



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ
ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ

ΕΙΔΙΚΗ ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΕΤΠΑ & ΤΑ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ
«ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ & ΚΛΙΜΑΤΙΚΗ ΑΛΛΑΓΗ» ΚΑΙ «ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ»

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ - ΕΝΕΡΓΕΙΑ - ΚΛΙΜΑΤΙΚΗ ΑΛΛΑΓΗ
2021-2027

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ



Με τη συγχρηματοδότηση
της Ευρωπαϊκής Ένωσης



Πίνακας Περιεχομένων

7. ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΠΡΟΒΟΛΗ	2
<u>7.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ – ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ</u>	2
<u>7.2. ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ</u>	3
<u>7.3. ΚΟΙΝΑ – ΣΤΟΧΟΣ</u>	3
<u>7.4. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ</u>	6
<u>7.5. ΓΕΝΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ</u>	7
<u>7.6. ΜΕΣΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ</u>	8
<u>7.1. ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ</u>	15
<u>7.2. ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ</u>	16

7. ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΠΡΟΒΟΛΗ

7.1. Εισαγωγή – Επικοινωνιακή Προσέγγιση

Το Πρόγραμμα «Περιβάλλον, Ενέργεια και Κλιματική Αλλαγή της περιόδου 2021-2027» αποτελεί το κύριο Τομεακό Πρόγραμμα του ΕΣΠΑ 2021-2027 για την υλοποίηση του Επιχειρησιακού Σχεδιασμού του αρμόδιου Υπουργείου πολιτικής, του Υπουργείου Περιβάλλοντος και Ενέργειας (ΥΠΕΝ), με κύριο στόχο την υλοποίηση της αναπτυξιακής στρατηγικής της Ελλάδας στους Βασικούς Θεματικούς Τομείς «Ενέργεια», «Προσαρμογή στην Κλιματική Αλλαγή», «Αστικό περιβάλλον (Ατμοσφαιρική ρύπανση - Θόρυβος)», «Κυκλική Οικονομία - Διαχείριση Αποβλήτων», «Διαχείριση Υδάτων - Λυμάτων» και «Προστασία Βιοποικιλότητας».

Επιπρόσθετα, οι ειδικοί στόχοι του Προγράμματος μέσα από τους επτά (7) Άξονες Προτεραιότητας, όπως αναλυτικά παρουσιάζονται ανωτέρω, συνοψίζονται ως εξής:

- i. Προώθηση μέτρων ενεργειακής απόδοσης
- ii. Προαγωγή των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας
- iii. Ανάπτυξη έξυπνων ενεργειακών συστημάτων, δικτύων και εξοπλισμού αποθήκευσης
- iv. Προαγωγή της προσαρμογής στην κλιματική αλλαγή, της πρόληψης των κινδύνων και της ανθεκτικότητας στις καταστροφές
- v. Ενίσχυση της βιοποικιλότητας, των πράσινων υποδομών στο αστικό περιβάλλον και τη μείωση της ρύπανσης
- vi. Προώθηση της μετάβασης σε μια κυκλική οικονομία
- vii. Προαγωγή της βιώσιμης διαχείρισης του νερού
- viii. Ενίσχυση της βιοποικιλότητας, των πράσινων υποδομών στο αστικό περιβάλλον και τη μείωση της ρύπανσης

Η Επικοινωνιακή Στρατηγική του Προγράμματος πρέπει να είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την ουσία και το συνολικό περιεχόμενό του, να συνάδει απόλυτα με τους στόχους του και να αναδεικνύει το ρόλο του, το έργο του, καθώς και τα οφέλη και τα αποτελέσματά του.

Ο ρόλος της επικοινωνίας στο σημείο αυτό είναι καθοριστικός και κρίσιμος καθώς τελικός αποδέκτης είναι ο πολίτης. Η προώθηση της γνώσης και της εξοικείωσης των πολιτών με τις παρεμβάσεις, τα έργα και τα οφέλη που προσφέρει το Πρόγραμμα, θα συμβάλλει καθοριστικά στην εφαρμογή της ισχυρής αναπτυξιακής στρατηγικής της Ελλάδας στους συγκεκριμένους στρατηγικούς τομείς. Ταυτόχρονα, επιτυγχάνεται η ανάδειξη της οικονομικής και κοινωνικής ωφέλειας των πολιτικών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, καθώς και η συνεισφορά της στην προώθηση και εφαρμογή του Προγράμματος.

Ειδικότερα, η Επικοινωνιακή Στρατηγική κρίνεται απαραίτητο να εκφράζει κυρίως τον ρόλο που θα διαδραματίσει το Πρόγραμμα στην οικονομία, ανάπτυξη, κοινωνία και καθημερινή ζωή σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο. Το Πρόγραμμα «Περιβάλλον, Ενέργεια και Κλιματική Αλλαγή 2021-2027» θα είναι ο κύριος φορέας υλοποίησης της μετάβασης σε μια βιώσιμη, κυκλική και πράσινη Ανάπτυξη της χώρας και θα συμβάλλει στην ουσιαστική βελτίωση της ποιότητας ζωής των Ελλήνων πολιτών.

Οι κύριες προτεραιότητες για την αποτελεσματική υλοποίηση της Επικοινωνιακής Στρατηγικής του Προγράμματος είναι:

1. Η ανάλυση των στόχων επικοινωνίας.(βλ. ενότητα 7.2)
2. Ο εντοπισμός και διαχωρισμός των διαφόρων κοινών-στόχους. (βλ. ενότητα 7.3)

3. Η επιλογή των μέσων και των δράσεων, που είναι κατάλληλες για την επαφή με τα διάφορα κοινά-στόχος. (βλ. ενότητα 7.6)
4. Η παρακολούθηση και αξιολόγηση (βλ. ενότητα 7.7)

7.2. Επικοινωνιακοί Στόχοι

Η διαμόρφωση ενός αποτελεσματικού επικοινωνιακού προγράμματος προϋποθέτει την ύπαρξη ξεκάθαρων επικοινωνιακών στόχων.

Ο κύριος επικοινωνιακός στόχος για το Πρόγραμμα «Περιβάλλον, Ενέργεια και Κλιματική Αλλαγή 2021-2027» ορίζεται ως εξής:

⇒ Ανάδειξη και προβολή του ρόλου του Προγράμματος «Περιβάλλον - Ενέργεια - Κλιματική Αλλαγή 2021-2027» και της συμβολής της Ευρωπαϊκής Ένωσης στην προστασία και διασφάλιση του φυσικού περιβάλλοντος, στην ενεργειακή μετάβαση, στην καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής και στη βελτίωση της ποιότητας ζωής των Ελλήνων πολιτών.

Επιπλέον, οι επιμέρους επικοινωνιακοί στόχοι είναι οι εξής:

Γενικοί επικοινωνιακοί στόχοι:

- ⇒ Άμεση και έγκαιρη ενημέρωση των δυνητικών δικαιούχων και λοιπών ενδιαφερόμενων μερών σχετικά με τις ευκαιρίες χρηματοδότησης στο πλαίσιο του Προγράμματος και τις διαδικασίες πρόσβασης σε αυτές.
- ⇒ Διασφάλιση της μέγιστης διαφάνειας ως προς τη διαχείριση και υλοποίηση του προγράμματος και αύξηση της ευαισθητοποίησης και της εμπιστοσύνης στις ευκαιρίες που παρέχει η Ευρωπαϊκή Ένωση.
- ⇒ Ενίσχυση αναγνωρισιμότητας, κατανόησης και θετικής στάσης για το ρόλο και τη συμβολή της Ευρωπαϊκής Ένωσης στην βελτίωση της ποιότητας ζωής των πολιτών μέσα από τη χρηματοδότηση των παρεμβάσεων του Προγράμματος.
- ⇒ Υποστήριξη των δικαιούχων κατά την υλοποίηση των έργων ως προς την επικοινωνία και προβολή των αποτελεσμάτων και του αντίκτυπου των πράξεων που υλοποιούν.

Ειδικό Επικοινωνιακό στόχοι:

- ⇒ Προβολή της συνολικής φιλοσοφίας του Προγράμματος και της αναπτυξιακής του διάστασης.
- ⇒ Ανάδειξη των στόχων και των αναμενόμενων αποτελεσμάτων και των ωφελειών από την υλοποίηση του προγράμματος για τους πολίτες και την καθημερινότητά τους.
- ⇒ Ανάπτυξη περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης σε όλους τους πολίτες της χώρας ως εγγύηση για τη βιωσιμότητα των έργων που υλοποιούνται.
- ⇒ Προβολή μεγάλων έργων, καθώς και διάδοση των «καλών πρακτικών», μέσω στοχευμένων επικοινωνιακών δράσεων, ώστε να αναδειχθεί το άμεσο και έμμεσο όφελος για τον πολίτη.
- ⇒ Εμπλοκή φορέων και αξιοποίηση δικτύων και συνεργειών σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο, για τη μεγιστοποίηση του επικοινωνιακού αποτελέσματος.
- ⇒ Προβολή του Υπουργείου Περιβάλλοντος και Ενέργειας μέσα από την ανάδειξη του ρόλου του στην εφαρμογή του Προγράμματος

7.3. Κοινά – Στόχος

Τα βασικά κοινά-στόχος για το Πρόγραμμα «Περιβάλλον, Ενέργεια και Κλιματική Αλλαγή 2021-2027» δύναται να χωριστούν στις παρακάτω κατηγορίες:

- I. Οι **Δυνητικοί Δικαιούχοι** (το σύνολο των νομικών προσώπων και φορέων που δύναται να συμμετέχουν στο Πρόγραμμα)
- II. Οι **Δικαιούχοι** (τα νομικά πρόσωπα και οι φορείς που συμμετέχουν τελικά στο Πρόγραμμα)

Στα συγκεκριμένα κοινά, ανάλογα με τις δράσεις του προγράμματος ανά Άξονα Προτεραιότητας, δύναται να περιλαμβάνονται:

- ☞ Υπηρεσίες του ΥΠΕΝ και των εποπτευόμενων φορέων του
- ☞ Υπηρεσίες άλλων Υπουργείων
- ☞ Αποκεντρωμένες Διοικήσεις
- ☞ Τοπική Αυτοδιοίκηση 1ου και 2ου βαθμού
- ☞ Δημοτικές Επιχειρήσεις Ύδρευσης Αποχέτευσης (ΔΕΥΑ)
- ☞ Φορείς Διαχείρισης Στερεών Αποβλήτων (ΦοΔΣΑ)
- ☞ Α.Ε.Ι. & Α ΤΕΙ

Λόγω της ειδικής θέσης και του ρόλου τους, αλλά και μέσα από την αποκτηθείσα πολύτιμη εμπειρία τους, είναι οι πλέον αρμόδιοι και θα κληθούν να συμμετάσχουν ενεργά στην παροχή έγκυρης και τεκμηριωμένης πληροφόρησης, στην παρουσίαση στοιχείων που αποδεικνύουν τη θετική πορεία υλοποίησης του Προγράμματος, αλλά και στην ανταλλαγή καλών πρακτικών, επιτυγχάνοντας στοχευμένη διάχυση της πληροφορίας για τις περιβαλλοντικές, κοινωνικές και οικονομικές ωφέλειες του Προγράμματος. Επιπλέον, ως δυνητικοί Δικαιούχοι είναι άμεσα εμπλεκόμενοι και ιδιαίτερα ευαισθητοποιημένοι, και, ως εκ τούτου, μπορούν να υποστηρίξουν περισσότερο έμπρακτα και αποτελεσματικά την ανάπτυξη κοινών μεθόδων και τεχνικών για τη βελτίωση της ζωής των πολιτών στην πράξη. Η κινητοποίησή τους είναι ουσιαστικής και καθοριστικής σημασίας από την έναρξη του Προγράμματος στην προώθηση αναπτυξιακών παρεμβάσεων με σεβασμό στο Περιβάλλον. Επίσης, ιδιαίτερα η Περιφερειακή και Τοπική Αυτοδιοίκηση, οι φορείς και Διαχειριστικές Υπηρεσίες των Περιφερειών είναι το πλέον κατάλληλο κανάλι επικοινωνίας για την ενημέρωση και κινητοποίηση των τοπικών κοινωνιών, ώστε να επιτευχθεί διάχυση πληροφόρησης σχετικά με τα ρόλο του Προγράμματος, όχι μόνο σε κεντρικό, αλλά και σε περιφερειακό και τοπικό επίπεδο.

III. Το Ευρύ Κοινό

- ☞ Πολίτες – Κάτοικοι των περιοχών όπου γίνονται ενεργειακά έργα και περιβαλλοντικές παρεμβάσεις: Είναι οι άμεσοι αποδέκτες και ωφελούμενοι από τις υποδομές και τα έργα που υλοποιούνται. Γι' αυτό μπορούν και πρέπει σε πρώτο χρόνο να ενημερωθούν σε βάθος ώστε να «σπάσουν» τυχόν στερεότυπα και να αναγνωρίσουν τη θετική επίδραση στη ζωή τους. Επομένως, είναι οι πλέον κατάλληλοι και για να διαδώσουν τα οφέλη που έχουν στην καθημερινότητά τους.
- ☞ Επιχειρήσεις: Είναι σημαντικό να αναγνωρίσουν και να κατανοήσουν τις εξαιρετικά θετικές επιδράσεις που επιφέρει η προώθηση δράσεων ευρύτερης κοινωνικής ωφέλειας, καθώς θα υποστηριχτούν άμεσα και έμμεσα από την ενίσχυση επενδύσεων και την ανάπτυξη νέων ενεργειακών τεχνικών για τη φιλική προς το περιβάλλον επιχειρηματικότητα.
- ☞ Ευρύ Κοινό & Ειδικές Πληθυσμιακές Ομάδες:

- ο Μικρές ηλικίες – μαθητές, μέσω των Φορέων Πρωτοβάθμιας & Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης
- ο Φοιτητές Ανώτατων Εκπαιδευτικών & Ερευνητικών Ιδρυμάτων
- ο Άτομα με Ειδικές Ανάγκες & Ευαίσθητες Ομάδες του Πληθυσμού

Θα πρέπει να κατανοήσουν την υψηλή προστιθέμενη αξία που δημιουργεί η προώθηση παρεμβάσεων όχι μόνο περιβαλλοντικής, αλλά και κοινωνικής ωφέλειας. Είναι σημαντικό να τους μεταδοθεί το αίσθημα ότι παράγεται έργο στο πλαίσιο μιας ολοκληρωμένης ενεργειακής και περιβαλλοντικής πολιτικής, που δημιουργεί καλύτερες συνθήκες για όλους.

IV. Οι Πολλαπλασιαστές Πληροφόρησης

Σημαντικός, για την αποτελεσματικότερη επιτυχία των επικοινωνιακών μηνυμάτων, είναι και ο πολλαπλασιασμός της πληροφόρησης, μέσω των κατάλληλων φορέων ή οργανισμών. Επομένως, βασική ομάδα-στόχου αποτελούν οι διαμορφωτές της κοινής γνώμης (opinion leaders) όπως είναι:

- ✎ Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης: Λειτουργούν ως πολλαπλασιαστές των μηνυμάτων και των ωφελημάτων που προκύπτουν από την προώθηση των παρεμβάσεων του Προγράμματος, ως συνδιαμορφωτές της ενιαίας επικοινωνιακής ταυτότητας, καθώς και ως διαμεσολαβητές για την εξασφάλιση της μέγιστης δυνατής συμμετοχής σε εκδηλώσεις και ενέργειες δημοσιότητας. Έμφαση θα δοθεί και στα περιφερειακά ΜΜΕ για πιο άμεση προσέγγιση των τοπικών κοινωνιών.
- ✎ Διαμορφωτές Κοινής Γνώμης στο Διαδίκτυο και τα Social Media (όπως bloggers, αρθρογράφοι σε sites, σχολιαστές στα social media, influencers): Καθώς βρίσκονται στον πυρήνα της επικαιρότητας, συνδιαμορφώνοντας συχνά τη δημόσια ατζέντα, επιδιώκεται να λειτουργήσουν ως διαδραστικό, «ζωντανό» κανάλι ενημέρωσης και επηρεασμού της κοινής γνώμης, μέσα από την άμεση μετάδοση των μηνυμάτων για την προστασία και αναβάθμιση του περιβάλλοντος, την αναπαραγωγή ειδήσεων σχετικά με την εξοικονόμηση ενέργειας και την κλιματική αλλαγή, καθώς και την ανατροφοδότηση της επικοινωνιακής ταυτότητας. Σκοπός είναι να παρεμβαίνουν θετικά εκεί όπου διαμορφώνεται η εικόνα της κοινής γνώμης, ώστε να εξελιχθούν σε σημαντικό «επιταχυντή» διάχυσης της πληροφόρησης.
- ✎ Αιρετοί (Βουλευτές, Περιφερειάρχες, Δήμαρχοι, Περιφερειακοί και Δημοτικοί Σύμβουλοι): Αναμένεται να λειτουργήσουν ως κανάλι μεταφοράς αξιόπιστης και έγκυρης ενημέρωσης, εστιάζοντας στα θετικά αποτελέσματα και τις ωφέλειες που ενσωματώνουν οι δράσεις/παρεμβάσεις του ΥΠΕΝ.
- ✎ Οικονομικοί & Κοινωνικοί Εταίροι – Δημόσιοι Φορείς (ΓΣΕΕ, ΣΕΒ, ΑΔΕΔΥ, Επιμελητήρια, Επαγγελματικές Ενώσεις, Εταιρείες του Δημόσιου Τομέα, ΝΠΔΔ, κ.ά.): Οι εταίροι αυτοί είναι οι πλέον αντιπροσωπευτικοί στην οικονομική, κοινωνική και επιχειρηματική σφαίρα της δημόσιας ζωής, τόσο σε εθνικό, όσο και περιφερειακό/τοπικό επίπεδο και μπορούν να συμβάλλουν ενεργά στην αξιοποίηση στρατηγικών συνεργιών και στη

συμπληρωματικότητα της πληροφόρησης και της δημοσιότητας, ενώ συγχρόνως επηρεάζουν το περιεχόμενο και τον τρόπο εφαρμογής των πολιτικών, με μεγάλο κοινωνικό και περιβαλλοντικό αντίκτυπο.

- ↳ Ευρωπαϊκοί Φορείς & Δίκτυα (Αντιπροσωπεία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στην Ελλάδα, Γραφείο του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου στην Ελλάδα, Κέντρα Πληροφόρησης Europe Direct - EDIC): Είναι ιδιαίτερα σημαντική η αξιοποίηση της άμεσης εμπλοκής και ουσιαστικής συμβολής στελεχών και εκπροσώπων των Ευρωπαϊκών φορέων και δικτύων στο να μεταδώσουν με εγκυρότητα και αξιοπιστία τα οφέλη που προκύπτουν για το σύνολο των πολιτών, κυρίως μέσα από τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης των παρεμβάσεων του Προγράμματος, αλλά και μέσα από την ανταλλαγή αντίστοιχων παραδειγμάτων και εμπειριών στην Ευρώπη.
- ↳ Περιβαλλοντικές Οργανώσεις & Επιστημονική/Εκπαιδευτική Κοινότητα (Σύλλογοι και Οργανώσεις Εθελοντών, ΜΚΟ που δραστηριοποιούνται στον τομέα του περιβάλλοντος, Εκπαιδευτικά Ιδρύματα και συναφή Τμήματα ΑΕΙ, Ερευνητικά Κέντρα, Ειδικοί Επιστήμονες και Εμπειρογνώμονες σε περιβαλλοντικά και ενεργειακά θέματα): Λόγω της εξειδίκευσης και του ιδιαίτερου ενδιαφέροντος που επιδεικνύουν σε κρίσιμα περιβαλλοντικά θέματα, αλλά και της συμβολής τους ειδικότερα στην προστασία και αναβάθμιση του περιβάλλοντος, αναμένεται να κινητοποιηθούν και να υποστηρίξουν ενεργά πρωτοβουλίες με ευρύτερη απήχηση. Διαθέτουν την επιστημονική εγκυρότητα, αλλά και τις γνώσεις που τους καθιστούν τους πλέον αρμόδιους για να «ευαισθητοποιήσουν», αλλά και να μεταδώσουν τα πολλαπλά οφέλη από την αντιμετώπιση και επίλυση σημαντικών ενεργειακών και περιβαλλοντικών ζητημάτων. Ενώ, επιπλέον, είναι σε θέση να προκαλέσουν το έντονο ενδιαφέρον της κοινής γνώμης για περισσότερη ενημέρωση, μέσα από την παροχή «εκλαϊκευμένης» και χρηστικής πληροφόρησης.

7.4. Στρατηγική Προσέγγιση Επικοινωνίας

Ένα κύριο τομεακό πρόγραμμα, όπως το Πρόγραμμα «Περιβάλλον, Ενέργεια και Κλιματική Αλλαγή 2021-2027» εμπεριέχει μεγάλο όγκο πληροφορίας, ο οποίος εξειδικεύεται ανάλογα με τη δράση. Αυτή η πληροφορία για να μεταδοθεί αποτελεσματικά, χρειάζεται κατάλληλη επικοινωνιακή στρατηγική, ώστε να κωδικοποιηθεί και να διαμοιραστεί στο δυνητικό κοινό καλύπτοντας τους επικοινωνιακούς στόχους που έχουν τεθεί με τον βέλτιστο δυνατό τρόπο.

Η στρατηγική επικοινωνίας αφορά τόσο συνολικά το Πρόγραμμα όσο και τις επιμέρους δράσεις του, για τις οποίες πρέπει να ενημερωθούν πιο εξειδικευμένα κοινά. Η ωφελιμότητα του Προγράμματος στους δυνητικούς δικαιούχους και την οικονομία γενικότερα, πρέπει να γίνεται άμεσα κατανοητή σε κάθε πιθανή εφαρμογή επικοινωνίας. Για αυτό τον λόγο, προτείνεται το Πρόγραμμα Επικοινωνίας να επιμεριστεί σε τρεις (3) φάσεις επικοινωνίας, όπου θα εξειδικεύεται η στρατηγική επικοινωνίας ανά φάση και οι σημαντικές πληροφορίες του Προγράμματος και των επιμέρους δράσεων, θα χαρτογραφούνται και θα αποδίδονται στοχευμένα με συνοπτικό και κατανοητό τρόπο.

- ⇒ Α' Φάση: **Γενική Πληροφόρηση - Γνωριμία** με το Πρόγραμμα «Περιβάλλον, Ενέργεια και Κλιματική Αλλαγή 2021-2027»
Πρωτεύον κοινό-στόχος:

- ο Δυνητικοί Δικαιούχοι
- ο Πολλαπλασιαστές Πληροφόρησης

Δευτερεύον κοινό-στόχος:

- ο Ευρύ Κοινό

⇒ Β' Φάση: **Εξειδικευμένη Πληροφόρηση - Θεματική για τους άξονες και τις δράσεις** του Προγράμματος «Περιβάλλον, Ενέργεια και Κλιματική Αλλαγή 2021-2027»

Πρωτεύον κοινό-στόχος:

- ο Δυνητικοί Δικαιούχοι & Δικαιούχοι
- ο Πολλαπλασιαστές Πληροφόρησης

Δευτερεύον κοινό-στόχος:

- ο Ευρύ Κοινό

⇒ Γ' Φάση: **Απολογισμός - Διάδοση αποτελεσμάτων** του Προγράμματος «Περιβάλλον, Ενέργεια και Κλιματική Αλλαγή 2021-2027»

Πρωτεύον κοινό-στόχος:

- ο Ευρύ Κοινό
- ο Πολλαπλασιαστές Πληροφόρησης

Δευτερεύον κοινό-στόχος:

- ο Δικαιούχοι

7.5. Γενικό Πλαίσιο Επικοινωνίας

Με την προτεινόμενη επικοινωνιακή στρατηγική επιδιώκεται να τηρούνται και οι ακόλουθες κατευθύνσεις:

- ⇒ Έμφαση στο όφελος για τον πολίτη από τα έργα του Προγράμματος. Με δεδομένο ότι το Πρόγραμμα ωφελεί άμεσα ή/ έμμεσα όλους τους πολίτες της Ελλάδας, είναι σημαντικό να «μεταφέρεται» στην κοινή γνώμη, μέσω των ενεργειών επικοινωνίας και πληροφόρησης, ο σοβαρός ρόλος που διαδραματίζει η Ευρωπαϊκή Ένωση και η αποτελεσματικότητα των έργων που υλοποιούνται στο πλαίσιο του Προγράμματος.
- ⇒ Ανάδειξη και συμπερίληψη στο Σχέδιο Δράσεων Επικοινωνίας της διάστασης της αναπηρίας. Τα άτομα με αναπηρία αποτελούν σημαντική πληθυσμιακή ομάδα, η οποία ανέρχεται στο 9,3% του συνολικού πληθυσμού της χώρας. Θα δοθεί ιδιαίτερη έμφαση στην ευρεία ενημέρωση του συνόλου των πολιτών, χωρίς διακρίσεις και χωρίς αποκλεισμούς, επιτυγχάνοντας τη μέγιστη δυνατή διαφάνεια αναφορικά με τη διάθεση των ευρωπαϊκών και εθνικών πόρων κατά την προγραμματική περίοδο 2017-2021.
- ⇒ Μεγιστοποίηση του επικοινωνιακού αποτελέσματος μέσα από τη συνέργεια και τη συμπληρωματικότητα, λαμβάνοντας υπόψη τις ενέργειες συνεργαζόμενων φορέων και δικαιούχων. Στόχος είναι η εμπλοκή φορέων και η λειτουργία δικτύων σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό επίπεδο, ειδικότερα στην Α' Φάση επικοινωνίας, ώστε να μεγιστοποιηθούν τα οφέλη και να επιτευχθούν οικονομίες κλίμακας.

- ⇒ Προβολή καλών πρακτικών και συγκεκριμένων παραδειγμάτων από το Πρόγραμμα ώστε να αποτελέσουν «αποδεικτικά στοιχεία» προς το ευρύ κοινό για τα πραγματικά οφέλη του Προγράμματος, ειδικότερα στη Γ' Φάση επικοινωνίας.
- ⇒ Ενοποίηση της επικοινωνίας όσον αφορά στα μηνύματα, την εικόνα και το ύφος. Η επικοινωνία θα διέπεται από συνέπεια, συνέχεια, ομοιομορφία και απλότητα σε όλες τις φάσεις του Προγράμματος και για κάθε στοχοθετούμενο κοινό.
- ⇒ Το ύφος επικοινωνίας θα είναι επεξηγηματικό με περιεχόμενο αντιληπτό από το μέσο πολίτη και τις επιμέρους ομάδες-στόχος, με χρήση απλής και κατανοητής γλώσσας, ρεαλιστικών για την ελληνική πραγματικότητα εικόνων με τις οποίες θα ταυτίζεται ο πολίτης.
- ⇒ Είναι ιδιαίτερα σημαντικό να χρησιμοποιούνται μέσα, σύγχρονα εργαλεία και δράσεις, τα οποία είναι φιλικά προς το περιβάλλον, ενώ ταυτόχρονα μειώνουν το κόστος. Για παράδειγμα, ενδείκνυται η χρήση ανακυκλώσιμων υλικών, η χρήση των social media, οι ενέργειες έμμεσης επικοινωνίας, οι εκτυπώσεις με οικολογικό μελάνι.

Παράλληλα, και με δεδομένο το ρευστό κοινωνικό και οικονομικό περιβάλλον, είναι απαραίτητη η δημιουργία ευέλικτων προγραμμάτων επικοινωνίας, ώστε να είναι εφικτή η ετήσια αξιολόγηση και ο πιθανός επαναπροσδιορισμός τους.

7.6. Μέσα Επικοινωνίας

Η επικοινωνία θα αξιοποιήσει το σύνολο των Μέσων και Εργαλείων Επικοινωνίας ανάλογα με τον επικοινωνιακό στόχο, το κόστος, το κοινό-στόχος και τη συγκυρία, ανά φάση επικοινωνίας και ανά έτος.

Συγκεκριμένα:

I. Ψηφιακή Παρουσία & Επικοινωνία

- i. Διαδικτυακός Τόπος του Προγράμματος: Η κεντρική ιστοσελίδα του Προγράμματος αποτελεί ένα από τα βασικότερα μέσα ενημέρωσης για τις δράσεις και το έργο του, από το οποίο, κατά κύριο λόγο, ενημερώνονται οι ενδιαφερόμενοι για τις νέες προκηρύξεις. Εντός έξι μηνών από την έγκριση του προγράμματος θα λειτουργεί η νέα ιστοσελίδα στην οποία θα διατίθενται πληροφορίες για τους στόχους, τις προτεραιότητες, τις διαθέσιμες ευκαιρίες χρηματοδότησης και τα επιτεύγματα του Προγράμματος, με συνεχή ενημέρωση του περιεχομένου και της πληροφορίας. Η ιστοσελίδα θα αποτελέσει το βασικό landing page όλων των ενεργειών επικοινωνίας για την πληρέστερη ενημέρωση των ενδιαφερομένων.
Η νέα ιστοσελίδα θα σχεδιαστεί με γνώμονα την ευχρηστία και τη φιλικότητα προς τον τελικό χρήστη, καθώς και να είναι φιλική προς κινητές συσκευές. Επίσης, θα ληφθούν όλα τα μέτρα ώστε να εξασφαλιστεί η προσβασιμότητα των ατόμων με αναπηρία.
- ii. Λογαριασμοί στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (social media): Τα social media είναι σήμερα ο πλέον ισχυρός επικοινωνιακός πολλαπλασιαστής στις παραγωγικές ηλικίες και στους διαμορφωτές της κοινής γνώμης και διασφαλίζουν τη διαδραστικότητα στην επικοινωνία με τον πολίτη. Θα δημιουργηθούν επίσημοι λογαριασμοί του Προγράμματος στα πιο διαδεδομένα και κατάλληλα Κοινωνικά Δίκτυα στην Ελλάδα (Facebook - 5.6 εκατ. χρήστες, Instagram - 4 εκατ. χρήστες, Twitter - 512 χιλ. χρήστες, LinkedIn - 1.8 εκατ. χρήστες, YouTube - 7.4 εκατ. χρήστες), στα οποία θα υπάρχει

τακτική τροφοδότηση με νέα, ανακοινώσεις, προσκλήσεις, εκδηλώσεις, αποτελέσματα και προβολή έργων του Προγράμματος.

Η ιστοσελίδα και οι λογαριασμοί στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης θα αποτελέσουν τα βασικά κανάλια επικοινωνίας του Προγράμματος καθόλη τη διάρκεια του έργου, και στις τρεις φάσεις επικοινωνίας, υποστηρίζοντας όλες τις υπόλοιπες ενέργειες επικοινωνίας.

Επιπρόσθετα, συνιστάται η δημιουργία επιμέρους ιστοσελίδων–microsites, κάτω από την κεντρική ιστοσελίδα του Προγράμματος για την στοχευμένη επικοινωνία συγκεκριμένων δράσεων του έργου, όποτε κρίνεται ότι απαιτείται λόγω της ιδιαιτερότητας τους.

II. Εκδηλώσεις - Ημερίδες - Εκθέσεις - Τεχνικές Συναντήσεις

Η διοργάνωση Ημερίδων / Συνεδρίων και η συμμετοχή σε Εκθέσεις λειτουργούν συμπληρωματικά με τις υπόλοιπες δράσεις επικοινωνίας. Ανάλογα με τους στόχους και την επικοινωνιακή φάση, οι εκδηλώσεις αυτές απευθύνονται:

A) είτε σε εξειδικευμένες ομάδες, π.χ. ειδικότερα στην Α' Φάση επικοινωνίας για την ενημέρωση των ειδικών ομάδων-στόχος για την έναρξη και το ρόλο του Προγράμματος,

B) είτε στο ευρύ κοινό, κυρίως στη Β' και Γ' Φάση επικοινωνίας.

Μέσω κατάλληλων και ενδεδειγμένων επικοινωνιακών μεθόδων, θα εξασφαλίζεται η συμμετοχή των πραγματικά ενδιαφερομένων.

Το περιεχόμενο των εκδηλώσεων θα εξαρτάται κάθε φορά από τις επικοινωνιακές ανάγκες και το στάδιο υλοποίησης του Προγράμματος.

III. Γραφείο Πληροφόρησης

Το Γραφείο Πληροφόρησης θα είναι το κύριο σημείο επαφής με το κοινό σε καθημερινή βάση, μέσα από την λειτουργία εξειδικευμένου HelpDesk και Call Center, για την άμεση και έγκυρη ενημέρωση των ενδιαφερομένων που το επισκέπτονται ή που επικοινωνούν με αυτό (τηλεφωνικά ή ηλεκτρονικά), για την παροχή πληροφόρησης και απάντηση ερωτήσεων ή αποριών σχετικά με τις δράσεις και τις προκηρύξεις του Προγράμματος, (διαδικασίες συμμετοχής, παραλαβή υλικού κτλ), προετοιμασία και αποστολή έντυπου ή/και ηλεκτρονικού υλικού, (π.χ. οδηγοί εφαρμογής, ενημερωτικό, προωθητικό υλικό) σε ενδιαφερόμενους του Προγράμματος, σε επαγγελματικούς φορείς, σε πολλαπλασιαστές πληροφόρησης κτλ. Επιπρόσθετα, σε συνεργασία με το Γραφείο Τύπου θα αποστέλλεται σε τακτά χρονικά διαστήματα ηλεκτρονικά ενημερωτικά δελτία (e-Newsletters) σχετικά με την πορεία υλοποίησης του Προγράμματος σε ειδικές ομάδες-στόχος.

IV. Γραφείο Τύπου & Έμμεση Δημοσιότητα

Το γραφείο τύπου μεριμνά για την αδιάλειπτη ενημέρωση των ΜΜΕ, μέσω δελτίων τύπου, ανακοινώσεων και κειμένων προβολής των παρεμβάσεων και της εξέλιξης του Προγράμματος. Παράλληλα, κρίνεται απαραίτητο να δοθεί έμφαση στο σχεδιασμό και την υλοποίηση ενεργειών έμμεσης δημοσιότητας με ρεπορτάζ, αφιερώματα και συνεντεύξεις εκπροσώπων του Προγράμματος (στελέχη ΔΑ, δικαιούχοι κλπ), αλλά και ωφελούμενων, σε εθνικά και τοπικά ΜΜΕ, με σκοπό την άμεση διάδοση της πληροφορίας μέσα από τους κυριότερους διαύλους επικοινωνίας που είναι οι εκπρόσωποι των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, τόσο στο σύνολο της κοινής γνώμης, όσο και τα ειδικά κοινά.

V. Έντυπο & Ηλεκτρονικό Ενημερωτικό & Προωθητικό Υλικό

Η χρήση έντυπου υλικού αποτελεί σημαντικό μέτρο πληροφόρησης για την ειδική αναλυτική ενημέρωση των κοινών-στόχος, αλλά και γενικότερα της κοινής γνώμης. Τα έντυπα που θα παραχθούν θα αναρτώνται για εύκολη πρόσβαση και στην ιστοσελίδα του Προγράμματος, σε λοιπές ιστοσελίδες επιχειρησιακών προγραμμάτων που είναι σε συνέργεια με το Πρόγραμμα «Περιβάλλον, Ενέργεια και Κλιματική Αλλαγή 2021-2027», στην κεντρική ιστοσελίδα του Υπουργείου Ανάπτυξης για το ΕΣΠΑ, ενώ δύνανται επίσης, να αποστέλλονται σε ηλεκτρονική μορφή για έγκαιρη πληροφόρηση.

Η χρήση οπτικοακουστικού υλικού, όπως τα video, αποτελεί επίσης βέλτιστη πρακτική ενημέρωσης και δη πολύ αποτελεσματική στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τις εκδηλώσεις. Ενδεικτικά προτείνονται:

- i. Ενημερωτικά έντυπα για την προβολή του Προγράμματος, των έργων και των αποτελεσμάτων τους στη ζωή των πολιτών.
- ii. Αφίσες που ακολουθούν αισθητικά την ενιαία ταυτότητα του Προγράμματος και θα περιλαμβάνουν επιλεκτική και στοχευμένη πληροφόρηση, ανάλογα με το θέμα που επιδιώκουν να προβάλλουν
- iii. Ενημερωτικά Video με τις βασικές πληροφορίες του Προγράμματος, καθώς και παρουσίασης έργων και καλών πρακτικών κατά την υλοποίηση του Προγράμματος.

VI. Προβολή στα MME & Παραγωγή Υλικών

Η δημιουργία Διαφημιστικών Καμπανιών και η προβολή στα MME κρίνεται επιβεβλημένη για την προβολή του κύριου τομεακού Προγράμματος, καθώς επιτυγχάνεται μεγαλύτερη κάλυψη κοινού σε σύντομο χρονικό διάστημα.

Η προβολή στα MME περιλαμβάνει την προβολή των υλικών της διαφημιστικής εκστρατείας σε τηλεόραση, ραδιόφωνο και τύπο σε Εθνικά και περιφερειακά MME, μέσω αγοράς διαφημιστικού χώρου και χρόνου.

Στην Α' και Γ' Φάση Επικοινωνίας συνιστάται η δημιουργία διαφημιστικής καμπάνιας για την έναρξη και τον απολογισμό του Προγράμματος αντίστοιχα, ενώ στη Β' Φάση η δημιουργία θεματικών καταχωρήσεων στον Τύπο για προβολή και ενημέρωση συγκεκριμένων δράσεων και προσκλήσεων του Προγράμματος.

Για την υλοποίηση των ανωτέρω βασική προϋπόθεση αποτελεί η παραγωγή των απαραίτητων διαφημιστικών υλικών, καθώς και η κατάρτιση ενός στοχευμένου και ολοκληρωμένου Πλάνου Μέσων (media plan).

VII. Προβολή στο Διαδίκτυο και τα Social Media

Ομοίως, εκτός από τα παραδοσιακά MME, η διαφημιστική προβολή στο διαδίκτυο (ενημερωτικές και ειδησεογραφικές ιστοσελίδες, πλατφόρμα της Google) και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης κρίνεται απαραίτητη, ως η πλέον οικονομική και αποτελεσματική προβολή λόγων των δυνατοτήτων που παρέχουν, με την ίδια προσέγγιση ως ανωτέρω ανά φάση επικοινωνίας.

VIII. Αξιολόγηση Σχεδίου Δράσεων - Έρευνα Αναγνωρισιμότητας

Προκειμένου να αξιολογηθεί το επικοινωνιακό πρόγραμμα και οι δράσεις επικοινωνίας ως προς την αποτελεσματικότητά τους, καθώς και για να διασφαλιστεί η αναγνωρισιμότητα του Προγράμματος και των παρεμβάσεων του, αλλά και του ρόλου που διαδραματίζει η Ε.Ε,

συνιστάται η υλοποίηση έρευνας αναγνωρισιμότητας με ενδεδειγμένα σύγχρονα μέσα και εργαλεία που καταγράφουν ποιοτικά και ποσοτικά χαρακτηριστικά των ενεργειών αυτών, στο τέλος κάθε φάσης επικοινωνίας.

Πίνακας παρουσίασης των Στόχων του Προγράμματος Περιβάλλον, Ενέργεια και Κλιματική Αλλαγή 2021-2027

Πρόγραμμα «Περιβάλλον, Ενέργεια και Κλιματική Αλλαγή 2021-2027»		
Δράσεις / Μέσα Επικοινωνίας	Περιγραφή & Στόχος	Κοινά - Στόχος
Επικοινωνιακή Στρατηγική, Εικαστική Ταυτότητα & Κεντρικά Επικοινωνιακά Μηνύματα ανά Φάση Επικοινωνίας		
Ψηφιακή Παρουσία & Επικοινωνία		
Website		
Social Media (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, YouTube)	Συνεχής Ενημέρωση για Νέες Προσκλήσεις, Εντάξεις, Εκδηλώσεις, Ανακοινώσεις κοκ	Δυνητικοί Δικαιούχοι, Δικαιούχοι, Πολλαπλασιαστές Πληροφόρησης, Ευρύ Κοινό
Microsites - Landing Pages	Ενημέρωση - Πληροφόρηση για τα αποτελέσματα του Προγράμματος	Δικαιούχοι, Πολλαπλασιαστές Πληροφόρησης, ΜΜΕ, Ευρύ Κοινό
Εκδηλώσεις - Ημερίδες - Εκθέσεις - Τεχνικές Συναντήσεις		
Εκδηλώσεις 13 Περιφέρειες (Διανομή Ενημερωτικού & Προωθητικού Υλικού)	Ενημέρωση - Πληροφόρηση για το Πρόγραμμα & ευκαιρίες χρηματοδότησης	Δυνητικοί Δικαιούχοι, Δικαιούχοι, Πολλαπλασιαστές Πληροφόρησης
Ετήσια Ανοιχτή Εκδήλωση & Επιτροπή Παρακολούθησης (Διανομή Ενημερωτικού & Προωθητικού Υλικού)	Ενημέρωση - Πληροφόρηση / Παράλληλες εκδηλώσεις - εκθέσεις φωτογραφίας έργων	Δυνητικοί Δικαιούχοι, Δικαιούχοι, Πολλαπλασιαστές Πληροφόρησης, Ευρύ Κοινό
Ημερίδες Ενημέρωσης για νέες Προσκλήσεις	Μηνιαίες Τεχνικές Συναντήσεις - Workshops με φορείς	Δυνητικοί Δικαιούχοι
Συμμετοχή/Συνδιοργάνωση Εκδηλώσεων/Συνεδρίων με φορείς	Ενημέρωση - Πληροφόρηση	Δυνητικοί Δικαιούχοι, Δικαιούχοι, Πολλαπλασιαστές Πληροφόρησης
Απολογιστικό Συνέδριο Προγράμματος	Ενημέρωση - Πληροφόρηση για τα αποτελέσματα του Προγράμματος	Δικαιούχοι, Πολλαπλασιαστές Πληροφόρησης, ΜΜΕ, Ευρύ Κοινό
Γραφείο Πληροφόρησης		
Μηνιαίο e-Newsletter για Δυνητικούς Δικαιούχους & Δικαιούχους	Direct Email - Ενημέρωση - Πληροφόρηση για πορεία δράσεων	Λίστες Δυνητικών Δικαιούχων & Δικαιούχων
3μηνιαίο e-Newsletter για Πολλαπλασιαστές Πληροφόρησης	Direct Email - Ενημέρωση - Πληροφόρηση για πορεία δράσεων	Λίστες Φορέων & ΜΜΕ
e-Helpdesk & Call Center	Συλλογή & Διαχείριση Αιτημάτων, Q&As	Δυνητικοί Δικαιούχοι, Δικαιούχοι, Πολλαπλασιαστές Πληροφόρησης, Ευρύ Κοινό

Πρόγραμμα «Περιβάλλον, Ενέργεια και Κλιματική Αλλαγή 2021-2027»		
Δράσεις / Μέσα Επικοινωνίας	Περιγραφή & Στόχος	Κοινά - Στόχος
Γραφείο Τύπου & Έμμεση Δημοσιότητα		
Δελτία Τύπου για ΜΜΕ	Ενημέρωση - Πληροφόρηση για πορεία δράσεων	Δυνητικοί Δικαιούχοι, Δικαιούχοι, Πολλαπλασιαστές Πληροφόρησης, Ευρύ Κοινό
Συνεντεύξεις Τύπου για Πορεία Υλοποίησης Προγράμματος	Ενημέρωση - Πληροφόρηση για πορεία δράσεων	Δυνητικοί Δικαιούχοι, Δικαιούχοι, Πολλαπλασιαστές Πληροφόρησης, Ευρύ Κοινό
Ρεπορτάζ, Αρθρογραφία, Δημοσιεύματα για Πορεία Υλοποίησης Προγράμματος	Ενημέρωση - Πληροφόρηση για πορεία δράσεων	Δυνητικοί Δικαιούχοι, Δικαιούχοι, Πολλαπλασιαστές Πληροφόρησης, Ευρύ Κοινό
Δημιουργία σχέσεων με ΜΜΕ & συνεργειών με φορείς	Ενεργοποίηση & αξιοποίηση δικτύου πολλαπλασιαστών πληροφόρησης	Πολλαπλασιαστές Πληροφόρησης, ΜΜΕ
Έντυπο & Ηλεκτρονικό Ενημερωτικό & Προωθητικό Υλικό		
Οδηγός Δημοσιότητας για Δικαιούχους	Κατευθύνσεις για μεγιστοποίηση αναγνωρισιμότητας Προγράμματος	Δικαιούχοι, Πολλαπλασιαστές Πληροφόρησης, Ευρύ Κοινό
1 γενικό έντυπο για το Πρόγραμμα	Ενημέρωση - Πληροφόρηση	Δυνητικοί Δικαιούχοι, Δικαιούχοι, Πολλαπλασιαστές Πληροφόρησης, Ευρύ Κοινό
6 θεματικά έντυπα ανά άξονα προτεραιότητας	Ενημέρωση - Πληροφόρηση	Δυνητικοί Δικαιούχοι, Δικαιούχοι, Πολλαπλασιαστές Πληροφόρησης, Ευρύ Κοινό
Έντυπα ανά δράση / έργο Α.Π.	Ενημέρωση - Πληροφόρηση για πορεία δράσεων	Δυνητικοί Δικαιούχοι, Δικαιούχοι, Πολλαπλασιαστές Πληροφόρησης
Αφίσα για το Πρόγραμμα & τις δράσεις/έργα	Ενημέρωση - Πληροφόρηση για δράσεις	Δυνητικοί Δικαιούχοι, Δικαιούχοι, Πολλαπλασιαστές Πληροφόρησης, Ευρύ Κοινό
Υλικό για εκδηλώσεις	(προσκλήσεις, προγράμματα, folders, μπλοκ, roll up banners, video κλπ)	Δυνητικοί Δικαιούχοι, Δικαιούχοι, Πολλαπλασιαστές Πληροφόρησης, Ευρύ Κοινό
Ενημερωτικά Video για το Πρόγραμμα & Video Έργων - Καλών Πρακτικών	Για προβολή σε εκδηλώσεις, social media, συμμετοχή σε ενέργειες Δικτύου Επικοινωνίας	Δυνητικοί Δικαιούχοι, Δικαιούχοι, Πολλαπλασιαστές Πληροφόρησης, Ευρύ Κοινό
Απολογιστικό έντυπο Προγράμματος	Ενημέρωση - Πληροφόρηση για τα αποτελέσματα του Προγράμματος	Δικαιούχοι, Πολλαπλασιαστές Πληροφόρησης, ΜΜΕ, Ευρύ Κοινό

Πρόγραμμα «Περιβάλλον, Ενέργεια και Κλιματική Αλλαγή 2021-2027»		
Δράσεις / Μέσα Επικοινωνίας	Περιγραφή & Στόχος	Κοινά - Στόχος
Προβολή στα ΜΜΕ & Παραγωγή Υλικών		
Τηλεόραση (tv spots)	Καμπάνια Λανσαρίσματος, Καμπάνια Απολογισμού	Δυνητικοί Δικαιούχοι, Δικαιούχοι, Πολλαπλασιαστές Πληροφόρησης, Ευρύ Κοινό
Ραδιόφωνο (radio spots)	Καμπάνια Λανσαρίσματος, Μήνυμα για δράσεις & έργα Προγράμματος	Δυνητικοί Δικαιούχοι, Δικαιούχοι, Πολλαπλασιαστές Πληροφόρησης, Ευρύ Κοινό
Τύπος (καταχωρήσεις)	Καμπάνια Λανσαρίσματος, Καμπάνια Απολογισμού / Καταχωρήσεις - Προβολή νέων δράσεων-προσκλήσεων & υλοποιημένων έργων	Δυνητικοί Δικαιούχοι, Δικαιούχοι, Πολλαπλασιαστές Πληροφόρησης, Ευρύ Κοινό
Προβολή στο Διαδίκτυο και τα Social Media		
Web Campaign - Premium Display Ads	Καμπάνια Λανσαρίσματος, Καμπάνια Απολογισμού / Καταχωρήσεις - Προβολή νέων δράσεων-προσκλήσεων	Δυνητικοί Δικαιούχοι, Δικαιούχοι, Πολλαπλασιαστές Πληροφόρησης, Ευρύ Κοινό
Web Campaign - Google Ads	Καμπάνια Λανσαρίσματος, Καμπάνια Απολογισμού / Καταχωρήσεις - Προβολή νέων δράσεων-προσκλήσεων	Δυνητικοί Δικαιούχοι, Δικαιούχοι, Πολλαπλασιαστές Πληροφόρησης, Ευρύ Κοινό
Social Media (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn Ads)	Καμπάνια Λανσαρίσματος, Καμπάνια Απολογισμού / Προβολή Ε.Π. & έργων	Πολλαπλασιαστές Πληροφόρησης, Ευρύ Κοινό
Αξιολόγηση Σχεδίου Δράσεων - Έρευνα Αναγνωρισιμότητας	Εντοπισμός τυχόν προβλημάτων & επίλυσή τους, επαναπροσδιορισμός σχεδίου δράσεων	Δυνητικοί Δικαιούχοι, Δικαιούχοι, Πολλαπλασιαστές Πληροφόρησης, Ευρύ Κοινό

7.1. Προϋπολογισμός

Η υλοποίηση της Επικοινωνιακής Στρατηγικής του Προγράμματος «Περιβάλλον, Ενέργεια και Κλιματική Αλλαγή 2021-2027» θα χρηματοδοτηθεί από πόρους του Ταμείου Συνοχής και του ΕΤΠΑ του Άξονα Προτεραιότητας 7 της Τεχνικής Βοήθειας του Προγράμματος. Ο εκτιμώμενος προϋπολογισμός για τις ενέργειες επικοινωνίας δύναται να ανέλθει στο 0,25% του συνολικού ποσού προϋπολογισμού του Προγράμματος.

Ενδεικτική ποσοστιαία κατανομή Προϋπολογισμού ανά Φάση Επικοινωνίας:

Πρόγραμμα «Περιβάλλον, Ενέργεια και Κλιματική Αλλαγή 2021-2027»								
Δράσεις / Μέσα Επικοινωνίας	Α' Φάση: Γενική Πληροφόρηση - Γνωριμία με το Πρόγραμμα			Β' Φάση: Εξειδικευμένη Πληροφόρηση - Θεματική για τους άξονες και τις δράσεις του Προγράμματος			Γ' Φάση: Απολογισμός - Διάδοση αποτελεσμάτων Προγράμματος	
	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Ποσοστιαία Κατανομή Π/Υ	30%			40%			30%	

Ενδεικτική ποσοστιαία κατανομή Προϋπολογισμού ανά Δράση/Μέσο Επικοινωνίας:

Πρόγραμμα «Περιβάλλον, Ενέργεια και Κλιματική Αλλαγή 2021-2027»	
Δράσεις / Μέσα Επικοινωνίας	Ποσοστιαία Κατανομή Π/Υ
Επικοινωνιακή Στρατηγική, Εικαστική Ταυτότητα & Κεντρικά Επικοινωνιακά Μηνύματα ανά Φάση Επικοινωνίας	0.50%
Ψηφιακή Παρουσία & Επικοινωνία	6.80%
Εκδηλώσεις - Ημερίδες - Σεμινάρια - Συναντήσεις	18.00%
Γραφείο Πληροφόρησης	0.50%
Γραφείο Τύπου & Έμμεση Δημοσιότητα	3.00%
Έντυπο & Ηλεκτρονικό Ενημερωτικό & Προωθητικό Υλικό	11.00%
Προβολή στα ΜΜΕ & Παραγωγή Υλικών	35.00%
Προβολή στο Διαδίκτυο και τα Social Media	25.00%
Αξιολόγηση Σχεδίου Δράσεων - Έρευνα Αναγνωρισιμότητας	0.20%
Σύνολο	100.00%

7.2. Παρακολούθηση και Αξιολόγηση

Η αξιολόγηση του επικοινωνιακού προγράμματος προδιαγράφεται ήδη από το στάδιο σχεδιασμού των επιμέρους επικοινωνιακών ενεργειών και μέσω/εργαλείων, παρακολουθείται κατά την υλοποίηση και αποτιμάται μετά την ολοκλήρωσή τους. Σε συνδυασμό με τις Έρευνες Αναγνωρισιμότητας, καταγράφονται οι δείκτες που θα παρακολουθούνται κατά την υλοποίηση των επιμέρους επικοινωνιακών ενεργειών:

ΔΡΑΣΕΙΣ / ΜΕΣΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	ΔΕΙΚΤΕΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ	ΔΕΙΚΤΗΣ ΕΚΡΟΗΣ / ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΟΣ	ΔΕΙΚΤΗΣ ΕΠΙΠΤΩΣΗΣ	ΕΡΓΑΛΕΙΟ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ
ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ	<p><i>Επισκεψιμότητα Ιστοσελίδας</i></p> <p><i>Επικαιροποιήσεις Ιστοσελίδας</i></p> <p><i>Νέες αναρτήσεις περιεχομένου</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Επισκεψιμότητα Ιστοσελίδας (visits, unique visitors) • Acquisition (Referrals by channel) • Conversions ιστοσελίδας (downloads, εγγραφές, bouncing rate, διάρκεια σύνδεσης) 	<ul style="list-style-type: none"> • Βαθμός ενημέρωσης για το Πρόγραμμα • Θετική άποψη για το Πρόγραμμα και την συμβολή της Ευρωπαϊκής Ένωσης 	<p>Web Analytics: Μετρήσεις και Ανάλυση</p>
Social Media	<p><i>Αριθμός και Τύπος μέσων κοινωνικής Δικτύωσης που χρησιμοποιούνται.</i></p> <p><i>Αριθμός fans, followers, group members.</i></p> <p><i>Αριθμός ειδήσεων / δημοσιεύσεων / και άλλο γραπτό περιεχόμενο.</i></p> <p><i>Προϋπολογισμός που δαπανάται σε Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Αριθμός fans, followers, μέλη group. • Αριθμός νέων στοιχείων /blog posts/λοιπά δημοσιεύματα. • Αριθμός από audio και video clips που διανέμονται στα κοινωνικά δίκτυα • Ποσοστό ανταπόκρισης σε δημοσκοπήσεις και ποσοστό συμμετεχόντων • Συχνότητα posting. • Μέση εμβέλεια posts, live-tweeting, hashtag exposure, κλπ • Μετρήσεις Σχολιασμού: comments, 'likes', re-tweets, shares, discussions, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Βαθμός ενημέρωσης για το Πρόγραμμα • Θετική άποψη για το Πρόγραμμα και την συμβολή της Ευρωπαϊκής Ένωσης 	<ul style="list-style-type: none"> • Καταγραφή των συνολικών αριθμών. • Social media analytics. • Δημοσκοπήσεις Fans /followers
ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ	<p><i>Αριθμός εκδηλώσεων</i></p> <p><i>Αριθμός συμμετεχόντων / επισκεπτών</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Αριθμός συμμετεχόντων • Αριθμός Προσκεκλημένων • Αριθμός συμμετεχόντων δημοσιογράφων • Αριθμός δημοσιεύσεων • Ποσοστό Ικανοποίησης Συμμετεχόντων 	<ul style="list-style-type: none"> • Βαθμός ενημέρωσης για το Πρόγραμμα • Θετική άποψη για το Πρόγραμμα και την συμβολή της Ευρωπαϊκής Ένωσης 	<ul style="list-style-type: none"> • Παρακολούθηση των μέσων. • Καταγραφή των συνολικών αριθμών. • Έρευνα ποιότητας: Ερωτηματολόγιο ικανοποίησης που απευθύνεται σε δείγμα συμμετεχόντων.
ΕΚΘΕΣΕΙΣ	<p><i>Αριθμός Εκθέσεων (Διεθνών ή μη)</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Αριθμός εκθετών που συμμετέχουν 	<ul style="list-style-type: none"> • Βαθμός ενημέρωσης για το Πρόγραμμα 	<ul style="list-style-type: none"> • Καταγραφή των συνολικών αριθμών.

	Αριθμός Επισκεπτών	<ul style="list-style-type: none"> • Αριθμός Επισκεπτών • Αριθμός Προσκεκλημένων • Ποσοστό Ικανοποίησης Συμμετεχόντων 	<ul style="list-style-type: none"> • Θετική άποψη για το Πρόγραμμα και την συμβολή της Ευρωπαϊκής Ένωσης 	<ul style="list-style-type: none"> • Έρευνα ποιότητας: Ερωτηματολόγιο ικανοποίησης που απευθύνεται σε δείγμα επισκεπτών.
ΓΡΑΦΕΙΟ ΤΥΠΟΥ & ΕΜΜΕΣΗ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑ	Αριθμός Επικοινωνιακών Δράσεων στα ΜΜΕ Επικοινωνιακές Δράσεις που στοχεύουν σε δημοσιογράφους	<ul style="list-style-type: none"> • Αριθμός ειδικών εκδηλώσεων Τύπου. • Αριθμός συμμετεχόντων στις εκδηλώσεις τύπου • Αριθμός press kit που διανεμήθηκαν. • Αριθμός ανακοινώσεων / δελτίων τύπου που απεστάλησαν. • Αριθμός επαφών με media που έχουν επιτευχθεί. • Αριθμός δημοσιευμένων άρθρων / ειδησεογραφικών στοιχείων ανά μήνα / εβδομάδα (ποσότητα). • Αξιολόγηση της κάλυψης των μέσων ενημέρωσης (ποιότητα). • Εξέλιξη της κάλυψης των μέσων ενημέρωσης με την πάροδο του χρόνου (ετήσια πρόοδος). • Γεωγραφική κάλυψη της κάλυψης του Τύπου. • Επίπεδο ικανοποίησης των δημοσιογράφων με τα εργαλεία επικοινωνίας 	<ul style="list-style-type: none"> • Βαθμός ενημέρωσης για το Πρόγραμμα • Θετική άποψη για το Πρόγραμμα και την συμβολή της Ευρωπαϊκής Ένωσης 	<ul style="list-style-type: none"> • Παρακολούθηση των μέσων. • Καταγραφή των συνολικών αριθμών. • Έρευνα ποιότητας: Ερωτηματολόγιο ικανοποίησης που απευθύνεται σε δείγμα δημοσιογράφων.
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΑ ΜΜΕ	Αριθμός – Διάρκεια Τηλεοπτικών Μηνυμάτων Αριθμός - Διάρκεια Ραδιοφωνικών Μηνυμάτων	<ul style="list-style-type: none"> • Κάλυψη • Συχνότητα • Τηλεθέαση – GRPs • Κάλυψη • Συχνότητα • Ακροαματικότητα 	<ul style="list-style-type: none"> • Βαθμός ενημέρωσης για το Πρόγραμμα • Θετική άποψη για το Πρόγραμμα και την συμβολή της Ευρωπαϊκής Ένωσης 	Media shop reports

	<i>Αριθμός - Μέγεθος Καταχωρήσεων</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Κυκλοφορία • Γεωγραφική κάλυψη • Αναγνωσιμότητα 		
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ & ΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ	<i>Αριθμός καταχωρήσεων</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Αποτελέσματα διαφήμισης (σύμφωνα με τον στόχο της διαφήμισης: ενδεικτικά αναφέρουμε αριθμός "likes", προβολές βίντεο, link clicks,) • Αποτελεσματικότητα ανά επιλογή στόχευσης (λέξη-κλειδί, τοποθεσία, γλώσσα ή ομάδα στόχος) • Κόστος ανά click/engagement/conversion 	<ul style="list-style-type: none"> • Βαθμός ενημέρωσης για το Πρόγραμμα • Θετική άποψη για το Πρόγραμμα και την συμβολή της Ευρωπαϊκής Ένωσης 	<p>Media shop reports</p> <p>Social Media Insights & Analytics</p>
ΕΝΤΥΠΟ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟ ΥΛΙΚΟ	<i>Αριθμός Αντιτύπων που παράχθηκαν</i> <i>Προϋπολογισμός που δαπανήθηκε</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Αριθμός Αντιτύπων που διανεμήθηκαν 	<ul style="list-style-type: none"> • Βαθμός ενημέρωσης για το Πρόγραμμα • Θετική άποψη για το Πρόγραμμα και την συμβολή της Ευρωπαϊκής Ένωσης 	<ul style="list-style-type: none"> • Καταγραφή των συνολικών αριθμών. • Έρευνα ποιότητας: Ερωτηματολόγιο ικανοποίησης που απευθύνεται σε δείγμα ατόμων που τους διανεμήθηκε το υλικό (π.χ. διανομή σε εκδήλωση)