

**Στρατηγική Επικοινωνίας  
για τα Επιχειρησιακά Προγράμματα  
«Ανταγωνιστικότητα και Αειφόρος Ανάπτυξη»  
και «Απασχόληση, Ανθρώπινοι Πόροι  
και Κοινωνική Συνοχή»  
2014 - 2020**



## ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

<b>1. ΓΕΝΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ</b> .....	<b>5</b>
1.1. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΠΕΡΙΟΔΟΥ 2014 – 2020.....	5
1.1.1. Συμφωνία Εταιρικής Σχέσης.....	5
1.1.2. Επιχειρησιακά Προγράμματα της Πολιτικής Συνοχής.....	6
1.2. ΚΑΝΟΝΟΝΙΣΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ.....	7
1.3. ΕΜΠΕΙΡΙΕΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΜΕΤΡΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ 2007-2013.....	9
1.3.1. Ανασκόπηση των κύριων μέτρων που ελήφθησαν.....	9
1.3.2. Αποτίμηση του Σχεδίου Επικοινωνίας 2007-2013 – Συμπεράσματα Αξιολόγησης.....	11
<b>2. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ – ΟΜΑΔΕΣ ΣΤΟΧΟΙ – ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ</b> .....	<b>16</b>
2.1. ΓΕΝΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ.....	16
2.2. ΕΙΔΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ.....	16
2.3. ΟΜΑΔΕΣ ΣΤΟΧΟΙ.....	17
2.3.1. Δυνητικοί Δικαιούχοι.....	18
2.3.2. Δικαιούχοι.....	18
2.3.3. Ευρύ Κοινό.....	19
2.4. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ.....	21
2.4.1. Χρήση πολλαπλών μέσων πληροφόρησης.....	22
2.4.2. Δημιουργία Ταυτότητας και κεντρικών επικοινωνιακών μηνυμάτων.....	23
2.4.3. Τήρηση των προνοιών των Κανονισμών της ΕΕ όσον αφορά την πληροφόρηση και επικοινωνία.....	23
2.4.4. Στοχευμένη πληροφόρηση ανά ομάδα-στόχο.....	23
2.4.5. Χρονικός Προγραμματισμός.....	23
2.4.6. Χρήση των κύριων αποτελεσμάτων από την εφαρμογή του Σχεδίου Επικοινωνίας 2007-2013.....	24
2.4.7. Εφαρμογή – Παρακολούθηση – Αξιολόγηση – Αναθεώρηση της Στρατηγικής.....	25
<b>3. ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΜΕΘΟΔΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ – ΜΕΤΡΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ</b> .....	<b>27</b>
3.1. ΚΟΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ.....	27
3.2. ΕΝΙΑΙΑ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΚΕΝΤΡΙΚΑ ΜΗΝΥΜΑΤΑ.....	27
3.3. ΜΕΤΡΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΔΥΝΗΤΙΚΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ.....	29
3.3.1. Πληροφόρηση μέσω Χρήσης Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης (ΜΜΕ).....	31
3.3.2. Ηλεκτρονικά Μέσα Πληροφόρησης.....	33
3.3.3. Ειδικές Εκδηλώσεις.....	36
3.3.4. Ενημέρωση μέσω Έντυπου Υλικού.....	37
3.3.5. Προωθητικά Αντικείμενα.....	39
3.3.6. Πληροφόρηση μέσω Εξωτερικής Διαφήμισης.....	39
3.3.7. Άλλα Υποχρεωτικά Μέτρα Πληροφόρησης.....	40
3.4. ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΠΟΥ ΕΙΝΑΙ ΔΙΑΘΕΣΙΜΑ ΣΕ ΜΟΡΦΕΣ ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΕΣ ΓΙΑ ΤΑ ΑΤΟΜΑ ΜΕ ΑΝΑΠΗΡΙΑ.....	41
3.4.1. Τυφλοί και άτομα με προβλήματα όρασης.....	41
3.4.2. Κωφοί και άτομα με προβλήματα ακοής.....	42
3.4.3. Άτομα με κινητική αναπηρία, τετραπληγικοί και παραπληγικοί.....	43

3.5.	ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ ΜΕΤΡΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΜΕ ΣΤΟΧΟΥΣ ΚΑΙ ΟΜΑΔΕΣ ΣΤΟΧΟΥΣ .....	43
<b>4.</b>	<b>ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΕΣ ΦΑΣΕΙΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΜΕΤΡΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ .....</b>	<b>46</b>
4.1.	Α΄ ΦΑΣΗ: ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΑ ΕΠ (2014-2015) .....	46
4.2.	Β΄ ΦΑΣΗ: ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΕΠ (2015-2019) .....	47
4.3.	Γ΄ ΦΑΣΗ: ΠΡΟΒΟΛΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΕΠ (2018-2023) .....	49
<b>5.</b>	<b>ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟΣ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΜΕΤΡΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ .....</b>	<b>52</b>
5.1.	Ενδεικτική Εκτίμηση Συνολικού Προϋπολογισμού.....	52
5.2.	Ενδεικτική Κατανομή Προϋπολογισμού Κατά Μέτρο.....	52
<b>6.</b>	<b>ΑΡΜΟΔΙΟΙ ΦΟΡΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΩΝ ΜΕΤΡΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ .....</b>	<b>54</b>
<b>7.</b>	<b>ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ – ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ – ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΗ ΤΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ</b>	<b>59</b>
7.1.	ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ .....	59
7.1.1.	Στόχοι της Αξιολόγησης .....	59
7.1.2.	Μεθοδολογία Αξιολόγησης .....	60
7.1.3.	Δείκτες .....	61
7.2.	ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΗ ΤΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ.....	65

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στο πλαίσιο της Πολιτικής Συνοχής της ΕΕ και για την προγραμματική περίοδο 2014-2020 έχουν κατανεμηθεί στην Κύπρο από τα Διαρθρωτικά Ταμεία, το Ταμείο Συνοχής και την Πρωτοβουλία για την Απασχόληση των Νέων €784εκ.

Για την αξιοποίηση των πόρων αυτών, έχει καταρτιστεί και εγκριθεί από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή στρατηγικό έγγραφο που αποτελεί τη «Συμφωνία Εταιρικής Σχέσης» η οποία αναλύει την ευρύτερη στρατηγική και τις προτεραιότητες που θα συγχρηματοδοτηθούν από τα Ευρωπαϊκά Διαρθρωτικά και Επενδυτικά Ταμεία για την εν λόγω προγραμματική περίοδο στην Κύπρο.

Η Συμφωνία Εταιρικής Σχέσης εξειδικεύεται σε δύο Επιχειρησιακά Προγράμματα μέσω των οποίων εφαρμόζεται η Πολιτική Συνοχής, το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα και Αειφόρος Ανάπτυξη» που θα συγχρηματοδοτηθεί από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης και το Ταμείο Συνοχής και το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Απασχόληση, Ανθρώπινοι Πόροι και Κοινωνική Συνοχή» που θα συγχρηματοδοτηθεί από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο και την Πρωτοβουλία για την Απασχόληση των Νέων.

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 II του Καν. Κοινών Διατάξεων (ΕΕ) 1303/2013, καθώς και στο Άρθρο 20 του Καν. (ΕΕ) 1304/2013 για το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο. Τα τεχνικά χαρακτηριστικά των μέτρων πληροφόρησης και επικοινωνίας ορίζονται στα Άρθρα 3-5 και Παράρτημα II του Εκτελεστικού Κανονισμού (ΕΕ) 821/2014.

Η Κύπρος, με σκοπό την αξιοποίηση των οικονομιών κλίμακας και τη διασφάλιση των μέγιστων δυνατών συνεργιών, αποφάσισε να εκπονήσει μία ενιαία Στρατηγική Επικοινωνίας και για τα δύο προαναφερόμενα Επιχειρησιακά Προγράμματα, με βάση και το επιτυχημένο πρότυπο της προηγούμενης προγραμματικής περιόδου. Δεδομένων των σχετικά περιορισμένων πόρων που κατανέμονται στη χώρα, η υλοποίηση μιας κοινής Στρατηγικής Επικοινωνίας και για τα δύο Επιχειρησιακά Προγράμματα θα μεγιστοποιήσει τα αποτελέσματα όσον αφορά τον αντίκτυπο της Πολιτικής Συνοχής στην Κύπρο και θα διευκολύνει την καλύτερη προβολή των αποτελεσμάτων, αφού τα προγράμματα αυτά από κοινού εξειδικεύουν την Πολιτική Συνοχής για τη χώρα. Η ύπαρξη μιας ενιαίας στρατηγικής εξασφαλίζει το μέγιστο δυνατό επικοινωνιακό αποτέλεσμα μέσα από τη συνεκτικότητα της στρατηγικής και των μέτρων καθώς και από τη δυνατότητα αποτελεσματικού συντονισμού.

Η Στρατηγική Επικοινωνίας εκπονείται από τη Διαχειριστική Αρχή των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων (Γενική Διεύθυνση Ευρωπαϊκών Προγραμμάτων, Συντονισμού και

Ανάπτυξης) και υποβάλλεται προς έγκριση στην Επιτροπή Παρακολούθησης, σύμφωνα τις πρόνοιες του Άρθρου 116 του Καν. (ΕΕ) 1303/2013.

Η ενιαία Στρατηγική Επικοινωνίας 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.

Η εκπόνηση της Στρατηγικής Επικοινωνίας, βασίζεται στις σχετικές πρόνοιες του Κανονισμού (ΕΕ) 1303/2013 και του Παραρτήματος XII του ίδιου Κανονισμού και διαρθρώνεται στα ακόλουθα Κεφάλαια:

- ✓ Στο Κεφάλαιο 1 γίνεται μια σύντομη αναφορά στη Συμφωνία Εταιρικής Σχέσης και στα Επιχειρησιακά Προγράμματα, περιγράφεται το Κανονιστικό Πλαίσιο για την πληροφόρηση και επικοινωνία κατά την προγραμματική περίοδο 2014-2020 και γίνεται μια αποτίμηση των εμπειριών από την εφαρμογή του Σχεδίου Επικοινωνίας των Προγραμμάτων κατά την προγραμματική περίοδο 2007-2013.
- ✓ Στο Κεφάλαιο 2 παρουσιάζονται οι Γενικοί και Ειδικοί Στόχοι της Στρατηγικής Επικοινωνίας, αναλύονται οι επιμέρους Ομάδες Στόχοι και περιγράφονται τα βασικά στοιχεία που λαμβάνονται υπόψη για τη διαμόρφωση της στρατηγικής.
- ✓ Στο Κεφάλαιο 3 παρουσιάζονται αναλυτικά τα μέτρα πληροφόρησης και τα δυνητικά επικοινωνιακά εργαλεία, που θα χρησιμοποιηθούν για την επίτευξη των Στόχων της Στρατηγικής.
- ✓ Στο Κεφάλαιο 4 παρουσιάζονται οι διάφορες επικοινωνιακές φάσεις για την υλοποίηση των μέτρων πληροφόρησης.
- ✓ Στο Κεφάλαιο 5 παρατίθεται ο ενδεικτικός προϋπολογισμός των μέτρων πληροφόρησης, ανά έτος για όλη τη διάρκεια της προγραμματικής περιόδου.
- ✓ Στο Κεφάλαιο 6 παρατίθενται οι αρμόδιοι φορείς για την υλοποίηση των μέτρων της Επικοινωνιακής Στρατηγικής και παρέχονται πληροφορίες για το οργανωτικό πλαίσιο σχεδιασμού, συντονισμού και υλοποίησης της Στρατηγικής.
- ✓ Στο Κεφάλαιο 7 παρουσιάζονται οι ρυθμίσεις για την παρακολούθηση, αξιολόγηση και αναθεώρηση της Στρατηγικής, όπου παρατίθενται τόσο η ενδεικτική μεθοδολογία αξιολόγησής της, όσο και οι δείκτες εκροών και αποτελεσμάτων που θα χρησιμοποιηθούν για την παρακολούθηση της υλοποίησης και την επίτευξη των στόχων της.

## 1. ΓΕΝΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

### 1.1. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΠΕΡΙΟΔΟΥ 2014 – 2020

Μετά από διαπραγμάτευση με τους αρμόδιους θεσμούς της ΕΕ, η Κύπρος εξασφάλισε την παραχώρηση €956εκ. από τα Ευρωπαϊκά Διαρθρωτικά και Επενδυτικά Ταμεία (ΕΔΕΤ) για την προγραμματική Περίοδο 2014-2020. Από αυτά, τα €784εκ. παραχωρήθηκαν από τα Ταμεία της Πολιτικής Συνοχής, και πιο συγκεκριμένα €454,5εκ. από τα Διαρθρωτικά Ταμεία, €318εκ. από το Ταμείο Συνοχής και €11,5εκ. από την Πρωτοβουλία για την Απασχόληση των Νέων (ΠΑΝ). Τα υπόλοιπα €132εκ. παραχωρήθηκαν από το Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Αγροτικής Ανάπτυξης (ΕΓΤΑΑ) και €40εκ. από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Θάλασσας και Αλιείας (ΕΤΘΑ).

#### 1.1.1. Συμφωνία Εταιρικής Σχέσης

Η Συμφωνία Εταιρικής Σχέσης (ΣΕΣ) 2014-2020 αποτελεί το στρατηγικό έγγραφο προγραμματισμού για την αξιοποίηση των πόρων που εξασφαλίστηκαν από τα ΕΔΕΤ. Στοχεύει στη διασφάλιση της συνέργειας και του συντονισμού μεταξύ των Ταμείων της Πολιτικής Συνοχής (Διαρθρωτικά Ταμεία και Ταμείο Συνοχής), της Κοινής Αγροτικής Πολιτικής (Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Αγροτικής Ανάπτυξης) και της Κοινής Αλιευτικής Πολιτικής (Ευρωπαϊκό Ταμείο Θάλασσας και Αλιείας), έτσι ώστε να επιτυγχάνονται ουσιαστικά αποτελέσματα που θα συμβάλουν στην επίτευξη των Στόχων της Στρατηγικής της Ένωσης «Ευρώπη 2020» και κατ' επέκταση στην ανάπτυξη και τη δημιουργία θέσεων εργασίας στην Κύπρο.

Η ΣΕΣ καθορίζει τις προτεραιότητες χρηματοδότησης της Κύπρου από τα ΕΔΕΤ για την περίοδο 2014-2020, όπως αυτές απορρέουν από την ανάλυση των αναπτυξιακών αναγκών και προοπτικών ανάπτυξης της χώρας, καθώς και τους θεματικούς στόχους στους οποίους επέλεξε να επενδύσει η Κύπρος την περίοδο 2014-2020.

Ως Στρατηγικός Στόχος της ΣΕΣ ορίζεται η **αναδιάρθρωση της οικονομίας εστιάζοντας σε τομείς στους οποίους η Κύπρος διαθέτει συγκριτικά πλεονεκτήματα και εξωστρεφή χαρακτήρα, η διατήρηση και δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και η διασφάλιση της κοινωνικής συνοχής**. Για την επίτευξη του στόχου αυτού έχουν καθοριστεί τρεις βασικές Προτεραιότητες:

- Η υποστήριξη της αναδιάρθρωσης και ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας της οικονομίας,
- Η αναβάθμιση του ανθρώπινου δυναμικού, η προώθηση της απασχόλησης και της κοινωνικής συνοχής, και
- Η προστασία του περιβάλλοντος και η αποδοτική χρήση των πόρων.

Παράλληλα, η προώθηση της βιώσιμης τοπικής ανάπτυξης αποτελεί οριζόντια προτεραιότητα.

Η ΣΕΣ εγκρίθηκε με Εκτελεστική Απόφαση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στις 20 Ιουνίου 2014, όπως αυτή αναθεωρήθηκε στις 30 Σεπτεμβρίου 2014.

### 1.1.2. Επιχειρησιακά Προγράμματα της Πολιτικής Συνοχής

Η εφαρμογή της ΣΕΣ εξειδικεύεται περαιτέρω μέσω των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων (ΕΠ). Τα ΕΠ αποτελούν πολυετή προγραμματικά έγγραφα στα οποία καταγράφονται συγκεκριμένες αναπτυξιακές ανάγκες και προτεραιότητες, καθώς και ενδεικτικές κατηγορίες έργων που δύναται να λάβουν χρηματοδότηση από το κάθε Ταμείο. Τα ΕΠ που αφορούν στην αξιοποίηση των πόρων που παραχωρήθηκαν στην Κύπρο μέσω των Ταμείων της Πολιτικής Συνοχής είναι τα ακόλουθα:

- Το «ΕΠ Ανταγωνιστικότητα και Αειφόρος Ανάπτυξη», που θα συγχρηματοδοτηθεί από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ) και το Ταμείο Συνοχής και
- Το «ΕΠ Απασχόληση, Ανθρώπινοι Πόροι και Κοινωνική Συνοχή», που θα συγχρηματοδοτηθεί από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο (ΕΚΤ) και την Πρωτοβουλία για την Απασχόληση των Νέων.

Στο πλαίσιο του ΕΠ «Ανταγωνιστικότητα και Αειφόρος Ανάπτυξη», με Κοινοτική Συνδρομή ύψους € 561,8 εκ., θα προωθηθούν παρεμβάσεις για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας της οικονομίας, μέσω της προώθησης επενδύσεων στους τομείς της Έρευνας και Καινοτομίας, των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών και ενίσχυσης των ΜΜΕ, παρεμβάσεις στον τομέα του Περιβάλλοντος, της Ενέργειας και των Μεταφορών και παρεμβάσεις για την προώθηση της ολοκληρωμένης βιώσιμης αστικής ανάπτυξης σε υποβαθμισμένες περιοχές.

Στο πλαίσιο του ΕΠ «Απασχόληση, Ανθρώπινοι Πόροι και Κοινωνική Συνοχή», με Κοινοτική Συνδρομή ύψους €140,5 εκ., θα προωθηθούν παρεμβάσεις για την προώθηση της απασχόλησης, τη διατήρηση της κοινωνικής συνοχής, τη βελτίωση της επαγγελματικής εκπαίδευσης και κατάρτισης, την προώθηση και πιστοποίηση της δια βίου μάθησης και την ενίσχυση της διοικητικής ικανότητας των δημοσίων αρχών και των εμπλεκόμενων φορέων. Θα προωθηθούν επίσης παρεμβάσεις για ενίσχυση της απασχόλησης των νέων που περιλαμβάνουν μεταξύ άλλων δράσεις για την εφαρμογή της «Εγγύησης για τη Νεολαία».

Οι παρεμβάσεις και των δύο ΕΠ θα περιλαμβάνουν επενδύσεις του ευρύτερου δημόσιου τομέα, καθώς και Σχέδια Χορηγιών/Κινήτρων που θα απευθύνονται προς τους φορείς του ιδιωτικού τομέα.

Το ποσοστό συγχρηματοδότησης μέσω των Ταμείων της ΕΕ ανέρχεται στο 85% της συνολικής επιλέξιμης δημόσιας δαπάνης, ενώ για την Πρωτοβουλία για την Απασχόληση των Νέων η κοινοτική συνδρομή ανέρχεται στο 100%.

Το ΕΠ «Ανταγωνιστικότητα και Αειφόρος Ανάπτυξη» εγκρίθηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή στις 16 Δεκεμβρίου 2014, ενώ το ΕΠ «Απασχόληση, Ανθρώπινοι Πόροι και Κοινωνική Συνοχή» εγκρίθηκε στις 25 Φεβρουαρίου 2015.

## 1.2. ΚΑΝΟΝΟΝΙΣΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Το κανονιστικό πλαίσιο της ΕΕ που διέπει τις υποχρεώσεις των Κρατών Μελών και Διαχειριστικών Αρχών σε σχέση με την πληροφόρηση και επικοινωνία, είναι το ακόλουθο:

- Άρθρα 115-117 και το Παράρτημα XII του Κανονισμού Κοινών Διατάξεων (ΕΕ) 1303/2013
- Άρθρο 20 του Κανονισμού (ΕΕ) 1304/2014 για το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο (αφορά τα έργα που συγχρηματοδοτούνται από την ΠΑΝ)
- Άρθρα 3-5 και Παράρτημα II του Εκτελεστικού Κανονισμού (ΕΕ) 821/2014

Πιο συγκεκριμένα, ο Κανονισμός Κοινών Διατάξεων προσδιορίζει το πλαίσιο για την εφαρμογή των δράσεων πληροφόρησης και επικοινωνίας στο πλαίσιο της εφαρμογής των ΕΠ της περιόδου 2014-2020. Ειδικότερα, όπως ορίζεται στο Άρθρο 115, τα Κράτη-Μέλη και οι Διαχειριστικές Αρχές είναι αρμόδιες:

- Για την κατάρτιση Στρατηγικών Επικοινωνίας
- Τη δημιουργία ενός ενιαίου διαδικτυακού τόπου ή μιας ενιαίας διαδικτυακής πύλης που παρέχει πληροφορίες και πρόσβαση σε όλα τα ΕΠ του κράτους μέλους, συμπεριλαμβανομένων πληροφοριών σχετικά με τη χρονική στιγμή υλοποίησης του προγραμματισμού και οποιωνδήποτε σχετικών διαδικασιών δημόσιας διαβούλευσης.
- Την ενημέρωση των δυνητικών Δικαιούχων σχετικά με τις ευκαιρίες χρηματοδότησης στο πλαίσιο των ΕΠ.
- Τη δημοσιοποίηση στους πολίτες της Ένωσης του ρόλου και των επιτευγμάτων της πολιτικής για τη συνοχή και των Ταμείων, μέσω δράσεων πληροφόρησης και επικοινωνίας, σχετικά με τα αποτελέσματα και τον αντίκτυπο των ΣΕΣ, των ΕΠ και των έργων.

Με βάση το Άρθρο 116 (παρ.1), το Κράτος-Μέλος ή οι Διαχειριστικές Αρχές καταρτίζουν στρατηγική επικοινωνίας για κάθε ΕΠ, ενώ είναι δυνατό να καταρτισθεί κοινή στρατηγική επικοινωνίας για περισσότερα ΕΠ. Η στρατηγική επικοινωνίας, σύμφωνα με την



παράγραφο 4, του Παραρτήματος XII του Κανονισμού Κοινών Διατάξεων, πρέπει να περιλαμβάνει τα ακόλουθα στοιχεία:

- Περιγραφή της μεθόδου επικοινωνίας, η οποία περιλαμβάνει τα βασικά μέτρα ενημέρωσης που λαμβάνει το Κράτος Μέλος, ή η Διαχειριστική Αρχή, για την ενημέρωση των δυνητικών Δικαιούχων, των Δικαιούχων, των πολλαπλασιαστών ενημέρωσης και του ευρύτερου κοινού.
- Περιγραφή των μέσων που θα διατεθούν σε μορφές προσβάσιμες για τα άτομα με αναπηρία
- Περιγραφή του τρόπου υποστήριξης των δραστηριοτήτων επικοινωνίας των Δικαιούχων.
- Ενδεικτικό προϋπολογισμό για την υλοποίηση της στρατηγικής.
- Περιγραφή των διοικητικών φορέων, περιλαμβανομένων στοιχείων για το προσωπικό, που είναι αρμόδιοι για την εφαρμογή των μέτρων ενημέρωσης και επικοινωνίας.
- Τις ρυθμίσεις για τα μέτρα ενημέρωσης και επικοινωνίας που περιλαμβάνουν τον διαδικτυακό τόπο ή την πύλη που είναι διαθέσιμα αυτά τα στοιχεία
- Ένδειξη του τρόπου με τον οποίο θα αξιολογηθούν τα μέτρα ενημέρωσης και επικοινωνίας, όσον αφορά την προβολή και την αναγνωρισιμότητα της πολιτικής, των ΕΠ, των έργων και του ρόλου των Ταμείων και της Ένωσης.
- Περιγραφή της χρήσης των κύριων αποτελεσμάτων του προηγούμενου ΕΠ
- Επικαιροποίηση σε ετήσια βάση, στην οποία καθορίζονται οι δραστηριότητες πληροφόρησης και επικοινωνίας που θα διενεργηθούν το επόμενο έτος.

Στο Παράρτημα XII του Κανονισμού Κοινών Διατάξεων παρατίθενται επίσης, λεπτομέρειες για τον τρόπο τήρησης και δημοσιοποίησης του καταλόγου των έργων, τα μέτρα πληροφόρησης και επικοινωνίας που πρέπει να λαμβάνονται για το κοινό και τα μέτρα ενημέρωσης των δυνητικών Δικαιούχων και Δικαιούχων.

Όλες οι πιο πάνω πρόνοιες των Κανονισμών, λαμβάνονται υπόψη κατά την εξειδίκευση της Στρατηγικής Επικοινωνίας στις επόμενες ενότητες του παρόντος εγγράφου.

Σημειώνεται επίσης ότι όλα τα μέτρα πληροφόρησης και επικοινωνίας που θα λαμβάνονται, θα τηρούν τα τεχνικά χαρακτηριστικά όπως ορίζονται στα Άρθρα 3-5 του Εκτελεστικού Κανονισμού (ΕΕ) 821/2014.

### 1.3. ΕΜΠΕΙΡΙΕΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΜΕΤΡΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ 2007-2013

Κατά τη διάρκεια της προγραμματικής περιόδου 2007-2013, τα μέτρα πληροφόρησης και επικοινωνίας σχεδιάστηκαν και υλοποιήθηκαν στο πλαίσιο ενός ολοκληρωμένου Σχεδίου Επικοινωνίας, το οποίο κάλυπτε τα ΕΠ «Αειφόρος Ανάπτυξη και Ανταγωνιστικότητα» και «Απασχόληση, Ανθρώπινο Κεφάλαιο και Κοινωνική Συνοχή».

Το αρχικό Σχέδιο Επικοινωνίας είχε προϋπολογισμό 4,9 εκ. € (Δημόσια Δαπάνη) και αναθεωρήθηκε μετά την ενδιάμεση αξιολόγησή του, η οποία πραγματοποιήθηκε το 2011, επιφέροντας οριακές μεταβολές στους ποσοτικούς στόχους που περιλαμβάνονταν στο αρχικό σχέδιο και προσαρμόζοντας τα χρηματοοικονομικά δεδομένα του Σχεδίου στα στοιχεία της πραγματικής υλοποίησης. Ο προϋπολογισμός του Σχεδίου Επικοινωνίας μετά την αναθεώρησή του ανήλθε σε 3,5 εκ. € (Δημόσια Δαπάνη).

Στη συνέχεια γίνεται μια συνοπτική αναφορά στα κύρια μέτρα που ελήφθησαν στο πλαίσιο του Σχεδίου Επικοινωνίας της προγραμματικής περιόδου 2007-2013 και στα βασικά συμπεράσματα της ενδιάμεσης αξιολόγησής του.

#### 1.3.1. Ανασκόπηση των κύριων μέτρων που ελήφθησαν

Ο Πίνακας 1 που ακολουθεί συνοψίζει την αρχιτεκτονική του Σχεδίου Επικοινωνίας των ΕΠ «Αειφόρος Ανάπτυξη και Ανταγωνιστικότητα» και «Απασχόληση, Ανθρώπινο Κεφάλαιο και Κοινωνική Συνοχή».

**Πίνακας 1: Μέτρα Πληροφόρησης – Επικοινωνιακά Εργαλεία Σχεδίου Επικοινωνίας 2007-2013**

<b>ΚΟΙΝΑ ΜΕΤΡΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ</b>	A1. Ταυτότητα – κεντρικά μηνύματα A2. Συνεχής ηλεκτρονική ενημέρωση A3. Ενημέρωση μέσω έντυπου υλικού A4. Ειδικές Εκδηλώσεις A5. Πληροφόρηση μέσω χρήσης ΜΜΕ A6. Πληροφόρηση μέσω εξωτερικής διαφήμισης A7. Πληροφόρηση μέσω προωθητικών αντικειμένων
<b>ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΜΕΤΡΑ ΓΙΑ ΤΟ ΕΠ «ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ»</b>	B1. Καλλιέργεια σχέσεων με ΜΜΕ B2. Ειδικές εκδηλώσεις B3. Έντυπο Υλικό
<b>ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΜΕΤΡΑ ΓΙΑ ΤΟ ΕΠ «ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ, ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΣΥΝΟΧΗ»</b>	Γ1. Ειδικές δράσεις / εκδηλώσεις Γ2. Πληροφόρηση μέσω χρήσης ΜΜΕ
	Δ1. Πλακέτες στα κτίρια / γραφεία / εργοτάξια

<b>ΛΟΙΠΑ ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΑ ΜΕΤΡΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ</b>	Δ2. Ανάρτηση σημαίας ΕΕ Δ3. Τεχνικά Χαρακτηριστικά των μέτρων Πληροφόρησης και Δημοσιότητας Δ4. Δημοσιοποίηση καταλόγου έργων / δικαιούχων.
---	---

Με την έναρξη της υλοποίησης του Σχεδίου Επικοινωνίας εφαρμόστηκε ένα μεγάλο μέρος των ενεργειών που περιλαμβάνονται σε αυτό, όπως είναι τα Κοινά Μέτρα Πληροφόρησης τα οποία ολοκληρώθηκαν πλήρως και σύμφωνα με τα προβλεπόμενα από το Σχέδιο, οι ενέργειες σχετικά με τη δημιουργία Ταυτότητας και Κεντρικών Μηνυμάτων και τη Συνεχή Ηλεκτρονική Ενημέρωση. Τόσο οι δράσεις Ενημέρωσης Μέσω Έντυπου Υλικού, όσο και οι Ειδικές Εκδηλώσεις, παρουσίασαν υψηλούς ρυθμούς υλοποίησης από το πρώτο έτος της προγραμματικής περιόδου, αποτέλεσμα της προσπάθειας συνεχούς ενημέρωσης των Δικαιούχων και δυνητικών Δικαιούχων.

Επιπρόσθετα στον τομέα των ειδικών εκδηλώσεων υλοποιήθηκαν όλες οι προβλεπόμενες από το Σχέδιο παρεμβάσεις της Διαχειριστικής Αρχής, με στόχο την ευρεία ενημέρωση του κοινού και των Δικαιούχων αναφορικά προς την εξέλιξη των ΕΠ και την ευρύτερη προβολή των στόχων τους και του ρόλου της ΕΕ στην επίτευξή τους και εφαρμόστηκε το σύνολο των Λοιπών Υποχρεωτικών Μέτρων Πληροφόρησης, σε συνάφεια με τις πρόνοιες του Κανονισμού (ΕΚ) 1828/2006 (Μέτρα Δ1 έως Δ4).

Η πληροφόρηση μέσω ΜΜΕ η οποία αποτέλεσε και το μεγαλύτερο, σε όρους χρηματοδοτικής βαρύτητας Μέτρο του Σχεδίου Επικοινωνίας άρχισε να παρέχεται μέσω των διαφημιστικών εκστρατειών που διοργάνωσε η Διαχειριστική Αρχή, όπως και τα Μέτρα Πληροφόρησης Μέσω Εξωτερικής Διαφήμισης και Πληροφόρησης μέσω Προωθητικών Αντικειμένων. Τα τρία αυτά Μέτρα αποτέλεσαν τον κορμό της Τρίτης Φάσης του Σχεδίου Επικοινωνίας η οποία άρχισε το 2010 και διαρκεί μέχρι το πέρας της προγραμματικής περιόδου.

Κατά την πρώτη περίοδο εφαρμογής του Σχεδίου Επικοινωνίας ιδιαίτερα υψηλή ήταν η υλοποίηση των μέτρων που αφορούσαν σε δραστηριότητες ενημέρωσης που απευθύνθηκαν προς Δικαιούχους και δυνητικούς Δικαιούχους, αντανακλώντας τη μεγάλη έμφαση που δόθηκε στα πρώτα στάδια της προγραμματικής περιόδου στην προκήρυξη έργων, στην ενημέρωση των Δικαιούχων και δυνητικών Δικαιούχων για την προετοιμασία, ένταξη και διαχείριση έργων. Τα μέτρα πληροφόρησης που αφορούσαν στην τρίτη ομάδα στόχο, δηλαδή το ευρύ κοινό, παρουσίασαν επιτάχυνση μετά την πρώτη περίοδο εφαρμογής του Σχεδίου, δεδομένου ότι με βάση το χρονοδιάγραμμα ενεργειών του Σχεδίου Επικοινωνίας τόσο οι δραστηριότητες που αφορούσαν στη διαφήμιση μέσω των ΜΜΕ, όσο και αυτές της εξωτερικής διαφήμισης και της παραγωγής προωθητικών αντικειμένων άρχιζαν το 2010 και κλιμακώνονταν μέχρι το 2015. Ιδιαίτερη έμφαση αποδόθηκε στην προβολή των αποτελεσμάτων των έργων που υλοποιούνται, η οποία διαρκεί μέχρι το τέλος του 2015, αφού πλέον η υλοποίηση των δύο ΕΠ βρίσκεται σε στάδιο ολοκλήρωσης και μπορεί να στηρίξει σχετικές επικοινωνιακές δράσεις.

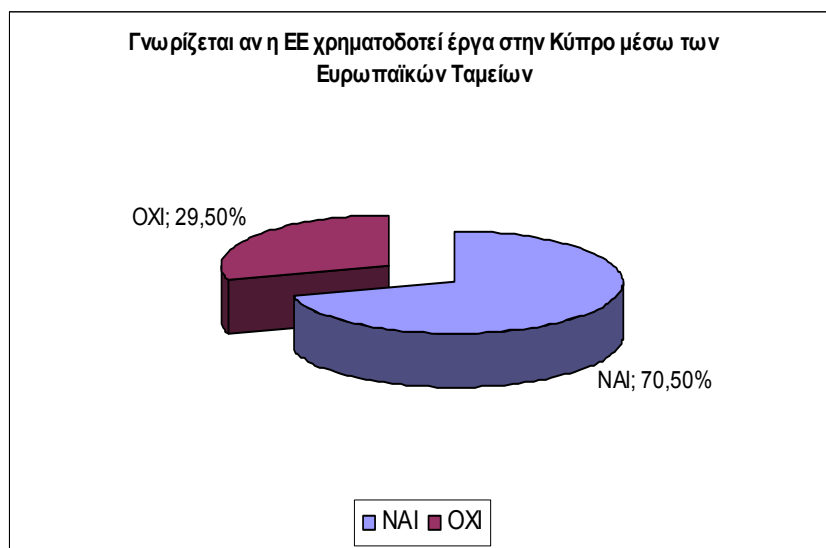
### 1.3.2. Αποτίμηση του Σχεδίου Επικοινωνίας 2007-2013 – Συμπεράσματα Αξιολόγησης

Με βάση τα συμπεράσματα της Ενδιάμεσης Αξιολόγησης του Σχεδίου Επικοινωνίας, το Σχέδιο περιλάμβανε μία πλήρη επικοινωνιακή στρατηγική, η οποία αξιοποίησε 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. Το Σχέδιο υιοθέτησε ένα ολοκληρωμένο σύνολο αλληλένδετων μέτρων πληροφόρησης και επικοινωνίας, για την αποτελεσματική προσέγγιση των τριών ομάδων – στόχων (Δικαιούχοι, δυνητικοί Δικαιούχοι και ευρύ κοινό), ενσωματώνοντας το σύνολο των υποχρεωτικών διατάξεων του Κανονισμού (ΕΚ) 1828/2006, για τις αναγκαίες ενέργειες στις οποίες θα πρέπει να προβαίνουν η Διαχειριστική Αρχή, οι Ενδιάμεσοι Φορείς και οι Δικαιούχοι στον τομέα της δημοσιότητας. Διαρθρώθηκε σύμφωνα με τις διατάξεις του Κανονισμού, δηλαδή, σε μια δομημένη μορφή που περιλάμβανε τους στόχους, το στοχοθετούμενο κοινό, τη στρατηγική και το περιεχόμενο των μέτρων πληροφόρησης και δημοσιότητας, τον ενδεικτικό προϋπολογισμό, τις υπηρεσίες που είναι αρμόδιες για την εφαρμογή των μέτρων πληροφόρησης και τις αναγκαίες ενδείξεις για τον τρόπο με τον οποίο τα μέτρα πληροφόρησης και δημοσιότητας θα πρέπει να αξιολογηθούν.

Το Σχέδιο Επικοινωνίας έθεσε μία σειρά από συγκεκριμένους στόχους, οι οποίοι εξειδικεύθηκαν ποσοτικά σε ένα σύστημα δεικτών υλοποίησης, αποτελέσματος και επιπτώσεων, στην πλειοψηφία τους μετρήσιμων και κατάλληλων να αποτυπώσουν τις επιτεύξεις των επιμέρους παρεμβάσεων.

Οι επιπτώσεις του Σχεδίου Επικοινωνίας εκτιμήθηκαν με βάση τα αποτελέσματα των δύο Ερευνών που οργανώθηκαν από τον Σύμβουλο Αξιολόγησης και λαμβάνοντας υπόψη τις κατευθύνσεις του Σχεδίου Επικοινωνίας σχετικά με την μεθοδολογία μέτρησης των δεικτών επιπτώσεων που περιλάμβανε.

Η έρευνα επιχειρήσεων κατέγραψε ένα πολύ ικανοποιητικό επίπεδο ενημέρωσης των Δικαιούχων και δυνητικών Δικαιούχων των δύο ΕΠ για τα Διαρθρωτικά Ταμεία και το Ταμείο Συνοχής. Το ποσοστό ενημέρωσής τους για τις χρηματοδοτήσεις που διατίθενται στη χώρα μέσω αυτών των προγραμμάτων διαμορφώνεται σε 70,5% και υπερκαλύπτει σημαντικά τον στόχο του 60% που θέτει το Σχέδιο.



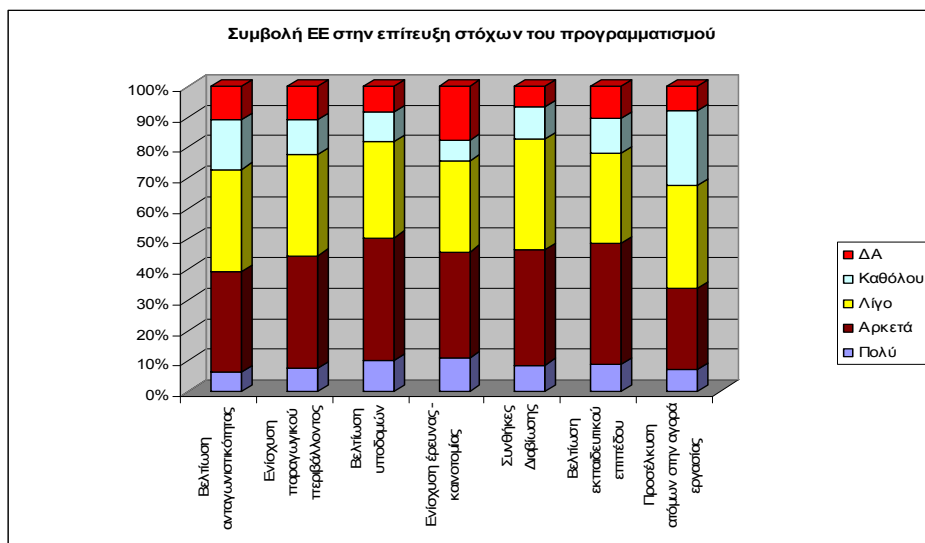
Τόσο το ευρύ κοινό, όσο και οι επιχειρήσεις διαθέτουν υψηλό βαθμό ενημέρωσης για τα έργα, δράσεις και τομείς που συγχρηματοδοτούνται. Η έρευνα κοινού ανέδειξε ότι το 45,5% των ερωτώμενων μπορούσε να κατονομάσει τουλάχιστον ένα συγχρηματοδοτούμενο έργο σε ανοικτή ερώτηση που του έγινε, ποσοστό που υπερβαίνει σημαντικά τον προγραμματικό στόχο (20%). Η αναφορά σε ένα μεγάλο φάσμα παρεμβάσεων και συγκεκριμένων έργων κατέδειξε σημαντικό βαθμό γνώσης παρεμβάσεων που χρηματοδοτήθηκαν τόσο από το ΕΤΠΑ και το ΕΚΤ όσο και από το Ταμείο Συνοχής.

Ιδιαίτερα ικανοποιητική ήταν η στάση που εκφράζει το κοινό ως προς το βαθμό ευκολίας της πρόσβασης του σε πληροφορίες, όσον αφορά τα Διαρθρωτικά Ταμεία και το Ταμείο Συνοχής, δεδομένου ότι το 69,3% θεωρεί την πρόσβαση αυτή εύκολη ή πολύ εύκολη (έναντι 70% προγραμματικού στόχου). Η ικανοποίηση των επιχειρήσεων σχετικά με την ευκολία πρόσβασής τους σε πληροφορίες ανέρχεται σε 54,1%. Αντίστοιχα υψηλά είναι τα ποσοστά ικανοποίησης από την ποιότητα των παρεχόμενων πληροφοριών, ενώ τόσο το κοινό όσο και οι επιχειρήσεις αποζητούν περισσότερη ενημέρωση σχετικά με τις συγχρηματοδοτούμενες παρεμβάσεις, ενδεικτικό του μεγάλου ενδιαφέροντος που έχουν για αυτές.

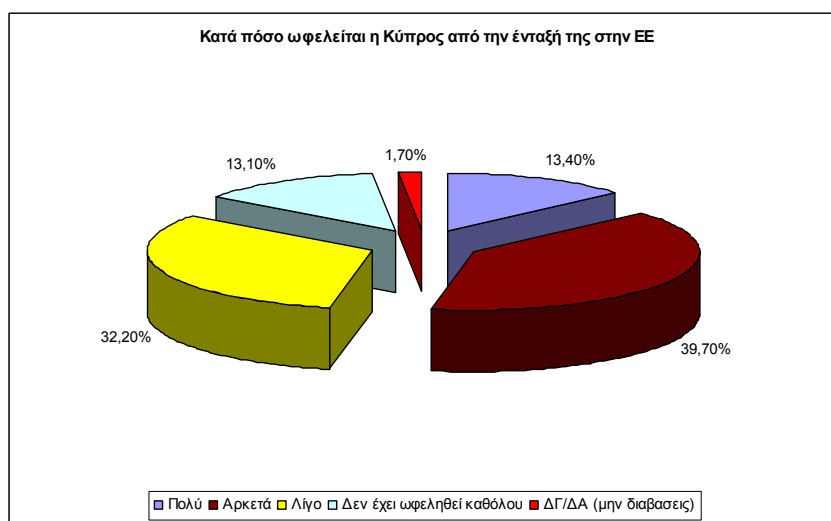
Τόσο το κοινό, όσο και οι επιχειρήσεις διαθέτουν σημαντικό βαθμό γνώσης για τα δύο Επιχειρησιακά Προγράμματα και την Πολιτική Συνοχής. Οι δύο έρευνες κατέγραψαν παραπλήσια ποσοστά της τάξης του 59,5% και 59,4% αντίστοιχα, ενώ ο προγραμματικός στόχος ήταν 60%.

Τα ποσοστά που καταγράφηκαν αναφορικά προς τη θετική άποψη του κοινού αφενός για την Πολιτική Συνοχής και τη συμβολή της στους αναπτυξιακούς στόχους της χώρας και αφετέρου για τα οφέλη της χώρας από την ένταξή της στην ΕΕ ανέρχονται σε 50,4% και 53,1% αντίστοιχα, έναντι 65% του προγραμματικού στόχου και για τις δύο παραμέτρους. Η στάση των νεότερων ηλικιών (18-24 και 25-34 ετών), της επιμέρους πληθυσμιακής ομάδας των εκπαιδευτικών που διερευνήθηκε, καθώς και των κατοίκων των αστικών

περιοχών είναι σημαντικά θετικότερη ως προς τις παραμέτρους αυτές, σε σχέση με τις μεγαλύτερες ηλικίες και τους κατοίκους των αγροτικών περιοχών



Η στάση του κοινού έναντι της ένταξης της χώρας στην Ευρωπαϊκή Ένωση επηρεάζεται από ευρύτερους παράγοντες και όχι αποκλειστικά από την εφαρμογή των συγχρηματοδοτούμενων παρεμβάσεων. Μία σειρά συγκυριακών παραγόντων όπως είναι η τρέχουσα χρηματοοικονομική κρίση, σε συνδυασμό με πολιτικούς παράγοντες που η έρευνα αναδεικνύει ως σημαντικούς για την ένταξη της χώρας στην ΕΕ, ενδεχομένως να επηρεάζουν αυτή τη στάση των πολιτών.



Τα βασικά συμπεράσματα που κατέδειξε η αξιολόγηση του Σχεδίου Επικοινωνίας συνοψίζονται πιο κάτω:

Ο βασικός χαρακτήρας του Σχεδίου Επικοινωνίας που εφαρμόστηκε ακολούθησε τη βασική στρατηγική και στόχους καθώς και το πλήρες σύστημα των επικοινωνιακών μέσων που είχαν επιλεγεί από τον αρχικό προγραμματισμό. Η Έκθεση Αξιολόγησης πρότεινε να δοθεί έμφαση προτείνεται να δίνεται στις δράσεις επικοινωνίας προς το ευρύ

κοινό με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά, πρόταση η οποία λήφθηκε υπόψη στο προγραμματισμό των δράσεων στο χρονικό διάστημα από τη διενέργεια της αξιολόγησης μέχρι το τέλος της προγραμματικής περιόδου.

Επίσης βασικά συμπεράσματα στα οποία κατέληξε η αξιολόγηση, που αξιοποιήθηκαν στη συνέχεια από την εφαρμογή των δράσεων ήταν:

- Η δυνατότητα βελτίωσης του περιεχομένου της ηλεκτρονικής ενημέρωσης που παρέχεται από Ενδιάμεσους Φορείς, δεδομένου ότι η χρήση του διαδικτύου αποτελεί σημαντικό μέσο αναζήτησης πληροφοριών από τους ενδιαφερόμενους να ενταχθούν σε κάποιο πρόγραμμα (επιχειρήσεις και κοινό), ιδιαίτερα κατά τις πρώτες φάσεις της σχετικής έρευνάς τους.
- Η βελτίωση των σχέσεων με ΜΜΕ μέσω της οργάνωσης περισσότερων δημοσιογραφικών συναντήσεων σε όσες περιπτώσεις αυτές δεν αποτελούν συνήθη πρακτική.
- Ο μεγαλύτερος προσανατολισμός της εξωτερικής διαφήμισης σε περιοχές όπου τα ποσοστά γνώσης για τα ΕΠ και τα έργα που περιλαμβάνουν είναι χαμηλότερα, κλπ. Με τον τρόπο αυτό ο προγραμματισμός ενσωμάτωσε τις χωρικές διαφοροποιήσεις που εντόπισε η αξιολόγηση ως προς το βαθμό ενημέρωσης του πληθυσμού, ο οποίος είναι υψηλότερος στις αστικές περιοχές και ιδιαίτερα στις πόλεις της Λευκωσίας, της Λεμεσού και της Πάφου σε σχέση με τις αγροτικές περιοχές και την πόλη της Λάρνακας και την ελεύθερη περιοχή της Αμμοχώστου.
- Η ενσωμάτωση στο σχεδιασμό των νέων δράσεων βασικών συμπερασμάτων των ερευνών που πραγματοποιήθηκαν, τα οποία αναδεικνύουν κατηγορίες παρεμβάσεων οι οποίες διαθέτουν μικρότερη αναγνωρισιμότητα ως συγχρηματοδοτούμενα έργα σε σχέση με άλλες, τόσο για το ευρύ κοινό όσο και για τις επιχειρήσεις και θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν για την επιλογή των έργων που θα προβληθούν.
- Η ενσωμάτωση στο σχεδιασμό των νέων δράσεων των συμπερασμάτων της έρευνας κοινού αναφορικά με το βαθμό γνώσης, αλλά και τη στάση έναντι των ωφελειών που προκύπτουν από την ένταξη στην ΕΕ, σε ειδικές πληθυσμιακές ομάδες.

Οριζόντια θέματα, στα οποία η αξιολόγηση κατέληξε σε συμπεράσματα και υπέβαλε προτάσεις οι οποίες ελήφθησαν υπόψη κατά την αναθεώρηση του Σχεδίου Επικοινωνίας ήταν:

- Η αναμόρφωση του προϋπολογισμού του Σχεδίου.

- Η αναμόρφωση του συστήματος δεικτών, προς την κατεύθυνση της αναθεώρησής τους και της αναπροσαρμογής των στόχων τους, λαμβάνοντας υπόψη την υλοποίηση του Σχεδίου.

Τα πιο πάνω συμπεράσματα από την αξιολόγηση του Σχεδίου Επικοινωνίας 2007-2013, λαμβάνονται υπόψη κατά τον σχεδιασμό της νέας στρατηγικής και των μέτρων πληροφόρησης και επικοινωνίας για την περίοδο 2014-2020, όπως περιγράφεται στην ενότητα 2.4.7.

Σημειώνεται ότι η Διαχειριστική Αρχή προγραμματίζει, σύμφωνα με τις πρόνοιες του Άρθρου 4(2) του Κεφαλαίου II του Κανονισμού 1828/2006, τη διενέργεια νέας μελέτης αξιολόγησης με την ολοκλήρωση των μέτρων του Σχεδίου Επικοινωνίας 2007-2013, η οποία θα εκπονηθεί στις αρχές του 2016, τα συμπεράσματα της οποίας θα μπορούν να χρησιμοποιηθούν για βελτίωση/αναθεώρηση του παρόντος εγγράφου.



## 2. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ – ΟΜΑΔΕΣ ΣΤΟΧΟΙ – ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

### 2.1. ΓΕΝΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ

Λαμβάνοντας υπόψη το υφιστάμενο θεσμικό πλαίσιο (Καν. ΕΕ 1303/2013) οι Γενικοί Στόχοι της Στρατηγικής Επικοινωνίας είναι:

- 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.

### 2.2. ΕΙΔΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ

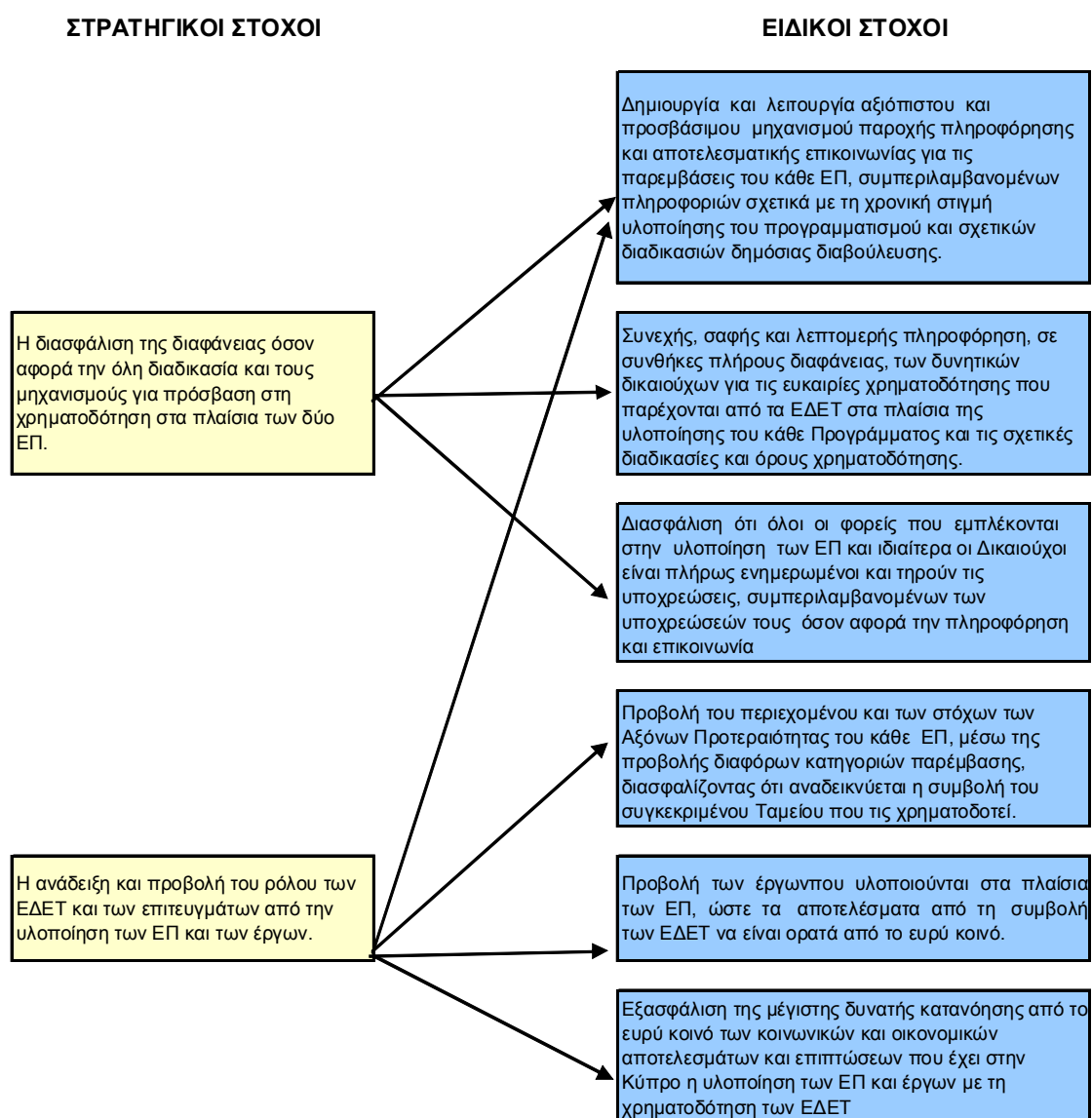
Οι δύο πιο πάνω Γενικοί Στόχοι, λαμβάνοντας υπόψη το περιεχόμενο των δυο ΕΠ και τις Ομάδες – Στόχους, όπως αυτοί αναφέρονται στην επόμενη ενότητα, εξειδικεύονται στους πιο κάτω Ειδικούς Στόχους:

- 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.
- 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 του κάθε Προγράμματος και τις σχετικές διαδικασίες και όρους χρηματοδότησης.
- 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.
- 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.
- 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.

**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.**

Στο Διάγραμμα 1 που ακολουθεί παρουσιάζεται η συσχέτιση των Γενικών με τους Ειδικούς Στόχους της Στρατηγικής Επικοινωνίας.

Διάγραμμα 1: Συσχέτιση Γενικών Στόχων με Ειδικούς Στόχους



**2.3. ΟΜΑΔΕΣ ΣΤΟΧΟΙ**

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.

### 2.3.1. Δυνητικοί Δικαιούχοι

Με βάση τις πρόνοιες των ΕΠ «Ανταγωνιστικότητα και Αειφόρος Ανάπτυξη» και «Απασχόληση, Ανθρώπινοι Πόροι και Κοινωνική Συνοχή», στην ομάδα-στόχο των δυνητικών Δικαιούχων περιλαμβάνονται:

- Υπουργεία / Κυβερνητικά Τμήματα
- Ημικρατικοί Οργανισμοί
- Αρχές Τοπικής Αυτοδιοίκησης
- Ανεξάρτητες Αρχές / Υπηρεσίες
- Επιχειρήσεις
- Μη Κυβερνητικοί Οργανισμοί
- Πανεπιστήμια, Ερευνητικοί Οργανισμοί Ερευνητές
- Παροχείς Ηλεκτρονικών Υπηρεσιών
- Οικονομικοί και Κοινωνικοί Εταίροι

Οι δυνητικοί Δικαιούχοι διαφοροποιούνται σημαντικά μεταξύ των Αξόνων Προτεραιότητας των ΕΠ, αλλά και μεταξύ των παρεμβάσεων που εμπίπτουν σε κάθε άξονα, ανάλογα με την επενδυτική προτεραιότητα και τον θεματικό στόχο στον οποίο εμπίπτει κάθε παρέμβαση.

Τα μέτρα πληροφόρησης και επικοινωνίας θα είναι ανάλογα με το είδος των δυνητικών Δικαιούχων, αφού αυτοί σε κάποιες περιπτώσεις έργων μπορεί να είναι ένας περιορισμένος αριθμός δημοσίων φορέων ενώ σε άλλες περιπτώσεις ένας μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων του ιδιωτικού τομέα.

Οι κατηγορίες δυνητικών Δικαιούχων καθορίζονται με ακρίβεια σε κάθε Πρόσκληση Υποβολής Προτάσεων που θα εκδοθεί και ανάλογα με την κατηγορία δυνητικών Δικαιούχων (Δικαιούχοι Δημοσίων Συμβάσεων ή Σχεδίων Χορηγιών) θα λαμβάνονται τα ανάλογα μέτρα πληροφόρησης και επικοινωνίας, τα οποία θα είναι συναφή με τις διαδικασίες που προβλέπονται από το Σύστημα Διαχείρισης και Ελέγχου που διέπει την υλοποίηση των ΕΠ.

### 2.3.2. Δικαιούχοι

Οι Δικαιούχοι, 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.
- Προκειμένου για την εφαρμογή έργων στο πλαίσιο των καθεστώτων κρατικών ενισχύσεων του σημείου 13 του Άρθρου 2 του ίδιου Κανονισμού, ως Δικαιούχος ορίζεται ο φορέας ο οποίος λαμβάνει την ενίσχυση.
- Στο πλαίσιο της υλοποίησης μέτρων χρηματοοικονομικής τεχνικής, σύμφωνα με τον τίτλο IV του Καν. (ΕΕ) 1303/2013, ως Δικαιούχος ορίζεται ο φορέας που εφαρμόζει το Μέσο Χρηματοοικονομικής Τεχνικής ή το Ταμείο Χαρτοφυλακίου κατά περίπτωση.

Κατά συνέπεια οι Δικαιούχοι των έργων που θα συγχρηματοδοτηθούν στο πλαίσιο της υλοποίησης των ΕΠ, εντάσσονται στις ίδιες γενικές κατηγορίες των δυνητικών Δικαιούχων που αναφέρονται πιο πάνω, ενώ ο Δικαιούχος κάθε έργου που εντάσσεται στα ΕΠ θα καθορίζεται από την Απόφαση Ένταξης/ Συμφωνία Δημόσιας Χρηματοδότης του έργου. Τα μέτρα πληροφόρησης και επικοινωνίας είναι δυνατόν να διαφοροποιούνται ανάλογα με την κατηγορία των Δικαιούχων κατά περίπτωση και των έργων τα οποία υλοποιούν.

### 2.3.3. Ευρύ Κοινό

Η ομάδα - στόχος ευρύ κοινό, λαμβάνοντας υπόψη το περιεχόμενο των ΕΠ, περιλαμβάνει επιμέρους ομάδες του συνολικού πληθυσμού, οι οποίες αποτελούν στόχο των μέτρων πληροφόρησης και επικοινωνίας, με επικοινωνιακά εργαλεία ανάλογα με τα χαρακτηριστικά κάθε υπό-ομάδας στόχου και του ενδιαφέροντος που κάθε υπό-ομάδα παρουσιάζει για τα επιμέρους έργα των ΕΠ. Κατά συνέπεια, ολόκληρος ο πληθυσμός της Κύπρου αποτελεί κατ' αρχήν ομάδα – στόχο, ο οποίος επίσης μπορεί να υποδιαιρεθεί σε επιμέρους ειδικές υπό-ομάδες, οι οποίες θα έχουν άμεσα οφέλη ή/και έμμεσα οφέλη από τα δύο ΕΠ:

- 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

Τέλος, υπο-ομάδα – στόχου αποτελούν επίσης φορείς και οργανισμοί που μπορούν να αποτελέσουν **πολλαπλασιαστές πληροφόρησης**. Ενδεικτικοί τέτοιοι φορείς και οργανισμοί είναι:

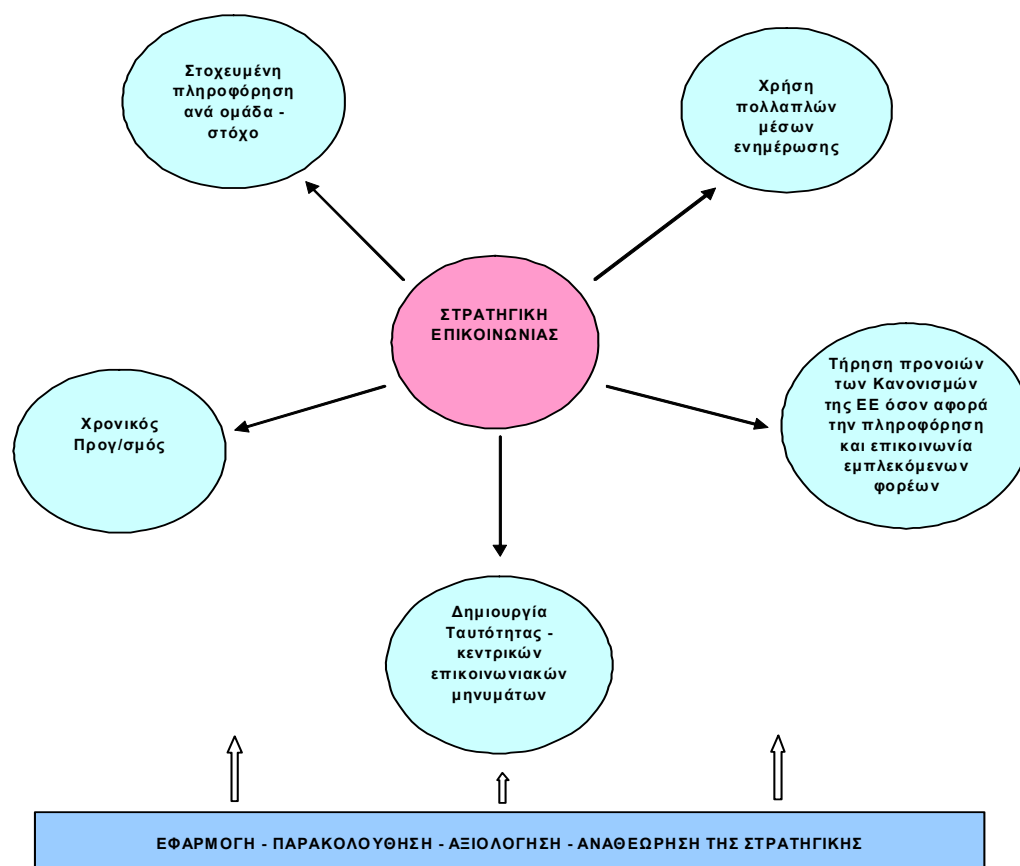
- Τα ΜΜΕ αποτελούν τους κύριους πολλαπλασιαστές πληροφόρησης. Η επικοινωνιακή στρατηγική περιλαμβάνει σειρά μέτρων και εργαλείων για την παροχή πληροφόρησης μέσω ΜΜΕ.
- Επαγγελματικοί σύνδεσμοι που μπορούν να αναπαράγουν πληροφόρηση προς τα μέλη τους (επιχειρήσεις, επαγγελματίες) και κοινωνικοί φορείς που εκπροσωπούν συγκεκριμένες ομάδες στόχους (π.χ. Συνομοσπονδία Οργανώσεων Ατόμων με Αναπηρία), ή δραστηριοποιούνται γύρω από συγκεκριμένες δραστηριότητες – ενδιαφέροντα (π.χ. περιβαλλοντικές οργανώσεις, κλπ). Πολλοί από τους φορείς αυτούς αποτελούν Δικαιούχους ή δυνητικούς Δικαιούχους των παρεμβάσεων των ΕΠ και προσεγγίζονται κατάλληλα με την Στρατηγική Επικοινωνίας με αντίστοιχα μέτρα και εργαλεία.
- Αρχές Τοπικής Αυτοδιοίκησης, οι οποίες έχουν έναν αναβαθμισμένο ρόλο στο σχεδιασμό και την υλοποίηση παρεμβάσεων κατά την προγραμματική περίοδο 2014-2020.

## 2.4. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

Για επίτευξη των Στόχων (Γενικών και Ειδικών) της Στρατηγικής Επικοινωνίας 2014-2020 θα προωθηθεί ένα ολοκληρωμένο σύνολο αλληλένδετων μέτρων πληροφόρησης και επικοινωνίας, κατάλληλα προσαρμοσμένων για την αποτελεσματική προσέγγιση των τριών ομάδων – στόχων και των επιμέρους υπό-ομάδων. Βασικοί παράμετροι για τον καθορισμό του περιεχομένου της στρατηγικής ήταν η ανάλυση της παρούσας κατάστασης όσον αφορά το επικοινωνιακό τοπίο, η αποκτηθείσα εμπειρία από την εφαρμογή του Σχεδίου Επικοινωνίας 2007 - 2013, οι γενικότερες στρατηγικές επιδιώξεις της ΣΕΣ, όπως εξειδικεύονται από τα ΕΠ, η θεματική επικέντρωση του προγραμματισμού κατά την νέα προγραμματική περίοδο καθώς και οι ιδιαιτερότητες της χρηματοδότησης της Πολιτικής Συνοχής για την Κύπρο, όπως η εμπροσθοβαρής κατανομή των πόρων που απαιτεί έγκαιρη απορρόφηση των κονδυλίων.

Τα βασικά στοιχεία που θα πρέπει να ληφθούν υπόψη ώστε να διασφαλιστεί η αποτελεσματική υλοποίηση της Στρατηγικής Επικοινωνίας και των στόχων που έχουν τεθεί, παρουσιάζονται στο *Διάγραμμα 2* που ακολουθεί και αναλύονται συνοπτικά στη συνέχεια, ενώ λεπτομερής ανάλυση των μέτρων πληροφόρησης και επικοινωνίας, καθώς και των άλλων πτυχών της Στρατηγικής παρουσιάζονται στα επόμενα Κεφάλαια. Η ενσωμάτωση των εμπειριών που αποκτήθηκαν από την υλοποίηση του Σχεδίου Επικοινωνίας της προγραμματικής περιόδου 2007-2013 αποτελεί οριζόντιο παράγοντα που μπορεί να επηρεάζει κάθε ένα από τα πέντε βασικά στοιχεία της στρατηγικής.

Διάγραμμα 2: Βασικά Στοιχεία για τη Διαμόρφωση της Στρατηγικής Επικοινωνίας



#### 2.4.1. Χρήση πολλαπλών μέσων πληροφόρησης

Για την εφαρμογή της Στρατηγικής Επικοινωνίας είναι αναγκαία η χρησιμοποίηση όλων των διαθέσιμων μέσων πληροφόρησης, προκειμένου να επιτευχθεί η πρόσβαση στις ομάδες – στόχους της στρατηγικής.

Επιπλέον, προκειμένου να επιτευχθεί η μέγιστη δυνατή αξιοποίηση των συνεργιών και οικονομιών κλίμακας, η διάχυση της πληροφορίας πρέπει να είναι πολύπλευρη με τη συνδυασμένη και παράλληλη χρήση αλληλένδετων και συμπληρωματικών μέσων πληροφόρησης. Η διάχυση της πληροφορίας μέσω της χρήσης πολλαπλών διαύλων πληροφόρησης, είναι αποτελεσματικότερη όπως έδειξε και η εμπειρία από την υλοποίηση του Σχεδίου Επικοινωνίας 2007-2013 (π.χ. εκδηλώσεις πληροφόρησης σε συνδυασμό με χρήση της τηλεόρασης, του έντυπου και ηλεκτρονικού τύπου).

#### 2.4.2. Δημιουργία Ταυτότητας και κεντρικών επικοινωνιακών μηνυμάτων

Βασικό στοιχείο της Στρατηγικής Επικοινωνίας είναι ο ορισμός μιας ξεκάθαρης και ενιαίας ταυτότητας, με βάση τις πρόνοιες του Κανονισμού (ΕΕ) 1303/2013 και του Εκτελεστικού Κανονισμού (ΕΕ) 821/2014, όσον αφορά τις δράσεις πληροφόρησης και επικοινωνίας που θα υλοποιούνται.

Αυτό θα επιτευχθεί όταν όλες οι δράσεις που υλοποιούνται για όλη την περίοδο εφαρμογής των δυο ΕΠ, περιλαμβάνουν ορισμένα κοινά στοιχεία, τα οποία θα διασφαλίζουν την ομοιογένεια και θα δημιουργούν μια ενιαία ταυτότητα στην επικοινωνιακή στρατηγική.

Είναι εξαιρετικά σημαντικό για την αποτελεσματικότητα της όλης Στρατηγικής Επικοινωνίας, να χρησιμοποιούνται επίσης επικοινωνιακά μηνύματα, το περιεχόμενο των οποίων θα καθορίζεται ανάλογα με την περίπτωση και την ομάδα-στόχου της κάθε δράσης. Τα μηνύματα σε κάθε περίπτωση πρέπει να είναι απλά, κατανοητά ώστε να είναι και ανακλήσιμα.

#### 2.4.3. Τήρηση των προνοιών των Κανονισμών της ΕΕ όσον αφορά την πληροφόρηση και επικοινωνία

Η Στρατηγική Επικοινωνίας 2014-2020 ενσωματώνει τα αναγκαία μέτρα που αφορούν στην τήρηση των υποχρεώσεων των εμπλεκόμενων φορέων για πληροφόρηση και επικοινωνία με βάση τις πρόνοιες των Κανονισμών (ΕΕ) 1303/2013 και 821/2014.

#### 2.4.4. Στοχευμένη πληροφόρηση ανά ομάδα-στόχο

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

#### 2.4.5. Χρονικός Προγραμματισμός

Βασικό στοιχείο του προγραμματισμού των ΕΔΕΤ για την Κύπρο κατά την περίοδο 2014-2020 είναι ο εμπροσθοβαρής χαρακτήρας της εφαρμογής των παρεμβάσεων, με βάση τον οποίο προγραμματίζεται η επιτάχυνση της υλοποίησης, της απορρόφησης των πόρων και της επίτευξης των αποτελεσμάτων κατά τα πρώτα έτη της περιόδου προγραμματισμού. Κατά συνέπεια, η Στρατηγική Επικοινωνίας θα πρέπει να υλοποιηθεί παράλληλα με την υλοποίηση των ΕΠ, σε χρόνους ώστε τα μέτρα πληροφόρησης να παρακολουθούν την εφαρμογή και να προβάλλουν τα αποτελέσματά της όταν αυτά είναι ορατά και μετρήσιμα.



Σε αυτό το πλαίσιο η Στρατηγική Επικοινωνίας θα υλοποιηθεί χρονικά σε τρεις φάσεις, στην κάθε μια από τις οποίες θα υπάρχει η ανάλογη στόχευση / επικέντρωση. Η πρώτη φάση εστιάζεται στη γενική πληροφόρηση για την υλοποίηση των δύο ΕΠ, η δεύτερη φάση στην πληροφόρηση για τις διαδικασίες υλοποίησης, τις υποχρεώσεις των δυνητικών Δικαιούχων και Δικαιούχων και η τρίτη φάση στην προβολή των αποτελεσμάτων των ΕΠ και των έργων.

Λεπτομέρειες για τις φάσεις υλοποίησης της στρατηγικής παρατίθενται στο Κεφάλαιο 4.

#### 2.4.6. Χρήση των κύριων αποτελεσμάτων από την εφαρμογή του Σχεδίου Επικοινωνίας 2007-2013

Η εφαρμογή του Σχεδίου Επικοινωνίας 2007-2013 αποτελεί για τη Διαχειριστική Αρχή σημαντική πηγή εμπειρίας που θα αξιοποιηθεί κατά την νέα προγραμματική περίοδο, αφού ανέδειξε ορισμένα σημαντικά συμπεράσματα που αφορούν στα περισσότερα από τα βασικά στοιχεία της στρατηγικής, όπως είναι τα χρησιμοποιούμενα μέσα, τα αναγκαία επικοινωνιακά μηνύματα, την χρονική κλιμάκωση της στρατηγικής και τις επιμέρους ανάγκες των ομάδων-στόχου.

Η αξιολόγηση του Σχεδίου Επικοινωνίας 2007-2013 ανέδειξε υψηλό βαθμό γνώσης τόσο των ευκαιριών συγχρηματοδότησης που παρουσιάζονται μέσω των ΕΔΕΤ, όσο και της συμβολής των Ταμείων στην κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη της χώρας. Κατά συνέπεια, τα μέτρα πληροφόρησης που χρησιμοποιήθηκαν αξιολογούνται θετικά και μπορούν να αποτελέσουν οδηγό για την εξειδίκευση αντίστοιχων μέτρων κατά την νέα προγραμματική περίοδο.

Περαιτέρω, η αξιολόγηση διαπίστωσε ότι συχνά η γνώμη κυρίως του ευρύτερου κοινού σχετικά με τα αποτελέσματα της πολιτικής συνοχής επηρεάζεται και από παράγοντες ευρύτερους της υλοποίησης των ΕΠ. Κατά συνέπεια, είναι αναγκαία η περαιτέρω έμφαση σε μέτρα επικοινωνίας προς το ευρύτερο κοινό, τα οποία μπορούν να ενσωματωθούν στο πλαίσιο του σχεδιασμού μιας κεντρικής ενημερωτικής εκστρατείας που θα συνδυάζει ένα μεγάλο αριθμό επικοινωνιακών μέσων και θα προβάλλει το ρόλο της ΕΕ και των Ταμείων στην υλοποίηση συγκεκριμένων έργων και την επίτευξη συγκεκριμένων αποτελεσμάτων με ουσιαστική επίπτωση στην ευρύτερη κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη της χώρας, ώστε να επηρεάζεται θετικά η γνώμη του κοινού.

Η αξιολόγηση του Σχεδίου ανέδειξε τη σημαντική υπεροχή της τηλεόρασης, όσον αφορά την αποτελεσματικότητα των μηνυμάτων επικοινωνίας όσον αφορά το ευρύ κοινό, αλλά και τον διαρκώς αυξανόμενο ρόλο του διαδικτύου όσον αφορά την ενημέρωση των δυνητικών Δικαιούχων και Δικαιούχων. Το διαδίκτυο αποτελεί άλλωστε και βασικό εργαλείο για την εφαρμογή υποχρεωτικών μέτρων επικοινωνίας και δημοσιότητας, με βάση το υφιστάμενο θεσμικό πλαίσιο. Η εμπειρία από την περίοδο 2007-2013 αναδεικνύει την Τηλεόραση ως το πιο αποδοτικό εργαλείο για την πληροφόρηση όλων των ομάδων στόχων. Έτσι, για την παρούσα περίοδο δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στο εργαλείο αυτό, το οποίο ταυτόχρονα θα ενισχύεται με την παράλληλη χρήση όλων των

υπόλοιπων μέτρων/εργαλείων πληροφόρησης. Ο κεντρικός ρόλος της τηλεόρασης δεν σημαίνει ότι υποβαθμίζονται τα υπόλοιπα εργαλεία. Αντίθετα, το καθένα από αυτά, έχει τη δική του στρατηγική σημασία και μπορεί να στοχεύσει αποτελεσματικότερα σε διαφορετικές υπό-ομάδες στόχους.

Τόσο τα αποτελέσματα του Σχεδίου Επικοινωνίας 2007-2013, όσο και οι ανάγκες του προγραμματισμού κατά τη νέα προγραμματική περίοδο, συνεπάγονται την ανάγκη επιλεκτικής επικέντρωσης των μέτρων/εργαλείων πληροφόρησης σε συγκεκριμένες ομάδες πληθυσμού, ή σε συγκεκριμένες γεωγραφικές ενότητες της χώρας, όπως συνοπτικά αναφέρεται και στην ενότητα 1.3.2. Η εστίαση της προβολής των ευκαιριών συγκεκριμένων έργων καθώς και των αποτελεσμάτων της υλοποίησής τους (π.χ. παρεμβάσεις αστικής ανάπτυξης, παρεμβάσεις για ενίσχυση της γυναικείας απασχόλησης και επιχειρηματικότητας), θα μειώσει τις διαφοροποιήσεις που παρατηρούνται.

Τέλος, τόσο οι μηχανισμοί οργάνωσης και εφαρμογής του Σχεδίου Επικοινωνίας 2007-2013, όσο και οι επιλογές που έγιναν σχετικά με το χρονοδιάγραμμα υλοποίησης των παρεμβάσεων αξιολογούνται θετικά και εκτιμάται ότι συνέβαλαν στην επίτευξη της στρατηγικής και των ποσοτικών στόχων που αυτή περιλάμβανε, αποτελώντας τη βάση για την υλοποίηση των αντίστοιχων παρεμβάσεων της προγραμματικής περιόδου 2014-2020.

#### 2.4.7. Εφαρμογή – Παρακολούθηση – Αξιολόγηση – Αναθεώρηση της Στρατηγικής

Σημαντικό στοιχείο για την αποτελεσματική υλοποίηση της Στρατηγικής Επικοινωνίας είναι η δημιουργία ενός συστήματος εφαρμογής, παρακολούθησης και αξιολόγησής της Στρατηγικής, το οποίο να επιτρέπει την αναθεώρηση σε όσες περιπτώσεις αυτό καθίσταται αναγκαίο.

Για την εφαρμογή των μέτρων πληροφόρησης, ώστε αυτά να συμβάλλουν αποτελεσματικά στην επίτευξη των στόχων της Στρατηγικής Επικοινωνίας, απαιτείται η κατάλληλη οργάνωση και συντονισμός μεταξύ των αρμόδιων φορέων. Αναλυτικές πληροφορίες για το σύστημα εφαρμογής (αρμόδιοι φορείς για την εφαρμογή) της Στρατηγικής παρατίθενται στο Κεφάλαιο 6.

Επιπρόσθετα τα μέτρα που θα προγραμματιστούν, δεδομένου και του μεγάλου χρονικού διαστήματος υλοποίησης της Στρατηγικής Επικοινωνίας, θα πρέπει να είναι δυναμικά και ευέλικτα ώστε να προσαρμόζονται σύμφωνα με τις γενικότερες αλλαγές που είναι δυνατόν να υπάρξουν όσον αφορά τις συνθήκες υλοποίησης των ΕΠ, επιδράσεις στην υλοποίηση από εξωγενείς παράγοντες ή άλλες επιδράσεις που δεν είναι δυνατόν να ληφθούν υπόψη κατά την εξειδίκευση του αρχικού προγραμματισμού. Κατά συνέπεια είναι αναγκαία η παρακολούθηση και η αξιολόγηση της Στρατηγικής Επικοινωνίας μέσω ενός συστήματος δεικτών, που θα επιτρέπουν την μέτρηση του βαθμού επίτευξης των στόχων της Στρατηγικής και θα κάνουν δυνατές τις τυχόν διορθωτικές ενέργειες ή/και

αναθεωρήσεις που ενδεχομένως θα απαιτηθούν στη διάρκεια της υλοποίησής της. Λεπτομέρειες για τις διαδικασίες παρακολούθησης, αξιολόγησης και αναθεώρησης της Στρατηγικής παρατίθενται στο Κεφάλαιο 7.

### 3. ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΜΕΘΟΔΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ – ΜΕΤΡΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ

#### 3.1. ΚΟΙΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

Για τα ΕΠ «Αειφόρος Ανάπτυξη και Ανταγωνιστικότητα» και «Απασχόληση, Ανθρώπινο Πόροι και Κοινωνική Συνοχή» 2014 – 2020, θα ακολουθηθεί **μια ενιαία κοινή επικοινωνιακή προσέγγιση**, με βάση και το επιτυχημένο πρότυπο της προηγούμενης προγραμματικής περιόδου.

Παρόλο που το κάθε ΕΠ, έχει τους δικούς του Στρατηγικούς και Ειδικούς στόχους και απευθύνεται σε διαφορετικές ομάδες - στόχους, όπως έχουν αναλυθεί στο Κεφάλαιο 2, τα μέτρα πληροφόρησης, καθώς και τα επικοινωνιακά εργαλεία μέσω των οποίων αυτά θα υλοποιούνται, είναι **συγκεκριμένα** και περιορίζονται σε ξεκάθαρες κατηγορίες, όπως αναλύονται στις πιο κάτω ενότητες. Όλα τα διαθέσιμα μέτρα και εργαλεία πληροφόρησης και επικοινωνίας μπορούν να προσαρμοστούν και να χρησιμοποιηθούν αποτελεσματικά για την προβολή και των δύο ΕΠ με την ανάλογη προσαρμογή του περιεχομένου και του μηνύματος τους.

#### 3.2. ΕΝΙΑΙΑ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΚΕΝΤΡΙΚΑ ΜΗΝΥΜΑΤΑ

Βασικό στοιχείο της επικοινωνιακής προσέγγισης που θα ακολουθηθεί, είναι ο ορισμός μιας ξεκάθαρης και ενιαίας ταυτότητας, με βάση τις πρόνοιες του Κανονισμού (ΕΕ) 1303/2013 και του Εκτελεστικού Κανονισμού (ΕΕ) 821/2014, όσον αφορά τις δράσεις πληροφόρησης και επικοινωνίας που θα υλοποιούνται.

Αυτό θα επιτευχθεί όταν όλες οι δράσεις πληροφόρησης που υλοποιούνται για όλη την περίοδο εφαρμογής των δυο ΕΠ, περιλαμβάνουν ορισμένα κοινά στοιχεία, τα οποία θα διασφαλίζουν την ομοιογένεια και θα δημιουργούν μια ενιαία ταυτότητα στην επικοινωνιακή στρατηγική. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με τη χρήση όλων των πιο κάτω λογότυπων, σε όλες τις δράσεις πληροφόρησης και επικοινωνίας:

##### Ι. Λογότυπο Ταμείου της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ)

Το λογότυπο Ταμείου της ΕΕ αποτελείται από το έμβλημα της ΕΕ μαζί με αναφορά στην ΕΕ και αναφορά στο σχετικό Ταμείο που συγχρηματοδοτεί το έργο. Ανάλογα με το Ταμείο ή Ταμεία που συγχρηματοδοτούν το έργο, θα χρησιμοποιείται ένα από τα πιο κάτω διαθέσιμα λογότυπα:

- Λογότυπο Ευρωπαϊκού Ταμείου Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ), εάν το έργο συγχρηματοδοτείται από το ΕΤΠΑ.
- Λογότυπο Ταμείου Συνοχής, εάν το έργο συγχρηματοδοτείται από το Ταμείο Συνοχής.

- Λογότυπο Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου (ΕΚΤ), εάν το έργο συγχρηματοδοτείται από το ΕΚΤ.
- Λογότυπο Ευρωπαϊκών Διαρθρωτικών και Επενδυτικών Ταμείων (ΕΔΕΤ), εάν το έργο συγχρηματοδοτείται από περισσότερα από ένα Ταμεία.

## II. Λογότυπο Κυπριακής Δημοκρατίας

## III. Λογότυπο Διαρθρωτικών Ταμείων

Λεπτομέρειες για την ορθή χρήση των πιο πάνω λογότυπων, παρουσιάζονται στον **Οδηγό για τη διενέργεια δράσεων Πληροφόρησης και Επικοινωνίας 2014-2020** που ετοίμασε η Διαχειριστική Αρχή και βρίσκονται αναρτημένα και διαθέσιμα στην ιστοσελίδα της για τα ΕΔΕΤ [www.structuralfunds.org.cy](http://www.structuralfunds.org.cy)

Με την ευρεία και συνεχή χρήση των λογότυπων σε όλα τα μέσα πληροφόρησης θα επιτευχθεί η αποτύπωση στο μυαλό και το υποσυνείδητο όλων των πολιτών, η ενιαία ταυτότητα και ο θετικός ρόλος που διαδραματίζει η ΕΕ στην καθημερινότητά μας.

Είναι εξαιρετικά σημαντικό για την αποτελεσματικότητα της όλης Στρατηγικής Επικοινωνίας, να χρησιμοποιούνται επίσης επικοινωνιακά μηνύματα, το περιεχόμενο των οποίων θα καθορίζεται ανάλογα με την περίπτωση και την ομάδα-στόχου της κάθε δράσης. Τα μηνύματα σε κάθε περίπτωση πρέπει να είναι απλά, κατανοητά ώστε να είναι και ανακλήσιμα.

Θα γίνεται χρήση απλών μηνυμάτων, απαλλαγμένων από περιττή πληροφόρηση και δυσνόητη ορολογία/ακρωνύμια, γύρω από τα συγχρηματοδοτούμενα προγράμματα, προκειμένου να ενισχύεται η γνώση των πολιτών σχετικά με την εφαρμοζόμενη, μέσω των ΕΔΕΤ, πολιτική, να ενθαρρύνεται η συμμετοχή τους και να διασφαλίζεται η μέγιστη δυνατή διαφάνεια.

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

Αντίστοιχα, όσον αφορά τους δυνητικούς Δικαιούχους και τους Δικαιούχους το περιεχόμενο των μηνυμάτων θα έχει και εκπαιδευτικό χαρακτήρα, ώστε να γίνουν κατανοητές οι ευκαιρίες και οι όροι χρηματοδότησης καθώς και οι σχετικές διαδικασίες.

### 3.3. ΜΕΤΡΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΔΥΝΗΤΙΚΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ

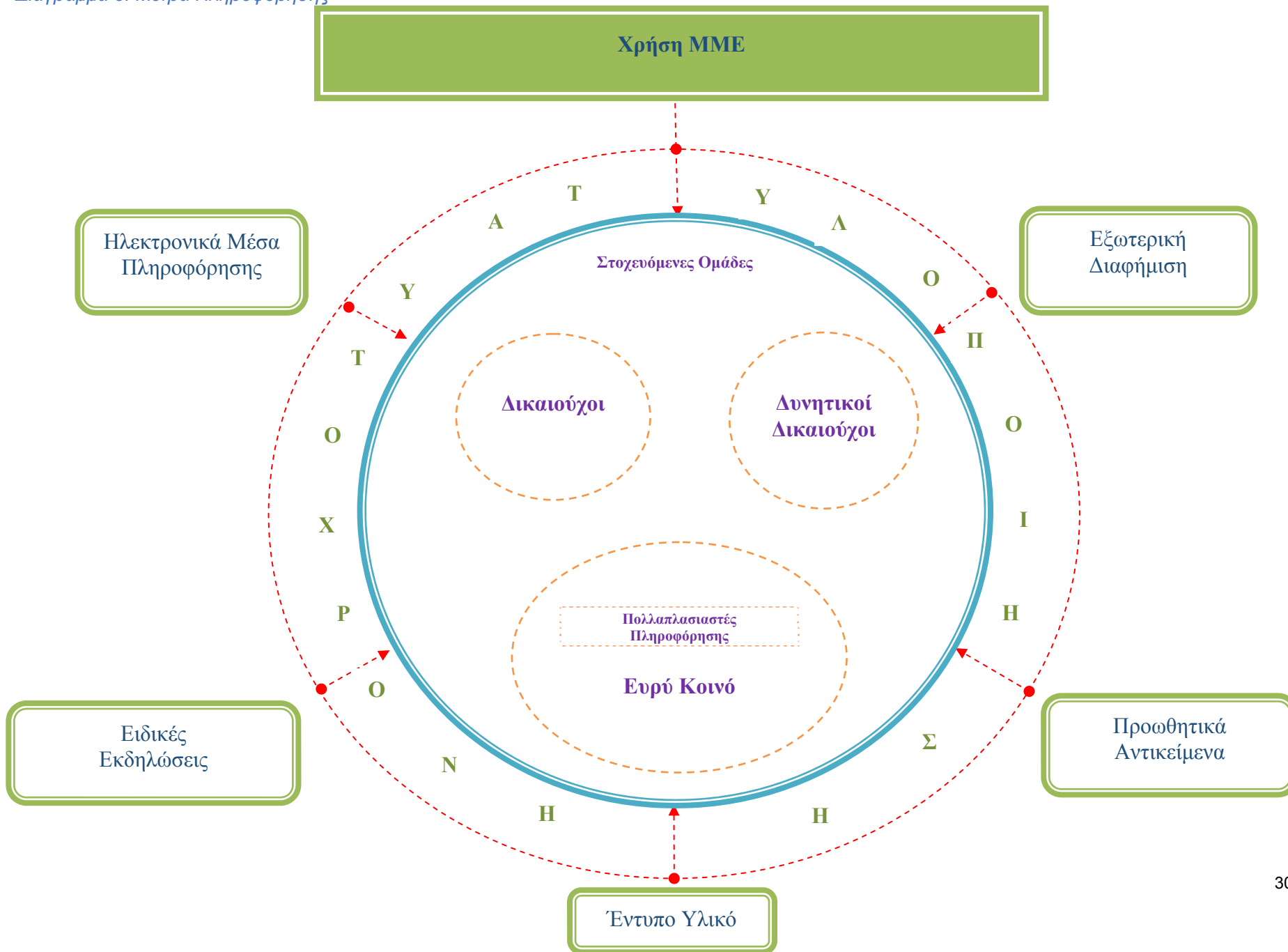
Στις επόμενες παραγράφους δίδεται η ανάλυση των μέτρων πληροφόρησης, καθώς και των αντίστοιχων δυνατικών επικοινωνιακών εργαλείων που μπορούν να χρησιμοποιηθούν κατά κατηγορία, μέσω των οποίων θα μπορεί να υλοποιηθεί με επιτυχία η Στρατηγική Επικοινωνίας.

Σημειώνεται ότι ορισμένα από τα επικοινωνιακά εργαλεία, τα οποία καταγράφονται ανά μέτρο πληροφόρησης, είναι μόνο ενδεικτικά. Η οριστικοποίηση των επικοινωνιακών εργαλείων που θα χρησιμοποιηθούν θα γίνει με την περαιτέρω εξειδίκευση του κάθε μέτρου πληροφόρησης και θα προσαρμόζεται ανάλογα με τις εξελίξεις.

Για την αποτελεσματική επίτευξη των στόχων της Στρατηγικής, απαιτείται η χρήση όλων των μέτρων πληροφόρησης που περιγράφονται στη συνέχεια αφού το καθένα από αυτά, έχει τη δική του στρατηγική σημασία και μπορεί να στοχεύσει σε διαφορετικές ομάδες και υπό-ομάδες στόχους. Η παράλληλη και ταυτόχρονη χρήση πολλαπλών μέτρων πληροφόρησης θα μεγιστοποιήσει τα αναμενόμενα αποτελέσματα, όπως παρουσιάζεται στο *Διάγραμμα 3*.

Στον *Πίνακα 2* της Ενότητας 3.5 παρουσιάζεται συνοπτικά η συσχέτιση των μέτρων πληροφόρησης και αντίστοιχων δυνατικών επικοινωνιακών εργαλείων, με τους στόχους της Στρατηγικής και τις ομάδες – στόχους στις οποίες απευθύνονται.

Διάγραμμα 3: Μέτρα Πληροφόρησης



### 3.3.1. Πληροφόρηση μέσω Χρήσης Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης (ΜΜΕ)

Η πληροφόρηση μέσω χρήσης ΜΜΕ (τηλεόραση, ραδιόφωνο, έντυπος και ηλεκτρονικός τύπος) είναι ίσως το σημαντικότερο μέτρο πληροφόρησης. Τα ΜΜΕ λειτουργούν ως πολλαπλασιαστές των μηνυμάτων και διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στη συνεχή, έγκυρη και έγκαιρη πληροφόρηση των Ομάδων-Στόχων και κυρίως στο ευρύ κοινό. Τα εργαλεία που παρουσιάζονται για το Μέτρο αυτό, σχετίζονται με τη χρήση των ΜΜΕ ως διαφημιστικά μέσα αλλά και την κινητοποίηση των ανθρώπων των ΜΜΕ – των δημοσιογράφων, ώστε να προβάλλουν με τα ρεπορτάζ τους, τα επικοινωνιακά μηνύματα σε συστηματική βάση.

Πιο κάτω αναλύονται τα διαθέσιμα επικοινωνιακά εργαλεία για την υλοποίηση του μέτρου αυτού.

#### 3.3.1.1. *Ενημερωτικές Εκστρατείες*

Στο πλαίσιο του εργαλείου αυτού σχεδιάζονται και υλοποιούνται ενημερωτικές εκστρατείες, οι οποίες στηρίζονται στην καταχώρηση διαφημίσεων στα ΜΜΕ με στόχο την ενημέρωση των δυνητικών Δικαιούχων και στο ευρύ κοινό.

Οι διαφημίσεις που χρησιμοποιούνται για τις εκστρατείες αυτές περιλαμβάνουν μηνύματα και όπου κρίνεται αναγκαίο τη χρήση εικόνων ή/και αριθμητικών στοιχείων σχετικά με την υλοποίηση και τα αποτελέσματα των ΕΠ, καθώς και για τις ευκαιρίες χρηματοδότησης που προσφέρουν. Τα μηνύματα πρέπει να είναι απαραίτητως απλά και κατανοητά. Τα στοιχεία πρέπει να είναι τέτοια ώστε να ενισχύουν την εικόνα της ΕΕ ως προς την προστιθέμενη αξία που παρέχουν τα έργα που συγχρηματοδοτούνται.

Συγκεκριμένα για κάθε εκστρατεία μπορεί να γίνεται χρήση μέρους ή όλων των πιο κάτω:

- Μετάδοση τηλεοπτικών διαφημίσεων
- Μετάδοση ραδιοφωνικών διαφημίσεων
- Διαφημιστικές καταχωρήσεις στα περιοδικά ποικίλης ύλης και ευρείας κυκλοφορίας
- Καταχωρήσεις διαφημίσεων στον έντυπο τύπο.
- Καταχωρήσεις διαφημίσεων στον ηλεκτρονικό τύπο

Με βάση των αποτελεσμάτων ερευνών που διεξήχθησαν (συμπεριλαμβανομένων των αποτελεσμάτων της μελέτης αξιολόγησης του Σχεδίου Επικοινωνίας 2007-2013), η τηλεόραση αποτελεί το αποτελεσματικότερο μέσο από το οποίο οι Κύπριοι πολίτες ενημερώνονται για τα Ταμεία της ΕΕ. Επομένως, η υψηλή αποτελεσματικότητα της τηλεόρασης θα πρέπει να αξιοποιηθεί. Εξαιρετικής σημασίας είναι η «δημιουργική



προσέγγιση» και το μήνυμα των διαφημίσεων που θα προβάλλονται. Όπως και σε όλα τα ΜΜΕ έτσι και στην τηλεόραση, η χρήση των αριθμητικών στοιχείων είναι αποτελεσματική και περισσότερο ανακλήσιμη.

Οι ενημερωτικές εκστρατείες συνδυάζονται ως προς το χρόνο πραγματοποίησής τους, το περιεχόμενο, τα μηνύματα και τους στόχους τους με άλλες δράσεις που θα υλοποιούνται στο πλαίσιο της Στρατηγικής Επικοινωνίας, όπως είναι οι ειδικές εκδηλώσεις, η διανομή ενημερωτικού υλικού, η διενέργεια δημοσιογραφικών διασκέψεων και συνεντεύξεων, η εξωτερική διαφήμιση κλπ, έτσι ώστε να επιτευχθεί ο πολλαπλασιασμός του επικοινωνιακού μηνύματος.

### *3.3.1.2. Δημόσιες Σχέσεις με τα Μ.Μ.Ε*

Άλλο σημαντικό εργαλείο για την πληροφόρηση του ευρύτερου κοινού, είναι οι δημόσιες σχέσεις με τα ΜΜΕ. Η στενή συνεργασία με τα ΜΜΕ λόγω των ενημερωτικών εκστρατειών, θα έχει θετικό αντίκτυπο όσον αφορά την αύξηση του βαθμού γνώσης και του ενδιαφέροντος των δημοσιογράφων για τα ΕΠ. Σε αντίθεση με τις εκστρατείες στα ΜΜΕ, η χρήση του εργαλείου αυτού έχει μηδαμινό κόστος και μπορεί να είναι αρκετά αποδοτικό.

Το εργαλείο αυτό μπορεί να αφορά τις πιο κάτω δράσεις:

- Διοργάνωση Διασκέψεων Τύπου για την ανακοίνωση σημαντικών πληροφοριών και αποτελεσμάτων σχετικά με τα ΕΠ. Διασκέψεις μπορούν να διοργανώνονται κατά τακτά χρονικά διαστήματα είτε από τους Ενδιάμεσους Φορείς επί ευκαιρίας τελετής έναρξης/θεμελίωσης/λήξης του έργου, είτε από τη Διαχειριστική Αρχή επί ευκαιρίας εκδήλωσης που διοργανώνει. Οι δημοσιογράφοι αποτελούν πολλαπλασιαστές πληροφόρησης και με τις Διασκέψεις Τύπου έχουν την ευκαιρία να ενημερώνονται πλήρως για διάφορα θέματα που αφορούν τα έργα ή τα ΕΠ γενικότερα και ακολούθως να τα προβάλλουν στο ευρύ κοινό.
- Δημοσίευση Δελτίων Τύπου στον έντυπο και ηλεκτρονικό τύπο με σημαντικές πληροφορίες σχετικές με τα ΕΠ καθώς και τις εκδηλώσεις πληροφόρησης που προγραμματίζονται και υλοποιούνται. Τα Δελτία Τύπου χρησιμοποιούνται για την ενημέρωση του κοινού για την έναρξη, την πρόοδο και την ολοκλήρωση των ΕΠ και έργων, καθώς επίσης και για την ενημέρωση των δυνητικών Δικαιούχων για τις ευκαιρίες χρηματοδότησης (προσκλήσεις που εκδίδονται). Τα Δελτία Τύπου που εκδίδονται αναρτώνται στις ιστοσελίδες της Διαχειριστικής Αρχής και των Ενδιάμεσων Φορέων.
- Συνεντεύξεις στελεχών των αρμόδιων υπηρεσιών στην τηλεόραση/ ραδιόφωνο/ έντυπο και ηλεκτρονικό τύπο. Οι συνεντεύξεις μπορούν να παρουσιάζουν στο κοινό σημαντικές πληροφορίες για τα ΕΠ, τα αποτελέσματα από την υλοποίηση σημαντικών έργων, τις αρμοδιότητες της Διαχειριστικής Αρχής/ Ενδιάμεσων Φορέων και γενικότερα το πλαίσιο υλοποίησης των παρεμβάσεων.

- Συμμετοχή στελεχών της Διαχειριστικής Αρχή ή/και των Ενδιάμεσων Φορέων σε ενημερωτικές εκπομπές για περισσότερη ανάλυση και πληροφόρηση σχετικά με θέματα που ενδιαφέρουν το κοινό ή τους δυνητικούς Δικαιούχους.

### 3.3.1.3. Παραγωγή Ταινιών

Η παραγωγή ταινιών στοχεύει τόσο στην ενημέρωση των δυνητικών Δικαιούχων για τις ευκαιρίες χρηματοδότησης που προσφέρουν τα ΕΠ, όσο και στην ενημέρωση του κοινού για σημαντικά έργα που υλοποιούνται και για τα αποτελέσματα από την υλοποίηση των έργων αυτών.

Η παραγωγή ταινιών μπορεί να αφορά είτε παραγωγή τηλεοπτικών σποτ, είτε παραγωγή ντοκιμαντέρ και θα μπορούν να προβάλλονται σε τηλεοπτικά κανάλια, παγκύπρια και τοπικά στα πλαίσια ενημερωτικών εκστρατειών. Επίσης μπορούν να προβάλλονται σε εκδηλώσεις που θα διοργανώνονται καθώς και στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (YouTube, Facebook).

### 3.3.2. Ηλεκτρονικά Μέσα Πληροφόρησης

Το διαδίκτυο είναι πλέον αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητάς και ένα ισχυρό μέτρο πληροφόρησης. Δικαιούχοι, δυνητικοί Δικαιούχοι και το ευρύ κοινό στρέφονται συνεχώς προς το διαδίκτυο για αναζήτηση πληροφοριών σχετικά με τα ΕΠ.

Δεν είναι τυχαίο το γεγονός ότι κάθε χρόνο το μερίδιο αγοράς των μέσων διαφήμισης στο διαδίκτυο, αυξάνεται ολοένα και περισσότερο, τόσο σε παγκόσμιο επίπεδο όσο και στην εγχώρια αγορά. Μεγαλύτερα ποσοστά του προϋπολογισμού ενημερωτικών εκστρατειών, μεταφέρονται σε ηλεκτρονικές μορφές διαφήμισης, κυρίως για τρεις βασικούς λόγους.

1. Τα ηλεκτρονικά μέσα πληροφόρησης έχουν αρκετά χαμηλό **κόστος**, συγκριτικά με τα υπόλοιπα μέσα
2. Καλύπτουν ένα τεράστιο ποσοστό από το ευρύ κοινό και διαθέτουν την ικανότητα επιλογής πολλαπλών μορφών **στόχευσης**, όπως το φύλο, ηλικία, γεωγραφική τοποθεσία, μοτίβα συμπεριφοράς και πολλά άλλα
3. Βασικό πλεονέκτημα αυτών των μέσων είναι το γεγονός ότι τα αποτελέσματα είναι εύκολα **μετρήσιμα και ακριβή**. Αυτό προσφέρει τη δυνατότητα στην ενημερωτική εκστρατεία να προσαρμόζεται όσο αυτή είναι σε εξέλιξη, ενώ τα συμπεράσματα μετά το πέρας της εκστρατείας είναι ακριβή και μπορούν να βοηθήσουν σε μελλοντικές εκστρατείες.

Τα μέσα/εργαλεία ηλεκτρονικής πληροφόρησης που μπορούν να χρησιμοποιηθούν, παρουσιάζονται πιο κάτω.

### **3.3.2.1. Υποχρεωτική Ιστοσελίδα Διαχειριστικής Αρχής – Ενιαία Ιστοσελίδα για τα ΕΔΕΤ**

Σύμφωνα με τις πρόνοιες του Άρθρου 115, παρ.1(β) του Καν. (ΕΕ) 1303/2013, η Διαχειριστική Αρχή έχει υποχρέωση να δημιουργήσει ένα ενιαίο διαδικτυακό τόπο ή μια ενιαία διαδικτυακή πύλη, μέσα από την οποία θα παρέχονται πληροφορίες και πρόσβαση σε όλα τα ΕΠ που συγχρηματοδοτούνται από τα ΕΔΕΤ.

Η Διαχειριστική Αρχή, τηρώντας την υποχρέωση αυτή, αναβάθμισε/εμπλούτισε την ιστοσελίδα της [www.structuralfunds.org.cy](http://www.structuralfunds.org.cy), η οποία δημιουργήθηκε κατά την προηγούμενη προγραμματική περίοδο, ώστε ο σχεδιασμός και το περιεχόμενο της να εκπληρώνει τις προϋποθέσεις των Κανονισμών για την προγραμματική περίοδο 2014-2020.

Πιο συγκεκριμένα, η ιστοσελίδα όπως διαμορφώθηκε παρέχει μια ολοκληρωμένη πληροφόρηση όσον αφορά τα ΕΠ «Ανταγωνιστικότητα και Αειφόρος Ανάπτυξη» και «Απασχόληση, Ανθρώπινο Κεφάλαιο και Κοινωνική Συνοχή», ενώ παρέχει επίσης πρόσβαση στις ειδικές ιστοσελίδες των άλλων συγχρηματοδοτούμενων Προγραμμάτων από τα ΕΔΕΤ και πιο συγκεκριμένα των Προγραμμάτων Ευρωπαϊκής Εδαφικής Συνεργασίας, του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Θάλασσα» και του Προγράμματος Αγροτικής Ανάπτυξης.

Αναλυτικότερα όσον αφορά τα ΕΠ «Ανταγωνιστικότητα και Αειφόρος Ανάπτυξη» και «Απασχόληση, Ανθρώπινο Πόροι και Κοινωνική Συνοχή», η ιστοσελίδα παρέχει πληροφορίες για τις διαδικασίες δημόσιας διαβούλευσης, τις ευκαιρίες χρηματοδότησης που προσφέρουν, την πρόοδο υλοποίησής τους, καθώς και παραδείγματα έργων που υλοποιούνται. Παρέχει επίσης πρόσβαση σε χρήσιμα έγγραφα και σε πηγές πρόσθετης ενημέρωσης. Στην ιστοσελίδα θα δημοσιοποιείται επίσης, σύμφωνα με τις πρόνοιες του Άρθρου 115, παρ. 2 του Καν. (ΕΕ) 1303/2013, ο Κατάλογος Έργων που εγκρίνονται για χρηματοδότηση ανά Πρόγραμμα με δυνατότητα αναζήτησης με βάση διάφορα κριτήρια.

Σημειώνεται ότι η ιστοσελίδα είναι συμβατή με τα Web Content Accessibility Guidelines όσον αφορά την προσβασιμότητα της σε άτομα με αναπηρίες.

Με βάση τα πιο πάνω, η ενιαία ιστοσελίδα για τα ΕΔΕΤ στοχεύει στην άμεση και συνεχή πληροφόρηση του κοινού, των δυνητικών Δικαιούχων, των Δικαιούχων, καθώς και των φορέων που εμπλέκονται στη διαχείριση, υλοποίηση, παρακολούθηση και έλεγχο των ΕΠ.

### **3.3.2.2. Ιστοσελίδες Ενδιάμεσων Φορέων**

Πέραν της ιστοσελίδας της Διαχειριστικής Αρχής, ιστοσελίδες διατηρούν επίσης οι πλείστοι Ενδιάμεσοι Φορείς, με ειδικές ενότητες που αφορούν τα συγχρηματοδοτούμενα έργα υπό την ευθύνη τους για την ενημέρωση του κοινού και των δυνητικών Δικαιούχων. Οι ενότητες αυτές ανανεώνονται σε τακτά χρονικά διαστήματα με ανακοινώσεις, χρήσιμο

υλικό και χρήσιμες πληροφορίες για τα εν λόγω έργα, όπως τις προσκλήσεις που εκδίδονται και τα σχετικά έντυπα/οδηγούς για την υποβολή αιτήσεων.

### **3.3.2.3. Ενημέρωση μέσω Ηλεκτρονικού Ενημερωτικού Δελτίου (e-Newsletter)**

Ένας εύκολος και άμεσος τρόπος ενημέρωσης, νοουμένου ότι υπάρχει και έχει δημιουργηθεί μια βάση δεδομένων με ηλεκτρονικές διευθύνσεις ατόμων ή/και εταιρειών που στοχεύονται, είναι η ενημέρωση μέσω αποστολής ενημερωτικού δελτίου (e-Newsletter) με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο. Το ενημερωτικό δελτίο παράγεται και διανέμεται όταν υπάρχουν σημαντικές ανακοινώσεις οι οποίες αφορούν την υλοποίηση των ΕΠ.

### **3.3.2.4. Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης - Social Media**

Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης είναι μέρος πλέον της καθημερινότητας κάθε πολίτη και η Στρατηγική θα αξιοποιήσει τις πολλαπλές και πολυδιάστατες δυνατότητες που προσφέρονται μέσα από τη χρήση των μέσων αυτών, δεδομένου ότι αυτά τα μέσα μπορούν να συνεισφέρουν στην επίτευξη των στόχων της Στρατηγικής χωρίς ουσιαστικό κόστος.

Η αξιοποίηση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης μπορεί ενδεικτικά να περιλαμβάνει:

- Χρήση του Facebook, ως το μεγαλύτερο μέσο σε αυτή την κατηγορία. Στο πλαίσιο αυτό μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε συστηματική βάση η σελίδα που δημιούργησε η Διαχειριστική Αρχή για τα Διαρθρωτικά Ταμεία στην Κύπρο κατά την προηγούμενη προγραμματική περίοδο, για την ανάρτηση ανακοινώσεων, video, φωτογραφιών με στόχευση σχεδόν σε όλες τις ηλικιακές ομάδες και κυρίως τις νεαρές ηλικίες. Την πρακτική αυτή μπορούν να ακολουθήσουν και οι Ενδιάμεσοι Φορείς για μεγιστοποίηση του επικοινωνιακού αποτελέσματος.
- Χρήση του YouTube με τη δημιουργία καναλιού από τη Διαχειριστική Αρχή ή/και τους Ενδιάμεσους Φορείς για την ανάρτηση διαφόρων Video σχετικών με την υλοποίηση των ΕΠ.
- Το Χρήση του Twitter, το οποίο μπορεί να χρησιμοποιηθεί για ανάρτηση μικρών και σύντομων ανακοινώσεων, αφού το μέσο αυτό χρησιμοποιείται ευρέως από πολιτικούς, επιχειρηματίες, δημοσιογράφους και άλλες υπό-ομάδες στόχους της Στρατηγικής οι οποίες μπορούν να επιφέρουν πολλαπλασιασμό του επικοινωνιακού μηνύματος.
- Χρήση του LinkedIn, για ανάρτηση χρήσιμων πληροφοριών και ανακοινώσεων για εργαζόμενους, επιχειρηματίες, άνεργους και επιχειρήσεις.
- Καταχώρηση διαφημίσεων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης με μεγάλες δυνατότητες στόχευσης. Μέσω πληρωμένων διαφημίσεων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, μπορούν να προβάλλονται αποτελεσματικά με χαμηλό κόστος,

διάφορες χρήσιμες πληροφορίες για τα Προγράμματα στις ομάδες πληθυσμού που στοχεύει η κάθε εκστρατεία.

### 3.3.3. Ειδικές Εκδηλώσεις

Ένα άλλο μέτρο πληροφόρησης, είναι αυτό της διοργάνωσης ειδικών εκδηλώσεων. Το μέτρο αυτό στοχεύει ανάλογα με το είδος της εκδήλωσης σε διαφορετικές ομάδες στόχου. Κατά τις εκδηλώσεις αυτές οι ομάδες στόχοι έχουν τη δυνατότητα να έρθουν σε άμεση επαφή με τους υπεύθυνους της Διαχειριστικής Αρχής ή/και των Ενδιάμεσων Φορέων και να έχουν αναλυτική πληροφόρηση για θέματα που τους αφορούν (π.χ. για τις ευκαιρίες των ΕΠ, τις διαδικασίες υποβολής αιτήσεων, τις προϋποθέσεις συμμετοχής) και γενικότερα για το θετικό ρόλο που διαδραματίζουν τα Ευρωπαϊκά Ταμεία και η ΕΕ στην καθημερινότητα των πολιτών. Τα δυνητικά εργαλεία παρουσιάζονται πιο κάτω.

#### 3.3.3.1. Εκδηλώσεις Πληροφόρησης

Οι εκδηλώσεις που διοργανώνονται κυρίως από τη Διαχειριστική Αρχή και ορισμένες φορές από τους Ενδιάμεσους Φορείς, απευθύνονται, ανάλογα με τον χρόνο, τον χώρο και την επικοινωνιακή φάση διοργάνωσης τους, στο ευρύ κοινό ή/και στους Δυνητικούς Δικαιούχους και έχουν σκοπό την ενημέρωσή τους για την έναρξη, τις ευκαιρίες χρηματοδότησης, την πορεία υλοποίησης, τα σημαντικά έργα που υλοποιούνται και για τα αποτελέσματα των ΕΠ. Στις εκδηλώσεις καλούνται επίσης τα ΜΜΕ ως πολλαπλασιαστές πληροφόρησης, για την κάλυψη και προβολή των εκδηλώσεων. Αποτελεί καλή πρακτική, κατά τις εκδηλώσεις να διανέμεται ενημερωτικό υλικό, καθώς και προωθητικά αντικείμενα, ενώ ιδανικά μπορούν να συνδυάζονται με παράλληλες ενημερωτικές εκστρατείες στα ΜΜΕ.

Στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνεται και η διοργάνωση των πιο κάτω υποχρεωτικών ενημερωτικών δραστηριοτήτων από τη Διαχειριστική Αρχή, όπως καθορίζονται στις παραγράφους 2.1.2(α)-(β) του Παραρτήματος XII του Καν. (ΕΕ) 1303/2013:

- Ημερίδα για την Δημοσιοποίηση της Έναρξης των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων. Σημειώνεται ότι για το σκοπό αυτό η Διαχειριστική Αρχή πραγματοποίησε στις 29 Απριλίου 2015, μεγάλη εκδήλωση υπό την αιγίδα του Προέδρου της Κυπριακής Δημοκρατίας στην οποία παρευρέθηκαν Υπουργοί της Κυπριακής Κυβέρνησης, Αξιωματούχοι της ΕΕ και άλλοι επίσημοι. Κατά την εκδήλωση παρουσιάστηκαν τα δύο ΕΠ καθώς και οι σημαντικές ευκαιρίες χρηματοδότησης που προσφέρουν στο άμεσο μέλλον. Η εν λόγω εκδήλωση έτυχε ευρείας δημοσιότητας από τα ΜΜΕ. Κατά την εκδήλωση διανεμήθηκε ενημερωτικό υλικό και προωθητικά αντικείμενα.
- Ετήσια ενημερωτική δραστηριότητα για προβολή των ευκαιριών χρηματοδότησης, των επιδιωκόμενων στρατηγικών και παρουσίαση των επιτευγμάτων από την υλοποίηση των ΕΠ, καθώς και παραδείγματα έργων.

Με σκοπό την προσέλκυση του κοινού και των δυνητικών Δικαιούχων, το είδος των εκδηλώσεων πρέπει εκτός από τη μορφή ενημερωτικών ημερίδων σε συνεδριακά κέντρα, να έχει τη μορφή άλλων καινοτόμων και πιο σύγχρονων εκδηλώσεων, ανάλογα πάντα και με την ομάδα στόχου που στοχεύει να προσελκύσει. Μπορούν επίσης να συνδυάζονται με πιο ελκυστικές δράσεις, όπως είναι οι εκθέσεις φωτογραφίας και οι διαγωνισμοί.

Επίσης μπορούν να οργανωθούν εκδηλώσεις οι οποίες να απευθύνονται σε επιμέρους πληθυσμιακές ομάδες, π.χ. εκδηλώσεις σε σχολεία και άλλα εκπαιδευτικά ιδρύματα που απευθύνονται σε μαθητές/φοιτητές, οι οποίοι μπορούν να αποτελέσουν επίσης πολλαπλασιαστές των μηνυμάτων που θα διοχετευτούν κατά τη διάρκεια της επικοινωνιακής εκστρατείας. Στις εκδηλώσεις αυτές θα δίνεται έμφαση στην παρουσίαση των ωφελειών από τα ΕΠ για τη συγκεκριμένη πληθυσμιακή ομάδα.

### **3.3.3.2. Σεμινάρια για Δυνητικούς Δικαιούχους/ Δικαιούχους**

Η διοργάνωση σεμιναρίων θεωρείται αναγκαία με στόχο την ενημέρωση αλλά και εκπαίδευση των Δυνητικών Δικαιούχων/Δικαιούχων σε θέματα διαδικασιών και άλλων πληροφοριών.

Στο πλαίσιο αυτό, τόσο η Διαχειριστική Αρχή όσο και οι Ενδιάμεσοι Φορείς διοργανώνουν σεμινάρια και ημερίδες πληροφόρησης για Δικαιούχους και δυνητικούς Δικαιούχους για την καλύτερη προετοιμασία τους προκειμένου να επιτύχουν την ταχεία ένταξη έργων στα ΕΠ και την ανταπόκρισή στις υποχρεώσεις τους όσον αφορά τη διαχείριση και παρακολούθηση των έργων αυτών.

### **3.3.4. Ενημέρωση μέσω Έντυπου Υλικού**

Η χρήση έντυπου υλικού αποτελεί εξίσου σημαντικό μέτρο πληροφόρησης, το οποίο συμβάλλει στην καλύτερη ενημέρωση των δυνητικών Δικαιούχων και Δικαιούχων, καθώς και του ευρύτερου κοινού. Ακολουθεί ανάλυση των επικοινωνιακών εργαλείων που χρησιμοποιούνται για την υλοποίηση του Μέτρου αυτού.

#### **3.3.4.1. Οδηγοί απευθυνόμενοι στους Δυνητικούς Δικαιούχους / Δικαιούχους**

Η Διαχειριστική Αρχή και οι Ενδιάμεσοι Φορείς ετοιμάζουν Οδηγούς για παροχή κατευθυντήριων γραμμών και άλλων χρήσιμων πληροφοριών προς τους δυνητικούς Δικαιούχους και Δικαιούχους για συγκεκριμένα θέματα. Οι Οδηγοί αυτοί θα εκτυπώνονται ή/και θα αποστέλλονται σε ηλεκτρονική μορφή για έγκαιρη πληροφόρηση. Θα αναρτώνται επίσης στην ιστοσελίδα της Διαχειριστικής Αρχής ή/και των Ενδιάμεσων Φορέων για εύκολη πρόσβαση.

Στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται οι Οδηγοί Εφαρμογής των Σχεδίων Χορηγιών που ετοιμάζονται από τους Ενδιάμεσους Φορείς και οι οποίοι περιλαμβάνουν τις

προϋποθέσεις συμμετοχής στα Σχέδια Χορηγιών, τα έντυπα υποβολής αιτήσεων, οδηγίες συμπλήρωσης των αιτήσεων, τα κριτήρια αξιολόγησης κ.α.

Επίσης στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνεται ο Οδηγός για τη διενέργεια δράσεων πληροφόρησης και επικοινωνίας που εκδίδεται από τη Διαχειριστική Αρχή στο πλαίσιο της υποχρέωσης της όπως απορρέει από την παρ. 3.2.2, του Παραρτήματος XII του Καν. (ΕΕ) 1303/2013, για παροχή κατευθυντήριων γραμμών και ηλεκτρονικών προτύπων/υποδειγμάτων στους Δικαιούχους των ΕΠ. Η Διαχειριστική Αρχή ολοκλήρωσε την ετοιμασία του Οδηγού αυτού τον Ιούνιο 2015. Πιο συγκεκριμένα στον Οδηγό:

- καθορίζονται τα υποχρεωτικά μέτρα πληροφόρησης και επικοινωνίας που πρέπει να λαμβάνονται από τους Δικαιούχους με βάση τους Κανονισμούς της ΕΕ [παρ. 2.2 του Παραρτήματος XII του Καν.(ΕΕ) 1303/2013 και Άρθρο 20 του Καν. (ΕΕ) 1304/2014], και παρέχονται πρότυπα/υποδείγματα (πρότυπα λογότυπα, υποδείγματα αφίσας, υπόδειγμα μόνιμης επεξηγηματικής πινακίδας)
- παρατίθενται άλλα μέτρα πληροφόρησης και επικοινωνίας που μπορούν να λαμβάνονται από τους Δικαιούχους, μαζί με τις προϋποθέσεις για ορθή εφαρμογή τους,
- παρατίθενται εισηγήσεις για την ορθή χρήση των διαφόρων λογότυπων.

Ο εν λόγω Οδηγός διανεμήθηκε στους Ενδιάμεσους Φορείς με σκοπό την προώθηση του και ενημέρωση των Δικαιούχων. Επιπρόσθετα, αναρτήθηκε στην ιστοσελίδα της Διαχειριστικής Αρχής για τα ΕΔΕΤ στην Κύπρο [www.structuralfunds.org.cy](http://www.structuralfunds.org.cy)

#### ***3.3.4.2. Εκδόσεις και Άλλα Ενημερωτικά Έντυπα / Φυλλάδια***

Η Διαχειριστική Αρχή καθώς και οι Ενδιάμεσοι Φορείς μπορούν να ετοιμάζουν εκδόσεις και άλλα ενημερωτικά έντυπα/φυλλάδια με σκοπό να προσφέρουν ενημέρωση προς το ευρύ κοινό και τους δυνητικούς Δικαιούχους, τόσο για τις ευκαιρίες χρηματοδότησης που προσφέρονται μέσα από τα ΕΠ, όσον και για τα αποτελέσματα των έργων /δράσεων που υλοποιούνται. Τα έντυπα γράφονται σε απλή και κατανοητή γλώσσα ενώ σε αυτά αναφέρονται τα στοιχεία επικοινωνίας του αρμόδιου φορέα (Διαχειριστικής Αρχής/ Ενδιάμεσου Φορέα), καθώς και η σχετική ιστοσελίδα από όπου μπορούν οι ενδιαφερόμενοι να αναζητήσουν και να βρουν περισσότερες πληροφορίες.

Οι εκδόσεις και τα ενημερωτικά έντυπα/φυλλάδια μπορούν να διανέμονται στις ομάδες στόχους κατά την διάρκεια των ειδικών εκδηλώσεων που διοργανώνονται από τη Διαχειριστική Αρχή ή/και τους Ενδιάμεσους Φορείς. Αναρτώνται επίσης στην ιστοσελίδα του αρμόδιου φορέα.



### 3.3.5. Πρωθητικά Αντικείμενα

Τα πρωθητικά αντικείμενα θεωρούνται απαραίτητα υποστηρικτικά στοιχεία στην όλη εκστρατεία πληροφόρησης ενώ συμπληρώνουν και ενδυναμώνουν την ταυτότητα των μέτρων πληροφόρησης και βοηθούν στη διάδοση του επικοινωνιακού μηνύματος.

Τα πρωθητικά αντικείμενα έχουν ένα θετικό αντίκτυπο στους αποδέκτες που είναι είτε το ευρύ κοινό, είτε οι Δυνητικοί Δικαιούχοι/ Δικαιούχοι και τους δημιουργούν ένα συναίσθημα ευχαρίστησης και ικανοποίησης, καθώς και θετικών εντυπώσεων για τα ΕΔΕΤ και την ΕΕ. Πολλά από αυτά τα αντικείμενα μπορούν να χρησιμοποιηθούν από τους αποδέκτες για μεγάλο χρονικό διάστημα, έτσι αυξάνεται η θετική τους επιρροή. Τα πολλαπλά πλεονεκτήματα που μπορούν να προκύψουν από τη διανομή πρωθητικών αντικειμένων σε σύγκριση με το κόστος παραγωγής τους, καθιστά το μέτρο αυτό χρήσιμο και αποτελεσματικό.

Παραδείγματα τέτοιων πρωθητικών αντικειμένων είναι USB, στυλό, σημειωματάρια, ημερολόγια, τσάντες κλπ. Το ιδανικό μέρος για να διανεμηθούν αποτελεσματικά τα πρωθητικά αντικείμενα στις ομάδες στόχους, είναι κατά τη διάρκεια των ειδικών εκδηλώσεων.

### 3.3.6. Πληροφόρηση μέσω Εξωτερικής Διαφήμισης

Η εξωτερική διαφήμιση αποτελεί ένα δυναμικό μέτρο πληροφόρησης προς το ευρύ κοινό και δυνητικούς Δικαιούχους. Αυτό το μέτρο πληροφόρησης θα χρησιμοποιηθεί από μόνο του ή ως συμπληρωματικό ενημερωτικών εκστρατειών με στόχο να την ενισχύσει και να δημιουργήσει τις προϋποθέσεις για τη μέγιστη δυνατή ανάκληση των μηνυμάτων.

Τα πλεονεκτήματα της πληροφόρησης μέσω εξωτερικής διαφήμισης, είναι πολλαπλά και άμεσα. Η **διάρκεια** και **συχνότητα προβολής** του περιεχομένου της διαφήμισης, είναι ίσως από τα πιο βασικά στοιχεία αυτού του μέτρου. Συνήθως η ελάχιστη διάρκεια μιας τέτοιας εξωτερικής διαφήμισης είναι μεταξύ δύο εβδομάδων μέχρι ένα μήνα. Έτσι, τα μηνύματα μπορούν να εκπέμπονται, στις ομάδες στόχους 24 ώρες την ημέρα, για μεγάλο χρονικό διάστημα.

Με βάση τα αποτελέσματα προηγούμενων ερευνών σχετικά με τη γνώση του κοινού για τα ΕΠ και τα κοινά οφέλη από την Πολιτική Συνοχής και τη συμβολή τους στους αναπτυξιακούς στόχους της χώρας, προκύπτει ότι η γνώση των πολιτών στις αγροτικές περιοχές είναι μειωμένη. Η εξωτερική διαφήμιση σε αυτές τις περιοχές θα παρέχει την ευκαιρία να αυξηθούν τα ποσοστά γνώσης στους πολίτες και να καταστεί πιο έντονη η παρουσία της ΕΕ, ενώ το κόστος εξωτερικής διαφήμισης σε τέτοιες περιοχές είναι αισθητά μειωμένο σε σύγκριση με τις αστικές περιοχές.

Διαθέσιμα εργαλεία που υπάρχουν σε αυτή την κατηγορία συνοψίζονται αλλά δεν περιορίζονται στα πιο κάτω:



### **3.3.6.1. Δίκτυο PISA (Billboards)**

Το υφιστάμενο δίκτυο εξωτερικής διαφήμισης PISA θα χρησιμοποιηθεί με την ενοικίαση ικανοποιητικού αριθμού κεντρικών σημείων σε όλες τις πόλεις της Κύπρου, αγροτικές περιοχές και αυτοκινητόδρομους.

### **3.3.6.2. Στέγαστρα Λεωφορείων**

Χρήση του υφιστάμενου δικτύου στεγάστρων Λεωφορείων με ενοικίαση ικανοποιητικού αριθμού σημείων σε όλες τις πόλεις και αγροτικές περιοχές.

### **3.3.6.3. «Ντύσιμο» Λεωφορείων (Bus Facelift)**

Αριθμός λεωφορείων σε επιλεγμένα δρομολόγια της αστικής και υπεραστικής συγκοινωνίας θα «ντυθούν» με το δημιουργικό της ενημερωτικής εκστρατείας.

## **3.3.7. Άλλα Υποχρεωτικά Μέτρα Πληροφόρησης**

Πέραν των πιο πάνω μέτρων ή /και στα πλαίσια υλοποίησής τους, οι εμπλεκόμενοι φορείς (Διαχειριστική Αρχή, Ενδιάμεσοι Φορείς), με βάση τις πρόνοιες των σχετικών Κανονισμών εφαρμόζουν τα ακόλουθα υποχρεωτικά μέτρα πληροφόρησης.

### **3.3.7.1. Προβολή Εμβλήματος της ΕΕ στις Εγκαταστάσεις της Διαχειριστικής Αρχής**

Σύμφωνα με την παρ. 2.1.2(γ) του Παραρτήματος XII του Καν. (ΕΕ) 1303/2013 το έμβλημα της ΕΕ πρέπει να προβάλλεται στα γραφεία της Διαχειριστικής Αρχής.

### **3.3.7.2. Δημοσιοποίηση Καταλόγου 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 για τα ΕΔΕΤ στην Κύπρο [www.structuralfunds.org.cy](http://www.structuralfunds.org.cy), τον Κατάλογο Έργων για κάθε ΕΠ. Οι εν λόγω Κατάλογοι θα ενημερώνονται τουλάχιστο κάθε έξι μήνες και θα περιλαμβάνουν όλα τα έργα που εγκρίνονται για χρηματοδότηση κάτω 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.

### 3.3.7.3. Υποχρεώσεις Διαχειριστικής Αρχής και Ενδιάμεσων Φορέων υπό την Ιδιότητα του Δικαιούχου για Έργα Τεχνικής Βοήθειας

Η Διαχειριστική Αρχή και οι Ενδιάμεσοι Φορείς, ως Δικαιούχοι έργων Τεχνικής Βοήθειας, θα πρέπει να 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 για τη διενέργεια δράσεων πληροφόρησης και επικοινωνίας που εκδόθηκε από τη Διαχειριστική Αρχή. Επιγραμματικά οι υποχρεώσεις των Δικαιούχων αφορούν:

- 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.

## 3.4. ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΠΟΥ ΕΙΝΑΙ ΔΙΑΘΕΣΙΜΑ ΣΕ ΜΟΡΦΕΣ ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΕΣ ΓΙΑ ΤΑ ΑΤΟΜΑ ΜΕ ΑΝΑΠΗΡΙΑ

Η ισότητα των ευκαιριών για τα άτομα με αναπηρία αποτελεί οριζόντια προτεραιότητα της ΕΕ, η οποία διαπνέει συνολικά το σχεδιασμό και την υλοποίηση των ΕΠ. Αυτές οι ομάδες του πληθυσμού απολαμβάνουν ίσα δικαιώματα με όλους τους υπόλοιπους πολίτες της ΕΕ και ως αποτέλεσμα θα πρέπει να έχουν πρόσβαση σε όλες τις ευκαιρίες που παρέχονται μέσα από τα ΕΠ.

Όπου εφαρμόζεται, τα έργα που θα υλοποιηθούν κατά την περίοδο 2014-2020, θα λαμβάνουν υπόψη τις ανάγκες αυτών των ομάδων κατά το σχεδιασμό τους ενώ παράλληλα θα υλοποιηθούν έργα με αποκλειστικές ομάδες στόχου τα άτομα με αναπηρία.

Προκειμένου η Στρατηγική Επικοινωνίας να συμπεριλάβει και αυτές τις ευπαθείς ομάδες του πληθυσμού ανάμεσα στους αποδέκτες θα πρέπει να αναγνωρίσει τις συγκεκριμένες ιδιαιτερότητες που τις χαρακτηρίζει και ανάλογα με το είδος της αναπηρίας κάθε ομάδας θα πρέπει να επιλεγεί ο κατάλληλος τρόπος επικοινωνίας.

### 3.4.1. Τυφλοί και άτομα με προβλήματα όρασης

Ο κώδικας Μπράιγ είναι το καθολικά αναγνωρισμένο σύστημα γραφής και ανάγνωσης για τυφλούς και άτομα με προβλήματα όρασης. Στην ουσία, αυτός ο κώδικας αντικαθιστά

το αλφάβητο και τους αριθμούς. Έτσι οι τυφλοί είναι σε θέση με την αίσθηση της αφής, να διαβάσουν οποιοδήποτε κείμενο το οποίο είναι γραμμένο με αυτό τον κώδικα.

Στο πλαίσιο της Στρατηγικής μπορούν να εκτυπωθούν Οδηγοί ή/και ενημερωτικά έντυπα που αφορούν την συγκεκριμένη ευπαθή ομάδα, με τη μέθοδο Μπράιγ και να διανέμονται σε όλους τους οργανισμούς, συνδέσμους που εκπροσωπούν και έρχονται σε επαφή με άτομα που αντιμετωπίζουν προβλήματα όρασης.

Οι οδηγοί αυτοί μπορούν επίσης να διανέμονται σε διάφορες εκδηλώσεις που οργανώνονται, όπου τυφλοί και άτομα με προβλήματα όρασης προσκαλούνται να παρευρίσκονται.

Αξίζει να σημειωθεί πως η ενιαία ιστοσελίδα της Διαχειριστικής Αρχής για τα ΕΔΕΤ ([www.structuralfunds.org.cy](http://www.structuralfunds.org.cy)) είναι συμβατή με τα Web Content Accessibility Guidelines όσον αφορά την προσβασιμότητα της για άτομα με μειωμένη όραση. Μέσω αυτής της ιστοσελίδας μπορούν να αναζητήσουν περεταίρω πληροφορίες και να ενημερωθούν για τις ευκαιρίες που δίνονται, μέσω της χρήσης διαδικτύου.

Τέλος, δεδομένου ότι οι τυφλοί και τα άτομα με προβλήματα όρασης έχουν αναπτύξει ιδιαίτερα την αίσθηση της ακοής, για την προσέγγισή τους μπορούν να προβάλλονται μέσω τηλεόρασης και ραδιοφώνου, διαφημιστικά μηνύματα τα οποία χρησιμοποιούν ακουστικό υλικό.

### 3.4.2. Κωφοί και άτομα με προβλήματα ακοής

Αυτή η ομάδα ανθρώπων, χρησιμοποιεί την όραση και τη νοηματική γλώσσα ως κύριες μορφές επικοινωνίας. Η Στρατηγική θα περιλάβει αυτά τα χαρακτηριστικά, έτσι ώστε να προσαρμοστούν ανάλογα τα μέσα επικοινωνίας, όπου αυτό είναι εφικτό, προς τη συγκεκριμένη ευάλωτη πληθυσμιακή ομάδα. Έχοντας τη δυνατότητα της όρασης, αυτομάτως μπορούν να εκτεθούν σε διαφημιστικά μηνύματα, όπου η ανάγνωση περιεχομένου είναι το βασικό μέσο μετάδοσης της πληροφορίας. Ειδικότερα η ενημέρωση μπορεί να προέρχεται από τα ακόλουθα:

- Έντυπο υλικό (οδηγοί, ενημερωτικά έντυπα, κα)
- Διαφημίσεις/άρθρα σε εφημερίδες και περιοδικά
- Διαφημίσεις σε πινακίδες PISA, στάσεις λεωφορείων κα
- Διαφημίσεις/άρθρα σε ηλεκτρονικές εφημερίδες
- Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης
- Ιστοσελίδες (Διαχειριστικής Αρχής και Ενδιάμεσων Φορέων)
- Προωθητικά Αντικείμενα

Ακουστικά μέσα όπως είναι αυτό της τηλεόρασης και του ραδιοφώνου δεν μπορούν να χρησιμοποιηθούν αποτελεσματικά για να μεταδώσουν μηνύματα σε κωφούς. Στην περίπτωση της τηλεόρασης μπορεί να γίνει προσαρμογή κάποιων διαφημιστικών σποτ, έτσι ώστε να έχουν αντίκτυπο σε αυτή την ομάδα.

### 3.4.3. Άτομα με κινητική αναπηρία, τετραπληγικοί και παραπληγικοί

Η συγκεκριμένη ευάλωτη ομάδα, συγκριτικά με τις άλλες δύο, έχει τη δυνατότητα να μπορεί να εκτεθεί σε όλα τα οπτικοακουστικά μέσα πληροφόρησης που περιγράφονται στις προηγούμενες ενότητες. Για το λόγο αυτό, τα μέτρα και εργαλεία που περιλαμβάνονται στην Στρατηγική, μπορούν να επιτύχουν υψηλά ποσοστά πληροφόρησης και ενημέρωσης σε αυτή την ευάλωτη κατηγορία πολιτών.

## 3.5. ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ ΜΕΤΡΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΜΕ ΣΤΟΧΟΥΣ ΚΑΙ ΟΜΑΔΕΣ ΣΤΟΧΟΥΣ

Στον Πίνακα 2 πιο κάτω παρουσιάζεται συνοπτικά η συσχέτιση των μέτρων πληροφόρησης και αντιστοίχων δυναμικών επικοινωνιακών εργαλείων με τις Ομάδες – Στόχους στις οποίες απευθύνονται και με τους Στόχους στην επίτευξη των οποίων συμβάλουν.

Πίνακας 2: Συσχέτιση Μέτρων Πληροφόρησης με Στόχους και Ομάδες – Στόχους

ΜΕΤΡΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ	ΔΥΝΗΤΙΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ	ΟΜΑΔΑ – ΣΤΟΧΟΣ	ΓΕΝΙΚΟΣ ΣΤΟΧΟΣ ΠΟΥ ΕΞΥΠΗΡΕΤΕΙΤΑΙ	ΕΙΔΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ
Πληροφόρηση Χρήσης ΜΜΕ μέσω	<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

## 4. ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΕΣ ΦΑΣΕΙΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΜΕΤΡΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ

Η Στρατηγική Επικοινωνίας για τα ΕΠ «Ανταγωνιστικότητα και Αειφόρος Ανάπτυξη» και «Απασχόληση, Ανθρώπινοι Πόροι και Κοινωνική Συνοχή» καλύπτει μια μεγάλη χρονική περίοδο 9 χρόνων (2014 – 2023). Για αποτελεσματική υλοποίηση της, απαιτείται η χρήση όλων των μέτρων/εργαλείων πληροφόρησης, όπως έχουν αναλυθεί στο Κεφάλαιο 3, η οποία θα γίνει με βάση μία αλληλουχία φάσεων επικοινωνίας κλιμακούμενου χαρακτήρα. Κάθε φάση αποτελεί συνέχεια, συμπλήρωση και εξειδίκευση της προηγούμενης φάσης. Ειδικότερα, θα υπάρχουν τρεις βασικές φάσεις επικοινωνίας, η κάθε μια από τις οποίες έχει τη δική της χρονική διάρκεια, απευθύνεται σε ξεχωριστό κοινό, έχει δικό της σκοπό και στόχο, ως ακολούθως:

- Α' Φάση (ενδεικτική περίοδος: 2014 – 2015): Παρέχεται γενική πληροφόρηση προς το ευρύ κοινό και τους δυνητικούς Δικαιούχους για την Πολιτική Συνοχής τις ΕΕ, το περιεχόμενο των ΕΠ και τις Κατηγορίες Έργων που μπορούν να συγχρηματοδοτηθούν στο πλαίσιο των εν λόγω Προγραμμάτων.
- Β' Φάση (ενδεικτική περίοδος: 2015 – 2019): Επιδιώκεται η ενημέρωση των δυνητικών Δικαιούχων για τις δυνατότητες χρηματοδότησης που προσφέρουν τα Προγράμματα, καθώς και η δημιουργία γνώσης προκειμένου να έχουν εύκολη πρόσβαση στις ευκαιρίες που προσφέρουν. Παράλληλα επιδιώκεται η κατάλληλη πληροφόρηση των Δικαιούχων έργων που εντάσσονται στα Προγράμματα για τις υποχρεώσεις τους και η κατάλληλη εκπαίδευση/κατάρτιση τους, ώστε να μπορέσουν να εκπληρώσουν αποτελεσματικά τις υποχρεώσεις αυτές.
- Γ' Φάση (ενδεικτική περίοδος: 2018 – 2023): Επιδιώκεται η διάδοση των επιτευχθέντων αποτελεσμάτων από την υλοποίηση των ΕΠ και των έργων στο ευρύ κοινό.

Οι φάσεις παρουσιάζουν σημεία χρονικής επικάλυψης. Το χρονοδιάγραμμα υλοποίησης της κάθε φάσης όμως είναι ενδεικτικό, αφού η χρονική διάρκεια της κάθε φάσης μπορεί να παραταθεί σε όσες περιπτώσεις κριθεί αναγκαίο, ανάλογα με την πορεία υλοποίησης των ΕΠ, τις διαφοροποιούμενες επικοινωνιακές ανάγκες και τις γενικότερες εξελίξεις.

Στη συνέχεια παρουσιάζονται οι ενδεικτικές ενέργειες/δράσεις πληροφόρησης που μπορεί να περιλαμβάνει η κάθε φάση.

### 4.1. Α' ΦΑΣΗ: ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΑ ΕΠ (2014-2015)

Η **Πρώτη Φάση**, η οποία αφορά στη γενική πληροφόρηση σχετικά με τα δυο ΕΠ, το βασικό τους περιεχόμενο (άξονες, στόχους, αναμενόμενα αποτελέσματα, κατηγορίες έργων που θα υλοποιηθούν) ξεκίνησε με την έγκριση της Συμφωνίας Εταιρικής Σχέσης από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Κατά τη φάση αυτή η Διαχειριστική Αρχή

μεριμνά για τη διάδοση πληροφόρησης με απλό και κατανοητό τρόπο μέσω της εφαρμογής μέτρων και επικοινωνιακών εργαλείων που αναφέρονται στο Κεφαλαίο 3. Ενδεικτικά εφαρμόζονται μεταξύ άλλων τα εξής:

- Ορισμός Υπευθύνων Πληροφόρησης στη Διαχειριστική Αρχή και τους Ενδιάμεσους Φορείς.
- Διοργάνωση διάσκεψης τύπου για την ανακοίνωση της έγκρισης της ΣΕΣ από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή.
- Εκδήλωση για την ανακοίνωση της έναρξης των δύο ΕΠ μετά την έγκριση τους από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και δράσεις προβολής της στα ΜΜΕ.
- Τηλεοπτικές συνεντεύξεις και συνεντεύξεις στον έντυπο και ηλεκτρονικό τύπο.
- Ανακοινώσεις τύπου.
- Ηλεκτρονική έκδοση της ΣΕΣ και των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων.
- Έκδοση ενημερωτικών εντύπων για τα ΕΠ, που θα αποτελούν τον οδηγό βασικών γνώσεων για τα Προγράμματα και τη συμβολή της Πολιτική Συνοχής της ΕΕ (παρουσίαση διαθέσιμων πόρων, αξόνων, στόχων, αναμενόμενων αποτελεσμάτων και δυνητικών Δικαιούχων/ ωφελούμενων ανά κατηγορία έργων/ Σχεδίων Χορηγιών).
- Δημιουργία και συνεχής ενημέρωση της ενιαίας ιστοσελίδας της Διαχειριστικής Αρχής για τα ΕΔΕΤ [www.structuralfunds.org.cy](http://www.structuralfunds.org.cy) (προγραμματικά έγγραφα, διαδικασία διαβούλευσης, θεσμικό πλαίσιο, αρμόδιοι φορείς κλπ).
- Χρήση Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης για ενημέρωση για τα Προγράμματα.
- Ηλεκτρονική και άλλη επικοινωνία, ενημερωτική αλληλογραφία, emails.
- Ενημερωτικές ημερίδες και συναντήσεις.
- Προωθητικά Αντικείμενα.

#### 4.2. Β' ΦΑΣΗ: ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΕΠ (2015-2019)

Η **Δεύτερη Φάση** ξεκινά με την ουσιαστική έναρξη της υλοποίησης των ΕΠ και έχει στόχο την ενημέρωση για τις ευκαιρίες που προσφέρουν τα Προγράμματα, τα κριτήρια και τις διαδικασίες ένταξης των έργων καθώς και τις διαδικασίες για διαχείριση, υλοποίηση και παρακολούθηση των έργων. Κατά τη φάση αυτή τα μέτρα πληροφόρησης και η χρήση των επικοινωνιακών εργαλείων επικεντρώνεται προς τους δυνητικούς Δικαιούχους και Δικαιούχους. Η Διαχειριστική Αρχή και οι Ενδιάμεσοι Φορείς θα προωθήσουν μεταξύ άλλων τις ακόλουθες δράσεις:



- Ενημερωτικές Εκστρατείες για τις ευκαιρίες χρηματοδότησης που προσφέρουν τα ΕΠ.
- Παραγωγή ταινιών (διαφημιστικών σποτ) για προβολή των ευκαιριών χρηματοδότησης.
- Διοργάνωση ετήσιων ενημερωτικών δραστηριοτήτων/εκδηλώσεων.
- Εξωτερική διαφήμιση.
- Χρήση Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης για παρουσίαση ευκαιριών και καλών πρακτικών.
- Δημοσιοποίηση των Προσλήσεων Υποβολής Προτάσεων στον τύπο και άλλες δράσεις ενημέρωσης των Δυνητικών Δικαιούχων.
- Έκδοση και διανομή σχετικών Οδηγών για υποβολή αιτήσεων προς Δυνητικούς Δικαιούχους.
- Συστηματική οργάνωση θεματικών σεμιναρίων για τους Δυνητικούς Δικαιούχους και τους Δικαιούχους (διαδικασίες υποβολής αιτήσεων, ένταξης έργων, διαχείρισης, παρακολούθησης κλπ).
- Συνεχής ενημέρωση ενιαίας ιστοσελίδας της Διαχειριστικής Αρχής για τα ΕΔΕΤ [www.structuralfunds.org.cy](http://www.structuralfunds.org.cy) για υποβοήθηση των δυνητικών Δικαιούχων και Δικαιούχων (καταχώρηση προσλήσεων υποβολής προτάσεων, εγκυκλίων, οδηγιών, εντύπων, υλικού σεμιναρίων, καταλόγου έργων κλπ).
- Ενημέρωση ιστοσελίδων των Ενδιάμεσων Φορέων για παροχή αναλυτική πληροφόρησης όσον αφορά τα έργα υπό την ευθύνη τους.
- Έκδοση και διανομή Οδηγού προς τους Δικαιούχους για την τήρηση των υποχρεώσεων τους όσον αφορά τη διενέργεια δράσεων πληροφόρησης και επικοινωνίας.
- Έκδοση ενημερωτικών εντύπων/φυλλαδίων.
- Ανακοινώσεις Τύπου.
- Συνεντεύξεις.
- Διασκέψεις τύπου.
- Προωθητικά Αντικείμενα.

### 4.3. Γ΄ ΦΑΣΗ: ΠΡΟΒΟΛΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΕΠ (2018-2023)

Η **Τρίτη Φάση** επικοινωνίας, έχει στόχο την προβολή της εξέλιξης των Προγραμμάτων, με έμφαση στην προβολή έργων, επιτευχθέντων αποτελεσμάτων, και του θετικού ρόλου που διαδραματίζει η ΕΕ προς τους πολίτες. Σημειώνεται ότι επειδή τα έργα που εντάσσονται στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Απασχόληση, Ανθρώπινοι Πόροι και Κοινωνική Συνοχή» αφορούν σε μεγάλο βαθμό άυλες ενέργειες η προβολή τους θα γίνεται και κατά τη διάρκεια υλοποίησης τους. Δράσεις που εμπίπτουν στην φάση αυτή:

- Ενημερωτικές Εκστρατείες στα ΜΜΕ.
- Παραγωγή Ταινιών (τηλεοπτικών σποτ/ντοκιμαντέρ) για προβολή των αποτελεσμάτων από την υλοποίηση των ΕΠ.
- Εξωτερική Διαφήμιση.
- Χρήση Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης και άλλων ηλεκτρονικών μέσων πληροφόρησης.
- Έκδοση ενημερωτικών εντύπων/φυλλαδίων.
- Διοργάνωση ετήσιων ενημερωτικών δραστηριοτήτων/εκδηλώσεων.
- Διοργάνωση άλλων εκδηλώσεων (εκθέσεων φωτογραφίας, θεματικών εκδηλώσεων για έργα κλπ).
- Ανακοινώσεις Τύπου.
- Συνεντεύξεις.
- Διασκέψεις τύπου.
- Προωθητικά Αντικείμενα.

Ο Πίνακας 3 πιο κάτω παρουσιάζει συνοπτικά τα μέτρα πληροφόρησης και τις αντίστοιχες Επικοινωνιακές Φάσεις κατά τις οποίες αυτά θα υλοποιηθούν καθώς και τις αντίστοιχες ομάδες – στόχους στις οποίες τα μέτρα απευθύνονται.

Πίνακας 3: Μέτρα Πληροφόρησης κατά Επικοινωνιακή Φάση και Ομάδα Στόχου

Μέτρα Πληροφόρησης	Δυνητικά Εργαλεία	Επικοινωνιακές Φάσεις			Ομάδα Στόχος		
		Φάση Α'	Φάση Β'	Φάση Γ'	Δυνητικοί δικαιούχοι	Δικαιούχοι	Ευρύ κοινό
		2014-2015	2015-2019	2018-2023			
Πληροφόρηση μέσω Χρήσης ΜΜΕ	Ενημερωτικές Εκστρατείες		•	•	•		•
	Δημόσιες Σχέσεις με ΜΜΕ	•	•	•	•		•
	Παραγωγή Ταινιών		•	•	•		•
Ηλεκτρονικά Μέσα Πληροφόρησης	Υποχρεωτική ιστοσελίδα ΔΑ – Ενιαία ιστοσελίδα για τα ΕΔΕΤ	•	•	•	•	•	•
	Ιστοσελίδες Ενδιάμεσων Φορέων	•	•	•	•	•	•
	Ενημέρωση μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου	•	•		•	•	
	Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης	•	•	•	•		•
Ειδικές Εκδηλώσεις	Εκδηλώσεις Πληροφόρησης	•	•	•	•	•	•
	Σεμινάρια για Δυνητικούς Δικαιούχους / Δικαιούχους		•		•	•	
Ενημέρωση μέσω Έντυπου Υλικού	Οδηγοί απευθυνόμενοι στους δυνητικούς Δικαιούχους / Δικαιούχους		•		•	•	
	Εκδόσεις και άλλα Ενημερωτικά Έντυπα / Φυλλάδια	•	•	•	•	•	•
Πρωθητικά Αντικείμενα	USB, Τσάντες, Ημερολόγια, Στυλό, κλπ	•	•	•			•
Πληροφόρηση μέσω Εξωτερικής Διαφήμισης	Δίκτυο PISA		•	•	•		•
	Στέγαστρα Λεωφορείων		•	•	•		•
	"Ντύσιμο" Λεωφορείων		•	•	•		•
Άλλα Υποχρεωτικά Μέτρα	Δημοσιοποίηση Καταλόγου Έργων από τη ΔΑ		•	•			•

Μέτρα Πληροφόρησης	Δυνητικά Εργαλεία	Επικοινωνιακές Φάσεις			Ομάδα Στόχος		
		Φάση Α'	Φάση Β'	Φάση Γ'	Δυνητικοί δικαιούχοι	Δικαιούχοι	Ευρύ κοινό
		2014-2015	2015-2019	2018-2023			
Πληροφόρησης	Προβολή Εμβλήματος ΕΕ στις εγκαταστάσεις της ΔΑ	•	•	•			•
	Υποχρεώσεις ΔΑ και Ενδιάμεσων Φορέων υπό την ιδιότητα του Δικαιούχου σε Έργα Τεχνικής Βοήθειας		•	•			•

## 5. ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟΣ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΜΕΤΡΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ

### 5.1. ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΗ ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΥ

Με βάση την κατ' αρχήν εκτίμηση του κόστους που απαιτείται για την υλοποίηση των μέτρων πληροφόρησης, ο συνολικός προϋπολογισμός της Επικοινωνιακής Στρατηγικής για τα δύο ΕΠ ανέρχεται σε €3.5 εκ. Για την εκτίμηση του προϋπολογισμού έχει ληφθεί υπόψη και η εμπειρία υλοποίησης του Σχεδίου Επικοινωνίας και των αντίστοιχων δράσεων που υλοποιήθηκαν κατά την προγραμματική περίοδο 2007-2013.

Ο προϋπολογισμός της Επικοινωνιακής Στρατηγικής θα συγχρηματοδοτηθεί από την Τεχνική Υποστήριξη των δύο ΕΠ. Σημειώνεται ότι, για την αξιοποίηση των πόρων που έχουν κατανεμηθεί για την Τεχνική Υποστήριξη των δύο ΕΠ, η Διαχειριστική Αρχή θα ετοιμάσει κοινό «Σχέδιο Δράσης Τεχνικής Βοήθειας» στο οποίο θα περιλαμβάνονται οι τύποι παρεμβάσεων και παραδείγματα δράσεων που πρόκειται να συγχρηματοδοτηθούν, περιλαμβανομένης της Στρατηγικής Επικοινωνίας, με ενδεικτική κατανομή προϋπολογισμού. Στα πλαίσια αυτά, οι ανάγκες Τεχνικής Βοήθειας των ΕΤΠΑ και ΕΚΤ θα υποστηριχθούν από πόρους που προέρχονται από την Τεχνική Βοήθεια του Ταμείου Συνοχής.

### 5.2. ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΗ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΥ ΚΑΤΑ ΜΕΤΡΟ

Λαμβάνοντας υπόψη τους γενικούς και ειδικούς στόχους και τα προγραμματιζόμενα μέτρα πληροφόρησης, η ενδεικτική κατανομή του προϋπολογισμού κατά κατηγορία μέτρων παρουσιάζεται στον Πίνακα 4 που ακολουθεί. Σημειώνεται ότι η προκαταρκτική εκτίμηση των δαπανών κατά κατηγορία μέτρων έγινε με βάση ορισμένες υποθέσεις εργασίας όσον αφορά τη χρήση επικοινωνιακών εργαλείων και λαμβάνοντας υπόψη τα σημερινά δεδομένα όσον αφορά τις επικοινωνιακές ανάγκες.

Πιο συγκεκριμένες εκτιμήσεις των δαπανών θα γίνονται με την εξειδίκευση των μέτρων πληροφόρησης και θα προσαρμόζονται ανάλογα λαμβάνοντας υπόψη τις εξελίξεις. Η κατανομή του προϋπολογισμού θα επικαιροποιείται κατά τη διάρκεια της υλοποίησης ανάλογα με τις ετήσιες επικαιροποιήσεις της Στρατηγικής.

Πίνακας 4: Ενδεικτική Κατανομή του Προϋπολογισμού κατά Μέτρο Πληροφόρησης και Κατά Έτος

ΜΕΤΡΑ	ΣΥΝΟΛΟ	%	Έτη								
			2014-2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Χρήση ΜΜΕ	2,500,000	71%	250,000	250,000	100,000	100,000	300,000	400,000	400,000	300,000	400,000
Ηλεκτρονικά Μέσα Πληροφόρησης	190,000	5%	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	25,000	25,000	20,000	20,000
Εκδηλώσεις Πληροφόρησης	310,000	9%	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	40,000	50,000	40,000	30,000
Ενημέρωση μέσω έντυπου υλικού	90,000	3%	15,000	10,000	5,000	5,000	10,000	10,000	10,000	15,000	10,000
Πρωθητικά αντικείμενα	45,000	1%	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
Πληροφόρηση μέσω εξωτερικής διαφήμισης	250,000	7%	10,000	25,000	20,000	20,000	25,000	50,000	50,000	25,000	25,000
Παρακολούθηση/ Αξιολόγηση / Υποστήριξη	115,000	3%	15,000		50,000			50,000			
<b>Σύνολο:</b>	<b>3,500,000</b>	<b>100%</b>	<b>345,000</b>	<b>340,000</b>	<b>230,000</b>	<b>180,000</b>	<b>440,000</b>	<b>530,000</b>	<b>540,000</b>	<b>405,000</b>	<b>490,000</b>
			9.86%	9.71%	6.57%	5.14%	12.57%	15.14%	15.43%	11.57%	14.00%

## 6. ΑΡΜΟΔΙΟΙ ΦΟΡΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΩΝ ΜΕΤΡΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ

Η **Διαχειριστική Αρχή**, όπως αυτή ορίζεται από το Τμήμα 7 του κάθε ΕΠ, έχει τη συνολική ευθύνη υλοποίησης της Επικοινωνιακής Στρατηγικής και το συντονισμό όλων των μέτρων πληροφόρησης που αναλαμβάνονται για τα ΕΠ. Στο πλαίσιο αυτό η Διαχειριστική Αρχή έχει τα ακόλουθα καθήκοντα:

- Εκπονεί και υποβάλλει για έγκριση στην Επιτροπή Παρακολούθησης των ΕΠ, την κοινή Στρατηγική Επικοινωνίας σύμφωνα με τις πρόνοιες του Άρθρου 116, του Καν. (ΕΕ) 1303/2013, καθώς και οποιασδήποτε τροποποίησης της.
- 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 που αφορούν τα πιο κάτω:
  - ο Διοργάνωση μιας σημαντικής ενημερωτικής δραστηριότητας, η οποία θα δημοσιοποιεί την έναρξη των ΕΠ
  - ο Διοργάνωση μιας σημαντικής ενημερωτικής δραστηριότητας κατ' έτος που προβάλλει τις ευκαιρίες χρηματοδότησης, τις επιδιωκόμενες στρατηγικές και παρουσιάζει τα επιτεύγματα των ΕΠ
  - ο Προβολή του εμβλήματος της Ένωσης στις εγκαταστάσεις της
  - ο Ηλεκτρονική δημοσίευση στην ενιαία ιστοσελίδα για τα ΕΔΕΤ, του Καταλόγου Έργων
  - ο Παρουσίαση παραδειγμάτων έργων ανά ΕΠ στην ενιαία ιστοσελίδα στα ελληνικά και στα αγγλικά
  - ο Επικαιροποίηση των στοιχείων σχετικά με την υλοποίηση των ΕΠ στην ενιαία ιστοσελίδα, συμπεριλαμβανομένων των βασικών επιτευγμάτων τους

- Διασφαλίζει επίσης 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 Στρατηγικής 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 ορίζει τον 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 (Άρθρο 117, Καν. (ΕΕ) 1303/2013). Ο Υπεύθυνος Πληροφόρησης και Επικοινωνίας της Διαχειριστικής Αρχής συντονίζει τους αρμόδιους για τον συντονισμό των μέτρων πληροφόρησης και επικοινωνίας των Ενδιάμεσων Φορέων, όπως αναφέρονται στη συνέχεια, 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 καθήκοντα που τους ανατίθενται από τη Διαχειριστική Αρχή, όσον αφορά την υλοποίηση, παρακολούθηση και επαλήθευση δράσεων πληροφόρησης και επικοινωνίας προς όλες τις ομάδες - στόχους (δυναμικοί Δικαιούχοι, Δικαιούχοι, ευρύ κοινό) στο επίπεδο των παρεμβάσεων που υλοποιούνται υπό την ευθύνη τους. Οι Ενδιάμεσοι Φορείς εκτελούν τα ακόλουθα καθήκοντα:

- Παρέχουν στους δυναμικούς 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, συμπεριλαμβανομένων και των στοιχείων που αναφέρονται στο στοιχείο 3.1 του Παραρτήματος XII του Καν. (ΕΕ) 1303/2013.
- Γνωστοποιούν την έκδοση των Προσκλήσεων Υποβολής Προτάσεων στους δυναμικούς 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 της παρ. 2.2 του Παραρτήματος XII του Καν. (ΕΕ) 1303/2013. 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 θα διενεργούν οι Ενδιάμεσοι Φορείς για τα έργα των Δικαιούχων θα ελέγχεται η υλοποίηση των δράσεων πληροφόρησης και επικοινωνίας και η τήρηση των προνοιών των σχετικών Κανονισμών.
- Υλοποιούν μέτρα πληροφόρησης και επικοινωνίας για Δικαιούχους, δυναμικούς 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 ιδίους όσον αφορά τις παρεμβάσεις που υλοποιούνται υπό την ευθύνη τους.

Κάθε Ενδιάμεσος Φορέας ορίζει 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.

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.

Στον Πίνακα 5 που ακολουθεί παρουσιάζεται ο αρμόδιος φορέας (Διαχειριστική Αρχή / Ενδιάμεσος Φορέας) όσον αφορά την υλοποίηση των μέτρων πληροφόρησης / δυναμικών επικοινωνιακών εργαλείων που ορίζονται στην Στρατηγική Επικοινωνίας.

Πίνακας 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>	<p>Διαχειριστική Αρχή</p> <p>Ενδιάμεσοι Φορείς</p>
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>Διαχειριστική Αρχή</p> <p>Ενδιάμεσοι Φορείς</p>
Ειδικές Εκδηλώσεις	<ul style="list-style-type: none"> <li>Εκδηλώσεις Πληροφόρησης</li> <li>Σεμινάρια για Δυνητικούς Δικαιούχους / Δικαιούχους</li> </ul>	<p>Διαχειριστική Αρχή</p> <p>Ενδιάμεσοι Φορείς</p>
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>	<p>Διαχειριστική Αρχή</p> <p>Ενδιάμεσοι Φορείς</p>
Πρωθητικά Αντικείμενα	<ul style="list-style-type: none"> <li>USB, Τσάντες, Ημερολόγια, Στυλό, κλπ</li> </ul>	<p>Διαχειριστική Αρχή</p> <p>Ενδιάμεσοι Φορείς</p>
Πληροφόρηση μέσω Εξωτερικής διαφήμισης	<ul style="list-style-type: none"> <li>Δίκτυο PISA</li> <li>Στέγαστρα Λεωφορείων</li> <li>«Ντύσιμο» Λεωφορείων</li> </ul>	<p>Διαχειριστική Αρχή</p>
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>	<p>Διαχειριστική Αρχή</p> <p>Ενδιάμεσοι Φορείς</p>

## 7. ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ – ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ – ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΗ ΤΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ

### 7.1. ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Σύμφωνα με την παρ.4(ζ) του Παραρτήματος XII του Καν. (ΕΕ) 1303/2013, η Στρατηγική Επικοινωνίας πρέπει να περιλαμβάνει ένδειξη του τρόπου με τον οποίο θα αξιολογηθούν τα μέτρα πληροφόρησης και επικοινωνίας όσον αφορά στην προβολή και την αναγνωρισιμότητα της Πολιτικής Συνοχής, των ΕΠ, των έργων, του ρόλου των Ταμείων και της ΕΕ.

Στον παρόν κεφάλαιο παρουσιάζεται η όλη προσέγγιση που θα ακολουθηθεί για την παρακολούθηση και αξιολόγηση της Στρατηγικής Επικοινωνίας. Ειδικότερα το παρόν κεφάλαιο περιέχει τα ακόλουθα:

- Τους στόχους της αξιολόγησης
- Το γενικό περίγραμμα της μεθοδολογίας παρακολούθησης και αξιολόγησης καθώς και τα εργαλεία που θα χρησιμοποιηθούν για τη συλλογή των απαραίτητων στοιχείων
- Τον καθορισμό των δεικτών Εκρών και Αποτελεσμάτων

#### 7.1.1. Στόχοι της Αξιολόγησης

Στόχοι της αξιολόγησης της Στρατηγικής Επικοινωνίας είναι:

- Η αξιολόγηση της καταλληλότητας και επικαιρότητας της Στρατηγικής σε σχέση με τις μεταβαλλόμενες ανάγκες που ενδεχομένως δημιουργούνται κατά τη διάρκεια της προγραμματικής περιόδου, ως αποτέλεσμα της υλοποίησης των ΕΠ ή άλλων εξωτερικών παραγόντων.
- Η αξιολόγηση του βαθμού υλοποίησης της Στρατηγικής.
- Η αξιολόγηση των μέτρων πληροφόρησης και επικοινωνιακών εργαλείων, ως προς την επίτευξη των Γενικών και Ειδικών Στόχων της Στρατηγικής.
- Η αξιολόγηση και μέτρηση του βαθμού αποδοτικότητας της Στρατηγικής, μέσω της εκτίμησης συγκεκριμένων δεικτών αποτελέσματος.
- Η ανάδειξη καλών πρακτικών κατά την υλοποίηση των μέτρων πληροφόρησης.

- Η υποστήριξη της Διαχειριστικής Αρχής, ως προς την υποβολή προτάσεων προς την Επιτροπή Παρακολούθησης των ΕΠ αναφορικά με τυχόν αναγκαίες αναθεωρήσεις της Στρατηγικής Επικοινωνίας.
- Η υποστήριξη της Διαχειριστικής Αρχής ως προς τη σύνταξη και υποβολή των Ετήσιων Εκθέσεων Υλοποίησης των ΕΠ για το 2017 και το 2019, αναφορικά προς τις απαιτήσεις παροχής στοιχείων και αξιολογικών συμπερασμάτων ως προς την πορεία υλοποίησης της Στρατηγικής.

### 7.1.2. Μεθοδολογία Αξιολόγησης

Η αξιολόγηση θα στηριχθεί σε μία προσέγγιση η οποία περιλαμβάνει δύο αλληλένδετες μεθοδολογικές συνιστώσες. Τη διενέργεια έρευνας αγοράς σε επιχειρήσεις και το ευρύτερο κοινό στη χώρα και την τήρηση, συγκέντρωση και επεξεργασία σειράς δευτερογενών δεδομένων που αφορούν στην υλοποίηση της Επικοινωνιακής Στρατηγικής.

Οι Έρευνες Αγοράς μπορεί να είναι τόσο ποιοτικές όσο και ποσοτικές και επιδιώκουν κατά κύριο την αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας της Στρατηγικής Επικοινωνίας, με βάση του γενικούς και ειδικούς της στόχους και την μέτρηση του βαθμού επίτευξης των στόχων για τους συγκεκριμένους δείκτες αποτελεσμάτων που αυτή περιλαμβάνει.

Οι έρευνες θα διεξαχθούν πριν την εκπόνηση των δύο Εκθέσεων Αξιολόγησης της Στρατηγικής Επικοινωνίας (2017 και 2019) και θα αποδώσουν ιδιαίτερα σημαντικά στοιχεία ως προς την αποτελεσματικότητα της Στρατηγικής Επικοινωνίας. Μπορούν να χρησιμοποιηθούν τόσο τηλεφωνικές όσο και προσωπικές συνεντεύξεις στις ομάδες-στόχους, δηλαδή το ευρύ κοινό, τους δυνητικούς Δικαιούχους και τους Δικαιούχους που έχουν ήδη εγκριθεί και συμμετέχουν σε έργα των ΕΠ. Οι ερωτήσεις στα ερωτηματολόγια που θα χρησιμοποιηθούν θα αποτελούν συνδυασμό «κλειστών» και «ανοικτών» ερωτήσεων ώστε να συλλεχθούν ποσοτικά αλλά και ποιοτικά στοιχεία. Τα δείγματα που θα χρησιμοποιούνται για τις έρευνες θα είναι κατάλληλα στρωματοποιημένα, λαμβάνοντας υπόψη τις διάφορες υπό-ομάδες των ομάδων-στόχων.

Παράλληλα η παρακολούθηση και αξιολόγηση θα γίνεται μέσω συνεχούς συλλογής στοιχείων ούτως ώστε να παρακολουθούνται και να επιμετρούνται σε τακτική βάση σε όλη τη διάρκεια της προγραμματικής περιόδου, τόσο οι εκροές, όσο και τα αποτελέσματα των δράσεων που υλοποιούνται και να εξετάζεται η πρόοδος της εφαρμογής της Στρατηγικής Επικοινωνίας για σκοπούς λήψης ανάλογων αποφάσεων. Ειδικότερα για τη συλλογή και αποτίμηση των δεδομένων που χρειάζονται για τη συνεχή παρακολούθηση και αξιολόγηση της Στρατηγικής και των επιμέρους μέτρων πληροφόρησης/επικοινωνιακών εργαλείων, είναι αναγκαία η τήρηση και χρήση πληροφοριών, όπως:

- Συνεχής παρακολούθηση των ΜΜΕ με στόχο τη συλλογή πληροφοριών, τόσο σε επίπεδο κάθε Προγράμματος όσο σε επίπεδο έργου. Θα καταγράφονται

ποσοτικά οι διαφημιστικές καταχωρήσεις, τα Δελτία Τύπου, οι συνεντεύξεις και κάθε δημοσίευση/άρθρο που αφορά τα Προγράμματα και τα έργα. Παράλληλα μπορούν να συλλέγονται πληροφορίες από έρευνες που διεξάγονται στα ΜΜΕ, οι οποίες καταγράφουν τη τηλεθέαση/ακροαματικότητα κατά χρονική περίοδο σε τηλεοπτικούς και ραδιοφωνικούς σταθμούς όπως επίσης την αναγνωσιμότητα συγκεκριμένων εφημερίδων και άλλων περιοδικών εκδόσεων.

- Διατήρηση και διαχείριση αρχείου πληροφόρησης και επικοινωνίας από τη Διαχειριστική Αρχή και τους Ενδιάμεσους Φορείς για τη διατήρηση στοιχείων σχετικά με όλες τις δράσεις πληροφόρησης που υλοποιούνται (εκδηλώσεις που διοργανώνονται, έντυπα/φυλλάδια που εκδίδονται, προωθητικά αντικείμενα που παράγονται κλπ) με ευθύνη των Υπευθύνων Πληροφόρησης και Επικοινωνίας της Διαχειριστικής Αρχής και των Ενδιαμέσων Φορέων.
- Ειδικό Λογισμικό Πρόγραμμα Διαδικτύου (Web Software) για τη μέτρηση των επισκέψεων στην ιστοσελίδα και άλλων σχετικών πληροφοριών σε σχέση με την ιστοσελίδα της ΔΑ.
- Παρουσιολόγια, τα οποία θα χρησιμοποιούνται σε όλες τις εκδηλώσεις πληροφόρησης ώστε να γίνεται καταγραφή/ εγγραφή αυτών που θα παρευρεθούν (αριθμός συμμετεχόντων) με πλήρη στοιχεία. Ανάλογα με την εκδήλωση θα συλλέγονται και ποιοτικά στοιχεία (είδος επιχείρησης, τομέας, κλπ).

Άλλες πηγές πληροφόρησης που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τις ανάγκες της παρακολούθησης και αξιολόγησης, μπορεί να περιλαμβάνουν επίσης εθνικές και ευρωπαϊκές έρευνες, όπως η βάση δεδομένων του Ευρωβαρόμετρου που διεξάγεται από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και η οποία αναφέρεται σε έρευνες αγοράς στην ΕΕ, Ανεξάρτητες Κοινωνικές Έρευνες σε ευρωπαϊκά θέματα τα οποία στηρίζονται από τα ευρωπαϊκά ταμεία έρευνας, κλπ.

Η παρακολούθηση των παραπάνω αναγκαίων στοιχείων γίνεται από τη Διαχειριστική Αρχή και τους Ενδιάμεσους Φορείς, ενώ η αξιολόγηση θα διενεργηθεί από εξωτερικούς εμπειρογνώμονες. Η αξιολόγηση της Στρατηγικής Επικοινωνίας θα γίνει δύο φορές κατά τη διάρκεια της προγραμματικής περιόδου, η πρώτη το 2017 και η δεύτερη το 2019 και οι σχετικές μελέτες εντάσσονται στο Σχέδιο Αξιολόγησης (Evaluation Plan) των δύο ΕΠ και προκηρύσσονται σύμφωνα με τις διαδικασίες που προβλέπονται από αυτό.

### 7.1.3. Δείκτες

Για τη μέτρηση, παρακολούθηση και αξιολόγηση της πορείας επίτευξης των στόχων της Στρατηγικής Επικοινωνίας και της αποτελεσματικότητας και αποδοτικότητας των μέτρων πληροφόρησης, θα χρησιμοποιηθεί ένα σύστημα δεικτών, που περιλαμβάνει τόσο δείκτες εκροών, όσο και δείκτες αποτελεσμάτων. Ειδικότερα:

- Οι Δείκτες Εκροών καταγράφουν την εφαρμογή των μέτρων πληροφόρησης, με έμφαση σε δράσεις σημαντικής χρηματοδοτικής βαρύτητας.
- 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.

Ο Πίνακας 6 που ακολουθεί παρουσιάζει τους Δείκτες Εκροών της Στρατηγικής Επικοινωνίας. Για την εκτίμηση των τιμών – στόχου λαμβάνονται υπόψη τα μέτρα που περιλαμβάνονται στην Στρατηγική καθώς και δεδομένα υλοποίησης αντίστοιχων μέτρων κατά την προγραμματική περίοδο 2007-2013.

Η μέτρηση των εκροών της Στρατηγικής Επικοινωνίας θα γίνεται από την αξιολόγηση με βάση τα στοιχεία παρακολούθησης που θα 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.

Οι τιμές στόχου του κάθε Δείκτη αναπροσαρμόζονται με βάση τα αποτελέσματα των αξιολογήσεων και θα επανεξετάζονται με βάση την εξέλιξη υλοποίησης της Στρατηγικής και τα στοιχεία που θα συλλέγονται.

Πίνακας 6: 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)	420 ανά μήνα	Ηλεκτρονικά Μέσα Πληροφόρησης
Αριθμός followers σε Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης Facebook/Twitter/Youtube	5000	
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	Προωθητικά Αντικείμενα
Αριθμός αφισών που εκτυπώνονται για εξωτερική διαφήμιση	500	Πληροφόρηση μέσω Εξωτερικής Διαφήμισης

Ο Πίνακας 7 που ακολουθεί παρουσιάζει τους δείκτες αποτελέσματος της Στρατηγικής Επικοινωνίας. Για κάθε ειδικό στόχο της Στρατηγικής επιλέγονται δείκτες αποτελέσματος κατάλληλοι ώστε να ποσοτικοποιούν τον στόχο που επιδιώκεται.



Πίνακας 7: 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 οποιωνδήποτε 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 τους</b> 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>Η προβολή των έργων που υλοποιούνται στα πλαίσια των ΕΠ</b> σε επίπεδο Αξονα 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>Η 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%

Ως τιμές – βάσης χρησιμοποιούνται τιμές οι οποίες προκύπτουν από τις Έρευνες Αγοράς (κοινού και επιχειρήσεων), οι οποίες πραγματοποιήθηκαν στο πλαίσιο της Ενδιάμεσης Αξιολόγησης του Σχεδίου Επικοινωνίας της προγραμματικής περιόδου 2007-2013.

Οι τιμές στόχου για το σύνολο των δεικτών αποτελεσμάτων της Στρατηγικής Επικοινωνίας αφορά στο 2023. Η μέτρηση του βαθμού επίτευξης των στόχων θα γίνει κατά κύριο λόγο από τις προβλεπόμενες έρευνες αγοράς, οι οποίες θα πραγματοποιηθούν κατά τις αξιολογήσεις που προβλέπεται να διενεργηθούν το 2017 και το 2019, με εξαίρεση τον δείκτη που αφορά στο ποσοστό των εμπλεκόμενων φορέων και ειδικά των Δικαιούχων που τηρούν πλήρως τις υποχρεώσεις που εμπεριέχει η υλοποίηση των ΕΠ και συγχρηματοδοτούμενων έργων, η εκτίμηση του οποίου θα βασιστεί σε στοιχεία του συστήματος παρακολούθησης.

Αναφορικά προς τον προσδιορισμό της τιμής βάσης του δείκτη «Ποσοστό του κοινού που έχει θετική άποψη για τη συμβολή της ΕΕ και των ΕΔΕΤ στην επίτευξη των στόχων των ΕΠ» σημειώνεται ότι η προαναφερόμενη ενδιάμεση αξιολόγηση ανέδειξε ότι το 50,4% του κοινού θεωρεί ότι η ΕΕ συμβάλλει στο πολύ ή αρκετά στο στόχο βελτίωσης των υποδομών, έναντι 48,5% του στόχου βελτίωσης του εκπαιδευτικού επιπέδου και των δεξιοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού, 46,4% του στόχου βελτίωσης των συνθηκών διαβίωσης στις πόλεις και την ύπαιθρο, 45,8% στο στόχο ενίσχυσης της έρευνας και καινοτομίας, 39,2% στο στόχο βελτίωσης της ανταγωνιστικότητας και 33,8% στο στόχο της προσέλκυσης περισσότερων ατόμων στην αγορά εργασίας, που ήταν η μικρότερη τιμή μεταξύ των στόχων που διερευνήθηκαν.

Για το σύνολο των δεικτών που θα μετρηθούν από τις έρευνες αγοράς επιχειρήσεων και κοινού είναι δυνατή η εκτίμηση επιμέρους αποτελεσμάτων ανά ομάδα – στόχο (π.χ. κατανομή πληθυσμού ανά φύλο ή ομάδες ηλικιών, επιστήμονες – ερευνητές, κατανομή επιχειρήσεων κατά τομέα δραστηριότητας) έτσι ώστε η αξιολόγηση να αναδείξει κρίσιμες παραμέτρους της αποτελεσματικότητας της Στρατηγικής Επικοινωνίας και να συμβάλει σε τυχόν ανάγκες επικαιροποίησής της.

## 7.2. ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΗ ΤΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Τα πορίσματα των αξιολογήσεων που θα διενεργούνται, είναι δυνατόν να καταδεικνύουν την ανάγκη αναθεώρησης της Στρατηγικής ή επιμέρους στοιχείων της, ανάλογα με την πορεία υλοποίησης των ΕΠ, την πορεία επίτευξης των ποσοτικών στόχων της Στρατηγικής ή/και άλλους εξωγενείς παράγοντες.

Σε περίπτωση διαπίστωσης της ανάγκης σημαντικής τροποποίησης της Στρατηγικής Επικοινωνίας τότε αυτή θα υποβάλλεται στην Επιτροπή Παρακολούθησης των ΕΠ για έγκριση σύμφωνα με το άρθρο 110, παρ.2(δ) του Καν. (ΕΕ) 1303/2013. Σημειώνεται ότι στις Ετήσιες Εκθέσεις Υλοποίησης για το 2017 και 2019 θα περιλαμβάνεται κεφάλαιο στο οποίο θα αξιολογούνται τα αποτελέσματα της Στρατηγικής και των μέτρων πληροφόρησης όσον αφορά την προβολή και την αναγνωρισιμότητα των

Επιχειρησιακών Προγραμμάτων και του ρόλου που διαδραματίζει η Κοινότητα, σύμφωνα με το Άρθρο 111, παρ.4(β) του Καν. (ΕΕ) 1303/2013.

Επιπρόσθετα, με βάση την παρ. 4(θ) του Παραρτήματος XII του Καν. (ΕΕ) 1303/2013, η Επικοινωνιακή Στρατηγική επικαιροποιείται σε ετήσια βάση όσον αφορά συγκεκριμένες δράσεις πληροφόρησης και επικοινωνίας (ετήσια επικοινωνιακά πλάνα) που πραγματοποιούνται και που προγραμματίζεται να πραγματοποιηθούν κατά το επόμενο έτος. Τα πλάνα αυτά παρουσιάζονται στην Επιτροπή Παρακολούθησης των δύο ΕΠ για ενημέρωση/απόψεις.

