

ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΕΝΩΣΗ ΘΕΣΜΙΚΑ ΟΡΓΑΝΑ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ

5<sup>Η</sup> ΔΙΑΛΕΞΗ

**ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ  
Επικοινωνιακό Σχέδιο**

**Ε. Π. Εκπαίδευσης και Δια Βίου Μάθησης  
2007-2013**

---

**Σαββατού ΤΣΟΛΑΚΙΔΟΥ**

## Περιεχόμενα

---

- Παρουσίαση Στρατηγικού σχεδίου Επικοινωνίας και Δημοσιότητας ενός Ε.Π. του ΕΣΠΑ 2007-2013.
- Το Επικοινωνιακό Σχέδιο Δράσης του Ε.Π. «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» 2007-2013
- Στόχοι επικοινωνίας και Κοινό
- Ενδεικτικές ενέργειες δημοσιότητας
- Επιλογή μέσων και επικοινωνιακές φάσεις
- Αξιολόγηση Επικοινωνιακού Σχεδίου
- Παραδείγματα δημοσιότητας από το ΕΣΠΑ

# **Το Επικοινωνιακό Σχέδιο Δράσης του Ε.Π. «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» 2007-2013**

---

Το Επικοινωνιακό Σχέδιο του Ε.Π **«Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» 2007-2013** εμπεριέχει στοιχεία που προκύπτουν:

- από αξιολόγηση της προηγούμενης επικοινωνιακής στρατηγικής του ίδιου Ε.Π.-ΕΠΕΑΕΚ,
- συσσωρευμένη εμπειρία της Διαχειριστικής Αρχής (ΕΥΔ) που μετατρέπεται σε νέα γνώση για βελτίωση αστοχιών και επιτυχημένη επικοινωνιακή πολιτική στο μέλλον
- ανάδειξη μέτρων που χρειάζεται μεγαλύτερη μελλοντική επένδυση.

## Στρατηγική επικοινωνίας – στόχοι - κοινό

Η Στρατηγική επικοινωνίας ακολουθεί τα προβλεπόμενα από ~~τον~~ **Εφαρμοστικό Κανονισμό της Επιτροπής αριθ. 1828/2006 της 8/12/2006**):

*«Η εμπειρία έχει αποδείξει ότι οι πολίτες της ΕΕ δεν γνωρίζουν επαρκώς το ρόλο της Κοινότητας στη χρηματοδότηση προγραμμάτων με στόχο την τόνωση της οικονομικής ανταγωνιστικότητας, τη δημιουργία θέσεων εργασίας και την ενίσχυση της εσωτερικής συνοχής. Για το λόγο αυτό κρίνεται σκόπιμο να καταρτιστεί ένα επικοινωνιακό σχέδιο, το οποίο να καθορίζει λεπτομερώς τα μέτρα πληροφόρησης και δημοσιότητας που είναι αναγκαία ώστε να γεφυρωθεί το χάσμα που παρατηρείται στην επικοινωνία και την ενημέρωση».*

**Και το Άρθρο 69 του Κανονισμού του Συμβουλίου (ΕΚ) Υπ' Αριθ. 1083/2006 της 11-7-2006, για το ΕΤΠΑ, το ΕΚΤ και το ΤΑ:**

*«Το κράτος μέλος και η διαχειριστική αρχή για το επιχειρησιακό πρόγραμμα παρέχουν πληροφορίες όσον αφορά στις πράξεις και τα συγχρηματοδοτούμενα προγράμματα και εξασφαλίζουν τη σχετική δημοσιότητα. Η πληροφόρηση απευθύνεται στους πολίτες της Ευρωπαϊκής Ένωσης και στους δικαιούχους με στόχο την προβολή του ρόλου της Κοινότητας και τη διασφάλιση της διαφάνειας της συνδρομής των Ταμείων».*

# Το Επικοινωνιακό Σχέδιο Δράσης του Ε.Π. «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση»

---

**Συνεπώς, όλες οι ΕΥΔ είχαν υποχρέωση κατάρτισης Επικοινωνιακών Σχεδίων Δράσης.**

Το Επικοινωνιακό Σχέδιο του Ε.Π. εξειδικεύεται ανάλογα με τις περιοχές παρέμβασης.

**Βασικοί στόχοι του Σχεδίου Πληροφόρησης και Δημοσιότητας είναι:**

- η πληρέστερη δυνατή ενημέρωση και ευαισθητοποίηση των ενδιαφερόμενων δυνητικών δικαιούχων / δικαιούχων /κοινής γνώμης σε εθνικό επίπεδο
- η ενημέρωση για τους σκοπούς, τις κατευθύνσεις, τις προτεραιότητες και τις δράσεις του Ε.Π. με την αξιοποίηση επικοινωνιακών ενεργειών και μέσων προβολής
- η κάλυψη του στοχοθετούμενου κοινού, μέσα από ένα ολοκληρωμένο σύνολο δραστηριοτήτων και εργαλείων.
- Η συνέργεια με την επικοινωνιακή εκστρατεία εθνικής κλίμακας του ΕΣΠΑ 2007 - 2013

# Στρατηγική των μέσων

## Η στρατηγική επικοινωνίας περιλαμβάνει:

- ένα ολοκληρωμένο σύνολο δραστηριοτήτων και εργαλείων σε αντιστοιχία με τους προς επίτευξη στόχους και το στοχοθετούμενο κοινό
- καθορίζεται από τη προηγούμενη αποκτηθείσα εμπειρία, αλλά και από τις νέες επιδιώξεις.

## Για το «ευρύ κοινό» αξιοποιούνται:

- τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας Πανελλαδικής εμβέλειας και Περιφερειακά (εφημερίδες, περιοδικά, ραδιόφωνο, τηλεόραση και το διαδίκτυο)
- οι προωθητικές ενέργειες, όπως η παραγωγή εντύπων, αφισών, ενημερωτικών φυλλαδίων, δελτίων τύπου, αρθρογραφία
- οι ενέργειες άμεσης επικοινωνίας, όπως η συμμετοχή της ΕΥΔ σε Εκθέσεις, Ημερίδες, Συνέδρια.

# Άλλες στρατηγικές επιλογές προβολής

---

- Η ενεργοποίηση των δυνητικών δικαιούχων ως πολλαπλασιαστών πληροφόρησης (Δίκτυο υπευθύνων δημοσιότητας).
- Η λειτουργία ενός δικτύου συνεργαζόμενων φορέων όπου με τη συμμετοχή στελεχών της ΕΥΔ και κοινωνικών και οικονομικών εταίρων να πληροφορούν και να ενημερώνουν τους ενδιαφερόμενους για προσκλήσεις, προκηρύξεις, κριτήρια επιλεξιμότητας,
- Η προβολή παραδειγμάτων Δικαιούχων που ήδη συμμετείχαν στο Πρόγραμμα και ωφελούμενων που συμμετείχαν σε δράσεις του προηγούμενου Ε.Π.

# Άλλες στρατηγικές επιλογές προβολής

- Η επιλογή ενιαίας εικαστικής ταυτότητας του Προγράμματος, ώστε να είναι αναγνωρίσιμο από το ευρύ κοινό
- **Λογότυπο**



- Πληροφόρηση και Δημοσιότητα σε όλη τη διάρκεια υλοποίησης του Προγράμματος και διαφοροποίησή της ανάλογα με το στοχοθετούμενο κοινό.



# Στόχοι επικοινωνίας και κοινό

- Οι στόχοι επικοινωνίας, για κάθε «στοχοθετούμενο κοινό» όσο και η επιδιωκόμενη αντίδραση είναι συνήθως διαφορετικοί.

Το στοχοθετούμενο κοινό είναι:

- Οι δυνητικοί δικαιούχοι
- Οι δικαιούχοι
- το ευρύ κοινό

Άλλες κατηγορίες κοινού προέρχονται από:

- δημόσιες κεντρικές, περιφερειακές και τοπικές αρχές
- εκπρόσωποι κοινωνικών εταίρων, επιμελητηρίων, ΜΚΟ για ειδικά θέματα π.χ. ισότητα, περιβάλλον
- η Εκπαιδευτική Κοινότητα (εκπαιδευτικά ιδρύματα, εκπαιδευτικοί, φοιτητές, μαθητές, γονείς)
- διαμορφωτές κοινής γνώμης – ΜΜΕ
- ειδικές κοινωνικές ομάδες (Νέοι & Νέες Γυναίκες, ευάλωτες ομάδες πληθυσμού)

# Στόχοι επικοινωνίας σε συνάρτηση με το «κοινό» 1/7

- Οι στόχοι επικοινωνίας, για κάθε κοινό στόχο, όσο και η επιδιωκόμενη αντίδραση είναι συνήθως διαφορετικοί.

ΚΟΙΝΟ ΣΤΟΧΟΣ	ΣΤΟΧΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ ΑΝΑ «ΚΟΙΝΟ»
<b>Δυνητικοί Δικαιούχοι</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• σαφής και λεπτομερής πληροφόρηση σχετικά με τις ευκαιρίες χρηματοδότησης, τη διαδικασία και τους όρους επιλεξιμότητας</li><li>• ευρεία διάδοση του προγράμματος, με κατάλληλη προσαρμογή πληροφόρησης ανά περίπτωση</li><li>• παρακίνηση για τη συμμετοχή στις δράσεις του Ε.Π.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• ενδιαφέρον για περισσότερη πληροφόρηση</li><li>• χρήση της πληροφορίας για την αξιοποίηση ευκαιριών</li><li>• αναζήτηση προκηρύξεων για έργα και δράσεις άμεσου ενδιαφέροντος</li></ul>

## Στόχοι επικοινωνίας και κοινό 2/7

ΚΟΙΝΟ ΣΤΟΧΟΣ	ΣΤΟΧΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ ΑΝΑ «ΚΟΙΝΟ»
<b>Δικαιούχοι</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• ανάδειξη καλών παραδειγμάτων και πρακτικών</li><li>• ενημέρωση και δέσμευση σχετικά με την τήρηση των αρχών δημοσιότητας προβολή της διαφάνειας στον τρόπο επιλογής των χρηματοδοτούμενων Έργων</li><li>• εδραίωση του μηνύματος της από κοινού συνεισφοράς ΕΕ και Ελλάδας</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• διάχυση πληροφόρησης,</li><li>• ανάδειξη καλών παραδειγμάτων από το συγκεκριμένο Ε.Π.</li></ul>

# Στόχοι επικοινωνίας και κοινό 3/7

ΚΟΙΝΟ ΣΤΟΧΟΣ	ΣΤΟΧΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ ΑΝΑ «ΚΟΙΝΟ»
Ευρύ κοινό	<ul style="list-style-type: none"><li>• εδραίωση του μηνύματος της από κοινού συνεισφοράς ΕΕ και Ελλάδα</li><li>• δημιουργία και προβολή διακριτής ταυτότητας για το Ε.Π./λογότυπο</li><li>• προβολή περιεχομένου, έργων και δράσεων</li><li>• προβολή αποτελεσμάτων και επιπτώσεων</li><li>• προβολή της διαφάνειας στον τρόπο επιλογής των έργων</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• ενδιαφέρον για περισσότερη πληροφόρηση</li><li>• διάχυση πληροφόρησης στον περίγυρο</li><li>• κατανόηση των στόχων και της στρατηγικής του Ε.Π.</li><li>• κατανόηση της προστιθέμενης αξίας ΕΕ και Ελλάδας</li></ul>

# Στόχοι επικοινωνίας σε συνάρτηση με το «κοινό» 4/7

ΚΟΙΝΟ ΣΤΟΧΟΣ	ΣΤΟΧΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ ΑΝΑ «ΚΟΙΝΟ»
<b>Οικονομικοί και κοινωνικοί εταίροι, Επιμελητήρια, ΜΚΟ, κλπ.</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• αξιοποίηση όλων των στρατηγικών συνεργιών με τους διάφορους εταίρους</li><li>• ευρεία διάδοση του προγράμματος</li><li>• προβολή της διαφάνειας στον τρόπο επιλογής των χρηματοδ. έργων</li><li>• εδραίωση του μηνύματος της από κοινού συνεισφοράς της ΕΕ/ Ελλάδας</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• διάθεση στήριξης</li><li>• διάχυση πληροφόρησης</li></ul>

# Στόχοι επικοινωνίας σε συνάρτηση με το «κοινό» 5/7

ΚΟΙΝΟ ΣΤΟΧΟΣ	ΣΤΟΧΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ ΑΝΑ «ΚΟΙΝΟ»
Εκπαιδευτική Κοινότητα	<ul style="list-style-type: none"><li>• διάδοση του προγράμματος</li><li>• προβολή έργων και δράσεων άμεσου ενδιαφέροντος</li><li>• προβολή των αποτελεσμάτων και επιπτώσεων για αναβάθμιση του εκπαιδευτικού συστήματος</li><li>• εδραίωση του μηνύματος της από κοινού συνεισφοράς της ΕΕ/Ελλάδας</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• ενδιαφέρον για περισσότερη πληροφόρηση</li><li>• διάχυση πληροφόρησης στον περίγυρο</li><li>• κατανόηση των στόχων και της στρατηγικής του Ε.Π. και προστιθέμενης αξίας του</li><li>• συμμετοχή σε εκδηλώσεις</li></ul>

# Στόχοι επικοινωνίας σε συνάρτηση με το «κοινό» 6/7

ΚΟΙΝΟ ΣΤΟΧΟΣ	ΣΤΟΧΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ ΑΝΑ «ΚΟΙΝΟ»
<b>Διαμορφωτές Κοινής Γνώμης - ΜΜΕ</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• εδραίωση του μηνύματος κοινής συνεισφοράς ΕΕ/GR</li><li>• προβολή της διαφάνειας στον τρόπο επιλογής έργων</li><li>• προβολή έργων και δράσεων άμεσου ενδιαφέροντος</li><li>• χρηστική πληροφόρηση και αξιοποίηση ευκαιριών</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• αίσθημα ισότιμης συμμετοχής</li><li>• ενδιαφέρον για περισσότερη πληροφόρηση</li><li>• διάχυση πληροφόρησης στον περίγυρο</li><li>• Αναζήτηση πληροφόρησης και οδηγιών για αξιοποίηση ευκαιριών</li></ul>

# Στόχοι επικοινωνίας σε συνάρτηση με το «κοινό» 7/7

ΚΟΙΝΟ ΣΤΟΧΟΣ	ΣΤΟΧΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ ΑΝΑ «ΚΟΙΝΟ»
Ευάλωτες κοινωνικές ομάδες	<ul style="list-style-type: none"><li>• εδραίωση μηνύματος κοινής συνεισφοράς ΕΕ/GR</li><li>• προβολή της διαφάνειας στον τρόπο επιλογής έργων</li><li>• προβολή έργων και δράσεων άμεσου ενδιαφέροντος</li><li>• χρηστική πληροφόρηση και αξιοποίηση ευκαιριών</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• αίσθημα ισότιμης συμμετοχής</li><li>• ενδιαφέρον για περισσότερη πληροφόρηση</li><li>• διάχυση πληροφόρησης στον περίγυρο</li><li>• αναζήτηση χρηστικής πληροφόρησης και οδηγιών για την αξιοποίηση ευκαιριών</li></ul>



# Αξιοποίηση Λογότυπων ΕΣΠΑ – ΕΚΤ

Σε κάθε προγραμματική περίοδο αξιοποιείται το λογότυπο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και του Ταμείου που χρηματοδοτεί τις δράσεις καθώς και του ολοκληρωμένου εθνικού προγράμματος ΕΣΠΑ.



# Ενδεικτικά λογότυπα



EUROPEAN GLOBALISATION ADJUSTMENT  
FUND  
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΤΑΜΕΙΟ ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗΣ ΣΤΗΝ  
ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΠΟΙΗΣΗ



Επιχειρησιακό Πρόγραμμα  
Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού,  
Εκπαίδευση και Διά Βίου Μάθηση

Ειδική Υπηρεσία Διαχείρισης

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



## Δράσεις επικοινωνίας ΕΚΤ

---

- Οι δράσεις του ΕΚΤ έχουν αθροιστικό αποτέλεσμα, προστίθενται στις εθνικές δράσεις
- διευρύνουν τις ήδη υλοποιούμενες εθνικές δράσεις (π.χ. Ρομά, μετανάστες, κλπ)
- συμβάλλουν στην ανάπτυξη καινοτόμων δράσεων με πολλαπλασιαστικά αποτελέσματα
- επιδρούν αποτελεσματικά στις διαδικασίες, π.χ. η διευρυμένη ατζέντα πολιτικής του ΕΚΤ επηρεάζει τις εθνικές πολιτικές επιλογές

## Ενδεικτικές ενέργειες δημοσιότητας

---

- Έντυπο και ηλεκτρονικό υλικό (ενημερωτικά δελτία και οδηγοί, περιοδικές εκδόσεις, Direct mail, εφημερίδες κλπ)
- Εκπαιδευτικά Σεμινάρια,
- Ενημερωτικές συναντήσεις, ημερίδες, συνέδρια, εκθέσεις, κλπ
- - Σημεία πληροφόρησης και τεκμηρίωσης (γραφεία ενημέρωσης κοινού)
- Τηλεόραση, Ραδιόφωνο, παραγωγή ηλεκτρονικού υλικού: DVDs και CD-ROMS
- Γραφείο Τύπου
- Ιστοσελίδα της Διαχειριστικής Αρχής
- Road show

# Τεκμηρίωση επιλογής μέσω 1/4

## Έντυπο και ηλεκτρονικό υλικό

- Μαζική αποστολή εντύπων
- Ανάρτηση οδηγιών στην ιστοσελίδα του Ε.Π.
- Καταχωρήσεις, αφιερώματα, άρθρα σε εφημερίδες εθνικής και τοπικής εμβέλειας

### Παραδείγματα:

- [Θερινά σχολεία της Ακαδημίας Πλάτωνος: δράσεις για την ανάπτυξη της γνώσης και των καινοτόμων ιδεών!](#)
- <https://ekpaideusi.info/blog/2015/11/30/edul1-social-media-success-story/>

*Επίσκεψη στελεχών  
Διαχείρισης από Εσθονία*



## Τεκμηρίωση επιλογής μέσω 2/4

### Εκπαιδευτικά Σεμινάρια, ενημερωτικές συναντήσεις, ημερίδες, συνέδρια, εκθέσεις:

- εγγυώνται την προσωπική επαφή των στελεχών της ΕΥΔ με τους ωφελούμενους και το εξειδικευμένο κοινό
- πολλαπλασιαστική δράση του επικοινωνιακού μηνύματος
- Τα εκπαιδευτικά σεμινάρια απευθύνονται στους δικαιούχους για την κατάρτιση και εκπαίδευση των στελεχών τους
- το περιεχόμενο και οι πρακτικές αναρτώνται στις αντίστοιχες ιστοσελίδες (ΕΥΔ/Δικαιούχου)
- συμβολή στην καλή υλοποίηση έργων και αποφυγή λαθών και παραλείψεων.

# Τεκμηρίωση επιλογής μέσω 3/4

---

## Γραφεία ενημέρωσης κοινού:

- αμφίδρομη επικοινωνία και εξυπηρέτηση όλων των ενδιαφερόμενων,
- καταγράφονται ερωτήσεις ή/και προτάσεις που εκφράζει το κοινό και η Διαχειριστική Αρχή απαντά σε αυτές.

## Τηλεόραση, Ραδιόφωνο:

- η τηλεόραση εξασφαλίζει ευρεία ενημέρωση σε τοπικό ή εθνικό επίπεδο.
- το ραδιόφωνο, εξασφαλίζεται ευρεία ενημέρωση του κοινού σε τοπικό ή εθνικό επίπεδο ανάλογα με το κοινό, την ενημέρωση σε απομακρυσμένες περιοχές

## Τεκμηρίωση επιλογής μέσω 4/4

### Ημερήσιος και περιοδικός Τύπος

- εξασφαλίζει καθημερινή αναγνωσιμότητα του Προγράμματος, μέσα από καταχωρήσεις σε φύλλα εθνικής και περιφερειακής εμβέλειας, αλλά και περιοδικά.

### Road show:

- Μπορεί να χρησιμοποιηθεί συνδυαστικά ως μέσο προβολής της πορείας του Επιχειρησιακού Προγράμματος και ταυτόχρονα εγγυάται την διάδοση πληροφοριών για τις δυνατότητες μάθησης και εκπαίδευσης μέσω των δράσεων του Ε.Π.



# Ιστοσελίδα της Διαχειριστικής Αρχής

Βασική ηλεκτρονική ενημέρωση παρέχεται μέσω της Ιστοσελίδας της ΕΥΔ η οποία είναι διαβαθμισμένη ανάλογα με το κοινό και περιλαμβάνει πληροφορίες για:

- Τη δομή του Ε.Π., τη διάρθρωση και το επιτελούμενο έργο της Διαχειριστικής Αρχής
- Το θεσμικό και κανονιστικό πλαίσιο
- Τις πολιτικές του Υπουργείου που ενισχύουν το Πρόγραμμα
- Τις προκηρύξεις, προσκλήσεις
- Την διευκόλυνση των δικαιούχων στην υποβολή προτάσεων (Ερωτήσεις/Απαντήσεις)
- Τις διαδικασίες διαχείρισης, επιλογής, ελέγχου και αξιολόγησης
- Τους χρηματοδοτικούς πόρους
- στοιχεία για την πορεία υλοποίησης και τα αποτελέσματα
- Δράσεις δημοσιότητας και Καλές πρακτικές

# ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΕΣ ΦΑΣΕΙΣ

## Οι τρεις επικοινωνιακές φάσεις είναι:

- Γενική πληροφόρηση για το Ε.Π. και τις δράσεις του (εναρκτήρια εκδήλωση, έκδοση και ανάρτηση αποφάσεων, άρθρα, κλπ)
- Δημιουργία γνώσης για το Πρόγραμμα και τις δράσεις του στα διάφορα κοινά στόχους, εύκολη πρόσβαση στις επιμέρους δράσεις και στις ευκαιρίες που προσφέρει (ετήσια εκδήλωση, χρήση ιντερνέτ, θεματικά σεμινάρια, κλπ)
- Διάδοση των επιτευχθέντων αποτελεσμάτων από την υλοποίηση των πράξεων του Ε.Π. και προβολή της ωφελιμότητάς του (άρθρα, εκδήλωση ολοκλήρωσης, ανάρτηση σημειών, προβολή καλών παραδειγμάτων).

## Προϋπολογισμός ανά φάση

Φάση	Ποσό	Ποσοστό
Α' φάση	€ 6.000.000	40 %
Β' φάση	€ 5.500.000	36,67 %
Γ' φάση	€ 3.500.000	23,33 %
<b>Σύνολο</b>	<b>€ 15.000.000</b>	<b>100 %</b>

# Αξιολόγηση του Επικοινωνιακού Σχεδίου (1/3)

---

- Ποσοτική και Ποιοτική αξιολόγηση των δράσεων

## Ποσοτικοί δείκτες

- αριθμός εκδηλώσεων - αριθμός ημερίδων
- αριθμός διαφημιστικών εκστρατειών
- αριθμός συνεντεύξεων τύπου και ενημερωτικών συναντήσεων
- αριθμός εντύπων που παράγονται
- αριθμός εντύπων που διανέμονται
- αριθμός αποστολών έντυπου και ηλεκτρονικού υλικού (αριθμός διευθύνσεων)
- αριθμός προσκεκλημένων στις εκδηλώσεις, ημερίδες, συναντήσεις
- αριθμός προσκεκλημένων εκπροσώπων των ΜΜ
- αριθμός απεσταλμένων δελτίων τύπου

## Αξιολόγηση του Επικοινωνιακού Σχεδίου (2/3)

---

### Οι δείκτες αποτελέσματος:

αφορούν στη διείσδυση στο κοινό – στόχο της δράσης πληροφόρησης (ή/και την αναγνωσιμότητα της) και την ικανοποίηση των αποδεκτών της

- αριθμός επισκέψεων στην ιστοσελίδα της ΕΥΔ
- αριθμός downloads από το υλικό της ιστοσελίδας
- βαθμός συμμετοχής στις εκδηλώσεις, τα εκπαιδευτικά σεμινάρια και συνέδρια
- βαθμός αναγνωρισιμότητας του Ε.Π. και των επιμέρους δράσεων
- βαθμός κατανόησης των στόχων, αξόνων προτεραιότητας, κοινωνικής και οικονομικής ωφέλειας από τις δράσεις του Ε.Π.

## Αξιολόγηση του Επικοινωνιακού Σχεδίου (2/3)

---

### **Αξιοποιούνται επίσης:**

- Τα αποτελέσματα πανελλαδικής έρευνας αναγνωρισιμότητας / κοινής γνώμης για το ΕΚΤ, η οποία σχεδιάστηκε ώστε να δώσει αποτελέσματα για τις βασικές ομάδες κοινού (γυναίκες, νέοι, μετανάστες, ΑΜΕΑ) και για κάθε γεωγραφική περιφέρεια της χώρας
- Η εκπόνηση μεθοδολογίας ερευνών αναγνωρισιμότητας / κοινής γνώμης για όλα τα κοινά στόχος του ΕΚΤ, συμπεριλαμβανομένων και των ατόμων με πολιτισμικές και θρησκευτικές ιδιαιτερότητες, ώστε η μέτρηση του αποτελέσματος να εξασφαλιστεί κατά ενιαίο τρόπο.

# Επικοινωνία μέσω κοινωνικών μέσων Ε.Π. προγραμματικής περιόδου 2014-2020

---

- Το Ε.Π «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» 2007-2013 ήταν από τα πρώτα Ε.Π. που αξιοποίησαν τα κοινωνικά μέσα και ιδιαίτερα το Facebook για την ενημέρωση του κοινού.
- Κατά την νέα προγραμματική περίοδο αξιοποιούνται και τα άλλα κοινωνικά δίκτυα όπως:
  - το Twitter
  - Instagram
  - LinkedIn
  - Youtube

[http://www.edulll.gr/?page\\_id=5](http://www.edulll.gr/?page_id=5)

## Δημοσιότητα για το ΕΣΠΑ

- Έργα του ΕΣΠΑ/Καλές Πρακτικές:

<https://www.espa.gr/el/Pages/BestPractices.aspx>

Διαφήμιση με τον Αθερίδη να τρέχει πάνω σε μια vespa.

<https://www.oneman.gr/keimena/diabasma/esu-ksereis-apo-espa.4027311.html>

- Η διαφήμιση κάνει ένα έξυπνο λογοπαίγνιο, θέλοντας να περάσει το μήνυμα του ΕΣΠΑ. Πολλοί νομίζουν ότι έχει να κάνει με προγράμματα που “τρέχουν” αυτή την στιγμή και ρωτούν εάν μπορούν να ενταχθούν.





# Επικοινωνία – δημοσιότητα του ΕΣΠΑ

## ιστοσελίδες, εκδηλώσεις, λογότυπα

- <http://www.interact-eu.net/#library>

Το INTERACT είναι ένα δίκτυο, που από το 2003 παρέχει υπηρεσίες σε Προγράμματα, που ασχολούνται με την Ευρωπαϊκή Εδαφική Συνεργασία σε όλη την Ευρώπη



**ΨΗΦΙΑΚΟ**  
ΨΗΦΙΑΚΟΣ  
ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΣ  
ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

**άλμα**

**ΕΠΑνεΚ 2014-2020**  
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ  
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ • ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ • ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΈΝΩΣΗ  
Ευρωπαϊκό Ταμείο  
Περιφερειακής Ανάπτυξης

ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΚΑΤΑΤΙΣΗ  
ΕΣΠΑ  
2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



Δημιουργική Επανάχρηση  
Δημοτικής Ακίνητης Περιουσίας

**Νέα δράση**  
για τους ΟΤΑ Α΄ βαθμού όλης της χώρας

Παλιά κτίρια  
**Νέα χρήση**  
για την πόλη  
και τους πολίτες

**ΕΠΑνεΚ 2014-2020**  
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ  
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ • ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ • ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΈΝΩΣΗ  
Ευρωπαϊκό Ταμείο  
Περιφερειακής Ανάπτυξης

ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΚΑΤΑΤΙΣΗ  
ΕΣΠΑ  
2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

# Δημοσιότητα για την προγραμματική περίοδο 2021 -2027

- Στις 2 Μαΐου 2018, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ανακοίνωσε την πρότασή της για το νέο Πολυετές Δημοσιονομικό Πλαίσιο 2021-2027 (ΠΔΠ) και προχώρησε στην παρουσίαση της πρότασης για την Πολιτική Συνοχής και τους Κανονισμούς των Ταμείων της νέας Προγραμματικής Περιόδου εγκαινιάζοντας επισήμως την περίοδο διαπραγμάτευσης.

<https://www.espa.gr/el/Pages/newprogperiod21-27.aspx>



EU Budget for the future  
**Regional  
development  
and cohesion**

Rudolf Niessler, Director  
Athens, 29 June 2018

#CohesionPolicy  
#EUinmyRegion



# Επικοινωνία μέσω κοινωνικών μέσων Ε.Π. προγραμματικής περιόδου 2014-2020

---

- Το Ε.Π «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» 2007-2013 στο Youtube
  - <https://www.youtube.com/user/ekpaideusi>
  - [https://www.youtube.com/watch?v=KHN0S-V\\_SY0&list=PLbgYU4t7byBaOhXGFuvR1hOgOggPkl\\_Tu](https://www.youtube.com/watch?v=KHN0S-V_SY0&list=PLbgYU4t7byBaOhXGFuvR1hOgOggPkl_Tu)

# ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

---

- [http://www.epaeaek.gr/epaeaek/el/a\\_7\\_6.html](http://www.epaeaek.gr/epaeaek/el/a_7_6.html) (ΕΡΕΑΚ)
- [http://www.elke.uoa.gr/ESPA/ΕΚΡΕΔΒΜ/ΕΚΡΕΔΒΜ\\_Communication\\_Plan.pdf](http://www.elke.uoa.gr/ESPA/ΕΚΡΕΔΒΜ/ΕΚΡΕΔΒΜ_Communication_Plan.pdf) (ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟ ΣΧΈΔΙΟ ΕΠΕΑΕΚ)
- [http://www.edulll.gr/?page\\_id=32](http://www.edulll.gr/?page_id=32) (Εκπαίδευση 2007-2013)
- <http://www.edulll.gr/>
- <https://ekpaideusi.info/blog/category/istories-epitixias/>