είναι αντιπροσωπευτική της γνώμης του κοινού για την συμβολή της ΕΕ στην επίτευξη των στόχων της πολιτικής γενικότερα. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι η θετική άποψη του κοινού για τη συμβολή της ΕΕ και των ΕΔΕΤ στην επίτευξη του στόχου της ενεργειακής αναβάθμισης και χρήσης ανανεώσιμων πηγών ενέργειας ανέρχεται σε 51% έναντι 50% του στόχου της ενίσχυση των ΤΠΕ και 49% του στόχου της προστασίας του περιβάλλοντος. Κατά συνέπεια θα πρέπει ενδεχομένως να επανεξετασθεί ο τρόπος εκτίμησης του δείκτη (π.χ. αντί της ελάχιστης τιμής που αντιστοιχεί στην άποψη του κοινού για έναν στόχο να χρησιμοποιείται η μέση τιμή όλων των στόχων, ή ομάδας στόχων ανά ΕΔΕΤ, κλπ).
- Στο πλαίσιο του Ειδικού Στόχου 5 το επιδιωκόμενο αποτέλεσμα μετράται με το ποσοστό του κοινού που μπορεί να κατονομάσει συγκεκριμένα έργα που συγχρηματοδοτούνται από τα ΕΔΕΤ. Η τιμή που προκύπτει από την αντίστοιχη έρευνα είναι **56%**, ποσοστό υπερδιπλάσιο του αντίστοιχου κατά την πρώτη αξιολόγηση (25%). Αν και η τιμή αυτή υπολείπεται του στόχου του 66%, η μεγάλη αύξηση είναι αποτέλεσμα της επιτάχυνσης της υλοποίησης των έργων, ενώ με την ολοκλήρωση και άλλων παρεμβάσεων που είναι σε εξέλιξη, παράλληλα με τη συνέχιση υλοποίησης των Μέτρων Πληροφόρησης, η αναγνωρισιμότητα των έργων εκτιμάται ότι θα προσεγγίσει τον στόχο της Στρατηγικής.

- Τέλος, στο πλαίσιο Ειδικού Στόχου 6, μετράται ο δείκτης «Ποσοστό του κοινού που θεωρεί ότι η χρηματοδότηση έργων από τα ΕΠ έχει ωφελήσει τη χώρα». Με βάση την Έρευνα Κοινού αυτός εκτιμήθηκε στο **51%** έναντι 53% που είναι ο προγραμματικός στόχος και 54% περίπου που είχε εκτιμηθεί κατά την πρώτη αξιολόγηση. Η μικρή απόκλιση από τον στόχο που διαπιστώνει η παρούσα έρευνα δεν είναι σημαντική και εκτιμάται ότι θα καλυφθεί με την ολοκλήρωση των έργων στο πλαίσιο των ΕΠ και την υλοποίηση των προγραμματιζόμενων δράσεων επικοινωνίας και προβολής.

Στο πλαίσιο της Έρευνας Κοινού έγινε ιδιαίτερη εστίαση σε ένα υποσύνολο του δείγματος που αφορά άτομα που εργάζονται στην εκπαίδευση και την έρευνα. Σε γενικές γραμμές διαπιστώνεται ότι σε αυτή την ομάδα – στόχο το σύνολο των δεικτών αποτελεσμάτων εμφανίζει σημαντικά υψηλότερες τιμές σε σχέση με αυτές στο σύνολο του δείγματος.

Επιπλέον, η θετική εξέλιξη των αποτελεσμάτων της Στρατηγικής Επικοινωνίας, ενισχύεται από τις απαντήσεις τόσο του Κοινού όσο και των Επιχειρήσεων σε ορισμένα ερωτήματα που τέθηκαν αναφορικά προς την αναγνώριση των ωφελειών της χώρας από την υλοποίηση των έργων και τον ρόλο που διαδραματίζει η ΕΕ. Ειδικότερα:

- Με τη θέση ότι μέσω των Ταμείων η ΕΕ προωθεί και στηρίζει την οικονομική και κοινωνική συνοχή των κρατών μελών της» συμφωνεί το **64%** του κοινού και το **75%** των επιχειρήσεων.
- Με τη θέση ότι η «Η συμβολή της ΕΕ στην αναβάθμιση της χώρας μέσω των ΕΔΕΤ δημιουργεί αίσθημα ικανοποίησης από την ένταξη της χώρας στην ΕΕ» συμφωνεί (απόλυτα ή σχετικά) το **64%** του κοινού και το **67%** των επιχειρήσεων.
- Με τη θέση ότι μέσω των Ταμείων προωθείται η ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων συμφωνεί το **58%** του κοινού και το **76%** των επιχειρήσεων.

Τα παραπάνω ποσοστά είναι σημαντικά αυξημένα σε σχέση με την προηγούμενη έρευνα, τόσο όσον αφορά τις επιχειρήσεις όσο και το ευρύτερο κοινό. Περαιτέρω, σημαντική αύξηση της θετικής γνώμης του κοινού και των επιχειρήσεων σημειώνεται και σε σχέση με ερωτήματα που αφορούν την ίδια τη λειτουργία των Ταμείων (π.χ. αποτελεσματικότητα λειτουργίας) αν και αυτά κινούνται σε χαμηλότερα επίπεδα των παραπάνω ερωτημάτων. Η συνολική αύξηση των ποσοστών θετικής γνώσης στο σύνολο των ερωτημάτων αυτής της ενότητας μπορεί να αποδοθεί στο γεγονός ότι η προηγούμενη έρευνα έγινε στο μέσο μιας περιόδου οικονομικής κρίσης για τη χώρα, που δημιουργούσε ευρύτερες επιφυλάξεις έναντι των ερωτημάτων, τόσο από τις επιχειρήσεις όσο και από τα νοικοκυριά, ενώ η παρούσα έρευνα αντανακλά ένα ευρύτερο βελτιωμένο κλίμα.

### Συστάσεις της Αξιολόγησης

Με δεδομένα αφενός την επιτάχυνση της υλοποίησης των Μέτρων της Στρατηγικής Επικοινωνίας, που είχε άμεσα αποτελέσματα στην εξέλιξη των ποσοτικών δεικτών και

αφετέρου το γεγονός ότι η ολοκλήρωσή της διαφαίνεται ότι θα επιφέρει πλήρη κάλυψη της στοχοθεσίας στα πλαίσια του προϋπολογιζόμενου κόστους, η Έκθεση Αξιολόγησης δεν προτείνει τροποποιήσεις όσον αφορά το περιεχόμενο της Στρατηγικής. Οι συστάσεις που περιλαμβάνονται στην Έκθεση αφορούν ουσιαστικά δευτερεύοντα τεχνικά θέματα, όπως:

*1. Την ανάγκη επικαιροποίησης της στοχοθεσίας ορισμένων δεικτών εκρών για την προσαρμογή τους στα πραγματικά δεδομένα της υλοποίησης.*

Με βάση τα στοιχεία της υλοποίησης των Μέτρων προτείνεται η αναμόρφωση της τιμής στόχου των ακόλουθων δεικτών:

- *Πρωθητικά Αντικείμενα:* Δεδομένου ότι μέχρι σήμερα έχουν κατασκευαστεί περίπου 12.930 πρωθητικά αντικείμενα και έχουν διανεμηθεί περίπου 11.909 από αυτά, προτείνεται η αναμόρφωση της τιμής στόχου στα περισσότερο ρεαλιστικά επίπεδα της διανομής 15.000 πρωθητικών αντικειμένων.
- *Πληροφόρηση μέσω Εξωτερικής Διαφήμισης:* Προτείνεται η επικαιροποίηση του στόχου του δείκτη στις 3.000 αφίσες που εκτυπώνονται για εξωτερική διαφήμιση, ώστε να ενσωματωθεί στο στόχο η παραγωγή αφισών που έχει ήδη πραγματοποιηθεί.
- *Ενημέρωση μέσω έντυπου υλικού:* Αντίστοιχα με το προηγούμενο Μέτρο, προτείνεται η επικαιροποίηση της τιμής στόχου στα 50 έντυπα.

*2. Γενικότερες επισημάνσεις αναφορικά προς τη διαμόρφωση και μέτρηση δεικτών της Στρατηγικής.*

Περαιτέρω, η αξιολόγηση αναδεικνύει κάποια συμπεράσματα τα οποία μπορούν να ληφθούν υπόψη για τον σχεδιασμό αντίστοιχων συστημάτων δεικτών εκρών και αποτελεσμάτων, κατά τον σχεδιασμό επόμενων στρατηγικών, ώστε να επιτυγχάνεται καλύτερη μέτρηση των πραγματικών εκρών ή αποτελεσμάτων, λαμβάνοντας υπόψη τη φύση των μέτρων που υλοποιούνται. Ειδικότερα:

- Η ολοένα μεγαλύτερη χρήση των Ηλεκτρονικών Μέσων ως εργαλείου της Στρατηγικής Επικοινωνίας, η οποία βρίσκεται σε άμεση συνάφεια από τη συνεχιζόμενη διείσδυσή του και την αύξηση της χρήσης του ως μέσου πληροφόρησης από επιχειρήσεις και νοικοκυριά, καθιστά ορισμένες παρεμβάσεις της στρατηγικής λιγότερο σημαντικές για την επίτευξη των στόχων της από ότι στο παρελθόν. Στο πλαίσιο αυτό ο δείκτης που αφορά τον αριθμό των πληροφοριακών εντύπων που παράγονται και διανέμονται εκτιμάται ότι θα αντιπροσωπεύει όλο και μικρότερη χρηματοδοτική βαρύτητα, αφού η αναγκαία ενημέρωση παρέχεται από την σελίδα της Διαχειριστικής Αρχής και των Ενδιάμεσων Φορέων. Στο πλαίσιο αυτό, το σύστημα δεικτών μπορεί να δίνει μεγαλύτερη σε άλλα μέσα πληροφόρησης (επισκεψιμότητα ηλεκτρονικών μέσων,

κλπ) μη περιλαμβάνοντας δείκτες που αφορούν σε εκτυπώσεις εντύπων και οδηγών.

- Αντίστοιχη παρατήρηση μπορεί να διατυπωθεί και στους δείκτες που αφορούν στον αριθμό δημοσιογραφικών διασκέψεων, που αποτελεί εργαλείο που δεν φαίνεται ότι χρησιμοποιείται από τη ΔΑ ή τους Ενδιάμεσους Φορείς, καθώς και στον αριθμό Δελτίων Τύπου που δημοσιεύονται.

Στο επίπεδο των δεικτών αποτελεσμάτων εντοπίζεται η ανάγκη καλύτερης μέτρησης του δείκτη «Ποσοστό του κοινού που έχει θετική άποψη για τη συμβολή της ΕΕ και των ΕΔΕΤ στην επίτευξη των στόχων των ΕΠ». Η μέτρηση της άποψης του κοινού στο επίπεδο των στόχων για κάθε Άξονα Προτεραιότητας αποτελεί κανονιστική υποχρέωση για τη Στρατηγική. Σύμφωνα με το σύστημα αξιολόγησης της στρατηγικής η μέτρηση του δείκτη αυτού γίνεται με βάση το στόχο ο οποίος παρουσιάζει το χαμηλότερο ποσοστό θετικής άποψης, γεγονός το οποίο υποεκτιμά σοβαρά την άποψη του κοινού σχετικά με τη συμβολή της ΕΕ στο σύνολο των στόχων του κάθε ΕΠ. Όπως φαίνεται στην πράξη, για κάποιους στόχους είναι δυνατόν η άποψη του κοινού να αποκλίνει σημαντικά από την άποψη του για τους άλλους στόχους, είτε λόγω της φύσης των παρεμβάσεων που ο στόχος αυτός περιλαμβάνει που ενδεχομένως να τις καθιστούν λιγότερο ορατές στο ευρύτερο κοινό (π.χ. παρεμβάσεις που αφορούν στο Δημόσιο τομέα), είτε διότι δεν είναι απόλυτα σαφής για το κοινό η σύνδεση μεταξύ των παρεμβάσεων που γνωρίζει ότι υλοποιούνται με τους ευρύτερους στόχους του προγραμματισμού. Το αποτέλεσμα είναι ότι ο δείκτης που χρησιμοποιείται δεν αντανακλά την πραγματική άποψη του κοινού η των επιχειρήσεων για τη συμβολή της ΕΕ στην επίτευξη των στόχων, όπως εξάλλου διαφαίνεται και από την αναντιστοιχία που παρουσιάζεται μεταξύ της τιμής αυτού του δείκτη με άλλους συναφείς δείκτες που μετρώνται. Στο πλαίσιο αυτό προτείνεται η βελτίωση του τρόπου μέτρησης του δείκτη, ώστε αυτός να μετράται ως ο αριθμητικός μέσος της άποψης του κοινού μεταξύ όλων των στόχων που μετρώνται από την έρευνα (αντί της χαμηλότερης τιμής που καταγράφεται μεταξύ όλων των στόχων που χρησιμοποιείται ως τιμή επίτευξης). Περαιτέρω, θα μπορούσε ο προτεινόμενος νέος τρόπος μέτρησης να παρέχει καλύτερη εικόνα της άποψης του κοινού ανά Επιχειρησιακό Πρόγραμμα (ο αριθμητικός μέσος της άποψης που εκφράζεται για τους στόχους μπορεί να μετράται ξεχωριστά για τους στόχους του κάθε ΕΠ) παρέχοντας χρήσιμες πληροφορίες για τους φορείς σχεδιασμού και υλοποίησης της Στρατηγικής Επικοινωνίας.

## EXECUTIVE SUMMARY

The Communication Strategy of the Operational Programmes “Competitiveness and Sustainable Development” and “Employment, Human Resources and Social Cohesion”, has been prepared by the Directorate General for European Programmes, Coordination and Development, as the Managing Authority of those two Programmes and has been approved by the Monitoring Committee, based on the provisions of the current regulatory framework regarding Information and Communication Actions of the Operational Programmes for the programming period 2014-2020.

The second evaluation of the Communication Strategy refers to the current Strategy Paper, as updated since after the first evaluation in 2017, based on the implementation progress and the Evaluation Recommendations for amendments (rewording of target indicators, budget adjustment).

### **Evaluation of Strategy**

The acceleration of the implementation of the Operational Programmes after the first evaluation of the Communication Strategic in 2017, led to the respective acceleration of the Measures included in the Strategy. As stated in the first evaluation, the plan includes a comprehensive communication strategy that utilises all modern communication tools for promoting the objectives and results of the two Operational Programmes and the role of the European Union in the implementation of interventions in Cyprus. In particular, the structure of the Strategy, following the provisions of the institutional framework, was developed in a structured form and included the objectives, the target audience, the strategy and the content of the communication measures, the indicative budget, the services and the bodies responsible for the implementation of communication measures and the necessary indications of how the measures should be evaluated.

For the achievement of the general and specific objectives, the Strategy adopts an integrated set of interlinked measures of information and communication tools, tailored to the effective approach of the three target groups (beneficiaries, potential beneficiaries and the general public), incorporating all the mandatory provisions of the programming framework.

The update of the Communication Strategy after its first evaluation did not lead to essential changes. Implementation continued with the adoption of an integrated approach in the implementation of the individual Measures, through complex information campaigns with parallel and combined use of multiple communication and information tools (radio, television and internet campaigns, internet campaigns, informative and other events, interviews, production and distribution of printed material, promotional items, etc.).

The design of information campaigns that combine usage of multiple communication tools has emerged as a good practice during the previous programming period and continues to be implemented with visible results on the objectives of the Communication Strategy, both in terms of outputs and results.

### **Evaluation of Implementation Progress – Output Indicators**

All of the Strategy's Measures and the individual potential actions foreseen in the programming document have been activated. A key element of the implementation of the Strategy is the annual information campaigns (carried out in accordance with the provisions of paragraph 2.1.2 (b) of Annex XII of Reg. 1303/2013), including also the majority of the remaining Measures.

Furthermore, during the current programming period, the implementation also includes the organisation of online information campaigns, with the same content and objectives as the campaigns carried out through the mass media. The organisation of such campaigns is in line with the ever-increasing use of the Internet by both businesses and the general public to seek information on the implementation of the Operational Programmes, as confirmed by the research carried out in the first evaluation and from the surveys of this evaluation. The implementation of information campaigns through the combined use of multiple communication tools and the enrichment of their implementation through the use of the Internet, increases the implementation of the Strategy and contributes to the achievement of the required results.

The main findings regarding the estimation of the Output Indicators of the Communication Strategy are as follows:

- In two Measures, “*Information through external advertising*” and “*Information through printed material*”, over-achievement of the programme’s objectives is recorded.
- In the Measure “*Electronic information means*”, both output targets show high implementation between **84%** and **88%**. Despite the fact that the traffic to the website of the MA fluctuates depending on project notices, major events or other updates, the average number of visits per month is close to the target set by the strategy, a target that has been revised after the first evaluation to higher significantly higher levels. In addition, the number of external pages linked to the Managing Authority’s website continues to increase. Respectively, the number of people who follow the MA’s Facebook Funpage continues to show an increase towards the programme’s target
- In the Measure “*Special events*” the indicator which refers to the number of events organized, shows an implementation rate of **63%**, while the indicator measuring the number of attendees is at **84%** of the target. It should be noted that the value of the second indicator appears to be underestimated given the lack of data on the number of attendees at certain events.

- In the Measure *“Information through mass media”* which is the most important Measure in terms of financial weight, four out of five indicators show implementation levels between **71%** and **90%**. This is essentially the number of communication campaigns organised and other tools used in parallel, i.e. ad placement, press releases etc. An exception is the indicator for the planned number of journalistic meetings (implementation of 20%). It should be noted that the usefulness of this indicator to measure the outputs of the Measure is questionable, since the indicator represents interventions of a minimum financial weight and the effectiveness of such conferences has been limited in practice.
- Finally, in the Measure *“Promotional Items”* the output indicator is lagging behind, since about 12930 promotional items have been produced and 11909 have been distributed, corresponding to 11.9% of the programme’s target. The extremely high target of distributing 100000 promotional items is rather a programmatic failure and should be made more realistic.

In general, output indicator values are satisfactory, the target values in the majority of the indicators are expected to be achieved by the completion of the programming period and the implementation of the remaining planned actions (promotional campaigns, advertisements, events, etc.). It should be noted, that the ever-increasing use of the Internet for communication purposes, coupled with its increasing use by beneficiaries, potential beneficiaries and the general public as a source of information, limits the usefulness of some other information tools and output indicators. For example, the indicator about the number of press releases issued or even more about the number of printed material produced and distributed, should be addressed in the light of the usage of the Internet in future strategies.

### **Implementation Cost**

The acceleration of the implementation resulted in the absorption of most of the strategy's budget, as this has been revised. Until 30/4/2019, **77,16%** of the available resources have been absorbed.

Until the end of the programming period, it is estimated that the overall budget will be absorbed following the completion of the information campaigns and other Strategy’s Measures. Furthermore, the fact that output indicators, especially those associated with interventions of high financial weight, have an implementation rate of more than 80%, is an indication of the continued high performance of implementation as this was identified in the first evaluation of the Strategy.

### **Evaluation of Results**

The results of the Communication Strategy are assessed on the basis of the results of the two surveys (General Public and Enterprises) organised by the Evaluator. The questions of the two surveys were designed in such a way to be possible to measure the specific result indicators included in the Strategy and follow the directions regarding how



each indicator should be evaluated. At the same time, both surveys took into account previous experience of carrying out similar surveys during the first evaluation, so that the results of the surveys can be directly comparable.

The main conclusions regarding the evaluation of the results are summarized as follows:

- The results at the level of Specific Objective 1 are assessed on the basis of two indicators related to the *"Percentage of potential Beneficiaries who consider that they have easy access to information on the interventions of each OP"* and *"Percentage of potential Beneficiaries who are satisfied with the completeness of information provided to them"*. According to the enterprise survey, values of **68%** and **74%** respectively are achieved, significantly exceeding the programme's objectives (60% for the percentage of potential beneficiaries with easy access to information and 68% for those who are satisfied with the information provided). In addition, this second survey essentially confirms the high values estimated for these indicators from the beginning of the programming period (2017 surveys), since the differences of 1.5% between the two surveys do not constitute a substantial differentiation.
- For Specific Objective 2, the *"Percentage of potential beneficiaries who know of ESIF opportunities provided through the OPs"* is **85%**, outperforming the programme's target by 11%. Respectively, significant results were also found in the first enterprise survey, where the percentage was close to 90%. It should be noted that during the period of the first survey, a large number of Grant Schemes had been launched and the relevant calls were under way, a fact that explains the extremely high value of 90%.
- For Specific Objective 3, *"Ensuring that all the bodies involved in the implementation of the Operational Programmes and in particular the Beneficiaries are fully informed and fulfil their obligations"* is achieved by **100%** as the relevant obligations are respected based on the existing Management System of the Operational Programmes and are monitored by the respective institutional without any discrepancies.
- The result of Specific Objective 4 is measured by the percentage of the public that has a positive view of the contribution of the EU and of ESIF to the achievement of the OP objectives. Based on the existing guidelines set by the Strategy for measuring the indicator, its value is **17%** (compared to 38% of the programme's target), which is the lowest achievement value among OP objectives. This is the objective of strengthening the administrative capacity of the public sector, as the public considers as low EU's contribution. This is the only result indicator that deviates from the programming objective. However, it should be noted that this value is not necessary representative of the public's opinion on the EU's contribution to the achievement of policy objectives in general. Indicatively, the public's positive view of the contribution of the EU and ESIF to

achieving the goal of energy upgrading and the use of renewable energy sources is 51%, compared to 50% of the ICT and 49% of the environmental protection objective. So, it may be necessary to review the way the indicator is assessed (e.g. instead of using the minimum value corresponding to the public's view, use average values of all targets or target group per ESIF etc.).

- Regarding Specific Objective 5, the anticipated result is measured by the percentage of public that can name specific projects co-funded by ESIF. The value resulting from the survey is **56%**, more than double than the value of the first survey (25%). Although this is below the target of 66%, the great increase is the result of the acceleration of the implementation of the projects, while with the completion of other interventions that are in progress, along with the continuation of the implementation of the Information Measures, the acknowledgment of the projects is estimated that will approach the Strategy's goal.
- Finally, regarding Specific Objective 6, the indicator "*Percentage of the public who considers that OP funding has benefited the country*" is measured. Based on the General Public survey, it was estimated at **51%** against 53% of the programme's target and approximately 54% estimated during the first evaluation. The small deviation from the objective of this survey is not significant and is estimated to be covered by the completion of OP's projects and the implementation of planned communication and promotional actions.

During the General Public survey, particular emphasis was placed on a subset of people working in education and research. In general, it is noted that in this target group all of the result indicators values are significantly higher than those in the whole sample.

Moreover, the positive evolution of the Communication Strategy results is reinforced by the responses of both the General Public and Enterprises to some questions raised regarding the recognition of the country's benefits from the implementation of the projects and the role of the EU. In particular:

- With the view that through EU Funds is promoted and supported the economic and social cohesion of EU Member States, agrees **64%** of the public and **75%** of the enterprises.
- With the view that "EU's contribution to the improvement of the country through ESIF creates a feeling of satisfaction for the country's accession to the EU" agrees (absolutely or relatively) **64%** of the public and **67%** of the enterprises.
- With the view that through EU Funds business competitiveness is being promoted, agrees **58%** of the public and **76%** of the enterprises.

Those percentages are significantly higher in comparison to the previous survey, both for enterprises and for the general public. Furthermore, a significant increase in the positive opinion of the public and enterprises is also noted in relation to questions concerning the

operation of the Funds (e.g. operational efficiency), although those are in lower levels. The overall increase in the rates of positive knowledge in all of the questions in this section may be attributed to the fact that the previous survey was in the midst of a period of economic crisis for the country that created wider doubts over questions from both enterprises and households, while the current survey reflects a broader improved climate.

### **Evaluation Proposals**

Given the acceleration of the implementation of the Strategic Communication Measures, which has had a direct positive effect on the indicators and the fact that its completion seems to lead to fully achieving targets within the estimated budget, the Evaluation Report does not propose any amendments to the content of the Strategy. The recommendations contained in the Report concern essentially minor technical issues such as:

1. *The need to update the targeting of some output indicators to adapt them to actual implementation data.*

Based on the implementation of the Measures, it is proposed to update the target values of the following indicators:

- *Promotional Items.* Since about 12930 promotional items have been produced and 11909 have been distributed, it is proposed to reformulate the target to the more realistic level distributing 15000 promotional items.
- *Information through external advertising.* It is proposed to update the indicator target to 3.000 posters printed for outdoor advertising in order to include the value of already produced posters.
- *Information through printed material.* Corresponding to the previous Measure, it is proposed to update the target to 50 printed materials.

2. *General remarks on the formulation and measurement of Strategy's indicators.*

Furthermore, the evaluation highlights some conclusions that can be taken into account in the design of relevant output and result indicators of future strategies in order to better measure actual outputs or results, taking into account the nature of the measures being implemented. Specifically:

- The increasing use of Electronic Media as a tool for Strategic Communication, which is directly linked to the Internet's continued penetration and increased use as an information medium by enterprises and households, makes some interventions of the strategy less relevant than in the past. In this context, the indicator on the number of printed materials produced and distributed is estimated to represent a decreasing financial weight, since the necessary

information is provided through the websites of the Managing Authority and the Intermediate Bodies. In this context, the indicator system should focus to other media (electronic media traffic etc.) and not including indicators for printed material and guides.

- A similar observation can be made for the indicators concerning the number of press conferences, a tool that does not seem to be used by the MA or the Intermediate Bodies, as well as the number of press releases published.

Regarding result indicators, there is a need for better measuring the *"Percentage of the public that has a positive view of the EU and ESIF contribution to achieving the OP objectives"*. Measuring public opinion at the level of objectives for each Priority Axis is a regulatory obligation for the Strategy. According to the strategy evaluation system, this indicator is measured on the basis of the lowest positive target, which seriously underestimates the public's view of the EU's contribution to the overall objectives of each OP. In practice, for some targets, public opinion may diverge considerably from the point of view on other objectives or because of the nature of the interventions that this objective might involve, rendering them less visible to the general public (e.g. public sector interventions), or because it is not entirely clear to the public the link between interventions known to be implemented with the wider objectives of programming. As a result, the indicator used does not reflect the actual view of the public or enterprises on the EU's contribution to the achievement of the targets, as also illustrated by the divergence between the value of this indicator and other relevant indicators measured. In this context, it is proposed to improve the way the indicator is measured in order to measure it as the arithmetic average of the public opinion among all the objectives measured by the survey (instead of the lower value recorded among all the targets used as the achievement value) . Furthermore, the proposed new measurement method could provide a better view of the audience's opinion per Operational Programme (the arithmetic average of the opinion expressed for the objectives can be measured separately for the objectives of each OP) providing useful information for the design and implementation of the Communication Strategy.

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ: ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ – ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΩΝ

### ΕΡΕΥΝΑ ΚΟΙΝΟΥ

Η Έρευνα Κοινού πραγματοποιήθηκε σε δείγμα 750 ατόμων, ηλικίας 18+ ετών από ολόκληρη της χώρα και σε αυτή συμμετείχαν άνδρες και γυναίκες από όλες τις επαρχίες και όλες τις κοινωνικές τάξεις. Το δείγμα σταθμίστηκε κατά δημογραφικές παραμέτρους για τη συνολική του ανάλυση, ενώ επιπλέον διεξήχθησαν 50 συνεντεύξεις με εκπαιδευτικούς και άτομα που εμπλέκονται γενικότερα με την εκπαίδευση και την έρευνα.

Η έρευνα, πραγματοποιήθηκε με τηλεφωνικές συνεντεύξεις μέσω δομημένου ερωτηματολογίου, το οποίο προετοιμάστηκε από τον Σύμβουλο σε συνεργασία με την Εταιρεία Ερευνών και εγκρίθηκε από τη Διαχειριστική Αρχή. Οι τηλεφωνικές συνεντεύξεις ήταν διάρκειας 20-25 λεπτών, ενώ το ερωτηματολόγιο συμπληρώθηκε με χρήση CATI

Η επιλογή των ερωτώμενων ήταν τυχαία. Στην έρευνα συμμετείχαν άνδρες και γυναίκες από όλες τις επαρχίες και όλες τις κοινωνικές τάξεις και το δείγμα σταθμίστηκε κατά δημογραφικές παραμέτρους για τη συνολική του ανάλυση. Επιπλέον διεξήχθησαν 50 συνεντεύξεις με εκπαιδευτικούς και άτομα που εμπλέκονται γενικότερα με την εκπαίδευση και την έρευνα. .

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε κατά τους μήνες Μάρτιο – Απρίλιο 2019.

### Ταυτότητα της Έρευνας

Έρευνα Κοινού: Κατανομή Δείγματος κατά φύλο και περιοχή διαμονής

ΕΠΑΡΧΙΑ	ΑΡΙΘΜΟΣ	%
Λευκωσίας	303	40,4%
Λεμεσού	214	28,5%
Λάρνακας	126	16,8%
Πάφου	60	8,8%
Αμμοχώστου	41	5,8%
Ανδρες	370	49,3%
Γυναίκες	380	50,7%

Έρευνα Κοινού: Κατανομή Δείγματος κατά φύλο και περιοχή διαμονής

Ομάδα Ηλικιών	Αριθμός	%
18-25	99	13,2%
26-35	165	21,9%
36-45	136	18,1%
46-55	150	20,0%
56-65	113	15,1%
65+	88	11,7%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>750</b>	<b>100,0%</b>

Έρευνα Κοινού: Κατανομή Δείγματος κατά Κοινωνική Τάξη.

ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΤΑΞΗ	ΑΡΙΘΜΟΣ	%
A – B	228	30,4%
Γ1	329	43,8%
Γ2	115	15,3%
Δ – E	78	10,4%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>750</b>	<b>100,0%</b>



**Ευρωπαϊκή Ένωση**  
Ταμείο Συνοχής



Κυπριακή Δημοκρατία



Διαρθρωτικά Ταμεία  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης στην Κύπρο



## **ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑ ΚΟΙΝΟΥ**

*Παροχή Υπηρεσιών για την  
Δεύτερη Αξιολόγηση  
της Στρατηγικής Επικοινωνίας 2014-2020  
(1/2019)*

Η Σύμβαση συγχρηματοδοτείται από το Ταμείο Συνοχής της ΕΕ

Λευκωσία, Μάρτιος 2019

Καλημέρα/ καλησπέρα σας. Είμαι ο/ η ..... από την εταιρεία ..... Αυτό το διάστημα διεξάγουμε μία έρευνα σε σχέση με την Ευρωπαϊκή Ένωση και θα μας ενδιέφερε να έχουμε και την δική σας γνώμη.

**Ερώτηση 1: Τα Ευρωπαϊκά Διαρθρωτικά και Επενδυτικά Ταμεία είναι τα Ταμεία μέσω των οποίων εφαρμόζεται η Πολιτικής Συνοχής της Ευρωπαϊκής Ένωσης και τα οποία χορηγούν κονδύλια προς τα κράτη – μέλη για να χρηματοδοτήσουν έργα σε διάφορους τομείς της οικονομίας. Γνωρίζετε την ύπαρξη των Ταμείων αυτών?**

Ναι	1
Όχι	2
ΔΓ/ΔΑ	3

*Ερώτηση 1.α. Εάν ΝΑΙ μπορείτε να μου κατονομάσετε ένα τουλάχιστον από αυτά τα Ταμεία?  
(αυθόρμητη απάντηση, πολλαπλή επιλογή)*

Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ)	01
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό ταμείο (ΕΚΤ)	02
Ταμείο Συνοχής	03
Πρωτοβουλία για την Απασχόληση Νέων (ΠΑΝ)	04
Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Αγροτικής Ανάπτυξης (ΕΓΤΑΑ)	05
Ευρωπαϊκό Ταμείο Θάλασσας & Αλιείας (ΕΤΘΑ)	06
Άλλη απάντηση (διευκρινίστε)	07
ΔΓ/ΔΑ	20

Εάν δεν κατονομάσουν κανένα Ταμείο

*Ερώτηση 1.α Έχετε ακούσει ποτέ κάτι για το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ), το οποίο συγχρηματοδοτεί αστικά έργα, έργα για βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων, έργα εξοικονόμησης ενέργειας, έργα ενίσχυσης της έρευνας και καινοτομίας;*

Ναι	1
Όχι	2
ΔΓ/ΔΑ	3

*Ερώτηση 1.β Έχετε ακούσει ποτέ κάτι για το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο (ΕΚΤ), το οποίο συγχρηματοδοτεί έργα για προώθηση της απασχόλησης, της εκπαίδευσης και κατάρτισης καθώς και έργα για κοινωνική ένταξη ευάλωτων ομάδων πληθυσμού;*

Ναι	1
Όχι	2
ΔΓ/ΔΑ	3

*Ερώτηση 1.γ Έχετε ακούσει ποτέ κάτι για το Ταμείο Συνοχής (ΤΣ), το οποίο συγχρηματοδοτεί μεγάλα έργα υποδομής στους τομείς του περιβάλλοντος και μεταφορών;*

Ναι	1
Όχι	2
ΔΓ/ΔΑ	3

Ερώτηση 1.δ. Έχετε ακούσει ποτέ κάτι για την Πρωτοβουλία για την Απασχόληση των Νέων (ΠΑΝ), το οποίο συγχρηματοδοτεί έργα για προώθηση της απασχόλησης των νέων;

Ναι	1
Όχι	2
ΔΓ/ΔΑ	3

Ερώτηση 2: Γνωρίζετε τι είναι τα Επιχειρησιακά Προγράμματα?

Ναι	1
Όχι	2
ΔΓ/ΔΑ	3

Ερώτηση 3: Παρακαλώ προσπαθήστε να θυμηθείτε αν έχετε ακούσει ή έχετε διαβάσει κάτι για τις χρηματοδοτήσεις της ΕΕ στην Κύπρο ή τα Επιχειρησιακά Προγράμματα ή τα Ευρωπαϊκά Ταμεία από (Πολλαπλή απάντηση)

Ραδιόφωνο	01
Τηλεόραση	02
Περιοδικά	03
Εφημερίδες	04
Εξωτερικές πινακίδες	05
Ιστοσελίδες	06
Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (facebook)	07
Ενημερωτικές Εκδηλώσεις	08
Ενημερωτικά Έντυπα / Φυλλάδια	09
Συμβούλους επιχειρήσεων - Λογιστές	10
Επαγγελματικό Περιβάλλον	11
Φίλους/ γνωστούς	12
Άλλο	25
Δεν έχω ακούσει/διαβάσει	30

Ερώτηση 4: Μετά την ένταξη της χώρας στην ΕΕ υλοποιούνται στη Κύπρο έργα που χρηματοδοτούνται από τα Ευρωπαϊκά Ταμεία. Κατά πόσο θεωρείτε ότι η Κύπρος έχει επωφεληθεί από τη χρηματοδότηση των έργων αυτών?

Πολύ	1
Αρκετά	2
Λίγο	3
Δεν έχει ωφεληθεί καθόλου	4
ΔΓ/ΔΑ	5

Ερώτηση 5: Θα σας αναφέρω κάποιους στόχους που επιδιώκει να επιτύχει η χώρα με τη συνεισφορά και βοήθεια των Ευρωπαϊκών Ταμείων. Θα ήθελα να μου πείτε κατά πόσο θεωρείτε ότι η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει συμβάλει στην επίτευξη των στόχων αυτών.

Στόχος	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	ΔΑ
1) Ενίσχυση της παραγωγικότητας των επιχειρήσεων	1	2	3	4	5
2) Ενίσχυση της Έρευνας – Καινοτομίας	1	2	3	4	5
3) Ενίσχυση των Τεχνολογιών Πληροφορικής	1	2	3	4	5



και Επικοινωνιών					
4) Βελτίωση των υποδομών	1	2	3	4	5
5) Προστασία του περιβάλλοντος	1	2	3	4	5
6) Προσαρμογή στην Κλιματική Αλλαγή	1	2	3	4	5
7) Προώθηση βιώσιμων μεταφορών	1	2	3	4	5
8) Ενεργειακή αναβάθμιση και χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας	1	2	3	4	5
9) Αναβάθμιση αστικού περιβάλλοντος	1	2	3	4	5
10) Προώθηση της απασχόλησης	1	2	3	4	5
11) Προώθηση της απασχόλησης των νέων	1	2	3	4	5
12) Καταπολέμηση της φτώχειας και του κοινωνικού αποκλεισμού (κοινωνικές υποδομές)	1	2	3	4	5
13) Προώθηση εκπαίδευσης – κατάρτισης – δια βίου μάθησης	1	2	3	4	5
14) Ενίσχυση της διοικητικής ικανότητας του Δημόσιου Τομέα	1	2	3	4	5

**Ερώτηση 6: Μπορείτε να αναφέρετε κάποιο/α συγκεκριμένο/α έργο/α που γνωρίζετε ότι έχει συγχρηματοδοτηθεί από τα Ευρωπαϊκά Ταμεία, σε οποιοδήποτε τομέα, όπως για παράδειγμα έργα για τη βελτίωση των μεταφορικών υποδομών, έργα ανάπτυξης στις πόλεις, έργα για την προστασία του περιβάλλοντος, έργα για διαχείριση απορριμμάτων και ανακύκλωση, χορηγίες για στήριξη επιχειρήσεων, σχέδια για άνεργους, σχέδια για κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού, κλπ?**

.....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....

**Ερώτηση 7: Έχετε ποτέ αναζητήσει ή πάρει πληροφορίες για τα Σχέδια ή Προγράμματα που συγχρηματοδοτούνται από τα Ταμεία της Ευρωπαϊκής Ένωσης και απευθύνονται στις επιχειρήσεις ή στους πολίτες;**

Ναι	1
Όχι	2

**Ερώτηση 7.α. Αν ΝΑΙ, για πιο ή ποια Προγράμματα η Σχέδια Χορηγιών έχετε πάρει πληροφορίες;**

(πολλαπλή απάντηση)

Σχέδια χορηγιών για ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ του μεταποιητικού τομέα	01
Σχέδια Ενίσχυσης της Γυναικείας και Νεανικής Επιχειρηματικότητας	02
Σχέδια στον τομέα της Έρευνας και Καινοτομίας	03
Σχέδια για την ενεργειακή αναβάθμιση σε κατοικίες και επιχειρήσεις	04
Σχέδια για τον Αγροτουρισμό και την αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος	05
Σχέδιο χορηγιών για εργοδότηση ανέργων	06

Σχέδια για εργοδότηση άνεργων νέων	07
Σχέδια για εργοδότηση ατόμων με αναπηρία και χρόνιες παθήσεις	08
Σχέδια εργοδότησης ατόμων πάνω των 50 ετών	09
Άλλο (διευκρινίστε) .....	10
ΔΓ/ΔΑ	20

Ερώτηση 7.β. Από ποιά πηγή αναζητήσατε ή πήρατε πληροφορίες;  
(πολλαπλή απάντηση)

Από κάποιο Υπουργείο, κυβερνητικό Τμήμα ή άλλη Υπηρεσία	01
Από ιστοσελίδες	02
Από Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (facebook)	03
Από συμβούλους επιχειρήσεων - λογιστές	04
Από εφημερίδες	05
Από κάποιο ενημερωτικό έντυπο	06
Από την τηλεόραση	07
Από το ραδιόφωνο	08
Από ενημερωτικές εκδηλώσεις	09
Από άλλη εταιρεία συνεργάτες ή συναδέλφους	10
Άλλο (διευκρινίστε) .....	11
ΔΑ	25

Ερώτηση 7.γ Στην κλίμακα από το 1 – 4, όπου το 1 σημαίνει καθόλου εύκολη και το 4 πολύ εύκολη, πόσο εύκολη ή όχι θα λέγατε ότι ήταν η πρόσβαση σας στις πληροφορίες αυτές;

Δύσκολη	1
Σχετικά εύκολη	2
Εύκολη	3
Πολύ εύκολη	4
ΔΑ	5

Ερώτηση 7.δ. Στην κλίμακα από το 1 – 4, όπου το 1 σημαίνει καθόλου ικανοποιημένος και το 4 πολύ ικανοποιημένος, πόσο ικανοποιημένοι θα λέγατε ότι είστε από την πληρότητα των πληροφοριών που πήρατε;

Καθόλου ικανοποιημένος	1
Σχετικά ικανοποιημένος	2
Αρκετά ικανοποιημένος	3
Πολύ ικανοποιημένος	4
ΔΑ	5

Ερώτηση 8. Σε γενικές γραμμές κρίνετε ότι η πληροφόρηση που υπάρχει στην Κύπρο σχετικά με τα Ευρωπαϊκά Ταμεία, τους στόχους και τις παρεμβάσεις τους είναι:

Πολύ ικανοποιητική	1
Επαρκής	2
Σχετικά περιορισμένη	3
Περιορισμένη	4
ΔΑ	5

**Ερώτηση 9.** Τελειώνοντας, θα σας διαβάσω κάποιες δηλώσεις που ανάφεραν άλλοι όσον τη χρηματοδότηση έργων της χώρας από τα Ταμεία της Ε.Ε. και θα ήθελα να μου πείτε πόσο συμφωνείτε ή διαφωνείτε με την κάθε μία από αυτές. Δεν έχει σχέση εάν έχετε επωφεληθεί ή όχι εσείς προσωπικά από τα Διαρθρωτικά Ταμεία, απλά θέλουμε την γνώμη σας όποια και εάν είναι αυτή.

	Διαφωνώ Απόλυτα		Συμφωνώ απόλυτα		ΔΓ
	1	2	3	4	
1) Μέσω των Ταμείων της η Ε.Ε. προωθεί και στηρίζει την οικονομική και κοινωνική συνοχή των κρατών – μελών της	1	2	3	4	5
2) Μέσω των Ταμείων της Ε.Ε. προωθείται η ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων της χώρας	1	2	3	4	5
3) Ο τρόπος λειτουργίας των Ταμείων της Ε.Ε. είναι πολύ αποτελεσματικός	1	2	3	4	5
4) Η συμβολή της Ε.Ε. στην αναβάθμιση της Κύπρου μέσω των Ευρωπαϊκών Ταμείων μου δημιουργεί αίσθημα ικανοποίησης από την ένταξη της Κύπρου στην ΕΕ	1	2	3	4	5
5) Ο τρόπος επιλογής και κατανομής των κονδυλίων είναι διαφανής και δίκαιος	1	2	3	4	5

## ΕΡΕΥΝΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Το συνολικό γενικό δείγμα που σχεδιάστηκε για την Έρευνα Επιχειρήσεων περιέλαβε 500 επιχειρήσεις διαφόρων μεγεθών και τομέων και σταθμίστηκε με βάση την πραγματική αναλογία των κλάδων στην Κυπριακή οικονομία, καθώς και με την πραγματική κατανομή των επιχειρήσεων ανάλογα με το μέγεθός τους (σε όρους απασχόλησης).

Η έρευνα ήταν ποσοτική και πραγματοποιήθηκε με τη χρήση δομημένου ερωτηματολογίου μέσω τηλεφωνικών συνεντεύξεων. Η διάρκεια κάθε συνέντευξης ήταν 20-25 λεπτά και η συμπλήρωση των ερωτηματολογίων έγινε με τη χρήση CATI. Η Έρευνα πραγματοποιήθηκε κατά τους μήνες Μάρτιο – Απρίλιο 2017. Οι Πίνακες που ακολουθούν παρουσιάζουν την κατανομή του δείγματος των επιχειρηματικών μονάδων ανά κλάδο και ανά κατηγορία μεγέθους

<b>ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΔΕΙΓΜΑ</b>	<b>500</b>	
<b>ΜΕΓΕΘΟΣ</b>	<b>ΑΣΤΑΘΜΙΣΤΟ</b>	<b>ΣΤΑΘΜΙΣΜΕΝΟ</b>
Μικρές (1- 10 υπάλληλοι)	222	451
Μεσαίες (11-49 υπάλληλοι)	213	37
Μεγάλες (50+ υπάλληλοι)	65	12
<b>ΤΟΜΕΑΣ</b>		
Βιομηχανία	113	129
Κατασκευές	39	38
Χονδρικό & Λιανικό Εμπόριο	167	182
Ξενοδοχεία/ Εστιατόρια	93	57
Μεταφορές και Επικοινωνίες	15	12
Χρηματο-οικονομικές Υπηρεσίες	23	18
Επιχειρηματικές Υπηρεσίες & Κτηματομεσιτικά	20	18
Υγεία/ Εκπαίδευση	10	12
Άλλο	20	34

Για τη διεξαγωγή της έρευνας καταβλήθηκε προσπάθεια ώστε οι τηλεφωνικές συνεντεύξεις να γίνουν με ιδιοκτήτες επιχειρήσεων, ή όταν αυτό δεν ήταν δυνατόν με υψηλόβαθμα στελέχη τους.



**Ευρωπαϊκή Ένωση**  
Ταμείο Συνοχής



Κυπριακή Δημοκρατία



Διαρθρωτικά Ταμεία  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης στην Κύπρο



## **ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

*Παροχή Υπηρεσιών για την*  
*Δεύτερη Αξιολόγηση*  
*της Στρατηγικής Επικοινωνίας 2014-2020*  
*(1/2019)*

Η Σύμβαση συγχρηματοδοτείται από το Ταμείο Συνοχής της ΕΕ

Λευκωσία, Μάρτιος 2019

Καλημέρα/ καλησπέρα σας. Είμαι ο/ η ..... από την εταιρεία ..... Αυτό το διάστημα διεξάγουμε μία έρευνα σε σχέση με τη χρηματοδότηση της χώρας μέσω των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων από την Ευρωπαϊκή Ένωση και θα μας ενδιέφερε να έχουμε και την δική σας γνώμη.

**Ερώτηση 1:** Η Ευρωπαϊκή Ένωση εφαρμόζει την Πολιτική Συνοχής με την οποία επιδιώκει να μειώσει τις ανισότητες στην ανάπτυξη μεταξύ των κρατών – μελών και των περιφερειών της, την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των οικονομιών και την αύξηση των θέσεων απασχόλησης. Έχετε ακούσει για την Πολιτική αυτή?

Ναι	1
Όχι	2
ΔΓ/ΔΑ	3

**Ερώτηση 2:** Τα Ευρωπαϊκά Διαρθρωτικά και Επενδυτικά Ταμεία είναι οι μηχανισμοί μέσω των οποίων η Ευρωπαϊκή Ένωση κατευθύνει κονδύλια στα κράτη – μέλη για την πραγματοποίηση έργων. Γνωρίζετε την ύπαρξη των Ταμείων αυτών?

Ναι	1
Όχι	2
ΔΓ/ΔΑ	3

Ερώτηση 2.α. Εάν **ΝΑΙ**: μπορείτε να μου κατονομάσετε ένα τουλάχιστον από αυτά τα Ταμεία?  
(αυθόρμητη απάντηση, πολλαπλή επιλογή)

Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ)	01
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό ταμείο (ΕΚΤ)	02
Ταμείο Συνοχής	03
Πρωτοβουλία για την Απασχόληση Νέων (ΠΑΝ)	04
Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Αγροτικής Ανάπτυξης (ΕΓΤΑΑ)	05
Ευρωπαϊκό Ταμείο Θάλασσας & Αλιείας (ΕΤΘΑ)	06
Άλλη απάντηση (διευκρινίστε)	07
ΔΓ/ΔΑ	20

Εάν «**ΟΧΙ**» (δεν απαντήσουν):

2.α. Έχετε ακούσει ποτέ κάτι για το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ), το οποίο συγχρηματοδοτεί αστικά έργα, έργα για βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων, έργα εξοικονόμησης ενέργειας, έργα ενίσχυσης της έρευνας και καινοτομίας;

Ναι	1
Όχι	2
ΔΓ/ΔΑ	3

2.β. Έχετε ακούσει ποτέ κάτι για το Ταμείο Συνοχής (ΤΣ), το οποίο συγχρηματοδοτεί μεγάλα έργα υποδομής στους τομείς του περιβάλλοντος και μεταφορών;

Ναι	1
Όχι	2
ΔΓ/ΔΑ	3

2.γ. Έχετε ακούσει ποτέ κάτι για το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο (ΕΚΤ), το οποίο συγχρηματοδοτεί έργα για προώθηση της απασχόλησης, της εκπαίδευσης και κατάρτισης καθώς και έργα για κοινωνική ένταξη ευάλωτων ομάδων πληθυσμού;

Ναι	1
Όχι	2
ΔΓ/ΔΑ	3

2.δ. Έχετε ακούσει ποτέ κάτι για την Πρωτοβουλία για την Απασχόληση των Νέων (ΠΑΝ), το οποίο συγχρηματοδοτεί έργα για προώθηση της απασχόλησης των νέων;

Ναι	1
Όχι	2
ΔΓ/ΔΑ	3

**Ερώτηση 3:** Παρακαλώ προσπαθήστε να θυμηθείτε αν έχετε ακούσει ή έχετε διαβάσει κάτι για τις χρηματοδοτήσεις της ΕΕ στην Κύπρο, μέσω της Πολιτικής Συνοχής ή των Ευρωπαϊκών Ταμείων από (Πολλαπλή απάντηση)

Ραδιόφωνο	01
Τηλεόραση	02
Περιοδικά	03
Εφημερίδες	04
Εξωτερικές πινακίδες	05
Ιστοσελίδες	06
Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (facebook)	07
Ενημερωτικές Εκδηλώσεις	08
Ενημερωτικά Έντυπα / Φυλλάδια	09
Συμβούλους επιχειρήσεων - Λογιστές	10
Επαγγελματικό Περιβάλλον	11
Φίλους/ γνωστούς	12
Άλλο	25
Δεν έχω ακούσει/διαβάσει	30

**Ερώτηση 4:** Θα σας αναφέρω κάποιους στόχους που επιδιώκει να επιτύχει η χώρα με τη συνεισφορά και βοήθεια των Ευρωπαϊκών Ταμείων. Θα ήθελα να μου πείτε κατά πόσο θεωρείτε ότι η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει συμβάλει στην επίτευξη των στόχων αυτών.

Στόχος	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	ΔΑ
1) Ενίσχυση της παραγωγικότητας των επιχειρήσεων	1	2	3	4	5
2) Ενίσχυση της Έρευνας – Καινοτομίας	1	2	3	4	5
3) Ενίσχυση των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών	1	2	3	4	5
4) Βελτίωση των υποδομών	1	2	3	4	5
5) Προστασία του περιβάλλοντος	1	2	3	4	5
6) Προσαρμογή στην Κλιματική Αλλαγή	1	2	3	4	5
7) Προώθηση βιώσιμων μεταφορών	1	2	3	4	5
8) Ενεργειακή αναβάθμιση και χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας	1	2	3	4	5
9) Αναβάθμιση αστικού περιβάλλοντος	1	2	3	4	5
10) Προώθηση της απασχόλησης	1	2	3	4	5
11) Προώθηση της απασχόλησης των νέων	1	2	3	4	5

12) Καταπολέμηση της φτώχειας και του κοινωνικού αποκλεισμού (κοινωνικές υποδομές)	1	2	3	4	5
13) Προώθηση εκπαίδευσης – κατάρτισης – δια βίου μάθησης	1	2	3	4	5
14) Ενίσχυση της διοικητικής ικανότητας του Δημόσιου Τομέα	1	2	3	4	5

**Ερώτηση 5:** Μπορείτε να αναφέρετε κάποιο/α συγκεκριμένο/α έργο/α που γνωρίζετε ότι έχει συγχρηματοδοτηθεί από τα Ευρωπαϊκά Ταμεία, σε οποιοδήποτε τομέα, όπως για παράδειγμα έργα για τη βελτίωση των μεταφορικών υποδομών, έργα ανάπτυξης στις πόλεις, έργα για την προστασία του περιβάλλοντος, έργα για διαχείριση απορριμμάτων και ανακύκλωση, χορηγίες για στήριξη επιχειρήσεων, σχέδια για άνεργους, σχέδια για κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού, κλπ?

**Ερώτηση 6:** Έχετε ακούσει ότι στην Κύπρο υλοποιούνται με τη συγχρηματοδότηση των Ευρωπαϊκών Διαρθρωτικών και Επενδυτικών Ταμείων διάφορα σχέδια χορηγιών, τα οποία παρέχουν οικονομική στήριξη σε επιχειρήσεις για την κάλυψη μιας σειράς αναγκών τους?

Ναι	1
Όχι	2
ΔΓ/ΔΑ	3

**Ερώτηση 7:** Παρακαλώ μπορείτε να μου αναφέρεται κάποια συγχρηματοδοτούμενα σχέδια χορηγιών που έχετε ακούσει ότι υλοποιήθηκαν ή υλοποιούνται ανεξάρτητα από το εάν η επιχείρησή σας εκδήλωσε ενδιαφέρον για κάποιο από αυτά?  
(Αυθόρμητη απάντηση, πολλαπλή επιλογή)

Σχέδια χορηγιών για ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ του μεταποιητικού τομέα	01
Σχέδια Ενίσχυσης της Γυναικείας και Νεανικής Επιχειρηματικότητας	02
Σχέδια στον τομέα της Έρευνας και Καινοτομίας	03
Σχέδια για την ενεργειακή αναβάθμιση σε κατοικίες και επιχειρήσεις	04
Σχέδια για τον Αγροτουρισμό και την αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος	05
Σχέδιο χορηγιών για εργοδότηση ανέργων	06
Σχέδια για εργοδότηση ανέργων νέων	07
Σχέδια για εργοδότηση ατόμων με αναπηρία και χρόνιες παθήσεις	08
Σχέδια εργοδότησης ατόμων πάνω των 50 ετών	09
Άλλο (διευκρινίστε) .....	10
ΔΓ/ΔΑ	20

**Ερώτηση 8:** Η επιχείρησή σας έχει ενταχθεί ή έχει υποβάλει πρόταση σε κάποιο Σχέδιο χορηγιών την τελευταία 5ετία;

Ναι, έχει επωφεληθεί η επιχείρησή μου	1
Όχι, δεν έχει επωφεληθεί η επιχείρησή μου	2
Η επιχείρησή μου έχει υποβάλλει αίτηση η οποία δεν εγκρίθηκε	3
Η επιχείρησή μου έχει υποβάλει αίτηση η οποία εκκρεμεί	4



**ΕΑΝ ΝΑΙ**

**Ερώτηση 8.α** Σε ποιά σχέδια χορηγιών η επιχείρησή σας έχει ενταχθεί ή έχει υποβάλει πρόταση? (Αυθόρμητη απάντηση)

Σχέδια χορηγιών για ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ του μεταποιητικού τομέα	01
Σχέδια Ενίσχυσης της Γυναικείας και Νεανικής Επιχειρηματικότητας	02
Σχέδια στον τομέα της Έρευνας και Καινοτομίας	03
Σχέδια για την ενεργειακή αναβάθμιση σε κατοικίες και επιχειρήσεις	04
Σχέδια για τον Αγροτουρισμό και την αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος	05
Σχέδιο χορηγιών για εργοδότηση ανέργων	06
Σχέδια για εργοδότηση ανέργων νέων	07
Σχέδια για εργοδότηση ατόμων με αναπηρία και χρόνιες παθήσεις	08
Σχέδια εργοδότησης ατόμων πάνω των 50 ετών	09
Άλλο (διευκρινίστε) .....	10
ΔΓ/ΔΑ	20

**Ερώτηση 8.β.** Με ποιό τρόπο πληροφορηθήκατε αρχικά για τη δυνατότητα χρηματοδότησης της επιχείρησής σας (Πολλαπλή απάντηση)

Από κάποιο Υπουργείο, κυβερνητικό Τμήμα ή άλλη Υπηρεσία	01
Από ιστοσελίδες	02
Από Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (facebook)	03
Από συμβούλους επιχειρήσεων - λογιστές	04
Από εφημερίδες	05
Από κάποιο ενημερωτικό έντυπο	06
Από την τηλεόραση	07
Από το ραδιόφωνο	08
Από ενημερωτικές εκδηλώσεις	09
Από άλλη εταιρεία συνεργάτες ή συναδέλφους	10
Άλλο (διευκρινίστε) .....	11
ΔΑ	25

**Ερώτηση 8.γ.** Στη συνέχεια αναζητήσατε περισσότερες πληροφορίες για το σχέδιο χορηγιών που σας ενδιέφερε? Από ποιιά/ες πηγή/ες αναζητήσατε τις πληροφορίες αυτές? (Πολλαπλή απάντηση)

Από κάποιο Υπουργείο, κυβερνητικό Τμήμα ή άλλη Υπηρεσία	01
Από ιστοσελίδες	02
Από Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (facebook)	03
Από συμβούλους επιχειρήσεων - λογιστές	04
Από εφημερίδες	05
Από κάποιο ενημερωτικό έντυπο	06
Από την τηλεόραση	07
Από το ραδιόφωνο	08
Από ενημερωτικές εκδηλώσεις	09
Από άλλη εταιρεία συνεργάτες ή συναδέλφους	10
Άλλο (διευκρινίστε) .....	11
ΔΑ	25

**Ερώτηση 8.δ** Στην κλίμακα από το 1 – 4, όπου το 1 σημαίνει καθόλου εύκολη και το 4 πολύ εύκολη, πόσο εύκολη ή όχι θα λέγατε ότι ήταν η πρόσβαση σας στις πληροφορίες αυτές;

Δύσκολη	1
Σχετικά εύκολη	2
Εύκολη	3
Πολύ εύκολη	4
ΔΑ	5

**Ερώτηση 8.ε.** Στην κλίμακα από το 1 – 4, όπου το 1 σημαίνει καθόλου ικανοποιημένος και το 4 πολύ ικανοποιημένος, πόσο ικανοποιημένοι θα λέγατε ότι είστε από την πληρότητα των πληροφοριών που πήρατε;

Καθόλου ικανοποιημένος	1
Λίγο ικανοποιημένος	2
Αρκετά ικανοποιημένος	3
Πολύ ικανοποιημένος	4
ΔΑ	5

**Ερώτηση 8.στ.** Στην κλίμακα από το 1-4, όπου το 1 σημαίνει καθόλου ικανοποιημένος και το 4 πολύ ικανοποιημένος, πόσο ικανοποιημένοι θα λέγατε ότι είστε γενικά από την συμμετοχή σας στο συγκεκριμένο πρόγραμμα;

Καθόλου ικανοποιημένος	1
Λίγο ικανοποιημένος	2
Αρκετά ικανοποιημένος	3
Πολύ ικανοποιημένος	4
ΔΑ	5

## **ΕΑΝ ΟΧΙ**

**Ερώτηση 8.α** Για ποιούς λόγους δεν επιδιώξατε την ένταξη της επιχείρησής σας σε κάποιο σχέδιο χορηγιών? (πολλαπλή επιλογή)

Δεν υπήρξε κάποιο σχέδιο για τις επιχειρήσεις του κλάδου που ανήκει η επιχείρηση	01
Η επιχείρηση θεώρησε ότι μπορεί να ανταπεξέλθει στις ανάγκες της χωρίς επιχορήγηση	02
Η επιχείρηση δεν είχε ενημερωθεί εγκαίρως για τις υπάρχουσες δυνατότητες χρηματοδότησης	03
Η επιχορήγηση που θα μπορούσε να πάρει η επιχείρηση ήταν μικρή σε σχέση με τις ανάγκες της	04
Υπήρξε δυσκολία στην κάλυψη της ίδιας συμμετοχής	05
Αδυναμία χορήγησης Τραπεζικού δανεισμού	06
Άλλος λόγος (Διευκρινίστε) .....	07

**Ερώτηση 9:** Σε ποιο βαθμό νομίζετε ότι υπάρχει επαρκής πληροφόρηση στην Κύπρο για τις δυνατότητες χρηματοδότησης των επιχειρήσεων από τα Ευρωπαϊκά Ταμεία;

Ικανοποιητική πληροφόρηση	1
Σχετικά ικανοποιητική πληροφόρηση	2
Σχετικά περιορισμένη πληροφόρηση	3
Περιορισμένη πληροφόρηση	4
ΔΓ/ΔΑ	

**Ερώτηση 10:** Τελειώνοντας, θα σας διαβάσω κάποιες δηλώσεις που ανέφεραν άλλοι όσον τη χρηματοδότηση έργων της χώρας από τα Ευρωπαϊκά Ταμεία και θα ήθελα να

**μου πείτε πόσο συμφωνείτε ή διαφωνείτε με την κάθε μία από αυτές. Δεν έχει σχέση εάν έχετε επωφεληθεί ή όχι εσείς προσωπικά από τα Ευρωπαϊκά Ταμεία, απλά θέλουμε την γνώμη σας όποια και εάν είναι αυτή.**

	Διαφωνώ Απόλυτα		Συμφωνώ απόλυτα		ΔΓ
	1	2	3	4	
1) Μέσω των Ταμείων της η Ε.Ε. προωθεί και στηρίζει την οικονομική και κοινωνική συνοχή των κρατών – μελών της	1	2	3	4	5
2) Μέσω των Ταμείων της Ε.Ε. προωθείται η ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων της χώρας	1	2	3	4	5
3) Ο τρόπος λειτουργίας των Ταμείων της Ε.Ε. είναι πολύ αποτελεσματικός	1	2	3	4	5
4) Η συμβολή της Ε.Ε. στην αναβάθμιση της Κύπρου μέσω των Ευρωπαϊκών Ταμείων μου δημιουργεί αίσθημα ικανοποίησης από την ένταξη της Κύπρου στην ΕΕ	1	2	3	4	5
5) Ο τρόπος επιλογής και κατανομής των κονδυλίων είναι διαφανής και δίκαιος	1	2	3	4	5