



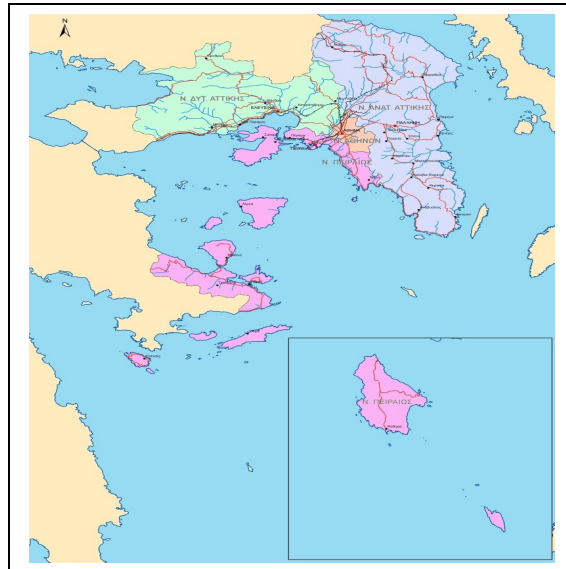
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ

ΕΣΠΑ 2007 - 2013

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

ΑΤΤΙΚΗΣ



ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟ ΣΧΕΔΙΟ

ΑΝΑΘΕΩΡΗΜΕΝΟ ΚΕΙΜΕΝΟ

ΙΟΥΛΙΟΣ 2008



ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

1. ΓΕΝΙΚΑ.....	5
2. ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟ ΣΧΕΔΙΟ.....	6
2.1 Στόχοι.....	6
Η ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΗΣ ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗΣ ΤΩΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ ΥΠΟΔΟΜΩΝ ΣΕ ΌΛΕΣ ΤΙΣ ΒΑΘΜΙΑΕΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΜΕ ΈΜΦΑΣΗ ΣΤΗΝ ΠΡΟΣΧΟΛΙΚΗ ΚΑΙ ΣΤΗ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ.....	8
Η ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΗΣ ΑΝΑΖΩΟΓΟΝΗΣΗΣ ΤΩΝ ΑΣΤΙΚΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ, ΔΗΛΑΔΗ ΟΙ ΠΑΣΗΣ ΦΥΣΕΩΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗ ΝΕΑ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΟ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΗΣ ΑΝΑΔΕΙΞΗΣ ΔΥΝΑΜΙΚΩΝ ΑΣΤΙΚΩΝ ΚΕΝΤΡΩΝ ΠΟΛΛΑΠΛΑΣΙΑΣΤΙΚΗΣ ΣΗΜΑΣΙΑΣ ΤΑ ΟΠΟΙΑ ΜΕΣΑ ΑΠΟ ΤΙΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΠΟΥ ΑΣΚΟΥΝ ΣΤΗΝ ΧΩΡΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ ΑΝΑΜΕΝΕΤΑΙ ΝΑ ΣΥΜΒΑΛΛΟΥΝ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΧΩΡΑΣ ΕΥΡΥΤΕΡΑ ΚΑΙ ΝΑ ΠΡΟΣΔΩΣΟΥΝ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΗ ΦΥΣΙΟΓΝΩΜΙΑ ΣΤΟΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑ ΤΗΣ ΜΗΤΡΟΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ.	8
2.2 Στοχοθετούμενο κοινό.....	8
2.3 Στρατηγική.....	11
2.3.1. Στρατηγικές επιλογές.....	11
2.3.2. Οι συνέργειες του ΠΕΠ Αττικής με τα τομεακά Προγράμματα.....	12
2.4 Περιεχόμενο.....	14
2.4.1 Φάσεις υλοποίησης της επικοινωνίας.....	14
2.4.2 Χρονοδιάγραμμα υλοποίησης επικοινωνιακών ενεργειών.....	18
2.4.3 Εργαλεία για την υλοποίηση των μέτρων πληροφόρησης ανά κοινό – στόχο.....	20
Ενέργειες.....	21
Κοινό Στόχος.....	21
Στόχος Επικοινωνίας.....	21
Δυνητικοί Δικαιούχοι.....	21
Δικαιούχοι.....	21
Ευρύ Κοινό.....	21
Υ.....	21
Π.....	21
Ο.....	21
Χ.....	21
Ρ.....	21
Ε.....	21
Ω.....	21
Τ.....	21
Ι.....	21
Κ.....	21
Α.....	21
Εναρκτήρια Εκδήλωση.....	21
Ετήσια Εκδήλωση.....	21
Ανάρτηση σημαίας ΕΕ.....	21
9-16 Μαΐου.....	21
Σύνδεση του Προγράμματος με την ευρωπαϊκή του διάσταση.....	21
Δημοσιοποίηση καταλόγου δικαιούχων.....	21

<u>Σαφής και λεπτομερής πληροφόρηση σχετικά με τις δυνατότητες χρηματοδότησης, τους μηχανισμούς υλοποίησης και τη διαδικασία έναρξης του Προγράμματος</u>	21
<u>Internet</u>	21
<u>Ευρεία δυνατότητα διάδοσης του Προγράμματος σε νέους χρήστες και νέες ομάδες στόχου. Δυνατότητα άμεσης πληροφόρησης για τις νέες προσκλήσεις από τους δικαιούχους</u>	21
<u>Ενέργειες</u>	22
<u>Κοινό Στόχος</u>	22
<u>Στόχος Επικοινωνίας</u>	22
<u>Δυνητικοί Δικαιούχοι</u>	22
<u>Δικαιούχοι</u>	22
<u>Ευρύ Κοινό</u>	22
<u>Ημερίδες, Συνέδρια, Εκθέσεις</u>	23
<u>Ενημέρωση για επί μέρους δράσεις του Προγράμματος</u>	23
<u>Γραφείο Ενημέρωσης Κοινού/Call center</u>	23
<u>Ενημέρωση του πολίτη</u>	23
<u>Διεξαγωγή ερευνών</u>	23
<u>Καταγραφή του βαθμού γνώσης και αποδοχής του Προγράμματος εκ μέρους των πολιτών</u>	23
<u>Εκπαιδευτικά Σεμινάρια</u>	23
<u>Παροχή πληροφορίας και γνώσης εξειδικευμένων τμημάτων ή δράσεων του Προγράμματος στους Τελικούς Δικαιούχους</u>	23
<u>Direct Mail</u>	23
<u>Δυνατότητα άμεσης επικοινωνίας με τους Τελικούς Δικαιούχους</u>	23
<u>Εξωτερική Διαφήμιση</u>	23
<u>Road show</u>	23
<u>Ανοιχτή επικοινωνία με το ευρύ κοινό</u>	23
<u>Ενέργειες</u>	23
<u>Κοινό Στόχος</u>	23
<u>Στόχος Επικοινωνίας</u>	23
<u>Δυνητικοί Δικαιούχοι</u>	23
<u>Δικαιούχοι</u>	23
<u>Ευρύ Κοινό</u>	23
<u>Newsletters</u>	23
<u>Παρουσίαση όψεων του Προγράμματος στους δικαιούχους και στο ευρύ κοινό</u>	23
<u>Info Points</u>	23
<u>Επικοινωνία με τον πολίτη για τη διάδοση του συνόλου ή μέρους του Προγράμματος</u>	23
<u>Συναντήσεις εργασίας</u>	23
<u>Εξειδικευμένη ανταλλαγή πληροφορίας</u>	23
<u>Ενημερωτικά Φυλλάδια/Εντυπα Κύρους</u>	23
<u>Πληροφόρηση σε γενικό κοινό ή ειδικό κοινό-στόχο</u>	23
<u>Τηλεόραση</u>	23
<u>Ευρεία εθνικής κλίμακας πληροφόρηση-ενημέρωση για το Πρόγραμμα συνολικά ή/και επί μέρους δράσεις του</u>	23
<u>Ραδιόφωνο</u>	23
<u>Ευρεία εθνικής κλίμακας πληροφόρηση-ενημέρωση για το Πρόγραμμα συνολικά ή/και επί μέρους δράσεις του</u>	23

<u>Τύπος.....</u>	<u>23</u>
<u>Ευρεία και εθνικής κλίμακας πληροφόρηση-ενημέρωση για το Πρόγραμμα συνολικά ή/και επί μέρους δράσεις του.....</u>	<u>23</u>
<u>Συνεντεύξεις Τύπου.....</u>	<u>23</u>
<u>Πληροφόρηση και επικοινωνία γενικού ή στοχευμένου ακροατηρίου για ειδικά θέματα.....</u>	<u>23</u>
<u>Νέα Μέσα.....</u>	<u>23</u>
<u>Επικοινωνία του Προγράμματος με ειδικά ακροατήρια.....</u>	<u>23</u>
<u>2.4.4 Τεκμηρίωση χρήσης βασικών επικοινωνιακών εργαλείων.....</u>	<u>24</u>
<u>2.5 Ενδεικτικός προϋπολογισμός για την υλοποίηση του επικοινωνιακού σχεδίου.....</u>	<u>30</u>
<u>2.6 Διοικητικές Υπηρεσίες ή Φορείς Αρμόδιοι για τα Μέτρα Πληροφόρησης και Δημοσιότητας.....</u>	<u>31</u>
<u>2.7 Αξιολόγηση.....</u>	<u>32</u>

1. Γενικά

Το περιεχόμενο και η στρατηγική των ενεργειών της πληροφόρησης και της δημοσιότητας, ορίζονται από τον Εφαρμοστικό Κανονισμό (ΕΚ) 1828/2006 της 8^{ης} Δεκεμβρίου 2006, όπου μεταξύ άλλων, αναφέρεται, η σπουδαιότητα του ρόλου της Κοινότητας στην χρηματοδότηση προγραμμάτων, που στοχεύουν στην τόνωση της ανταγωνιστικότητας, τη δημιουργία θέσεων εργασίας και την ενίσχυση της εσωτερικής συνοχής.

Η δημοσιότητα είναι ευθύνη της Διαχειριστικής Αρχής που είναι επιφορτισμένη με την υλοποίηση των παρεμβάσεων. Πραγματοποιείται με τη συνεργασία της Εθνικής Αρχής Συντονισμού και τη συνεργασία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, η οποία ενημερώνεται για τα μέτρα που λαμβάνονται για την επίτευξη αυτών των στόχων. Οι αρμόδιες εθνικές και περιφερειακές αρχές, λαμβάνουν όλα τα κατάλληλα διοικητικά μέτρα προκειμένου να διασφαλίσουν την αποτελεσματική εφαρμογή των διατάξεων που αφορούν την πληροφόρηση και τη δημοσιότητα σχετικά με τις παρεμβάσεις των διαρθρωτικών Ταμείων και να συνεργαστούν με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή.

Η Κατάρτιση του Επικοινωνιακού Σχεδίου, στο οποίο να καθορίζονται τα απαραίτητα μέτρα πληροφόρησης και δημοσιότητας για την επικοινωνία των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων, προβλέπεται από τον Εφαρμοστικό Κανονισμό της Επιτροπής (ΕΚ) αριθ. 1828/2006 της 8^{ης} Δεκεμβρίου 2006.

Για την κατάρτιση του παρόντος Επικοινωνιακού Σχεδίου έχουν ληφθεί υπόψη:

- Ο (ΕΚ)1083/2006 της 11ης Ιουλίου 2006, περί καθορισμού γενικών διατάξεων για το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης, το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο και το Ταμείο Συνοχής και την κατάργηση του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1260/1999.

- Ο (ΕΚ) 1828/2006 για τη θέσπιση κανόνων εφαρμογής των διατάξεων των (ΕΚ)1083/2006 και (ΕΚ) 1080/2006 και ειδικότερα τις διατάξεις που ορίζουν τις γενικές κατευθύνσεις για την εκπόνηση, τη διαδικασία εξέτασης και την εφαρμογή και παρακολούθηση του Επικοινωνιακού Σχεδίου.
- Ο Ν.3614/2007, Διαχείριση, έλεγχος και εφαρμογή αναπτυξιακών παρεμβάσεων για την προγραμματική περίοδο 2007-2013.
- Η Απόφαση Ε (2007) 5443/05-11-2007 με την οποία εγκρίθηκε το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα της Αττικής 2007-2013
- Η αποκτηθείσα εμπειρία από τις προωθητικές δράσεις Πληροφόρησης και Δημοσιότητας που υλοποιήθηκαν κατά την εφαρμογή του ΠΕΠ Αττικής 2000-2006.

2. Επικοινωνιακό Σχέδιο

2.1 Στόχοι

Γενικοί στόχοι

Οι γενικοί στόχοι του Επικοινωνιακού Σχεδίου Αττικής κινούνται σε δύο άξονες:

- Στην ενημέρωση του πολίτη αναφορικά με τις παρεμβάσεις του Προγράμματος στην ευρύτερη Περιφέρεια και τις δυνατότητες συμμετοχής του σ' αυτές καθώς και στην εξασφάλιση πληροφόρησης για τη συμβολή της Ευρωπαϊκής διάστασης στα συγχρηματοδοτούμενα έργα του Ε.Π. Αττικής 2007-2013.
- Στη διασφάλιση της διαφάνειας και του δικαιώματος στην ενημέρωση αναφορικά με την πρόσβαση στη χρηματοδότηση,

δηλαδή των διαδικασιών χορήγησης αλλά και διαχείρισης των πόρων.

Ειδικοί στόχοι

Επιπλέον, για το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Αττικής 2007-2013 τίθενται ορισμένοι ειδικοί στόχοι επικοινωνίας οι οποίοι αντιστοιχούν στη γενικότερη στρατηγική, στους γενικούς και ειδικούς στόχους και στις προτεραιότητες του Προγράμματος.

Συγκεκριμένα οι ειδικοί στόχοι για το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα είναι:

- Η ενίσχυση της ελκυστικότητας της Αττικής σαν Διεθνές Επιχειρηματικό Κέντρο
- Η βελτίωση της ποιότητας ζωής και της προστασίας του περιβάλλοντος
- Η συμβολή των πόλεων στην ανάπτυξη και την απασχόληση με τη δημιουργία περισσότερων και καλύτερων θέσεων εργασίας

Συγκεκριμενοποίηση ειδικών στόχων

Οι ειδικοί στόχοι προκύπτουν από την ανάλυση, τη στρατηγική και την ειδική στοχοθεσία των επί μέρους αξόνων και ιεραρχικά προσδιορίζονται ως εξής:

- Η προβολή της επέκτασης και της αναβάθμισης του ενδοπεριφερειακού οδικού δικτύου παράλληλα με την προβολή της ενίσχυσης του στρατηγικού ρόλου των λιμανιών
- Η προβολή της διαχείρισης των υδάτινων πόρων, των εδαφικών συστημάτων και του θαλάσσιου περιβάλλοντος.
- Η προβολή των δράσεων αποκατάστασης και διαφύλαξης του φυσικού περιβάλλοντος, μέσω της προώθησης της βιοποικιλότητας και της φυσικής προστασίας.
- Η ενημέρωση για τις δράσεις πρόληψης – διαχείρισης κινδύνων, φυσικών και τεχνολογικών
- Η προβολή των παρεμβάσεων για την ανάπτυξη-αναβάθμιση των υποδομών υγείας με έμφαση στην ενίσχυση του δικτύου πρωτοβάθμιας υγειονομικής φροντίδας.

- Η ενημέρωση για την ανάπτυξη των κοινωνικών υποδομών με έμφαση στις υποδομές φροντίδας παιδιών.
- Η προβολή των έργων που αφορούν στην ανάδειξη και προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς.
- Η προβολή της αναβάθμισης των εκπαιδευτικών υποδομών σε όλες τις βαθμίδες εκπαίδευσης με έμφαση στην προσχολική και στη Διά Βίου Μάθηση.
- Η προβολή της αναζωογόνησης των αστικών περιοχών, δηλαδή οι πάσης φύσεως παρεμβάσεις για τη νέα και καινοτόμο προσέγγιση της ανάδειξης δυναμικών αστικών κέντρων πολλαπλασιαστικής σημασίας τα οποία μέσα από τις επιδράσεις που ασκούν στην χωρική ενότητα της Αττικής αναμένεται να συμβάλλουν στην οικονομική ανάπτυξη της Περιφέρειας και της χώρας ευρύτερα και να προσδώσουν διαφορετική φυσιογνωμία στον επιχειρηματικό και κοινωνικοοικονομικό χαρακτήρα της Μητροπολιτικής Αττικής.

2.2 Στοχοθετούμενο κοινό

Το στοχοθετούμενο κοινό για το ΕΠ Αττικής 2007-2013 συνιστούν:

- Οι δυνητικοί δικαιούχοι
- Οι δικαιούχοι
- Το ευρύτερο κοινό

Δράσεις δημοσιότητας θα κατευθυνθούν και σε ειδικές ομάδες στόχου με σκοπό την ενημέρωση για ειδικές δράσεις και την εξυπηρέτηση εξειδικευμένου οφέλους

Ειδικά στοχοθετούμενο κοινά για την Περιφέρεια Αττικής αποτελούν οι εξής ομάδες πληθυσμού:

- Εθνικές, Περιφερειακές και Τοπικές Αρχές και Αναπτυξιακοί Φορείς (Αυτοδιοίκηση και φορείς της, ΟΤΑ α' και β' βαθμού, αναπτυξιακές εταιρείες ΟΤΑ, κλπ)

- Κλαδικές και Επαγγελματικές Ενώσεις και Οργανισμοί που εκπροσωπούν επιχειρήσεις (Επαγγελματικές Οργανώσεις – Επιμελητήρια, ενώσεις επιχειρήσεων, κλπ)
- Οικονομικοί και Κοινωνικοί Εταίροι (ΓΣΕΕ, ΣΕΒ, Εργατικά Κέντρα κλπ)
- Μη Κυβερνητικοί Οργανισμοί, νεανικές οργανώσεις εθελοντισμού, περιβαλλοντικές οργανώσεις ή ενώσεις πολιτών κ.λ.π.
- Εκπαιδευτικά Ιδρύματα (ΑΕΙ, ΤΕΙ, κλπ)
- ΜΜΕ (Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας)
- Κάτοικοι νησιωτικών περιοχών
- Νέοι επιχειρηματίες, γυναίκες επιχειρηματίες, γυναίκες σε αναζήτηση εργασίας, μητέρες παιδιών προσχολικής ηλικίας, κ.α.

Οι στόχοι επικοινωνίας διαφέρουν ανά στοχοθετούμενο κοινό, όπως αυτά ορίζονται από τον Κανονισμό:

Στοχοθετούμενο κοινό	Στόχοι Επικοινωνίας
Δυνητικοί Δικαιούχοι	<ul style="list-style-type: none"> - Ευρεία διάδοση του προγράμματος με πληροφόρηση για τους στόχους, τη στρατηγική και τις δράσεις του Προγράμματος - Σαφής και λεπτομερής πληροφόρηση σχετικά με τις δυνατότητες χρηματοδότησης, τους μηχανισμούς υλοποίησης και τη διαδικασία έναρξης του Προγράμματος - Η έγκαιρη και πλήρης ενημέρωση σχετικά με τις διαδικασίες επιβεβαίωσης της επάρκειας των Δυνητικών Δικαιούχων - Η έγκαιρη και πλήρης ενημέρωση για το νέο σύστημα διαχείρισης και ελέγχου του ΕΣΠΑ καθώς και για το νέο θεσμικό πλαίσιο όπως αυτό προσδιορίζεται στο Ν. 3614/2007. - Ενημέρωση σχετικά με την τήρηση των κανόνων δημοσιότητας. - Ενημέρωση για τη νέα διάσταση και δυναμική του προγράμματος με δεδομένη την μετατόπιση της θέσης της Περιφέρειας από το Στόχο 1 στο επίπεδο της Περιφέρειας σταδιακής εξόδου
Δικαιούχοι	<ul style="list-style-type: none"> - Ενημέρωση και δέσμευση σχετικά με την τήρηση των κανόνων δημοσιότητας - Σαφής, λεπτομερής και συνεχής ενημέρωση και υποστήριξη σχετικά με τις υποχρεώσεις και τα δικαιώματα που απορρέουν από ένταξη πράξεων

	<ul style="list-style-type: none"> - Ευαισθητοποίηση και παροχή κινήτρων για την ανάδειξη καλών πρακτικών - Ενημέρωση για τη νέα διάσταση και δυναμική του προγράμματος με δεδομένη την μετατόπιση της θέσης της Περιφέρειας από το Στόχο 1 στο επίπεδο της Περιφέρειας σταδιακής εξόδου <ul style="list-style-type: none"> -Η προβολή της επέκτασης και της αναβάθμισης του ενδοπεριφερειακού οδικού δικτύου παράλληλα με την προβολή της ενίσχυσης του στρατηγικού ρόλου των λιμανιών - Η προβολή των δράσεων αποκατάστασης και διαφύλαξης του φυσικού περιβάλλοντος, μέσω της προώθησης της βιοποικιλότητας και της φυσικής προστασίας <ul style="list-style-type: none"> -Η ενημέρωση για τις δράσεις πρόληψης – διαχείρισης κινδύνων, φυσικών και τεχνολογικών -Η προβολή των παρεμβάσεων για την ανάπτυξη-αναβάθμιση των υποδομών υγείας -Η ενημέρωση για την ανάπτυξη των κοινωνικών υποδομών - Η προβολή των έργων που αφορούν στην ανάδειξη και προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς - Η προβολή της αναβάθμισης των εκπαιδευτικών υποδομών -Η προβολή της αναζωογόνησης των αστικών περιοχών
<p style="text-align: center;">Ευρύ κοινό</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Προβολή του Προγράμματος, του οράματος, των στόχων και της στρατηγικής του - Ανάδειξη των αποτελεσμάτων από την υλοποίηση του προγράμματος - Προβολή της κοινωνικής και οικονομικής υπεραξίας του προγράμματος - Ανάδειξη της σημαντικής περιβαλλοντικής διάστασης των παρεμβάσεων του Προγράμματος με στόχο την ευαισθητοποίηση των πολιτών και τη δημιουργία περιβαλλοντικής συνείδησης . Η προβολή κα ανάδειξη της αναβάθμισης των υποδομών υγείας, των κοινωνικών υποδομών, των εκπαιδευτικών υποδομών, καθώς και των έργων της πολιτιστικής κληρονομιάς

2.3 Στρατηγική

Κεντρικό στοιχείο της στρατηγικής επικοινωνίας του Επιχειρησιακού Προγράμματος Αττικής 2007-2013 είναι η συμβολή της στη διαμόρφωση της εικόνας της Περιφέρειας Αττικής προς τα έξω ώστε να επιτευχθεί η μέγιστη δυνατή κινητοποίηση των εμπλεκόμενων φορέων και των κοινωνικών εταίρων.

Σημαντικό επίσης στοιχείο στρατηγικής είναι η ανάδειξη και ενίσχυση της εξωστρέφειας της Περιφέρειας Αττικής και η βελτίωση της ελκυστικότητάς της μέσω της προβολής κεντρικών παρεμβάσεων στους τομείς της περιβαλλοντικής προστασίας, της ανταγωνιστικότητας και της καινοτομίας και της βελτίωσης της ποιότητας ζωής, ώστε να εξυπηρετηθεί το αναπτυξιακό όραμα της Αττικής.

Ταυτόχρονα θα συμβάλει στην ενημέρωση και ευαισθητοποίηση των δυνητικά ωφελούμενων του Προγράμματος που στη συγκεκριμένη περίπτωση είναι ο πληθυσμός που χωρικά καλύπτεται από τα γεωγραφικά όρια της Περιφέρειας..

2.3.1. Στρατηγικές επιλογές

- **Η παρουσίαση των επιτευγμάτων μέσα από την εμπειρία του ίδιου του πολίτη.**

Η προηγούμενη εμπειρία έχει καταδείξει ότι για την μεγιστοποίηση της επικοινωνίας ενδείκνυται η χρήση συγκεκριμένων εμπειρικών και βιωματικών μηνυμάτων που απορρέουν από την πραγματικότητα που ζει ο πολίτης καθημερινά και τα οποία τον διευκολύνουν να αποτυπώσει καθαρότερα τις επεμβάσεις του προγράμματος και τις επιπτώσεις τους.

- **Η αξιοποίηση των σημαντικών έργων του Προγράμματος για την μεγιστοποίηση του επικοινωνιακού αποτελέσματος.**

Είναι κεφαλαιώδους σημασίας η επιλογή της προβολής των μεγάλων θεματικών προτεραιοτήτων του Προγράμματος (Μεταφορές,

Περιβάλλον, Υγεία, Παιδεία, Πολιτισμός, Αστική Ανάπτυξη), με έμφαση στην περιβαλλοντική αναβάθμιση και την Αστική Αναζωογόνηση.

- **Η προβολή των πρακτικών δημοσιότητας από το Γ΄ ΚΠΣ**

Με τον τρόπο αυτό εξασφαλίζεται η απαραίτητη συνέχεια στη ροή των παρεμβάσεων και αποτυπώνεται αποτελεσματικότερα η στοχοθεσία.

- **Η στοχευμένη χρήση εναλλακτικών και καινοτόμων μέσων για την επίτευξη ειδικού αποτελέσματος**

Η χρήση εναλλακτικών τρόπων προσέγγισης αφορά ειδικό κοινό που δεν διαθέτει εύκολη πρόσβαση στην πληροφόρηση. Η καινοτομία αφορά κυρίως το internet και τη δυνατότητα διαδραστικής επικοινωνίας με τον χρήστη.

2.3.2. Οι συνέργιες του ΠΕΠ Αττικής με τα τομεακά Προγράμματα

Η Περιφέρεια Αττικής είναι μία από τις πέντε περιφέρειες μεταβατικής στήριξης κατά την περίοδο 2007-2013. Ως εκ τούτου το ΠΕΠ Αττικής ενσωματώνει σημαντικές δράσεις τομεακών προγραμμάτων και κεντρικών πολιτικών που διαχέονται σε όλη την κλίμακα της Περιφέρειας, Οι δράσεις αυτές αφορούν κυρίως παρεμβάσεις στους τομείς της ανταγωνιστικότητας-επιχειρηματικότητας και της ψηφιακής σύγκλισης.

Στην Περιφέρεια Αττικής οι δράσεις δημοσιότητας του ΕΠ συνδέονται με τις διακριτές παρεμβάσεις στήριξης της διείσδυσης και χρήσης των ΤΠΕ, οι οποίες εστιάζουν στην αξιοποίηση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων, με την ταυτόχρονη αντιμετώπιση των κατά περίπτωση ενδοπεριφερειακών ανισοτήτων (επιταχυντικές, σταθεροποιητικές, διαρθρωτικές πολιτικές).

Ο σχεδιασμός και η υλοποίηση των δράσεων προβολής και δημοσιότητας του ΠΕΠ Αττικής 2007-2013 που σχετίζονται με τις δράσεις ΤΠΕ, υποστηρίζουν την χωρική /περιφερειακή διάσταση του Προγράμματος. Αντίστοιχα η Προβολή και Δημοσιότητα του ΕΠ Ψηφιακή Σύγκλιση συνδέεται με τις συγκεκριμένες παρεμβάσεις του ΠΕΠ Αττικής και

καθορίζεται από το συγκεκριμένο πλαίσιο διαλειτουργικότητας του προγράμματος με τις αντίστοιχες τομεακές πολιτικές.

Και στις δύο περιπτώσεις, ο σχεδιασμός και η υλοποίηση των δράσεων, θα γίνεται σε συνεργασία με την αντίστοιχη Διαχειριστική Αρχή του ΕΠ Ψηφιακή Σύγκλιση.

Η δημοσιότητα του ΕΠ αναμένεται να αξιοποιήσει παρεμβάσεις ανάπτυξης χρήσιμων εφαρμογών επιχειρηματικού περιεχομένου κυρίως για ΜΜΕ, ανάπτυξη των υποδομών για όλες τις βαθμίδες της εκπαίδευσης, παροχή βελτιωμένου επιπέδου υπηρεσιών υγείας, ενίσχυση ισότιμης πρόσβασης όλων των πολιτών στις δυνατότητες των ΤΠΕ, δράσεις ανάπτυξης ευρωζωνικών δικτύων στην περιφέρεια, ενέργειες διάχυσης εθνικών και ευρωπαϊκών καλών πρακτικών, κα.

Στην ίδιο πλαίσιο αναμένεται να υλοποιηθούν και οι παρεμβάσεις δημοσιότητας και προβολής του ΠΕΠ Αττικής 2007-2013 που αφορούν τις δράσεις ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας και της καινοτομίας. Θα υπάρξει συνακόλουθη συνεργασία με τον Ενδιάμεσο Φορέα Ανταγωνιστικότητα και θα προβληθούν δράσεις του ΠΕΠ που αφορούν στην υποστήριξη της έρευνας και της τεχνολογικής ανάπτυξης, στη δημιουργία αντίστοιχων υποδομών, στις επενδύσεις σε επιχειρήσεις και ομάδες επιχειρήσεων για την προώθηση της επιχειρηματικότητας σε καίριους τομείς κ.ά.

Για να εξασφαλιστεί η συνέργια και η συνεκτικότητα των δράσεων δημοσιότητας σε όλο το εύρος του ΠΕΠ, θα λειτουργήσει ένα δίκτυο ενημέρωσης και συντονισμού που θα αποσκοπεί να συντονίσει τις ενέργειες προβολής. Η λειτουργία του δικτύου μέσα από workshops, σεμινάρια και ενημερωτικές συναντήσεις αναμένεται να κωδικοποιήσει τις υφιστάμενες εμπειρίες και γνώσεις και να υποβοηθήσει την διάχυσή τους στους εμπλεκόμενους λειτουργούς επικοινωνίας και δημοσιότητας καθώς και να μεγιστοποιήσει τις συνέργειες.

2.4 Περιεχόμενο

Τα μέτρα πληροφόρησης και δημοσιότητας του επικοινωνιακού σχεδίου έχει προβλεφθεί να καλύπτουν όλο το φάσμα υλοποίησης του Επιχειρησιακού Προγράμματος από την έναρξη ως την ολοκλήρωση.

Ο συνδυασμός διαφορετικών μέσων επικοινωνίας είναι επίσης απαραίτητος ώστε να εξασφαλιστεί η μεγιστοποίηση του αποτελέσματος.

2.4.1 Φάσεις υλοποίησης της επικοινωνίας

Για την εφαρμογή των ενεργειών Πληροφόρησης και Δημοσιότητας του Επιχειρησιακού Προγράμματος απαιτείται μια αλληλουχία φάσεων επικοινωνίας συμπληρωματικού χαρακτήρα.

Κάθε φάση αποτελεί συνέχεια, συμπλήρωση και εξειδίκευση της προηγούμενης φάσης.

Τρεις είναι οι βασικές φάσεις επικοινωνίας:

- **Πρώτη Φάση:** Ευρεία πληροφόρηση για το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα και τις παρεμβάσεις του.

Στόχος είναι η αναγνωρισιμότητα του Προγράμματος από το ευρύ κοινό καθώς και η ενημέρωση των δυνητικών δικαιούχων σχετικά με τις χρηματοδοτικές ευκαιρίες και την προστιθέμενη αξία του Επιχειρησιακού Προγράμματος. Στη φάση αυτή διαμορφώνεται το κεντρικό μήνυμα που θα ακολουθεί το σύνολο της επικοινωνίας και θα αποτελεί την «ταυτότητά» της.

Η πρώτη φάση υλοποίησης τοποθετείται χρονικά από την επίσημη έναρξη του Προγράμματος (έγκριση από τη Ε.Ε.) έως την ενδιάμεση αξιολόγηση.

- **Δεύτερη Φάση:** Εξειδικευμένη ενημέρωση για το πρόγραμμα και τις δράσεις του, τις δυνατότητες πρόσβασης στις επιμέρους δράσεις και στις ευκαιρίες που προσφέρει.

Η δεύτερη φάση επικοινωνίας αφορά κυρίως τους ειδικούς στόχους του Επιχειρησιακού Προγράμματος και στις θεματικές ενότητες οι οποίες συνεισφέρουν στους στόχους αυτούς (μεταφορές και ειδικότερα ενίσχυση των περιφερειακών αξόνων και αναβάθμιση των λιμένων, συνδυασμένες μεταφορές, δράσεις προστασίας του περιβάλλοντος, τουρισμός, πολιτισμός, υγεία-πρόνοια, εκπαίδευση, αστική ανάπτυξη).

Η φάση αυτή που είναι και η κρίσιμότερη από την άποψη του όγκου της παρεχόμενης πληροφορίας, εντάσσεται χρονικά στο διάστημα από την ενδιάμεση αξιολόγηση το 2010, όπου συντελείται και η αναδιάρθρωση-επαναπροσανατολισμός των δράσεων του ΠΕΠ έως τη λήξη του Προγράμματος.

- **Τρίτη Φάση:** Διάδοση των επιτευχθέντων αποτελεσμάτων και ωφελειών, ανάδειξη Καλών Πρακτικών.

Στην τρίτη φάση επικοινωνίας προβάλλονται τα αποτελέσματα από την υλοποίηση των δράσεων του Προγράμματος. Η επικοινωνία στο επίπεδο αυτό εστιάζεται στην ενίσχυση και ολοκλήρωση της εικόνας που έχει δημιουργηθεί στις δύο προηγούμενες φάσεις, συνδέοντας το αναπτυξιακό «όραμα» και τους γενικούς στόχους με τα «θετικά» αποτελέσματα από την υλοποίηση.

Κατά την **πρώτη φάση** επικοινωνίας, ζητούμενο είναι «**να ενημερώσουμε**» τα κοινά-στόχος σχετικά με το ΕΠ, το βασικό του περιεχόμενο (γενικοί στόχοι, άξονες, μεγάλα έργα, αναμενόμενα αποτελέσματα) και ξεκινά μετά την έγκρισή του από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Κατά την φάση αυτή η Ενδιάμεση Διαχειριστική Αρχή (ΕΔΑ) μεριμνά για την διάδοση πληροφόρησης με απλό και κατανοητό τρόπο για τα εξής:

- Υλοποίηση εναρκτήριας δραστηριότητας
- Ανάρτηση σημαίας Ευρωπαϊκής Ένωσης 9-16 Μαΐου
- Δημοσιοποίηση καταλόγου δικαιούχων
- Δημοσίευση εγκεκριμένων εγγράφων του Επιχειρησιακού Προγράμματος
- Δημοσίευση και αποστολή περίληψης του Επιχειρησιακού Προγράμματος που θα αποτελεί τον ενημερωτικό οδηγό για το πρόγραμμα και για τη συμβολή των διαρθρωτικών ταμείων της Ευρωπαϊκής Ένωσης
- Ενημέρωση δυνητικών δικαιούχων σχετικά με τις διαδικασίες πιστοποίησής τους, ώστε να μπορούν να ενταχθούν στον κατάλογο των δικαιούχων
- Δημοσιοποίηση του θεσμικού πλαισίου λειτουργίας και διαχείρισης, με παράλληλη ανάδειξη των διαφοροποιήσεων ως προς την απλοποίηση των διαδικασιών σε σχέση με την προηγούμενη χρηματοδοτική περίοδο.
- Ενημερωτική αλληλογραφία, e-mails, ευρεία χρήση internet για διάχυση της πληροφόρησης
- Ενημερωτικές συναντήσεις, ημερίδες και συσκέψεις εργασίας, συνεντεύξεις Τύπου κλπ

Κατά τη **δεύτερη φάση** επικοινωνίας, ζητούμενο είναι η **κινητοποίηση** ομάδων κοινού ώστε για να συμμετάσχουν στο Πρόγραμμα αλλά και να λειτουργήσουν ως πολλαπλασιαστές πληροφόρησης. Η φάση αυτή χαρακτηρίζεται από την παροχή στοχευμένης ενημέρωσης για το περιεχόμενο και την διαδικασία ροής του προγράμματος, τα κριτήρια και τις διαδικασίες ένταξης των πράξεων, τη διαχείριση και την παρακολούθηση των δράσεων με στόχο την προετοιμασία και την ενεργοποίηση των δυνητικών δικαιούχων για να έχουν πρόσβαση στις χρηματοδοτικές ευκαιρίες του Προγράμματος. Επίσης, στόχος της παρούσας φάσης είναι να ενημερώσουμε με απλό και κατανοητό τρόπο το ευρύ κοινό για την εξέλιξη των παρεμβάσεων του Προγράμματος στην Αττική και για την πορεία υλοποίησης των μεγάλων έργων. Κατά τη φάση αυτή η Ενδιάμεση Διαχειριστική Αρχή φροντίζει για τα εξής:

- Υλοποίηση ετήσιων δραστηριοτήτων
- Δημοσιοποίηση καταλόγου δικαιούχων
- Ανάρτηση σημαίας Ευρωπαϊκής Ένωσης 9-16 Μαΐου
- Ευρεία χρήση του internet
- Έκδοση και διανομή ειδικών ενημερωτικών οδηγών
- Συστηματική οργάνωση θεματικών συναντήσεων και σεμιναρίων με τους δυνητικούς δικαιούχους και τους δικαιούχους
- Αξιοποίηση των διαθέσιμων δικτύων πληροφόρησης για την προσέγγιση των δυνητικών δικαιούχων
- Παρουσίαση καλών παραδειγμάτων και καλών πρακτικών
- Ειδικά ενημερωτικά δελτία και περιοδικά ενημερωτικά έντυπα
- Περιοδικές συνεντεύξεις Τύπου


Κατά την **τρίτη φάση** επικοινωνίας, ζητούμενο είναι διοχετεύσουμε στο ευρύ κοινό το μήνυμα ότι οι στόχοι της παρέμβασης έχουν απτά και συγκρίσιμα αποτελέσματα και ότι το αναπτυξιακό «όραμα» για την Περιφέρεια Αττικής έχει «σάρκα και οστά». Οι ενέργειες που αναλαμβάνει η ΕΔΑ κατά την παρούσα φάση έχουν στόχο την προβολή των αποτελεσμάτων και των ωφελειών που προκύπτουν από την ολοκλήρωση των δράσεων και των μεγάλων έργων του Προγράμματος, με έμφαση στην ανάδειξη καλών πρακτικών. Ορισμένα από τα μέσα που χρησιμοποιούνται είναι τα εξής:


- Υλοποίηση ετήσιων δραστηριοτήτων
- Ευρεία χρήση internet
- Προβολή καλών παραδειγμάτων – καλών πρακτικών
- Αξιοποίηση Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης (καμπάνιες αποτελεσμάτων)


2.4.2 Χρονοδιάγραμμα υλοποίησης επικοινωνιακών ενεργειών

Ενδεικτικός Πίνακας ροής ενεργειών

Ενέργειες	Φάσεις Επικοινωνίας		
	Α' Φάση	Β' Φάση	Γ' Φάση
	2008-2009	2010-2012	2013-2015
Εναρκτήρια εκδήλωση	◆		
Ετήσια Εκδήλωση	◆	◆ ◆	◆ ◆ ◆
Ανάρτηση σημαίας ΕΕ 9-16 Μαΐου	◆ ◆	◆ ◆ ◆	◆ ◆ ◆
Δημοσιοποίηση καταλόγου δικαιούχων	▬		
Νέα ιστοσελίδα Internet	◆		
Ενημέρωση ιστοσελίδας	▬		
Ενημερωτικές Ημερίδες	▬		
Ημερίδες Πληροφόρησης Δικαιούχων	▬		
Εκπαιδευτικά Σεμινάρια	▬		
Εκθέσεις – Παρουσίαση Καλών Πρακτικών		▬	
Ημερίδες Παρουσίασης Αποτελεσμάτων ΕΣΠΑ		▬	
Υπηρεσία Ενημέρωσης Κοινού	▬		
Newsletters	▬		
Συναντήσεις εργασίας	▬		
Έκδοση Ενημερωτικού Οδηγού	◆		
Ειδικά Ενημερωτικά Φυλλάδια		◆	◆

Διαφημιστική Χρήση ΜΜΕ		◊	◊
Τροφοδοσία ΜΜΕ με Νέα του ΕΠ			
Έρευνες - δημοσκοπήσεις	◊	◊	

 Χαμηλή Ένταση

 Υψηλή Ένταση

Στο σημείο αυτό πρέπει να τονιστεί ότι το Πρόγραμμα προβλέπει την πρόσληψη ειδικού **Επικοινωνιακού Συμβούλου** ως εξωτερικού συνεργάτη με ειδική για το σκοπό αυτό σύμβαση-ανάθεση. Στόχος είναι η αναλυτικότερη επεξεργασία και εφαρμογή των δράσεων δημοσιότητας.

Κατά την προγενέστερη της συνεργασίας με Σύμβουλο χρονική περίοδο, θα υπάρξει μία συνεχής ροή υλοποίησης των δράσεων δημοσιότητας (εναρκτήρια εκδήλωση, συναντήσεις εργασίας, προβολή στα έντυπα και ηλεκτρονικά ΜΜΕ, εκπαιδευτικά σεμινάρια κ.α.) στη βάση της αποκτηθείσας εμπειρίας από το Γ'ΚΠΣ αλλά και των τρεχουσών απαιτήσεων της έγκαιρης και έγκυρης έναρξης και αρχικής φάσης υλοποίησης του Προγράμματος .

2.4.3 Εργαλεία για την υλοποίηση των μέτρων πληροφόρησης ανά κοινό – στόχο.

Η εμπειρία που έχει αποκομισθεί από την προηγούμενη περίοδο αναφορικά με την επιλογή και την αποτελεσματικότητα των μέσων πληροφόρησης ανά κοινό στόχο έχει ληφθεί υπόψη για την κατάρτιση του ακόλουθου πίνακα:

Ενέργειες		Κοινό Στόχος			Στόχος Επικοινωνίας
		Δυνητικοί Δικαιούχοι	Δικαιούχοι	Ευρύ Κοινό	
Υ Π Ο Χ Ρ Ε Ω Τ Ι Κ Α	Εναρκτήρια Εκδήλωση	✓		✓	Ευρεία διάδοση του προγράμματος με πληροφόρηση για τους στόχους, τη στρατηγική και τις δράσεις του Προγράμματος
	Ετήσια Εκδήλωση	✓	✓	✓	Ανάδειξη των αποτελεσμάτων από την υλοποίηση του προγράμματος
	Ανάρτηση σημαίας ΕΕ 9-16 Μαΐου	✓	✓		Σύνδεση του Προγράμματος με την ευρωπαϊκή του διάσταση
	Δημοσιοποίηση καταλόγου δικαιούχων	✓	✓	✓	Σαφής και λεπτομερής πληροφόρηση σχετικά με τις δυνατότητες χρηματοδότησης, τους μηχανισμούς υλοποίησης και τη διαδικασία έναρξης του Προγράμματος
	Internet	✓	✓	✓	Ευρεία δυνατότητα διάδοσης του Προγράμματος σε νέους χρήστες και νέες ομάδες στόχου. Δυνατότητα άμεσης πληροφόρησης για τις νέες προσκλήσεις από τους δικαιούχους

Ενέργειες	Κοινό Στόχος			Στόχος Επικοινωνίας
	Δυνητικοί Δικαιούχοι	Δικαιούχοι	Ευρύ Κοινό	

Β Α Σ Ι Κ Α	Ημερίδες, Συνέδρια, Εκθέσεις	✓	✓	✓	Ενημέρωση για επί μέρους δράσεις του Προγράμματος	
	Γραφείο Ενημέρωσης Κοινού/Call center			✓	Ενημέρωση του πολίτη	
	Διεξαγωγή ερευνών			✓	Καταγραφή του βαθμού γνώσης και αποδοχής του Προγράμματος εκ μέρους των πολιτών/ Παροχή πληροφορίας και γνώσης εξειδικευμένων τμημάτων ή δράσεων του Προγράμματος στους Τελικούς Δικαιούχους	
	Εκπαιδευτικά Σεμινάρια	✓	✓		Δυνατότητα άμεσης επικοινωνίας με τους Τελικούς Δικαιούχους	
	Direct Mail	✓	✓			
	Εξωτερική Διαφήμιση	✓		✓		
	Road show			✓	Ανοιχτή επικοινωνία με το ευρύ κοινό	
	Ε Ρ Γ Α Λ Ε Ι Α	Ενέργειες	Κοινό Στόχος			Στόχος Επικοινωνίας
			Δυνητικοί Δικαιούχοι	Δικαιούχοι	Ευρύ Κοινό	
		Newsletters	✓	✓		Παρουσίαση όψεων του Προγράμματος στους δικαιούχους και στο ευρύ κοινό
	Info Points	✓	✓	✓	Επικοινωνία με τον πολίτη για τη διάδοση του συνόλου ή μέρους του Προγράμματος	
	Συναντήσεις εργασίας		✓		Εξειδικευμένη ανταλλαγή πληροφορίας	
	Ενημερωτικά				Πληροφόρηση σε γενικό κοινό ή ειδικό κοινό-στόχο	

2.4.4 Τεκμηρίωση χρήσης βασικών επικοινωνιακών εργαλείων

Internet

Το διαδίκτυο αποτελεί βασικό επικοινωνιακό εργαλείο για την Ενδιάμεση Διαχειριστική Αρχή καθ' όλη τη διάρκεια της προγραμματικής περιόδου.

Για τους τελικούς δικαιούχους αποτελεί τον βασικό αγωγό παροχής πληροφορίας υποδειγμάτων και οδηγιών. Για τους δυνητικούς δικαιούχους αποτελεί εύκολη και γρήγορη μέθοδο παροχής «χρηστικής» πληροφόρησης με στόχο την εκμετάλλευση των χρηματοδοτικών ευκαιριών που προσφέρει το Πρόγραμμα. Για το ευρύ κοινό, αποτελεί επίσης ελκυστικό μέσο ενημέρωσης για την πορεία υλοποίησης του Προγράμματος. Τέλος, η εμπειρία έχει αποδείξει ότι αποτελεί κατ' εξοχήν πηγή άντλησης πληροφοριών για τα ΜΜΕ, ως πολλαπλασιαστής πληροφόρησης. Έτσι, η ποιότητα και ο τρόπος παροχής της πληροφορίας μέσω internet θα ποικίλλει αναλόγως με το κοινό-στόχος. Επίσης, η λειτουργικότητα του portal της Ενδιάμεσης Διαχειριστικής Αρχής θα είναι κατάλληλα προσαρμοσμένη στο εκάστοτε κοινό-στόχος.

Στην ιστοσελίδα της Ενδιάμεσης Διαχειριστικής Αρχής θα περιλαμβάνεται λεπτομερής παρουσίαση του προγράμματος, οδηγίες διαχείρισης, υλοποίησης και παρακολούθησης των έργων και λεπτομέρειες για τις διαδικασίες υλοποίησης του προγράμματος, το θεσμικό πλαίσιο, συχνές ερωτήσεις – απαντήσεις, προκηρύξεις Δικαιούχων, δημοσιοποίηση καταλόγου δικαιούχων, καλές πρακτικές, σύνδεσμοι με ιστοσελίδες της Ευρωπαϊκής Ένωσης και των Διαρθρωτικών Ταμείων κα.

Ημερίδες, Συνέδρια, κλπ

Οι ενημερωτικές εκδηλώσεις, η διοργάνωση Ημερίδων ή Συνεδρίων εξασφαλίζουν την προσωπική επαφή με το κοινό-στόχος και λειτουργούν συμπληρωματικά στις υπόλοιπες δράσεις επικοινωνίας. Στην περίπτωση των δικαιούχων, οι ενημερωτικές εκδηλώσεις είναι καίριας σημασίας, διότι προσφέρουν την ευκαιρία στο κοινό-στόχος να λειτουργήσει διαδραστικά.

Συμμετοχή σε Εκθέσεις

Η συμμετοχή σε Εκθέσεις και μάλιστα διεθνείς αποτελεί σημαντική ευκαιρία άμεσης επαφής με το ευρύ κοινό. Η επαφή αυτή προσδίδει κύρος και αξιοπιστία σ' αυτόν που επικοινωνεί καθώς και στο προϊόν του. Επίσης,

ευκαιρία άμεσης επικοινωνίας με το ευρύ κοινό αποτελεί η συμμετοχή σε θεματικές εκθέσεις (αγροτικού, επιχειρηματικού, τουριστικού, κλπ ενδιαφέροντος), όπου στο ευρύ κοινό προστίθενται και οι δυνητικοί δικαιούχοι ως κοινό-στόχος, με προϋπόθεση την εξειδίκευση του περιεχομένου της πληροφορίας.

Γραφείο Ενημέρωσης Κοινού / Call Center

Δυο δράσεις που είναι προσανατολισμένες στην αμφίδρομη επικοινωνία και εξυπηρέτηση των ενδιαφερόμενων, λειτουργούν συμπληρωματικά μεταξύ τους, απευθύνονται σε όλες τις κατηγορίες του κοινού-στόχος καταγράφουν τις ερωτήσεις και τα προβλήματα και προσφέρουν επικαιροποιημένη πληροφορία.

Εκπαιδευτικά Σεμινάρια

Απευθύνονται κυρίως στους δικαιούχους, με σκοπό την κατάρτιση τους και την παροχή τεχνογνωσίας σε θέματα γύρω από το επιχειρησιακό πρόγραμμα και τις διαδικασίες εφαρμογής του.

Αποστολές Υλικού - Direct Mail – Email

Αφορά μαζικές αποστολές έντυπου ή ηλεκτρονικού υλικού προς προεπιλεγμένα κοινά, για ενημέρωση και συμμετοχή. Χρησιμοποιείται ευρέως στην περίπτωση των πολλαπλασιαστών πληροφόρησης και των δυνητικών δικαιούχων, ιδιαίτερα στην περίπτωση δράσεων και θεματικών κατηγοριών του Προγράμματος όπου οι κατηγορίες στοχοθετούμενου κοινού είναι ορισμένες.

Συνεντεύξεις Τύπου

Η διενέργεια συνεντεύξεων Τύπου αποτελεί εργαλείο ενημέρωσης αλλά κυρίως «ανοίγματος» προς τα ΜΜΕ. Συνιστά χρήσιμη μέθοδο για τη δημιουργία ενδιαφέροντος των ΜΜΕ απέναντι στο Πρόγραμμα.

Road show

Χρησιμοποιείται συνδυαστικά ως μέσο προβολής της πορείας υλοποίησης του Επιχειρησιακού Προγράμματος, αποσκοπώντας στην διάδοση πληροφοριών κυρίως προς το ευρύ κοινό. Αποτελεί εργαλείο επικοινωνίας ιδιαίτερα αποτελεσματικό, καθώς προσελκύει τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας.

Newsletters

Τα ενημερωτικά δελτία αποτελούν μία σταθερή περιοδική πηγή πληροφόρησης στην οποία είναι δυνατόν να ανατρέξει το κοινό ή τα ΜΜΕ για να παρακολουθούν την εξέλιξη του Προγράμματος. Η ιστοσελίδα μπορεί επίσης να φιλοξενεί ηλεκτρονικές εκδόσεις των ενημερωτικών δελτίων στις οποίες ανάλογα με τη δομή του portal μπορούν να εγγραφούν συνδρομητές.

Συναντήσεις εργασίας

Πρόκειται για ένα εργαλείο διάχυσης της πληροφόρησης που λειτουργεί με τον ίδιο τρόπο που λειτουργούν οι ενημερωτικές εκδηλώσεις, Ημερίδες, κλπ όταν απευθύνεται στους δικαιούχους. Οι συναντήσεις εργασίας είναι κρίσιμης σημασίας όταν απευθύνονται στα μέλη των δικτύων, για την ορθή λειτουργία των δικτύων, με στόχο τη μεγιστοποίηση της επικοινωνίας και την εγκυρότητά της.

Ενημερωτικοί Οδηγοί / Ενημερωτικά Φυλλάδια

Ανάλογα με το κοινό-στόχος, παρέχει εξειδικευμένες οδηγίες προς δυνητικούς δικαιούχους για το πώς θα συμμετάσχουν σε δράσεις του Προγράμματος, προς δικαιούχους για να τους υποστηρίξει στην υλοποίηση των έργων ή των δράσεών τους, καθώς και πληροφορίες σχετικά με την πορεία υλοποίησης των δράσεων του Προγράμματος προς το ευρύ κοινό. Σκόπιμο είναι οι οδηγοί και τα φυλλάδια να είναι γραμμένα με απλό και κατανοητό τρόπο και να αναρτώνται στην επίσημη ιστοσελίδα της Ενδιάμεσης Διαχειριστικής Αρχής.

Περιοδικά/ Έντυπα

Η παραγωγή εντύπων και το περιεχόμενό τους αποτελεί εργαλείο επικοινωνίας προς το ευρύ κοινό αλλά και προς ειδικούς αποδέκτες. Πρόκειται για ενέργεια η οποία, συνδυαστικά και συμπληρωματικά με τις υπόλοιπες ενέργειες άμεσης επικοινωνίας, ιδιαίτερα κατά την Α' φάση επικοινωνίας, προσδίδει αναγνωρισιμότητα και αξιοπιστία στο Πρόγραμμα. Το έντυπο επανεκδίδεται σε επόμενη φάση, αποτυπώνοντας πλέον τα αποτελέσματα από την ολοκλήρωση των δράσεων του Προγράμματος και τις ωφέλειες που απορρέουν από αυτές.

Τηλεόραση

Μέσο που εξασφαλίζει ευρεία ενημέρωση σε τοπικό ή εθνικό επίπεδο με βάση κατάλληλο διαφημιστικό προγραμματισμό. Εκτός από την καθαρά διαφημιστική χρήση της τηλεόρασης, χρησιμοποιείται ως επικοινωνιακό μέσο με την προσέλκυση δημοσιογράφων για τη δημιουργία ρεπορτάζ ή ντοκουμαντέρ ή με τη συμμετοχή σε τηλεοπτικές εκπομπές διαλόγου.

Ραδιόφωνο

Μέσο που εξασφαλίζει ευρεία ενημέρωση σε τοπικό ή εθνικό επίπεδο με βάση κατάλληλο διαφημιστικό προγραμματισμό. Εκτός από την καθαρά διαφημιστική χρήση του ραδιοφώνου, χρησιμοποιείται ως επικοινωνιακό μέσο με την προσέλκυση δημοσιογράφων για τη δημιουργία ρεπορτάζ ή με τη συμμετοχή σε ραδιοφωνικές εκπομπές διαλόγου.

Τύπος

Μέσο που εξασφαλίζει ευρεία προβολή, σε εθνικό ή τοπικό επίπεδο. Μπορεί να αξιοποιηθεί μέσω καταχωρήσεων ή και μέσω αφιερωμάτων, συνεντεύξεων και σχετικής αρθρογραφίας.

Εξωτερική διαφήμιση

Η διαφήμιση outdoor είναι επίσης ένα μέσο που εξασφαλίζει ευρεία προβολή, σε τοπικό επίπεδο. Παρά το γεγονός ότι η αποτελεσματικότητά της μπορεί να μετρηθεί μόνο με έρευνα, θεωρείται ως ένα από τα πιο αποτελεσματικά μέσα προβολής, ιδιαίτερα στους αστικούς χώρους.

Νέα μέσα

Η χρήση νέων μέσων άμεσης επικοινωνίας (above the line) προσδίδει πρωτοτυπία στην επικοινωνία, γεγονός που καλλιεργεί θετικό κλίμα απέναντι στο ευρύ κοινό. Ενδεικτικά αναφέρεται η χρήση κινητών μέσων προβολής (σήμανση αστικού λεωφορείου, ταξί, κλπ).

Info points

Δημιουργία stands με πληροφοριακό υλικό σε έντυπη ή οπτικοακουστική μορφή σε κομβικά σημεία επικοινωνίας της πόλης ή σε σημεία επίκαιρου ενδιαφέροντος. Το μέτρο αναμένεται να συμβάλλει σημαντικά στη διάχυση της πληροφόρησης στο ευρύ κοινό.

Έρευνες Κοινού - Δημοσκοπήσεις

Οι έρευνες αγοράς συνιστούν ένα επικοινωνιακό εργαλείο το οποίο προσδίδει τη δυνατότητα πιστοποίησης του βαθμού ενημέρωσης αφ' ενός και παρακολούθησης αφ' ετέρου εκ μέρους του κοινού στο οποίο απευθύνεται το πρόγραμμα, της αλληλεπίδρασης μεταξύ του προγράμματος και των αποδεκτών του. Βασιζόμενοι στην εμπειρία της αντίστοιχης δράσης του ΠΕΠ Αττικής 2000-2006, προτείνουμε την διενέργεια έρευνας κοινού σε δύο φάσεις:

Α' φάση: Κατά την έναρξη του Προγράμματος και μετά την εναρκτήρια εκδήλωση, κρίνεται αναγκαία η διεξαγωγή έρευνας στο ευρύ κοινό της Περιφέρειας η οποία θα καταγράφει το βαθμό γνώσης και αντίληψης των πολιτών σχετικά με το νέο πρόγραμμα και την ανάγκη περαιτέρω ενημέρωσής τους σχετικά με το προφίλ και τη σκοπιμότητά του. Ιδιαίτερα μετά την ευρύτατη διαδικασία κοινωνικού διαλόγου που άνοιξε το ΠΕΠ Αττικής από τις αρχές του 2005 με τους οικονομικούς και κοινωνικούς φορείς της Περιφέρειας για την Τέταρτη Προγραμματική Περίοδο (Δίκτυο εταιρών, προκαταρκτικές διαδικασίες διαβούλευσης, Ημερίδα προετοιμασίας, Αναπτυξιακό Συνέδριο), είναι σκόπιμο να διερευνηθεί πολλαπλασιαστική επίδραση αυτών των πρωτοβουλιών στο κοινό ευρύτερα καθώς και η έκταση της αντίληψης γύρω από τη στρατηγική του νέου προγράμματος και τη σύνδεσή του με το προηγούμενο.

Β' φάση: Σε δεύτερο επίπεδο και κατά τη διαδικασία υλοποίησης του Προγράμματος, προτείνεται η διενέργεια δεύτερης έρευνας με στόχο την αποτύπωση της κοινής γνώμης σχετικά με την αρχική εξέλιξη του προγράμματος, τον προγραμματισμό και την ανταποκρισιμότητα στις πρώτες δράσεις καθώς και την εξέλιξη της ενημέρωσης για το πρόγραμμα γενικά. Η

Ενδιάμεση Διαχειριστική Αρχή του ΠΕΠ Αττικής θεωρεί πως η δεύτερη αυτή έρευνα πρέπει να γίνει χρονικά κοντά στην ενδιάμεση αξιολόγηση του ΠΕΠ Αττικής 2007-2013 ώστε να δοθεί η δυνατότητα εξαγωγής χρησιμότερων συμπερασμάτων.

Εξετάζεται και η σκοπιμότητα διεξαγωγής τρίτης έρευνας μετά την ολοκλήρωση των επικοινωνιακών ενεργειών προς το ευρύ κοινό που περιλαμβάνονται στην τρίτη φάση επικοινωνίας.

Υπογραμμίζεται τέλος ότι οι έρευνες κοινού θα παρέχουν πολύτιμες πληροφορίες σχετικά με την επιλογή των επικοινωνιακών ενεργειών ανά φάση, την έντασή τους σύμφωνα με τις χρονικές συγκυρίες υλοποίησης του Προγράμματος, καθώς και την σημαντική πληροφορία για την τυχόν απαιτούμενη διόρθωση των δράσεων πληροφόρησης που απευθύνονται σε ειδικές ομάδες – στόχο.

Ανάμεσα στα στοιχεία που θα μετρηθούν με την έρευνα-κοινού, θα είναι και η γνώσης του βαθμού στον οποίο εκπληρώνονται τουλάχιστον οι γενικοί στόχοι της επικοινωνιακής πολιτικής του ΠΕΠ, όπως περιγράφονται στην ενότητα 2.1.

2.5 Ενδεικτικός προϋπολογισμός για την υλοποίηση του επικοινωνιακού σχεδίου

Ο ενδεικτικός προϋπολογισμός των μέτρων και δράσεων Πληροφόρησης και Δημοσιότητας του Ε.Π. Αττικής για την περίοδο 2007 – 2013 ανέρχεται στο ύψος των **4.000.000 €**.

Οι δράσεις πληροφόρησης και δημοσιότητας για την Αττική χρηματοδοτούνται από τον Άξονα 5 του Προγράμματος Τεχνική Υποστήριξη Εφαρμογής. Το ποσοστό κοινοτικής συγχρηματοδότησης στον Άξονα Προτεραιότητας Τεχνική Υποστήριξη Εφαρμογής για την περιφέρεια Αττικής ανέρχεται στο 74%.

Η κατανομή του ενδεικτικού προϋπολογισμού παρουσιάζεται στον ακόλουθο πίνακα:

Τύπος ενέργειας	Ενδεικτικός προϋπολογισμός (σε €)
MME (τηλεόραση, ραδιόφωνο, Internet campaign)	1.800.000
Προωθητικές ενέργειες (εκδηλώσεις, συνέδρια, παραγωγή υλικού κλπ)	1.400. 000
Άλλες ενέργειες (έρευνες κοινής γνώμης, δημιουργία ιστοσελίδας κλπ)	800.000
ΣΥΝΟΛΟ	4.000.000

2.6 Διοικητικές Υπηρεσίες ή Φορείς Αρμόδιοι για τα Μέτρα Πληροφόρησης και Δημοσιότητας

Στοιχεία επικοινωνίας:

Εθνική Αρχή Συντονισμού, Νίκης 5-7, 10180 Αθήνα Τηλ:210-3332546,
Email:scos@mnec.gr

Ενδιάμεση Διαχειριστική Αρχή Αττικής, Λ. Συγγρού 98-100, 11741 Τηλ:210
9287000 FAX: 210 9287001 e-mail: attiki@mou.gr

Υπεύθυνοι δημοσιότητας

α) Κώστας Μαρκάκης, Προϊστάμενος Μονάδας Α' τηλ: 210 9287046

e-mail: cmarkakis@mou.gr

β) Μαρία Λάβδα, στέλεχος Μονάδας Α' τηλ: 210 9287011

e-mail: lavda@mou.gr

Οι υπεύθυνοι δημοσιότητας είναι αρμόδιοι για:

- ✓ Τη διαμόρφωση και παρακολούθηση του πλαισίου αρχών πληροφόρησης και δημοσιότητας
- ✓ Την παροχή οδηγιών και κατευθύνσεων στους δυνητικούς δικαιούχους του Ε.Π. για θέματα πληροφόρησης και δημοσιότητας
- ✓ Την εκπόνηση, παρακολούθηση, την υλοποίηση και την αξιολόγηση του επικοινωνιακού σχεδίου
- ✓ Τη μέριμνα για τη συγκέντρωση και διάχυση της πληροφόρησης στους αρμόδιους φορείς, σχετικά με τα θέματα Πληροφόρησης και Δημοσιότητας
- ✓ Τη μέριμνα για την τακτική ενημέρωση και επικαιροποίηση του περιεχομένου του δικτυακού τόπου της Ενδιάμεσης Διαχειριστικής Αρχής και τη συνεχή τροφοδότηση με πληροφορίες του δικτυακού τόπου για τις δράσεις που αφορούν τους πολίτες και τις επιχειρήσεις.

- ✓ Τη συμμετοχή στο δίκτυο υπευθύνων δημοσιότητας του ΕΣΠΑ που συντονίζει η Εθνική Αρχή Συντονισμού και που δημιουργείται από τους υπεύθυνους δημοσιότητας όλων των Προγραμμάτων του ΕΣΠΑ (τομειακών και περιφερειακών) με στόχο την επίτευξη της συνέργιας στον τομέα της προβολής και της δημοσιότητας σε επίπεδο ΕΣΠΑ συνολικά και τον συντονισμό των επί μέρους ενεργειών ώστε να αποφεύγονται οι αλληλεπικαλύψεις και να προβάλλεται μία όσο το δυνατόν πληρέστερη εικόνα των παρεμβάσεων.

2.7 Αξιολόγηση

Οι Ενδιάμεσες Διαχειριστικές Αρχές σε συντονισμό με την Εθνική Αρχή Συντονισμού αξιολογούν τις δράσεις πληροφόρησης και δημοσιότητας που προβλέπεται να οργανωθούν στα πλαίσια του Προγράμματος. Η αξιολόγηση των ενεργειών αυτών γίνεται με βάση τη συμβολή των ενεργειών στην επίτευξη των στόχων του Επικοινωνιακού Σχεδίου και σύμφωνα με ποιοτικούς και ποσοτικούς στόχους ανάλογα με τη φύση των ενεργειών.

Ειδικότερα οι ενδεικτικοί δείκτες αξιολόγησης διακρίνονται σε:

Δείκτες Υλοποίησης: οι οποίοι καταγράφουν τις ενέργειες δημοσιότητας, όπως:

- Αριθμός εκδηλώσεων (ημερίδες, συνέδρια, σεμινάρια, εκθέσεις)
- Αριθμός διαφημιστικών εκστρατειών στα ΜΜΕ (Τηλεόραση, Ραδιόφωνο, Τύπος)
- Συνεργασία με δημοσιογράφους και ΜΜΕ (Συνεντεύξεις Τύπου, Ημερίδες Ενημέρωσης)
- Επικαιροποίηση Ιστοσελίδας
- Είδη και αριθμός εντύπων
- Αριθμός ερευνών - δημοσκοπήσεων

Δείκτες Αποτελέσματος – οι οποίοι καταγράφουν το αποτέλεσμα των ενεργειών προς το εκάστοτε κοινό – στόχο, όπως:

- Αριθμός συμμετεχόντων ανά ημερίδα
- Αριθμός εμφανίσεων στον Τύπο και ΜΜΕ
- Αριθμός εντύπων που διακινήθηκαν
- Αριθμός δελτίων Τύπου που δημοσιεύτηκαν κλπ.
- Ποσοστό % κοινού που ανταποκρίθηκε στην εκστρατεία δημοσιότητας (αναγωγή από δείγμα)

Χρειάζεται επίσης να παρακολουθείται η τήρηση των δεσμεύσεων σχετικά με τα μέτρα δημοσιότητας εκ μέρους των Δικαιούχων (τοποθέτηση πινακίδων στα εργοτάξια, αναμνηστικών πλακών με την περάτωση των έργων κλπ).

Οι Ενδιάμεσες Διαχειριστικές Αρχές σε συντονισμό με την Εθνική Αρχή Συντονισμού θα αξιολογούν τακτικά την υλοποίηση των δράσεων πληροφόρησης και δημοσιότητας. Η αξιολόγηση των δράσεων θα δίνει την δυνατότητα σε περαιτέρω εξειδίκευση των ομάδων στόχου, του περιεχομένου των δράσεων, την προώθηση και αξιοποίηση ορισμένων επικοινωνιακών εργαλείων.