

ΣΧΕΔΙΟ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ΓΙΑ ΤΟ

**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ 2007-2013 (ΠΑΑ)
«Αλέξανδρος Μπαλατατζής»**

Συνοπτική Παρουσίαση



ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το παρόν αποτελεί μια Συνοπτική Παρουσίαση του **Σχεδίου Επικοινωνίας για το Πρόγραμμα Αγροτικής Ανάπτυξης της Ελλάδας 2007-2013 (ΠΑΑ) «Αλέξανδρος Μπαλατζής»** και παρουσιάζει την Επικοινωνιακή Στρατηγική για τη δημοσιότητα του ΠΑΑ στο σύνολό του, αλλά και την προβολή των στόχων, των επιμέρους δράσεων, των αναπτυξιακών ωφελειών και των αποτελεσμάτων του Προγράμματος.

Το Σχέδιο Επικοινωνίας αποτελεί το σημείο εκκίνησης για ένα ολοκληρωμένο σύνολο μέτρων πληροφόρησης και δημοσιότητας για την πληρέστερη δυνατή ενημέρωση και ευαισθητοποίηση των ομάδων-στόχου, αλλά και της κοινής γνώμης γενικότερα, σε κεντρικό και περιφερειακό επίπεδο, τόσο για τις προτεραιότητες και τις δράσεις του ΠΑΑ, όσο και για τα οφέλη και τα αποτελέσματα των αναπτυξιακών παρεμβάσεων του Προγράμματος.

Σκοπός είναι οι επωφελούμενοι και οι εν δυνάμει επωφελούμενοι να αποκομίσουν σφαιρική εικόνα για τη στρατηγική και τη φιλοσοφία του Προγράμματος, καθώς και πλήρη και έγκυρη ενημέρωση για τις αναπτυξιακές ευκαιρίες και τις χρηματοδοτικές δυνατότητες που προσφέρει.

Το περιεχόμενο του Σχεδίου Επικοινωνίας καθορίστηκε από τις ακόλουθες παραμέτρους:

- την ανάγκη ενημέρωσης της κοινής γνώμης για το Πρόγραμμα, τους στόχους και τις παρεμβάσεις που προωθούνται, καθώς και για το ρόλο που η Ευρωπαϊκή Ένωση και ιδιαίτερα το Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Αγροτικής Ανάπτυξης διαδραματίζουν στη διαμόρφωση και υλοποίησή του,
- την προβολή των ευρωπαϊκών αναπτυξιακών πολιτικών και των απαραίτητων παρεμβάσεων σε εθνικό επίπεδο, για την εφαρμογή τους,
- την ενημέρωση των δυνητικών Δικαιούχων του Προγράμματος για τις ευκαιρίες χρηματοδότησης από αυτό, ώστε να υπάρξει αυξημένη συμμετοχή δυνητικών επενδυτών στο Πρόγραμμα,
- την ενημέρωση της κοινής γνώμης για τις ωφέλειες που προκύπτουν από την υλοποίηση των δράσεων του Προγράμματος,
- την ενημέρωση των εμπλεκόμενων φορέων, των κοινωνικών και οικονομικών εταίρων, καθώς και των διαμορφωτών της κοινής γνώμης, ώστε να επικοινωνηθούν τα επιδιωκόμενα αποτελέσματα στους άμεσους και έμμεσους επωφελούμενους.

Ειδικότερα:

Το Σχέδιο Επικοινωνίας εξειδικεύει τα ακόλουθα:

- Στόχους και ομάδες-στόχου,
- Το περιεχόμενο και τη στρατηγική επικοινωνίας καθώς και τα μέτρα ενημέρωσης που πρόκειται να ληφθούν,
- Τα διοικητικά τμήματα ή τους φορείς που είναι υπεύθυνοι για την εφαρμογή του,
- Τα κριτήρια που πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για την αξιολόγηση των επιπτώσεων των μέτρων ενημέρωσης και δημοσιότητας ως προς τη διαφάνεια, την αναγνωρισιμότητα του ΠΑΑ και τον ρόλο που διαδραματίζει η Κοινότητα.

Το Σχέδιο Επικοινωνίας καθορίζει λεπτομερώς τα μέτρα πληροφόρησης και δημοσιότητας που είναι αναγκαία, με βάση τον επακριβή προσδιορισμό των ομάδων-στόχου και την ταξινόμησή τους σε επιμέρους κατηγορίες. Παράλληλα, περιγράφει τη μεθοδολογία υλοποίησης της επικοινωνιακής στρατηγικής, περιλαμβάνει αρχική κατανομή των προτεινόμενων ενεργειών με προσέγγιση του κόστους, και προσδιορίζει ένα σύστημα δεικτών (ποσοτικών και ποιοτικών), βάσει των οποίων θα αξιολογείται η αποτελεσματικότητα της Επικοινωνίας.

A' ΕΝΟΤΗΤΑ

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

A.I ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

Η **Στρατηγική Επικοινωνίας** για την προβολή και δημοσιότητα των δράσεων του Προγράμματος Αγροτικής Ανάπτυξης της Ελλάδας 2007-2013 (ΠΑΑ) «Αλέξανδρος Μπαλατζής», είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την ουσία και το συνολικό περιεχόμενο του Προγράμματος, συνάδει απόλυτα με τους στόχους του και αναδεικνύει τα αποτελέσματά του.

Βασικός στρατηγικός στόχος είναι η καλύτερη και πληρέστερη ενημέρωση και ευαισθητοποίηση των δυνητικών δικαιούχων, των δικαιούχων αλλά και της κοινής γνώμης της Περιφέρειας, όλης της χώρας και των πολιτών της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τους σκοπούς, τις κατευθύνσεις, τις προτεραιότητες, τις θετικές επιδράσεις, τις ευκαιρίες, τα αποτελέσματα και τις ωφέλειες που προκύπτουν από την εφαρμογή των αναπτυξιακών παρεμβάσεων του ΠΑΑ, μέσω κατάλληλων επικοινωνιακών εργαλείων και μέσων προβολής.

Η προώθηση της γνώσης και της εξοικείωσης των πολιτών με τις κατευθύνσεις και τις ευκαιρίες που παρέχει το ΠΑΑ, συμβάλλει καθοριστικά στην απρόσκοπτη υλοποίηση της νέας πολιτικής για την αγροτική ανάπτυξη της Ελλάδας. Συγχρόνως, επιτυγχάνεται η ανάδειξη της οικονομικής και κοινωνικής ωφέλειας των πολιτικών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, καθώς και της συνεισφοράς της Κοινότητας στην προώθηση και εφαρμογή των Εθνικών Στρατηγικών Σχεδίων Αγροτικής Ανάπτυξης.

Μέσα από τη Στρατηγική Επικοινωνίας επιδιώκεται η ευαισθητοποίηση και η κινητοποίηση των ομάδων-στόχου προκειμένου να αναλάβουν ενεργό ρόλο ως προς την αξιοποίηση των αναπτυξιακών δυνατοτήτων του ΠΑΑ.

Ειδικότερα, η Στρατηγική Επικοινωνίας ορίζει το ολοκληρωμένο σύνολο δραστηριοτήτων και εργαλείων σε αντιστοιχία με τους προς επίτευξη στόχους και το στοχοθετούμενο κοινό και περιλαμβάνει όλες τις επιμέρους στρατηγικές επιλογές επικοινωνίας. Η χάραξη της έχει καθοριστεί με βάση την ήδη αποκτηθείσα εμπειρία, καθώς και τις νέες επιδιώξεις.

Κεντρικό στοιχείο της στρατηγικής είναι η ενοποίηση της επικοινωνίας όσον αφορά στα μηνύματα, την εικόνα και το ύφος, το οποίο θα είναι επεξηγηματικό με περιεχόμενο ουσίας, αντιληπτό από το μέσο πολίτη και κάθε επιμέρους κοινό-στόχου.

Με την επικοινωνιακή στρατηγική τηρούνται οι ακόλουθες προϋποθέσεις:

- ✓ Η καθαρότητα των στόχων, οι οποίοι είναι μετρήσιμοι, παρουσιαζόμενοι ποσοτικά και ποιοτικά.
- ✓ Η σαφήνεια του επικοινωνιακού «μείγματος».
- ✓ Ο καθορισμός του στοχοθετούμενου κοινού και ο προσδιορισμός όλων των ομάδων, ειδικών και γενικών, στις οποίες απευθύνονται οι ενέργειες πληροφόρησης και δημοσιότητας.
- ✓ Η ομοιογένεια και η συνέργια των προτεινόμενων ενεργειών.
- ✓ Ο καθορισμός «προτεραιοτήτων» που κατευθύνουν τον αριθμό και το χρονικό ορίζοντα των ενεργειών που απαιτούνται για την υλοποίηση των στόχων.
- ✓ Η δυνατότητα συνεχούς αξιολόγησης καθ' όλη τη διάρκεια του Προγράμματος για τυχόν διορθωτικές παρεμβάσεις ή ενέργειες.
- ✓ Η σωστή κατανομή των διαθέσιμων πόρων.
- ✓ Η χρήση σταθερών εικαστικών και ρητορικών στοιχείων και μηνυμάτων.
- ✓ Η συμπληρωματικότητα και η εναρμόνιση με αντίστοιχες ενέργειες αναπτυξιακών προγραμμάτων και των άλλων κοινωνικών εταίρων δικαιούχων παρεμφερών δράσεων.
- ✓ Η σύνδεση με τη σύγχρονη κοινωνική και οικονομική πραγματικότητα της χώρας.

- ✓ Η εμπλοκή και η ενεργή συμμετοχή του κοινού στις προτεινόμενες ενέργειες αντί της παθητικής προσέγγισής του.
- ✓ Το ενημερωτικό έντυπο και ηλεκτρονικό υλικό να είναι εύληπτο και φιλικό.
- ✓ Η αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών της επικοινωνίας και της πληροφόρησης.
- ✓ Η αξιοποίηση καλών πρακτικών από τις χρηματοδοτούμενες δράσεις του ΠΑΑ.
- ✓ Η επιλογή κατάλληλων μεθόδων μέτρησης της αποτελεσματικότητας ώστε να ανταποκρίνονται πλήρως στους στόχους που έχουν τεθεί. Προτείνονται αξιόπιστοι και άμεσοι μηχανισμοί αξιολόγησης και περιγράφεται συγκεκριμένα η διαδικασία επίτευξης των επιθυμητών επικοινωνιακών αποτελεσμάτων (καθορισμός μεταβλητών μέτρησης της αποτελεσματικότητας), ώστε κατά την υλοποίηση, αλλά και μετά την ολοκλήρωση της κάθε ενέργειας να είναι δυνατή η αποτίμηση των αποτελεσμάτων, τα οποία θα συγκρίνονται με τους αρχικούς στόχους.

A.I.1 Αντικείμενο & Στρατηγικοί Στόχοι Επικοινωνίας

Αντικείμενο του Επικοινωνιακού σχεδιασμού είναι η εκπόνηση και υλοποίηση ενός ολοκληρωμένου προγράμματος ενεργειών δημοσιότητας και προβολής για τις δράσεις του Προγράμματος Αγροτικής Ανάπτυξης της Ελλάδας 2007-2013 (ΠΑΑ) «Αλέξανδρος Μπαλατζής».

Η διαμόρφωση ενός αποτελεσματικού επικοινωνιακού προγράμματος προϋποθέτει την ύπαρξη ξεκάθαρων επικοινωνιακών στόχων -γενικών και ειδικών- που πρέπει να επιτευχθούν μέσα από αυτό.

Οι γενικοί επικοινωνιακοί στόχοι των μέτρων ενημέρωσης και δημοσιότητας είναι οι εξής:

Στόχος Α: Η εξασφάλιση της μέγιστης δυνατής διαφάνειας των δράσεων του ΠΑΑ, η μεγαλύτερη δυνατή κινητοποίηση των φορέων του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα, των οικονομικών και κοινωνικών εταίρων, των μη κυβερνητικών οργανώσεων και η μεγαλύτερη δυνατή ενημέρωση και ευαισθητοποίηση των δυνητικά ωφελούμενων για την πλήρη και αποτελεσματική αξιοποίηση των ευκαιριών που παρέχουν οι δράσεις του Προγράμματος.

Στόχος Β: Η ενημέρωση της ευρύτερης κοινής γνώμης (τόσο της ελληνικής όσο και της ευρωπαϊκής) για τις παρεμβάσεις του ΠΑΑ, τις δυνατότητες, τα οφέλη και τις επενέργειές τους στην ελληνική οικονομία και τον πληθυσμό με ένα σύνολο αλληλοσυμπληρούμενων δράσεων σε όλους τους τομείς και τις γεωγραφικές περιφέρειες της χώρας. Επίσης, στόχος είναι η ενημέρωση για το ρόλο που διαδραματίζει η Ευρωπαϊκή Ένωση στην πραγματοποίηση του Προγράμματος.

Συνεπώς, οι **ειδικοί επικοινωνιακοί στόχοι** διαμορφώνονται ως εξής:

- μεγαλύτερη δυνατή ενημέρωση και ευαισθητοποίηση όλων των ενδιαφερομένων, αλλά και της κοινής γνώμης, σε κεντρικό και περιφερειακό επίπεδο, για τους σκοπούς, τις κατευθύνσεις, τις παρεμβάσεις και τα αποτελέσματα του ΠΑΑ,
- άμεση, έγκυρη και τεκμηριωμένη πληροφόρηση των δυνητικά ωφελούμενων, αλλά και του ευρύτερου κοινού για τις δυνατότητες, τα οφέλη και τις θετικές επιδράσεις που θα προκύψουν στην ελληνική οικονομία και τον τοπικό πληθυσμό μέσα από ένα σύνολο αλληλοσυμπληρούμενων δράσεων σε όλους τους τομείς και τις γεωγραφικές περιφέρειες της χώρας μας,
- σταδιακή αύξηση της αναγνωρισιμότητας του Προγράμματος και δημιουργία θετικού κλίματος για την αποδοχή του, ώστε να κινητοποιηθούν οι ενδιαφερόμενοι για την πλήρη και αποτελεσματική αξιοποίηση των ευκαιριών που παρέχουν οι δράσεις του,
- διαμόρφωση ενιαίας ταυτότητας για την προβολή των δράσεων του Προγράμματος, ώστε να γίνει διακριτό και αναγνωρίσιμο στο ευρύ κοινό ως ενιαίο σύνολο παρεμβάσεων που αποσκοπούν στη βιώσιμη ανάπτυξη και στήριξη του αγροτικού τομέα,
- «αποκωδικοποίηση» του τεχνοκρατικού χαρακτήρα του Προγράμματος και «μετάφραση» του σε ένα απλό και κατανοητό μήνυμα για κάθε αποδέκτη,

- ενημέρωση για τα σημαντικά στάδια υλοποίησης του Προγράμματος -έναρξη, εξέλιξη, επιτυχημένες εφαρμογές, αποτελέσματα- προβολή και ανάδειξη της οικονομικής και κοινωνικής ωφέλειας των δράσεων του Προγράμματος, προκειμένου να δημιουργηθεί αυξημένη ζήτηση για συμμετοχή στις δράσεις του,
- προβολή των ευρύτερων δραστηριοτήτων του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων μέσα από τη χρήση σύγχρονων και αποτελεσματικών μέσων και τεχνικών πληροφόρησης,
- ανάδειξη επιτυχημένων εφαρμογών και αποτελεσμάτων στην ελληνική γεωργία και ενίσχυση της ευρείας διάδοσης «καλών πρακτικών» στο πλαίσιο του ΠΑΑ, μέσω στοχευμένων δράσεων διάχυσης.

A.1.2 Ομάδες-Στόχου

Τα κύρια στοχοθετούμενα κοινά (target-group) για τις παρεμβάσεις και τις επιμέρους δράσεις που υλοποιούνται στο πλαίσιο του Προγράμματος Αγροτικής Ανάπτυξης της Ελλάδας 2007-2013 (ΠΑΑ) «Αλέξανδρος Μπαλτατζής», ανήκουν σε μια ευρύτατη ομάδα αποδεκτών, η οποία μπορεί να διακριθεί σε 3 βασικές κατηγορίες.

Στις κατηγορίες αυτές περιλαμβάνονται τόσο δυνητικοί δικαιούχοι, όσο και αποδέκτες των δράσεων του ΠΑΑ.

Στην **1η κατηγορία** ανήκουν οι **άμεσα ωφελούμενοι**, δηλαδή οι δυνητικοί Δικαιούχοι, αλλά και αποδέκτες των δράσεων του ΠΑΑ, ως άμεσα ενδιαφερόμενοι για την ένταξη στις δράσεις του Προγράμματος:

- **Αρχηγοί γεωργικών εκμεταλλεύσεων**, ως άμεσοι αποδέκτες της στήριξης των δράσεων των επενδύσεων στις γεωργικές εκμεταλλεύσεις, εφόσον τους δίνεται η ευκαιρία να αξιοποιήσουν τις δυνατότητες που παρέχονται μέσα από τις παρεμβάσεις και τις δράσεις του ΠΑΑ και οι οποίες συμβάλλουν στην ενίσχυση των ανταγωνιστικών τους πλεονεκτημάτων.
- **Επιχειρήσεις** κάθε νομικής μορφής στον τομέα της πρώτης μεταποίησης και εμπορίας γεωργικών προϊόντων, καθώς και πολύ μικρές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην υλοτόμηση, μεταποίηση και εμπορία των δασοκομικών προϊόντων, ως άμεσα ενδιαφερόμενοι, καθώς, μέσα από τις δράσεις του Προγράμματος, παρέχονται νέες ευκαιρίες και διευρυμένες δυνατότητες βιώσιμης ανάπτυξης, με αποτέλεσμα να αναβαθμίζονται και να βελτιώνονται οι επιχειρηματικές τους δραστηριότητες, και να ενισχύεται η ανταγωνιστικότητά τους, ενώ, επιπροσθέτως, διατηρούνται οι υπάρχουσες, αλλά και δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας.
- **Νέοι** ηλικίας μικρότερης των 40 ετών, που ενδιαφέρονται να μπουν στον κλάδο και οι οποίοι, αξιοποιώντας τις σημαντικές οικονομικές ευκαιρίες που προκύπτουν από το Πρόγραμμα, μπορούν να λάβουν πολύτιμη χρηματική ενίσχυση και ουσιαστική υποστήριξη για την έναρξη άσκησης της επαγγελματικής τους δραστηριότητας ως «γεωργών», προκειμένου να ανταποκριθούν με καλύτερους όρους στις προκλήσεις της ανταγωνιστικής οικονομίας, ιδιαίτερα σε μια περίοδο έντονης ανασφάλειας και αβεβαιότητας λόγω των δυσμενών συνεπειών της οικονομικής κρίσης.
- **Άτυπες ομάδες παραγωγών**, που δραστηριοποιούνται στο χώρο της ποιότητας τροφίμων, καθώς και της προβολής και προώθησης γεωργικών προϊόντων, στηρίζοντας κυρίως την ποιοτική παραγωγή, τις πρότυπες καλλιέργειες σύμφωνα με τις αρχές της αειφορίας και τα τοπικά εκλεκτά προϊόντα και, ως εκ τούτου, επιζητούν αφενός ευρεία ενημέρωση σχετικά με νέες αγορές και αποτελεσματικούς τρόπους τοποθέτησης των προϊόντων, και αφετέρου έγκριτη πληροφόρηση όσον αφορά στους κανόνες πρόσβασης στη χρηματοδότηση του Προγράμματος, ώστε να λάβουν σημαντική υποστήριξη στην προσπάθεια διεύρυνσης των δραστηριοτήτων τους.
- **Γεωργοί** που εφαρμόζουν προγράμματα στο χώρο της βελτίωσης του περιβάλλοντος (διαχείριση υδάτων, εδάφους, βιοποικιλότητας, αλλαγών κλίματος, υγιεινή ανθρώπων, ζώων φυτών, καλή διαβίωση των ζώων, ασφάλεια στην εργασία

κ.ά.) και, συνεπώς, έχουν ανάγκη έγκυρης ενημέρωσης για τις νέες δυνατότητες που παρέχει το ΠΑΑ, προκειμένου να λάβουν άμεση και ουσιαστική υποστήριξη στο δύσκολο έργο που έχουν αναλάβει, το οποίο αφορά, κατά βάση, στην προώθηση πρότυπων παραδειγμάτων βιώσιμης ανάπτυξης και στη διάχυση «καλών πρακτικών» στο κλάδο τους.

- **Ο αγροτικός πληθυσμός** των περιοχών εφαρμογής των Μέτρων που αφορούν στη διαφοροποίηση της αγροτικής οικονομίας και στην προσέγγιση Leader, και ιδιαίτερα ο οικονομικά ενεργός πληθυσμός των περιοχών αυτών, για τη μεγαλύτερη δυνατή κατανοήση της ωφέλειας που προκύπτει από τις δράσεις του Προγράμματος, ώστε να παρακινηθεί και να υλοποιήσει επενδύσεις:
 - Διαφοροποίησης προς μη γεωργικές δραστηριότητες (γεωργοί)
 - Δημιουργίας και ανάπτυξης πολύ μικρών επιχειρήσεων
 - Διατήρησης και αναβάθμισης της αγροτικής κληρονομιάς
 - Δημιουργίας τουριστικών δραστηριοτήτων
 - Ανακαίνισης χωριών
 - Μικρών δημόσιων έργων (υποδομές και υπηρεσίες).
- **Πιστοποιημένοι Φορείς Κατάρτισης**, οι οποίοι γνωρίζουν στην πράξη ότι τα αναπτυξιακά προγράμματα αποτελούν πολύτιμο «εργαλείο» και μοχλό στήριξης του έργου τους και γι' αυτό εκδηλώνουν έντονο ενδιαφέρον για την αξιοποίηση των δυνατοτήτων που προκύπτουν.

Στη **2η κατηγορία** που αφορά στους **έμμεσα ωφελούμενους**, εντάσσεται μία σημαντική κατηγορία Δικαιούχων που είναι οι εξής:

- **Καταριζόμενοι, μαθητές, φοιτητές, επιστήμονες, ερευνητές, αλλά και γενικά κάθε ενδιαφερόμενος**, προκειμένου να τους μεταδοθεί η βεβαιότητα της αυξημένης δυνατότητας πρόσβασης σε πληροφόρηση και θεματολογία που αφορά στον αγροτικό χώρο αλλά και την πρωτογενή παραγωγή, ενώ, παράλληλα, να τους προκληθεί έντονο ενδιαφέρον ώστε να κινητοποιηθούν και να αποκομίσουν τα πολύ σημαντικά οφέλη όσον αφορά κυρίως στη διεκδίκηση της επαγγελματικής τους εξέλιξης, αλλά και στη μείωση της πιθανότητας αποκλεισμού από την αγορά εργασίας.
- **Παραγωγοί, επιχειρήσεις, αλλά και καταναλωτές**, ώστε να ευαισθητοποιηθούν και να κατανοήσουν την υψηλή προστιθέμενη αξία που δημιουργεί η προώθηση δράσεων ευρύτερης κοινωνικής ωφέλειας μέσω του εν λόγω Προγράμματος, καθώς θα ωφεληθούν έμμεσα από την ανάπτυξη νέων τεχνικών για τη φιλική προς το περιβάλλον και τη δημόσια υγεία φυτοπροστασία, αλλά και τον εκσυγχρονισμό μεγάλων υποδομών.
- **Κτηνοτρόφοι** για την υποστήριξη της - άμεσης και με ευνοϊκούς όρους - ένταξης και προσαρμογής τους σε μια άκρως ανταγωνιστική αγορά, μέσω της παραγωγής και χρησιμοποίησης του κατάλληλου για την κάθε περιοχή ζωικού αναπαραγωγικού κεφαλαίου.
- **Κάτοικοι των περιοχών εφαρμογής των έργων** για την ορθή διαχείριση των υδατικών πόρων, των έργων εγγείων βελτιώσεων, της παροχής βασικών υπηρεσιών προς τον αγροτικό πληθυσμό, της ανακαίνισης των χωριών, αλλά και των έργων για τη βελτίωση της αγροτικής υποδομής.
- **Αγροτικός πληθυσμός και λοιπός πληθυσμός της χώρας**, ως αποδέκτες ενημέρωσης για πρωτοβουλίες με ευρύτερη κοινωνική απήχηση, αλλά και ως «επιταχυντές» διάχυσης της αποκτηθείσας γνώσης και πληροφορίας, ώστε να γίνουν «κοινωνοί» των παρεμβάσεων που προωθούνται μέσω του ΠΑΑ, προκειμένου να αξιοποιήσουν τις ευκαιρίες που προσφέρονται από την αύξηση της ποσότητας, τη βελτίωση της ποιότητας και της αποτελεσματικότητας των επενδύσεων στον αγροτικό τομέα.

Στην **3η κατηγορία**, λόγω της μεγάλης γεωγραφικής διασποράς των ανωτέρω ομάδων-στόχου (άμεσα και έμμεσα ωφελουμένων), που καλύπτουν ουσιαστικά το σύνολο της Ελληνικής Επικράτειας, ανήκει **το σύνολο των δημόσιων αρχών και των τριών επιπέδων διοίκησης** (τοπική και περιφερειακή αυτοδιοίκηση, κεντρική διοίκηση), αλλά και των εμπλεκόμενων φορέων υλοποίησης.

Η συγκεκριμένη κατηγορία αποτελείται, δηλαδή, από τους «**εταίρους αγροτικής ανάπτυξης**», έτσι όπως ορίζονται σε ειδική ενότητα στο ΠΑΑ και επιδιώκεται να λάβουν ακόμη πιο ενεργό ρόλο, καθώς είναι σε θέση, μέσα από την αποκτηθείσα εμπειρία, να ενισχύσουν την προβολή του Ευρωπαϊκού Γεωργικού Ταμείου Αγροτικής Ανάπτυξης με την παρουσίαση «καλών πρακτικών» και θετικών αποτελεσμάτων, επιτυγχάνοντας ταυτόχρονα στοχευμένη διάχυση της πληροφορίας για τις κοινωνικές και οικονομικές ωφέλειες του Προγράμματος Αγροτικής Ανάπτυξης της Ελλάδας 2007-2013 (ΠΑΑ) «Αλέξανδρος Μπαλαταζής».

Οι εταίροι αυτοί είναι οι πλέον αντιπροσωπευτικοί στην οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική σφαίρα της δημόσιας ζωής, τόσο σε εθνικό, όσο και σε περιφερειακό και τοπικό επίπεδο.

- **Αυτοδιοίκηση και φορείς της, Περιφερειάρχες και Διαχειριστικές Υπηρεσίες των Περιφερειών:** αφενός διότι έχουν λειτουργήσει ως τελικοί δικαιούχοι και είναι εξοικειωμένοι με τη φύση των συγχρηματοδοτούμενων δράσεων και, κατά συνέπεια, δύνανται να προβάλουν πιο αποτελεσματικά τις δυνατότητες και τα οφέλη που προκύπτουν από το ΠΑΑ, και αφετέρου διότι είναι το πλέον κατάλληλο κανάλι επικοινωνίας για την ενημέρωση και κινητοποίηση των τοπικών κοινωνιών, ώστε να επιτευχθεί διάχυση πληροφόρησης σχετικά με τους σκοπούς, τις κατευθύνσεις, τις προτεραιότητες και τις δράσεις του Προγράμματος, όχι μόνο σε κεντρικό, αλλά και σε περιφερειακό και τοπικό επίπεδο.
- **Κεντρική Διοίκηση (Υπουργεία και Υπηρεσίες τους):** για την άμεση εμπλοκή και ουσιαστική συμβολή των Δημόσιων Αρχών και Υπηρεσιών τους στην προώθηση αναπτυξιακών παρεμβάσεων, αλλά και όντας αρμόδιες να υποστηρίξουν και να μεταδώσουν τα οφέλη από την ανάπτυξη δράσεων στο πλαίσιο του Προγράμματος και ικανές να διαχύσουν τις δυνατότητες αξιοποίησης των θετικών αποτελεσμάτων του.
- **Κοινωνικοί και οικονομικοί εταίροι, όπως επιμελητήρια, επαγγελματικές οργανώσεις, συλλογικοί φορείς εκπροσώπησης (επιχειρηματικοί & κοινωνικοί), περιβαλλοντικές οργανώσεις, ΜΚΟ, συναφή Τμήματα Πανεπιστημίων:** που μπορούν να συμβάλλουν ενεργά στην αξιοποίηση στρατηγικών συνεργιών και στην εξασφάλιση συμπληρωματικότητας ενεργειών πληροφόρησης και δημοσιότητας, ενώ συγχρόνως επηρεάζουν το περιεχόμενο και τον τρόπο εφαρμογής των πολιτικών, στις οποίες θα επιδιωχθεί να έχουν αυξημένο αντίκτυπο τα αποτελέσματα του Προγράμματος.

Οι εταίροι αυτοί είναι οι πλέον αντιπροσωπευτικοί στην οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική σφαίρα της δημόσιας ζωής, τόσο σε εθνικό, όσο και σε περιφερειακό και τοπικό επίπεδο.

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

- Εκπρόσωποι του Τύπου και των Μ.Μ.Ε., που λειτουργούν ως πολλαπλασιαστές των μηνυμάτων και των ωφελημάτων που προκύπτουν από την προώθηση των δράσεων του ΠΑΑ, καθώς και ως συνδιαμορφωτές της διακριτής επικοινωνιακής ταυτότητας του Προγράμματος, αλλά και ως διαμεσολαβητές για την εξασφάλιση της μέγιστης δυνατής συμμετοχής σε εκδηλώσεις και ενέργειες δημοσιότητας σχετικές με το Πρόγραμμα. Έμφαση θα δοθεί και στα περιφερειακά ΜΜΕ για πιο άμεση προσέγγιση των τοπικών κοινωνιών.

- Ειδικοί, επιστήμονες και στελέχη κοινής αποδοχής.

Για την επιτυχημένη προβολή και δημοσιότητα των δράσεων του ΠΑΑ, όλες οι ανωτέρω κατηγορίες είναι σημαντικό να ταξινομηθούν σε επιμέρους κατηγορίες ως εξής:

- Άμεσα ενδιαφερόμενοι για ένταξη στις δράσεις του Προγράμματος,
- Εμπλεκόμενοι φορείς υλοποίησης,
- Συλλογικοί φορείς εκπροσώπησης (επιχειρηματικοί, κοινωνικοί) των εν δυνάμει τελικών αποδεκτών των δράσεων του Προγράμματος,
- Περιβαλλοντικές οργανώσεις, οργανισμοί για την προώθηση της ισότητας των δύο φύλλων και των μη διακρίσεων,
- Ευρύ κοινό.

Οι κατηγορίες αυτές του στοχοθετούμενου κοινού αποτελούν τους βασικούς αποδέκτες των ενεργειών επικοινωνίας και δημοσιότητας για τις δράσεις του ΠΑΑ.

A.1.3 Στόχοι Επικοινωνίας ανά Ομάδα-Στόχου

Είναι καθοριστικής σημασίας η σύνδεση των επικοινωνιακών στόχων με το στοχοθετούμενο κοινό, ώστε να αναδειχθεί ο ξεχωριστός ρόλος της κάθε κατηγορίας κοινού.

Οι στόχοι επικοινωνίας διαφέρουν ανά στοχοθετούμενο κοινό:

Ομάδες-Στόχου	Στόχοι Επικοινωνίας	Επιθυμητό Αποτέλεσμα ανά Ομάδα-Στόχου
Δυνητικοί Δικαιούχοι	<ul style="list-style-type: none"> - Ευρεία διάδοση του Προγράμματος με κατάλληλη προσαρμογή της πληροφόρησης ανά περίπτωση. - Προβολή έργων και δράσεων άμεσου ενδιαφέροντος. - Σαφής και λεπτομερής πληροφόρηση σχετικά με τις ευκαιρίες χρηματοδότησης, τη διαδικασία και τους όρους επιλεξιμότητας. - Γνώση και εύκολη συμμετοχή σε κάθε ενέργεια περιφερειακής/τοπικής εμβέλειας. - Παρακίνηση για συμμετοχή στις δράσεις του Προγράμματος. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ενδιαφέρον για περισσότερη πληροφόρηση. - Αναζήτηση χρηστικής πληροφόρησης και οδηγιών για την αξιοποίηση ευκαιριών. - Χρήση της πληροφορίας για την αξιοποίηση ευκαιριών. - Αναζήτηση προκηρύξεων για έργα και δράσεις άμεσου ενδιαφέροντος. - Ενεργή συμμετοχή σε εκδηλώσεις και δράσεις σχετικές με το Πρόγραμμα.
Δικαιούχοι	<ul style="list-style-type: none"> - Ανάδειξη πρότυπων παραδειγμάτων και «καλών πρακτικών» από διενεργούμενες δράσεις του Προγράμματος. - Σαφής, λεπτομερής και συνεχής ενημέρωση σχετικά με τις υποχρεώσεις και τα δικαιώματα που απορρέουν από την εξασφάλιση χρηματοδότησης. - Ενημέρωση και δέσμευση σχετικά με την τήρηση αρχών δημοσιότητας. - Προβολή της διαφάνειας στον τρόπο επιλογής των δράσεων που χρηματοδοτούνται. - Εδραίωση του μηνύματος της από κοινού συνεισφοράς της Ευρωπαϊκής Ένωσης και 	<ul style="list-style-type: none"> - Διάχυση της πληροφόρησης. - Συμμετοχή σε εκδηλώσεις και δράσεις σχετικές με το Πρόγραμμα. - Ανάδειξη «καλών πρακτικών» από το Πρόγραμμα.

	της Ελλάδας.	
<p>Δημόσιες Κεντρικές, Περιφερειακές και Τοπικές Αρχές</p> <p>Αυτοδιοίκηση και Φορείς της</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Εμπλοκή του συνόλου του στελεχειακού δυναμικού της Δημόσιας Διοίκησης στον τομέα της Αγροτικής Ανάπτυξης. - Αξιοποίηση δράσεων του Προγράμματος, ενημέρωση και κινητοποίηση των τοπικών κοινωνιών μέσω των φορέων της Αυτοδιοίκησης. - Ενημέρωση σχετικά με την πρόοδο υλοποίησης των έργων και την απορρόφηση των πόρων του Προγράμματος. - Εξασφάλιση συμπληρωματικότητας ενεργειών πληροφόρησης και δημοσιότητας. 	<ul style="list-style-type: none"> - Κατανόηση των στόχων και της στρατηγικής του Προγράμματος, καθώς και της ωφέλειας που προκύπτει από τις δράσεις του. - Διάθεση στήριξης. - Διάχυση πληροφόρησης σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο. - Διάχυση πληροφόρησης για το ρόλο του Προγράμματος στο θεσμικό περίγυρο.
<p>Επαγγελματικές Οργανώσεις, Επιμελητήρια, Οργανισμοί που εκπροσωπούν επιχειρήσεις, Κλαδικές Ενώσεις, αναπτυξιακοί Φορείς, Εκπαιδευτικά ιδρύματα, κ.ά.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Εξασφάλιση ενημέρωσης και κινητοποίησης των φορέων και μελών ευθύνης τους, κατά περίπτωση. - Εξασφάλιση συμπληρωματικότητας και συνέργιας για την πληροφόρηση και την ενημέρωση. 	<ul style="list-style-type: none"> - Κατανόηση των στόχων και της στρατηγικής του Προγράμματος, καθώς και της ωφέλειας που προκύπτει από τις δράσεις του. - Διάθεση στήριξης. - Διάχυση πληροφόρησης.
<p>Οικονομικοί και Κοινωνικοί Εταίροι</p> <p>Αντιπροσωπευτικοί Φορείς Κοινωνικού Τομέα, ΜΚΟ, κ.ά.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Πληροφόρηση και αξιοποίηση όλων των δυνατών στρατηγικών συνεργιών με τους διάφορους εταίρους. - Ευρεία διάδοση του Προγράμματος, με κατάλληλη προσαρμογή της πληροφόρησης ανά περίπτωση. - Αξιοποίηση όλων των δυνατών στρατηγικών συνεργιών με τους διάφορους εταίρους. - Προβολή της διαφάνειας στον τρόπο επιλογής των δράσεων που χρηματοδοτούνται. - Εδραίωση του μηνύματος της από κοινού συνεισφοράς της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της Ελλάδας. 	<ul style="list-style-type: none"> - Διάθεση στήριξης. - Ενεργή συμμετοχή σε εκδηλώσεις και δράσεις σχετικές με το Πρόγραμμα. - Διάχυση πληροφόρησης για το ρόλο του Προγράμματος. - Κατανόηση της προστιθέμενης αξίας που δημιουργεί η από κοινού συνεισφορά της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της Ελλάδας.
<p>Ευρύ Κοινό</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Δημιουργία και προβολή διακριτής ταυτότητας για το Πρόγραμμα. - Προβολή των επιμέρους αξόνων, έργων και δράσεων του Προγράμματος, μέσω πρότυπων παραδειγμάτων. - Προβολή των αποτελεσμάτων και των κοινωνικών και οικονομικών επιπτώσεων του Προγράμματος. - Προβολή της διαφάνειας στον τρόπο επιλογής των δράσεων που χρηματοδοτούνται. - Εδραίωση του μηνύματος της από κοινού συνεισφοράς της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της Ελλάδας. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ενδιαφέρον για περισσότερη πληροφόρηση. - Διάχυση πληροφόρησης στον περίγυρο. - Συμμετοχή σε εκδηλώσεις και δράσεις σχετικές με το Πρόγραμμα. - Κατανόηση των στόχων και της στρατηγικής του Προγράμματος, καθώς και της ωφέλειας που προκύπτει από τις δράσεις του. - Κατανόηση της προστιθέμενης αξίας που δημιουργεί η από κοινού συνεισφορά της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της Ελλάδας.
<p>Διαμορφωτές Κοινής Γνώμης - MME</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Προβολή της διακριτής ταυτότητας για το Πρόγραμμα. - Τακτική τροφοδότηση των μέσων με ενδιαφέρουσες ειδήσεις για το Πρόγραμμα (προκηρύξεις, εντάξεις, πορεία, οφέλη, αποτελέσματα, κλπ). - Κατηγοριοποίηση των ειδήσεων και προβολή τους στα κατάλληλα μέσα (τοπικής ή εθνικής 	<ul style="list-style-type: none"> - Διάχυση πληροφόρησης. - Διάθεση στήριξης. - Ενεργή συμμετοχή σε εκδηλώσεις και δράσεις σχετικές με το Πρόγραμμα (κυρίως στις Συνεντεύξεις Τύπου). - Διάχυση των αποτελεσμάτων από την υλοποίηση του Προγράμματος.

	<p>εμβέλειας).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Συμμετοχή των ΜΜΕ σε εκδηλώσεις και δράσεις σχετικές με το Πρόγραμμα (κυρίως στις Συνεντεύξεις Τύπου). - Προβολή των αποτελεσμάτων και επιπτώσεων από την υλοποίηση του Προγράμματος. - Προβολή «καλών πρακτικών» από τις διενεργούμενες δράσεις του Προγράμματος. - Προβολή της διαφάνειας στον τρόπο επιλογής των δράσεων που χρηματοδοτούνται. - Εδραίωση του μηνύματος της από κοινού συνεισφοράς της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της Ελλάδας. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ανάδειξη «καλών πρακτικών» από τις διενεργούμενες δράσεις του Προγράμματος.
<p>Ειδικές Κοινωνικές Ομάδες Ευπαθείς Ομάδες Πληθυσμού Νέοι & Νέες Κάτοικοι ορεινών – μειονεκτικών και νησιωτικών περιοχών</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Προβολή έργων και δράσεων άμεσου ενδιαφέροντος. - Ενημέρωση, ευαισθητοποίηση – δημιουργία ζήτησης για τις δράσεις του Προγράμματος. - Χρηστική πληροφόρηση και αξιοποίηση ευκαιριών. - Αποπεριθωριοποίηση και ενθάρρυνση για συμμετοχή. 	<ul style="list-style-type: none"> - Αίσθημα ισότιμης συμμετοχής. - Ενδιαφέρον για περισσότερη πληροφόρηση. - Διάχυση πληροφόρησης στον περίγυρο. - Αναζήτηση χρηστικής πληροφόρησης και οδηγιών για την αξιοποίηση ευκαιριών.

A.I.4 Γενικό Πλαίσιο και Αρχές Επικοινωνιακής Στρατηγικής

Η αποσαφήνιση και ο καθορισμός του γενικού πλαισίου, καθώς και ο ακριβής προσδιορισμός των βασικών αρχών της επικοινωνιακής στρατηγικής οδηγούν στην επίτευξη του επιθυμητού αποτελέσματος.

Το γενικό πλαίσιο της Στρατηγικής περιλαμβάνει τα ακόλουθα κύρια στάδια:

- ✓ **Δημοσιοποίηση** και **γνωστοποίηση** των δράσεων του ΠΑΑ,
- ✓ **Ενημέρωση** των ενδιαφερομένων, αλλά και της κοινής γνώμης για τις δυνατότητες και τα οφέλη που προκύπτουν,
- ✓ **Προσέλκυση** των ομάδων-στόχου για ευρεία αξιοποίηση των ευκαιριών,
- ✓ **Ευαισθητοποίηση** και **κινητοποίηση** των ενδιαφερομένων (φορέων, επιχειρήσεων, ΜΜΕ, κοινωνικών και οικονομικών εταίρων, κ.ά.),
- ✓ **Μεταβολή και διαφοροποίηση της συμπεριφοράς** του στοχοθετούμενου κοινού και **θετική ανταπόκριση** της κοινής γνώμης.

Κεντρικός άξονας είναι να εμπεδωθεί στη συνείδηση του στοχοθετούμενου κοινού ότι οι παρεμβάσεις του ΠΑΑ συμβάλλουν στην προώθηση καινοτόμων δράσεων με πολλαπλασιαστικά αποτελέσματα στην οικονομική ανάπτυξη και την κοινωνική συνοχή.

Καθίσταται σαφές ότι η κοινωνική αποδοχή, καθώς και η ενεργοποίηση των ομάδων-στόχου αποτελούν τους βασικούς στρατηγικούς πυλώνες Επικοινωνίας, με απώτερη κατάληξη την εμπέδωση δεσμών εμπιστοσύνης μεταξύ του Προγράμματος και των πολιτών.

Η επικοινωνιακή στρατηγική διέπεται από κανόνες και αρχές που συμβάλλουν στην καλύτερη κατανόηση των επικοινωνιακών μηνυμάτων και είναι οι εξής:

- Πολυεπίπεδη επικοινωνία, κατάλληλα συνδυαζόμενη και συνεκτικά δομημένη ανάλογα με την εκάστοτε ομάδα-στόχου.

- Ενιαία εικαστική ταυτότητα και μηνύματα που γίνονται γνώριμα με την πάροδο του χρόνου και ταυτίζονται με το ΠΑΑ. Η διαμόρφωση ενιαίας εικαστικής ταυτότητας του Προγράμματος, επιτρέπει τη μεγιστοποίηση της αναγνωρισιμότητάς του από το ευρύ κοινό.
- Ενιαία γλώσσα επικοινωνίας, επιμονή και επαναληψιμότητα των λέξεων κλειδιά.
- Διασφάλιση έγκυρης και έγκαιρης επικοινωνίας.
- Δημιουργία κατάλληλου μηχανισμού διάχυσης της επικοινωνίας, ώστε να επιτυγχάνεται επικοινωνιακή ανταλλαγή πληροφοριών.
- Κλιμάκωση της έντασης της επικοινωνίας ανάλογα με την εξέλιξη του Προγράμματος.
- Συντονισμός των ενεργειών επικοινωνίας, ώστε να συμπίπτουν με σημαντικά γεγονότα, δραστηριότητες και αποτελέσματα του Προγράμματος.
- Αξιοποίηση των υφιστάμενων συστημάτων άντλησης πληροφοριών, μηχανισμών και ευκαιριών επικοινωνίας.

Στη βάση των παραπάνω αρχών και κανόνων της επικοινωνιακής στρατηγικής, για ένα αποτελεσματικό πρόγραμμα επικοινωνίας και δημοσιότητας πρέπει:

- να επιλεχθούν ενέργειες ομοιογενείς και συνεκτικές που θα έχουν συνέργεια μεταξύ τους και θα εξυπηρετούν τους στόχους των παρεμβάσεων,
- να διαμορφωθούν οι συνθήκες, ώστε να επιτευχθεί η μεγαλύτερη δυνατή ενημέρωση κυρίως ομάδων που βρίσκονται σε μειονεκτική θέση όσον αφορά στην πρόσβαση στην επικοινωνία (εξαιτίας π.χ. χαμηλού μορφωτικού και οικονομικού επιπέδου, κοινωνικού ρατσισμού κλπ.), προκειμένου να εξασφαλιστεί η συμμετοχή τους και να ωφεληθούν από τις δράσεις του Προγράμματος,
- να προβάλλονται τα οφέλη και οι προοπτικές που δημιουργούνται από την επιτυχή υλοποίηση των δράσεων του Προγράμματος για την αναπτυξιακή αναβάθμιση της ελληνικής υπαίθρου,
- να αναδεικνύεται η συμβολή της Ευρωπαϊκής Ένωσης και του Ευρωπαϊκού Γεωργικού Ταμείου Αγροτικής Ανάπτυξης (ΕΓΤΑΑ) στη χρηματοδότηση και στην υποστήριξη των παρεμβάσεων για την αγροτική ανάπτυξη, ως μέρος του ευρύτερου σχεδίου για την πραγματική σύγκλιση, την περιφερειακή ανάπτυξη και την κοινωνική συνοχή στην Ελλάδα,
- να αναγνωρίζεται η κοινή προσπάθεια και συνεργασία των Ελληνικών Αρχών για το σχεδιασμό και την υλοποίηση του Προγράμματος.

Για την επίτευξη ευρείας προβολής και δημοσιότητας, είναι σημαντικό να δοθεί έμφαση στη στοχευμένη αξιοποίηση διεισδυτικών και αξιόπιστων εργαλείων επικοινωνίας με προτεραιότητα:

- την αναβάθμιση του κύρους και της σημασίας των δράσεων του ΠΑΑ,
- τη δημιουργία ενιαίας και δυναμικής εικόνας,
- την εξειδίκευση της σημασίας και των ωφελειών του Προγράμματος, και κυρίως
- την ευαισθητοποίηση και ενεργοποίηση των άμεσα και έμμεσα ενδιαφερομένων ομάδων του πληθυσμού.

A.I.5 Αποτελεσματική Οργάνωση & Εφαρμογή της Στρατηγικής

Για την αποτελεσματική οργάνωση και υλοποίησης της Στρατηγικής απαιτείται η συγκρότηση ενός αποδοτικού μηχανισμού εφαρμογής, παρακολούθησης, μέτρησης και γενικά ελέγχου της προόδου της. Με δεδομένο το μεγάλο χρονικό διάστημα έως το 2013, ο επικοινωνιακός σχεδιασμός πρέπει να είναι δυναμικός και ευέλικτος ώστε να προσαρμόζεται σύμφωνα με τις γενικότερες αλλαγές που είναι δυνατόν να υπάρξουν, τις συνθήκες, τις μετρήσεις, τις επιδράσεις και τα υπόλοιπα στοιχεία που θα καταγράφονται.

Αξιοποίηση συνεργιών, συμπληρωματικότητας και οικονομιών κλίμακας

Η οργάνωση της επικοινωνιακής στρατηγικής πρέπει να γίνεται με τέτοιο τρόπο ώστε να εξασφαλίζεται η μεγιστοποίηση του επικοινωνιακού αποτελέσματος μέσα από την αξιοποίηση συνεργιών, τη συμπληρωματικότητα, τη συνεκτικότητα, τη μέγιστη δυνατή ομοιογένεια, καθώς και τη δυνατότητα συντονισμού, λαμβάνοντας υπόψη τις κατευθύνσεις του ΠΑΑ και τις ενέργειες συνεργαζόμενων φορέων.

Η διάχυση της πληροφορίας είναι πολύπλευρη και απαιτεί τη συνδυασμένη και παράλληλη χρήση αλληλένδετων και συμπληρωματικών μέτρων πληροφόρησης και εργαλείων (καμπάνιες δημοσιότητας στα ΜΜΕ, διοργάνωση εκδηλώσεων, παραγωγή ενημερωτικού υλικού, κλπ.), με έμφαση στη χρήση του αποτελεσματικότερου για την αξιοποίηση και τη μεγιστοποίηση συνεργιών και οικονομιών κλίμακας.

Διασφάλιση της συνέχειας, της ομοιομορφίας και της απλότητας της Επικοινωνίας σε όλες τις φάσεις του Προγράμματος και για κάθε στοχοθετούμενο κοινό.

Η προηγούμενη εμπειρία έχει αποδείξει ότι, για την αποτελεσματική επικοινωνία γύρω από τα συγχρηματοδοτούμενα προγράμματα, η χρήση απλών μηνυμάτων απαλλαγμένων από περιττή πληροφόρηση είναι απαραίτητη, προκειμένου να ενθαρρύνεται η συμμετοχή των ομάδων-στόχου και των πολιτών.

Είναι, επίσης, σημαντικό η πληροφόρηση να είναι συνεχής και σταθερή για όλες τις φάσεις του Προγράμματος, από την προκήρυξη, την εξέλιξη έως και την ολοκλήρωσή του.

Στοχευμένη πληροφόρηση ανά Ομάδα-στόχου

Η πληροφόρηση πρέπει να είναι στοχευμένη ως προς τις ανάγκες, το βαθμό γνώσης, αλλά και το βαθμό αντίληψης και κατανόησης των διαδικασιών και άλλων παραμέτρων της κάθε ομάδας-στόχου. Συγκεκριμένα και διακριτά μέτρα πληροφόρησης και δημοσιότητας, καθώς και επικοινωνιακά εργαλεία απευθύνονται σε διαφορετικές ομάδες-στόχου. Για την στοχευμένη και αποτελεσματική πληροφόρηση, η προσέγγιση των ομάδων-στόχου σε όλες τις εκφάνσεις της δημοσιότητας είναι σημαντικό να γίνεται με γλώσσα απλή και εύληπτη, αλλά και ύφος που θα συνάδει με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της κάθε ομάδας.

Εύστοχη επιλογή και αποτελεσματική χρήση μέσων και μεθόδων προβολής

Όπως έχει προαναφερθεί, η χάραξη της στρατηγικής επικοινωνίας περιλαμβάνει ένα ολοκληρωμένο σύνολο δραστηριοτήτων και εργαλείων σε αντιστοιχία με τους προς επίτευξη στόχους και το στοχοθετούμενο κοινό και καθορίζεται από την προηγούμενη αποκτηθείσα εμπειρία, αλλά και από τις νέες επιδιώξεις.

Το Σχέδιο Επικοινωνίας προβλέπει τη χρήση διαφορετικών κατηγοριών μέσων και μεθόδων προβολής. Χαρακτηριστικά, αναφέρεται ότι:

- Στην πρώτη κατηγορία ανήκουν όλα τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας (Πανελλαδικής, Περιφερειακής και τοπικής εμβέλειας), όπως είναι οι εφημερίδες, τα περιοδικά, το ραδιόφωνο, η τηλεόραση και το διαδίκτυο.
- Στη δεύτερη κατηγορία ανήκουν οι προωθητικές ενέργειες, όπως είναι η παραγωγή εντύπων, αφισών, ενημερωτικών φυλλαδίων, Δελτίων Τύπου, αρθρογραφία, αναφορών όπου δημοσιεύονται τα αποτελέσματα και η πρόοδος των δράσεων του Προγράμματος, CD-ROMs, κ.ά.
- Στην τρίτη κατηγορία ανήκουν οι ενέργειες άμεσης επικοινωνίας, όπως η συμμετοχή σε Εκθέσεις, Ημερίδες, Συνέδρια, κ.ά., όπου αφενός παρουσιάζονται τα αποτελέσματα από την υλοποίηση των έργων του Προγράμματος, αφετέρου ανακοινώνονται ή προβάλλονται οι παρεμβάσεις και οι δράσεις που χρηματοδοτούνται από το Πρόγραμμα.

Ανάλογα με την κάθε φάση της υλοποίησης του Σχεδίου Επικοινωνίας, εξειδικεύονται τόσο οι ενέργειες όσο και η στρατηγική των μέσων, ανάλογα με τις διαπιστούμενες ανάγκες πληροφόρησης και δημοσιότητας και τα επιδιωκόμενα επικοινωνιακά αποτελέσματα.

Διασφάλιση αντικειμενικότητας, έγκυρης και έγκαιρης πληροφόρησης

Η διασφάλιση της αντικειμενικότητας της έγκυρης και έγκαιρης πληροφόρησης με κατανομή των καταλλήλων πόρων, αποτελεί ουσιαστικό παράγοντα για το σχεδιασμό και τη γενικότερη

οργάνωση των μέτρων πληροφόρησης ώστε να συμβάλλουν αποτελεσματικά στην επίτευξη των τεθέντων στόχων. Στο πλαίσιο αυτό, γίνεται και η ανάλογη χρήση των Ερευνών Αγοράς.

Επιπρόσθετα, πρέπει να διασφαλιστεί ένα ολοκληρωμένο σύστημα πληροφόρησης μέσω, κυρίως, των ακολούθων ενεργειών:

- Δημιουργία σταθερών καναλιών επικοινωνίας με όλες τις Ομάδες-στόχου (ειδικές συναντήσεις, τακτικές παρουσιάσεις, κλπ.).
- Συνεχής, αμφίδρομη σχέση με τις Ομάδες-στόχου, εκτός των μετρήσεων μέσω ερευνών αγοράς, κλπ.
- Καταγραφή των απόψεων και του βαθμού γνώσης στις ειδικές συναντήσεις με φορείς, κοινωνικούς εταίρους, κλπ.

Λειτουργία αποδοτικού δικτύου συνεργαζόμενων φορέων

Η λειτουργία ενός αποδοτικού δικτύου συνεργαζόμενων φορέων πρέπει να περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, στελέχη της Διαχειριστικής Αρχής, των Οργανισμών Περιφερειακής και Τοπικής Αυτοδιοίκησης, κοινωνικούς και οικονομικούς εταίρους (πολλαπλασιαστές), κ.ά., που να συνεργάζονται ώστε να πληροφορούν και να ενημερώνουν τις επιμέρους ομάδες-στόχου γύρω από θέματα ενδιαφέροντός τους, όπως προσκλήσεις, προκηρύξεις, κριτήρια επιλεξιμότητας κλπ.

Το δίκτυο συνεργαζόμενων φορέων αναμένεται να εξασφαλίσει ευρεία διάδοση της πληροφόρησης, αποφυγή αλληλοεπικάλυψης, μεγιστοποίηση του επικοινωνιακού αποτελέσματος, καθώς και περαιτέρω οικονομίες κλίμακας.

Ενεργοποίηση των Δικαιούχων για την προώθηση της επικοινωνίας

Ο ρόλος του Δικαιούχου είναι σημαντικός για την υλοποίηση του προγράμματος επικοινωνίας, καθώς λειτουργεί και ως ο πλέον «έγκυρος» πολλαπλασιαστής πληροφόρησης. Εδραιώνοντας το Δικαιούχο στην «καρδιά του συστήματος» της επικοινωνίας, εξασφαλίζεται αφενός η μεγαλύτερη δυνατή διάδοση της πληροφόρησης στο ευρύ κοινό και, αφετέρου, η μεγαλύτερη αποτελεσματικότητα στην εφαρμογή του επικοινωνιακού σχεδιασμού.

Σχέσεις με τα ΜΜΕ (Media Relations)

Η εμπειρία έχει καταδείξει ότι η επιτυχία της όλης διαδικασίας για μια χρηστή οργάνωση και αποτελεσματική εφαρμογή της στρατηγικής επικοινωνίας εξαρτάται, σε σημαντικό βαθμό, από τις σχέσεις με τα ΜΜΕ. Με κατάλληλα μέτρα και ενδεδειγμένες ενέργειες επικοινωνίας και δημοσιότητας προωθείται και ανάλογη οργάνωση των επαφών με τους διαμορφωτές της κοινής γνώμης, συνεχής σχέση με εκπροσώπους των ΜΜΕ και εξασφάλιση της στήριξής τους για τη επίτευξη των στόχων της στρατηγικής.

Διεξοδος της νέας τεχνολογίας και της καινοτομίας στην επικοινωνία

Για την τόνωση του ενδιαφέροντος και με στόχο την αμεσότητα και ενίσχυση των επικοινωνιακών μηνυμάτων, κρίνεται σκόπιμη η χρήση νέων τεχνολογιών.

A.1.6 Εξειδίκευση της Επικοινωνιακής Στρατηγικής

Η επικοινωνιακή στρατηγική διαμορφώνεται έτσι ώστε να εξυπηρετεί την ισόρροπη και συνεκτική επικοινωνία προς όλα τα ωφελούμενα κοινά και την Ελληνική κοινή γνώμη, προκειμένου να επιτευχθεί ο δύσκολος στόχος της οικοδόμησης αναγνωρισιμότητας για το ΠΑΑ, με βάση τις στρατηγικές προτεραιότητες και τους επιμέρους στρατηγικούς Άξονες του Προγράμματος.

Ως πρώτη προτεραιότητα τίθεται μια απαιτητική και πολυεπίπεδη επικοινωνιακή στρατηγική που να λειτουργεί ως «ομπρέλα» ενώ, στη συνέχεια, κατά την εξειδίκευση της Επικοινωνίας, πρέπει η στρατηγική να συνάδει και με τις επιμέρους ενέργειες δημοσιότητας και προβολής, σύμφωνα με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της κάθε ομάδας ωφελουμένων του Προγράμματος.

Λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω, ο σχεδιασμός και η εφαρμογή της Στρατηγικής Επικοινωνίας περιλαμβάνει και στηρίζεται σε επιμέρους και εξειδικευμένες στρατηγικές επιλογές.

Ειδικότερα, αναφέρονται:

- Στρατηγικές επιλογές προσέγγισης του κοινού: Χρήση απλής και κατανοητής γλώσσας, στόχευση και προσέγγιση ειδικών ομάδων-στόχου, χρήση διαδραστικών μέσων, που ενθαρρύνουν τη συμμετοχή στις επιμέρους ενέργειες και δεν περιορίζουν τους συμμετέχοντες στο ρόλο του απλού θεατή.
- Στρατηγικές επιλογές προσέγγισης δυνητικών Δικαιούχων και Δικαιούχων: Σαφής και λεπτομερής πληροφόρηση των δυνητικών Δικαιούχων και εδραίωση των Δικαιούχων στο κέντρο του συστήματος επικοινωνίας. Οι δυνητικοί Δικαιούχοι είναι σημαντικό να αξιοποιηθούν και ως πολλαπλασιαστές πληροφόρησης. Οι Δικαιούχοι, από την άλλη, πρέπει να παροτρυνθούν και να υποστηριχθούν ώστε να αναλαμβάνουν και να υλοποιούν οι ίδιοι δράσεις για την ενημέρωση του κοινού. Η ανάδειξη των καλών παραδειγμάτων οφείλει να είναι στο επίκεντρο της επικοινωνιακής στρατηγικής και να αφορά τόσο σε επιτυχημένες διενεργούμενες δράσεις του ΠΑΑ, όσο και στα έργα-παραδείγματα άλλων Προγραμμάτων στην Ελλάδα και την Ευρώπη. Τέλος, σημαντικό ρόλο, στην περίπτωση αυτή, έχει και η λειτουργία του δικτύου συνεργαζόμενων φορέων.
- Στρατηγικές επιλογές προσέγγισης των πολλαπλασιαστών πληροφόρησης: Το δίκτυο συνεργασίας που αναπτύσσεται στο πλαίσιο αποτελεσματικής εφαρμογής του Προγράμματος -και ιδιαίτερα τα Περιφερειακά Συμβούλια, η Αυτοδιοίκηση και οι φορείς της- μπορούν να αναλάβουν σημαντικό ρόλο στη διάδοση της πληροφόρησης και να λειτουργήσουν πολλαπλασιαστικά. Για το σκοπό αυτό, όλες οι δυνατές στρατηγικές συνέργιες με τους διαφόρους εταίρους πρέπει να αξιοποιούνται για την εξασφάλιση συμπληρωματικότητας στις ενέργειες πληροφόρησης και δημοσιότητας.
- Στρατηγικές επιλογές προσέγγισης των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης: Ο ρόλος των εθνικών, περιφερειακών και τοπικών ΜΜΕ θεωρείται καθοριστικός στη διάδοση του περιεχομένου και των μηνυμάτων του Προγράμματος, καθώς διασφαλίζουν ευρεία και στοχευμένη ενημέρωση σε κεντρικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο.

A.I.7 Γενική Αξιολόγηση των Κινδύνων Εφαρμογής της Στρατηγικής

Κατά τη διάρκεια της εφαρμογής της επικοινωνιακής στρατηγικής είναι δυνατόν να υπάρχουν κίνδυνοι προερχόμενοι από γενικότερες αλλαγές, οι οποίοι, αν δεν αντιμετωπιστούν έγκαιρα και κατάλληλα, μπορεί να περιορίσουν σημαντικά την αποτελεσματικότητά της. Παρακάτω κάτω παρουσιάζονται ορισμένοι δυνητικοί κίνδυνοι, οι οποίοι έχουν ληφθεί υπόψη κατά την κατάρτιση της στρατηγικής, καθώς και κατά την επιλογή και οργάνωση των μέτρων πληροφόρησης:

- Μη αποτελεσματικότητα ορισμένων ΜΜΕ ή άλλων καναλιών επικοινωνίας και πολλαπλασιαστών πληροφόρησης.
- Αλλαγές στην επικοινωνιακή αγορά λόγω ραγδαίων διαφοροποιήσεων στις τάσεις για την παροχή και χρήση πληροφοριών.
- Αδυναμίες και ελλείψεις στην έγκαιρη εξασφάλιση επαρκών και κατάλληλων ανθρώπινων πόρων, καθώς και κατάλληλων μέσων.
- Καθυστερήση στην υλοποίηση ορισμένων δράσεων του Προγράμματος με αποτέλεσμα να προκύψει ανάγκη ανακατανομής των πόρων μεταξύ Αξόνων Προτεραιότητας.
- Μη έγκαιρη ανταπόκριση ορισμένων κατηγοριών δυνητικών Δικαιούχων, λόγω ιδιαίτερων αναγκών και ειδικών απαιτήσεων.
- Αρνητική δημοσιότητα και ανεπαρκής κάλυψη από ΜΜΕ.

A.II ΒΑΣΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

A.II.1 Ταυτότητα & Κεντρικά Επικοινωνιακά Μηνύματα

Βάση του Σχεδίου Επικοινωνίας είναι ο ορισμός μιας ξεκάθαρης και ενιαίας ταυτότητας με κεντρικό κατανοητό επικοινωνιακό μήνυμα, αναδεικνύοντας τη φιλοσοφία, τους στόχους και, κυρίως, τη μέγιστη δυνατή αποτελεσματικότητα των δράσεων του Προγράμματος Αγροτικής Ανάπτυξης της Ελλάδας 2007-2013 (ΠΑΑ) «Αλέξανδρος Μπαλατζής». Απαραίτητο στοιχείο για τη διασφάλιση της ομοιογένειας και της ενιαίας εικόνας της επικοινωνιακής στρατηγικής είναι το **κεντρικό μήνυμα**, το οποίο πρέπει να εφαρμόζεται σε όλες τις δράσεις πληροφόρησης για όλη την περίοδο εξέλιξης του Προγράμματος, αλλά και εφαρμογής του Σχεδίου Επικοινωνίας.

Όλες οι ενέργειες προβολής και δημοσιότητας για το ΠΑΑ πρέπει να είναι αλληλένδετες και να ακολουθούν ενιαία ταυτότητα, ώστε να μεγιστοποιείται η αναγνωρισιμότητα του Προγράμματος. Μέσα από τη διαμόρφωση ενιαίας ταυτότητας, γίνεται περισσότερο διακριτό και αποδεκτό από το ευρύ κοινό το περιεχόμενο και τα αποτελέσματα του Προγράμματος, ως ενιαίο σύνολο παρεμβάσεων που αποσκοπούν όχι μόνο στην αναβάθμιση και τη βελτίωση του Αγροτικού Τομέα, αλλά, κυρίως, στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη του αγροτικού πληθυσμού.

Για την ομοιογενή παρουσίαση του επικοινωνιακού υλικού και την αρτιότερη εικόνα της συνολικής προβολής του ΠΑΑ, προβλέπεται ο σχεδιασμός και η δημιουργία διακριτής επικοινωνιακής ταυτότητας του Προγράμματος, εναρμονισμένης με το μήνυμα της Επιτροπής: «*Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Αγροτικής Ανάπτυξης: Η Ευρώπη επενδύει στις αγροτικές περιοχές*».

Αναπόσπαστο μέρος της ενιαίας αυτής απεικόνισης και παρουσίας του Προγράμματος σε όλες τις εκδηλώσεις, τα έντυπα και τα ηλεκτρονικά μέσα, αποτελεί η συνδυαστική χρήση του λογότυπου του ΠΑΑ, της Εθνικής Αρχής, καθώς και του ευρωπαϊκού εμβλήματος, σύμφωνα με τις προδιαγραφές που ορίζονται στο Παράρτημα VI του Καν. 1974/2006.

Σε κάθε δράση και μέτρο πληροφόρησης (έντυπο υλικό, τηλεοπτική διαφήμιση, κλπ.) πρέπει να χρησιμοποιείται το ίδιο λογότυπο μαζί με το κεντρικό επικοινωνιακό μήνυμα, αποτυπωμένα σε μια ομοιόμορφη εικαστική εικόνα, ώστε με την ευρεία και επαναλαμβανόμενη χρήση τους να αποτυπωθεί στο ευρύ κοινό η ενιαία ταυτότητα του Προγράμματος.

Σημαντικός παράγοντας επιτυχίας για την οικοδόμηση μιας διακριτής επικοινωνιακής ταυτότητας είναι το ενιαίο του επικοινωνιακού λόγου σε ό,τι αφορά στα μηνύματα, την εικόνα και το ύφος.

Πρέπει να καθίσταται απολύτως ευδιάκριτο:

«Ποιος λέει τι, σε ποιόν, με ποιο μέσο, και με τι επιδιωκόμενο αποτέλεσμα».

Συγκεκριμένα, πρέπει να προσδιορίζεται με σαφήνεια:

- Ποιος εκπέμπει το μήνυμα (το Υπουργείο - Ειδική Υπηρεσία Διαχείρισης του ΠΑΑ),
- Τι θέλει να επικοινωνήσει (το Περιεχόμενο),
- Ποιο/ά κανάλι/α επικοινωνίας αξιοποιεί (τα Εργαλεία Υλοποίησης),
- Σε ποιους απευθύνεται (οι Ομάδες- Στόχος),
- Ποιο αποτέλεσμα επιδιώκει (η Αξιολόγηση).

Περιεχόμενο των μηνυμάτων

Για την αποτελεσματική επικοινωνία, είναι απαραίτητη η χρήση απλών μηνυμάτων, προκειμένου να ενθαρρύνεται η συμμετοχή και ενεργοποίηση των πολιτών. Τα μηνύματα πρέπει να παρουσιάζονται απλοποιημένα και ενοποιημένα, όσον αφορά στη μορφή, αλλά και στο περιεχόμενό τους. Ειδικότερα, για την προσέγγιση των ομάδων-στόχου, τα μηνύματα πρέπει να είναι πλήρως κατανοητά ώστε να είναι και εύκολα ανακλήσιμα. Να είναι

απαλλαγμένα από δυσνόητη ορολογία ή ασαφή ακρωνύμια. Όσον αφορά στους δυνητικούς Δικαιούχους και τους Δικαιούχους το περιεχόμενο των μηνυμάτων πρέπει να έχει και ενημερωτικό χαρακτήρα, ώστε να καθίστανται απολύτως σαφείς οι ευκαιρίες και οι όροι χρηματοδότησης, καθώς και οι σχετικές διαδικασίες. Με αυτό τον τρόπο, διασφαλίζεται η μεγίστη δυνατή αναγνωρισιμότητα του Προγράμματος, ενθαρρύνεται η συμμετοχή των πολιτών, ενώ επιτυγχάνεται ξεκάθαρη ενημέρωση του κοινού για τη διαφάνεια που διέπει τις διαδικασίες επιλογής των έργων.

Το περιεχόμενο άλλων, συμπληρωματικών μηνυμάτων που θα χρησιμοποιούνται συνδυαστικά με το κεντρικό επικοινωνιακό μήνυμα, δύναται να χωρισθεί σε δύο βασικές κατηγορίες, οι οποίες πρέπει να συνάδουν με τη στρατηγική και να εξυπηρετούν τους γενικούς στόχους του Σχεδίου Επικοινωνίας. Ο πιο κάτω πίνακας παρουσιάζει τους στόχους αυτούς και το περιεχόμενο των «συνοδευτικών-συμπληρωματικών» μηνυμάτων όπως αυτά μπορούν να χρησιμοποιηθούν κατά την υλοποίηση του επικοινωνιακού σχεδιασμού.

Γενικοί Στόχοι	Περιεχόμενο Μηνυμάτων
<p>Διασφάλιση της διαφάνειας, όσον αφορά στην όλη διαδικασία και στους μηχανισμούς για πρόσβαση στη χρηματοδότηση από τους πόρους του Προγράμματος.</p>	<p>Τεχνικές πληροφορίες & επεξήγηση διαδικασιών</p> <p>Ενδεικτικά αναφέρονται τα εξής:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Πληροφορίες για ευκαιρίες χρηματοδότησης. • Προϋποθέσεις, όροι και διαδικασίες συμμετοχής στο Πρόγραμμα. • Χρονοδιαγράμματα – χρονικά όρια υποβολής αιτήσεων. • Κριτήρια επιλογής. • Στοιχεία επικοινωνίας για τα ενδιαφερόμενα μέρη. • Περιγραφή της διαδικασίας της εξέτασης και αξιολόγησης των αιτήσεων.
<p>Ανάδειξη του ρόλου της Ευρωπαϊκής Ένωσης, στο πλαίσιο της Αγροτικής Πολιτικής 2007-2013, δηλαδή προβολή στο ευρύ κοινό της προστιθέμενης αξίας που παρέχει η συμμετοχή της Ευρωπαϊκής Ένωσης μέσω των χρηματοδοτήσεων του ΕΓΤΑΑ στην αγροτική ανάπτυξη της χώρας.</p>	<p>Πληροφορίες που αφορούν στο περιεχόμενο, τους στόχους και τα αποτελέσματα του Προγράμματος</p> <p>Παραδειγματικά αναφέρονται τα εξής:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Οι στρατηγικοί στόχοι της Αγροτικής Πολιτικής. • Ο ρόλος της ΕΕ στα πλαίσια της Αγροτικής Πολιτικής. • Οι ειδικοί στόχοι του ΠΑΑ. • Οι στόχοι των επιμέρους έργων του ΠΑΑ. • Οι δικαιούχοι, το ύψος της χρηματοδότησης και άλλες σχετικές πληροφορίες. • Τα αποτελέσματα του ΠΑΑ, μέσω της εφαρμογής έργων.

Κεντρικό επικοινωνιακό μήνυμα - Slogan

Μια ξεκάθαρη και ενιαία ταυτότητα για την αποτελεσματική προβολή και δημοσιότητα του ΠΑΑ απαιτεί κατανοητό κεντρικό επικοινωνιακό μήνυμα. Το κεντρικό μήνυμα προβάλλει την έμπρακτη και διαρκή προσφορά του Προγράμματος στην αγροτική ανάπτυξη της Ελλάδας, καθώς και αναδεικνύει τη δυναμική συμβολή του στην κοινή προσπάθεια για τη συνολική αναδιάρθρωση του Αγροτικού Τομέα.

Στη βάση αυτή, μέσα από μια σειρά εναλλακτικών στοχευμένων επικοινωνιακών μηνυμάτων, τα οποία προτάθηκαν ώστε να αναδεικνύουν τους στόχους, τα αποτελέσματα και τις θετικές επιδράσεις του ΠΑΑ, επελέγη το παρακάτω:



ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ 2007-2013 «ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ ΜΠΑΛΑΤΖΗΣ»

Ποιότητα-Ανταγωνιστικότητα-Αειφορία

Το μήνυμα αυτό πρέπει να εφαρμόζεται σε όλα μέτρα πληροφόρησης για όλη την περίοδο εξέλιξης του ΠΑΑ, ως απαραίτητο στοιχείο για τη διασφάλιση της ομοιογένειας και της ενιαίας εικόνας του Προγράμματος.

A.II.2 Προβολή της Προστιθέμενης Αξίας των Δράσεων του ΠΑΑ

Το Πρόγραμμα Αγροτικής Ανάπτυξης της Ελλάδας 2007-2013 (ΠΑΑ) «Αλέξανδρος Μπαλατζής» παράγει σημαντικά και διαρκή αποτελέσματα για:

- ✓ την αναβάθμιση του Αγροτικού Τομέα,
- ✓ την παραγωγή ποιοτικών προϊόντων,
- ✓ την αναζωογόνηση της ελληνικής υπαίθρου,
- ✓ την οικονομική στήριξη της Περιφέρειας,
- ✓ τη βελτίωση της ζωής των αγροτών,
- ✓ την προστασία του περιβάλλοντος,
- ✓ τη βιώσιμη ανάπτυξη.

Ως εκ τούτου, βασικό στοιχείο της επικοινωνίας αποτελεί η προβολή των αποτελεσμάτων αυτών, δηλαδή της προστιθέμενης αξίας στην ανταποδοτικότητα των δράσεων του ΠΑΑ.

Ειδικότερα, προτείνεται η προβολή 4 τύπων αποτελεσμάτων, οι οποίοι ταυτόχρονα είναι αναλυτικοί, δίνουν έμφαση στη διαφορετικότητα των δράσεων του ΠΑΑ, ενώ συγχρόνως, συνδέονται με την «αξία» της αγροτικής πολιτικής.

- Οι δράσεις του ΠΑΑ **έχουν αθροιστικό αποτέλεσμα:**
Προστίθενται στις δράσεις που υλοποιούνται σε εθνικό επίπεδο, ενισχύοντας, επεκτείνοντας και υποστηρίζοντας ειδικές δράσεις της εθνικής πολιτικής.
- Οι δράσεις του ΠΑΑ **διευρύνουν τις ήδη υλοποιούμενες εθνικές δράσεις:**
 - ✓ με την υποστήριξη ειδικών ομάδων του πληθυσμού, οι οποίες δεν ήταν δυνατόν να τύχουν υποστήριξης με άλλο τρόπο - πχ. νέοι αγρότες.
 - ✓ με την υποστήριξη πεδίων εθνικής πολιτικής αναφορικά με την αγροτική ανάπτυξη, που δεν ήταν δυνατόν να πραγματοποιηθούν με άλλον τρόπο.
- Οι δράσεις του ΠΑΑ **συμβάλλουν στην ανάπτυξη καινοτόμων δράσεων με πολλαπλασιαστικά αποτελέσματα:**
 - ✓ υποστηρίζοντας καινοτόμες δράσεις σε περιφερειακό και τοπικό επίπεδο,
 - ✓ υποστηρίζοντας εθνικές καινοτόμες δράσεις που έχουν πολλαπλασιαστικό αποτέλεσμα.
- Οι δράσεις του ΠΑΑ **επιδρούν αποτελεσματικά στις διαδικασίες**, δηλαδή τις διοικήσεις και τους οργανισμούς, καθώς και όλους τους φορείς που εμπλέκονται για την πραγματοποίηση των δράσεων:
 - ✓ Η επιχειρησιακή διαδικασία του ΠΑΑ επηρεάζει όλους εκείνους που συνδέονται με τη διαχείριση των δράσεων του ΕΓΤΑΑ.

- ✓ Η διευρυμένη ατζέντα παρεμβάσεων του ΠΑΑ επηρεάζει τις εθνικές πολιτικές επιλογές.

A.II.3 Η Σημασία της Επικοινωνίας των Αποτελεσμάτων για την Επίτευξη των Στόχων του ΠΑΑ

Ο σχεδιασμός και η υλοποίηση της Επικοινωνίας με την προώθηση επιμέρους ενεργειών δημοσιότητας δίνει ιδιαίτερη έμφαση στη **στοχευμένη ανάδειξη και προβολή των αποτελεσμάτων** του Προγράμματος Αγροτικής Ανάπτυξης της Ελλάδας 2007-2013 (ΠΑΑ) «Αλέξανδρος Μπαλτατζής», με προτεραιότητα:

- ✓ στη συνολική προβολή του ΠΑΑ ως καταλυτικού μοχλού στήριξης και ανάπτυξης της αγροτικής οικονομίας,
- ✓ στη δημιουργία μιας ενιαίας και δυναμικής εικόνας για το σύνολο των επιμέρους δράσεων του ΠΑΑ,
- ✓ στην αναβάθμιση του κύρους και της σημασίας των παρεμβάσεων του ΠΑΑ.

Η θεματική προβολή και η δημοσιότητα εστιάζεται κυρίως:

- ✓ στην ανάδειξη των ποικίλων δράσεων του ΠΑΑ και της πανελλαδικής εφαρμογής τους,
- ✓ στην εξειδίκευση της σημασίας και των ωφελειών των επιμέρους δράσεων του ΠΑΑ,
- ✓ στην ευαισθητοποίηση και ενεργοποίηση των άμεσα ή/και έμμεσα επωφελούμενων ομάδων του πληθυσμού.

Η περιφερειακή προβολή του Προγράμματος περιλαμβάνει:

- ✓ τη γενική και θεματική προβολή του ΠΑΑ στα περιφερειακά Μέσα, και
- ✓ την προβολή στοχευόμενων δράσεων του ΠΑΑ για συγκεκριμένες περιφέρειες, σε τοπικά Μέσα.

Προκειμένου να επιτευχθούν τα παραπάνω στο βεβαρημένο επικοινωνιακό περιβάλλον της Ελληνικής πραγματικότητας, κρίνεται αναγκαία η έμφαση στην αξιοποίηση διεισδυτικών και αξιόπιστων επικοινωνιακών εργαλείων άμεσης και έμμεσης επικοινωνίας, τα οποία προωθούν στοχευμένα και συνδυαστικά, τόσο τα οφέλη, όσο και τα σημαντικά αποτελέσματα των δράσεων του ΠΑΑ.

A.II.4 Παρουσίαση Πρότυπων Παραδειγμάτων & Αξιοσημείωτων Πρακτικών

Καθ' όλη τη διάρκεια εξέλιξης της Επικοινωνίας του ΠΑΑ και, κυρίως, όσον αφορά στη μεγιστοποίηση της δημοσιοποίησής του, είναι σημαντικό να δοθεί έμφαση στην προβολή αξιοσημείωτων πρακτικών από τις ήδη διενεργούμενες δράσεις του Προγράμματος. Προτείνεται να αξιοποιηθούν επιτυχημένα παραδείγματα ωφελούμενων του ΠΑΑ, των οποίων η ζωή βελτιώθηκε σημαντικά από τη συμμετοχή σε δράσεις του Προγράμματος, με απώτερο σκοπό να καταδειχθεί η αποτελεσματικότητά, καθώς και η συνδρομή του ΕΓΤΑΑ στην υποστήριξη και χρηματοδότηση των παρεμβάσεων.

Η αξιοποίηση «καλών πρακτικών» και επιτυχημένων παραδειγμάτων μπορεί να πραγματοποιηθεί:

- ✓ μέσα από συναντήσεις, ημερίδες/εκδηλώσεις, παρουσιάσεις, κ.ά.,
- ✓ μέσω της ιστοσελίδας της ΕΥΔ ΠΑΑ,
- ✓ μέσα από δράσεις διαμεσολάβησης μεταξύ φορέων που συνδέονται με το Πρόγραμμα ή συμμετέχουν σε δράσεις του ΠΑΑ.

Με την προβολή συγκεκριμένων παραδειγμάτων Δικαιούχων που ήδη συμμετέχουν στο Πρόγραμμα και ωφελούμενων από τις διενεργούμενες δράσεις του ΠΑΑ, αναδεικνύεται η διαφάνεια, ενώ ταυτόχρονα ενισχύεται η ενθάρρυνση για συμμετοχή. Το στοχοθετούμενο κοινό γνωρίζοντας ότι υπάρχουν μέλη της τοπικής κοινωνίας, νέοι επιχειρηματίες, ενεργοί αγρότες, παραγωγοί, κ.ά. που έχουν ήδη επωφεληθεί από την υλοποίηση δράσεων του ΠΑΑ, αναμένεται να εκδηλώσει έντονο ενδιαφέρον να μάθει περισσότερα ώστε να αξιοποιήσει τις συγχρηματοδοτούμενες παρεμβάσεις του Προγράμματος.

Προτείνεται, επίσης, στο πλαίσιο ειδικών εκδηλώσεων, να πραγματοποιούνται και τελετές βράβευσης των πιο επιτυχημένων, καινοτόμων και αποτελεσματικών πρωτοβουλιών που υλοποιήθηκαν στο πλαίσιο του ΠΑΑ, με τη συγχρηματοδότηση του ΕΓΤΑΑ.

Κριτήρια για τις βραβεύσεις μπορούν να αποτελέσουν:

- ✓ ο βαθμός προβολής της τοπικής παραγωγής,
- ✓ ο βαθμός ανάδειξης των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της περιοχής,
- ✓ ο βαθμός καινοτομίας του έργου,
- ✓ ο βαθμός ορθολογικής αξιοποίησης των ανθρώπινων και οικονομικών πόρων,
- ✓ η προστιθέμενη αξία που έχει επιτευχθεί για την τοπική κοινωνία, και
- ✓ ο βαθμός απόδοσης του έργου σε σχέση με τους στόχους του Άξονα Προτεραιότητας στον οποίο εντάσσεται.

Τα πιο πάνω κριτήρια και τυχόν πρόσθετα, μπορούν να εξειδικεύονται περαιτέρω και να δημοσιοποιούνται.

Το έμμεσο αυτό επικοινωνιακό εργαλείο εξασφαλίζει και τη σχετική δημοσιότητα μια και οι βραβεύσεις προκαλούν το ενδιαφέρον ώστε να καλύπτονται από τα ΜΜΕ.

Σημειώνεται ότι τόσο η συλλογή αξιολογημένων πρακτικών, όσο και οι βραβεύσεις αφορούν σε δράσεις στο πλαίσιο του Εθνικού Αγροτικού Δικτύου. Το Σχέδιο Δράσης του Δικτύου βρίσκεται αναρτημένο στην ιστοσελίδα www.ead.gr.

B' ΕΝΟΤΗΤΑ

ΜΕΤΡΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ

Γενικά

Τα μέτρα πληροφόρησης και δημοσιότητας του Σχεδίου Επικοινωνίας προβλέπεται να καλύπτουν όλη τη διάρκεια του Προγράμματος Αγροτικής Ανάπτυξης της Ελλάδας 2007-2013 (ΠΑΑ) «Αλέξανδρος Μπαλατατζής» και να διαφοροποιούνται ανάλογα με το στοχοθετούμενο κοινό.

Ο συνδυασμός διαφορετικών μέσων και εργαλείων επικοινωνίας είναι, επίσης, απαραίτητος, ώστε να εξασφαλιστεί αποτελεσματικότερη Επικοινωνία. Ο σχεδιασμός και η υλοποίηση των ενεργειών πληροφόρησης διέπονται από τις βασικές επικοινωνιακές αρχές, που αναλύθηκαν σε προηγούμενη ενότητα, και οι οποίες συμβάλλουν στη μεγιστοποίηση του επικοινωνιακού αποτελέσματος και ανταποκρίνονται στις ανάγκες όλων των ομάδων-στόχου.

Στη συνέχεια, παρουσιάζονται διεξοδικά τα μέτρα πληροφόρησης του Σχεδίου Επικοινωνίας και τα αντίστοιχα επικοινωνιακά εργαλεία που προτείνεται να χρησιμοποιηθούν κατά κατηγορία. Προβλέπεται, επίσης, η τεκμηρίωση της επιλογής και χρήσης των βασικών επικοινωνιακών εργαλείων, ώστε να καθίσταται σαφές πώς προσεγγίζεται κάθε στοχοθετούμενο κοινό, και ποιά είναι τα αναμενόμενα αποτελέσματα. Σε σχετικό Πίνακα παρουσιάζεται συνοπτικά η συσχέτιση των Μέτρων Πληροφόρησης και των αντιστοίχων δυναμικών επικοινωνιακών εργαλείων με τους Στόχους της Στρατηγικής, τις Ομάδες-Στόχου στις οποίες απευθύνονται, και τα κεντρικά μηνύματα του κάθε Μέτρου.

Σημειώνεται, ότι ορισμένα από τα επικοινωνιακά εργαλεία, τα οποία καταγράφονται ανά μέτρο πληροφόρησης, είναι μόνο ενδεικτικά. Η οριστικοποίηση των επικοινωνιακών εργαλείων που, εν τέλει, θα χρησιμοποιηθούν, θα γίνει με την περαιτέρω εξειδίκευση του κάθε μέτρου πληροφόρησης από τον αρμόδιο Σύμβουλο Δημοσιότητας και θα προσαρμόζεται ανάλογα με τις εξελίξεις. Για την περαιτέρω εξειδίκευση ορισμένων μέτρων πιθανόν να χρειαστεί να αξιοποιηθούν και ανάλογες μελέτες-έρευνες αγοράς.

Διευκρινίζεται ότι οι ενέργειες που περιγράφονται αναλυτικά παρακάτω είναι οι πλέον ενδεδειγμένες και σκοπό έχουν να υποστηρίξουν την ΕΥΔ ΠΑΑ στην άρτια υλοποίηση της Δημοσιότητας και Προβολής των δράσεων του ΠΑΑ. Ωστόσο, σε καμία περίπτωση δεν αποτελούν δέσμευση για το φορέα και δεν τον υποχρεώνουν να ακολουθήσει βήμα προς βήμα τις προτάσεις και τα στάδια που περιγράφονται. Με γνώμονα τις ανάγκες του Προγράμματος και τις δυνατότητές του, ο φορέας μπορεί να κάνει επιλογή και αναπροσαρμογή των ενεργειών επικοινωνίας όπως κρίνει καλύτερα.

Οι ενέργειες προβολής και δημοσιότητας διακρίνονται σε 2 βασικές κατηγορίες:

- ✓ **Ενέργειες above-the-line**, που αφορούν στα μέσα μαζικής ενημέρωσης και στοχεύουν, κυρίως, στην ενημέρωση και πληροφόρηση της κοινής γνώμης.
- ✓ **Ενέργειες below-the-line**, που αφορούν σε στοχευμένες ενέργειες σε ειδικά κοινά (τελικούς δικαιούχους, αποδέκτες, διαμορφωτές κοινής γνώμης, κλπ.) και είναι άμεσες. Για παράδειγμα: προωθητικές ενέργειες, αρθρογραφία, παραγωγή και αποστολή ενημερωτικού υλικού, κλπ.

Τα διάφορα μέτρα πληροφόρησης και δημοσιότητας αναλύονται με αιτιολόγηση για την επιλογή τους, ώστε να δίνεται καθαρή η εικόνα του «τι» αναμένεται να επιτευχθεί και «γιατί». Επίσης, καθορίζονται -κατά το δυνατόν- τα αναμενόμενα αποτελέσματα των προτεινόμενων μέτρων πληροφόρησης και δημοσιότητας, καθώς και οι κατάλληλοι τρόποι για την επίτευξή τους.

B.1 ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ (above – the – line)

Η μαζική επικοινωνία με **ενέργειες above-the-line** ενημερώνει το σύνολο του πληθυσμού για το ΠΑΑ, χτίζει το κύρος και προκαλεί το ενδιαφέρον των ομάδων-στόχου. Η μαζικότητα των μέσων εξασφαλίζει την κάλυψη του στοχοθετούμενου κοινού.

B.1.2 Προβολή στα ΜΜΕ - Καμπάνιες Δημοσιότητας

Η προβολή στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης με καμπάνιες δημοσιότητας που περιλαμβάνουν καταχωρήσεις στον Τύπο, διαφημίσεις στην τηλεόραση και στο ραδιόφωνο, επιλέγεται προκειμένου να επικοινωνηθεί περισσότερη και αναλυτικότερη πληροφορία, αλλά και να μεγιστοποιηθεί η συχνότητα και, συνεπώς, η αναμνησιμότητά της.

Όπως έχει ήδη αναφερθεί, τα ΜΜΕ -συμπεριλαμβανομένων και των τοπικών και ειδικευμένων εντύπων- αποτελούν σημαντική ομάδα-στόχου, καθώς συμβάλλουν σε μεγάλο βαθμό στη διάχυση της πληροφόρησης. Η σπουδαιότητα των ΜΜΕ στη διαδικασία πληροφόρησης είναι αδιαμφισβήτητη. Τα ΜΜΕ λειτουργούν ως πολλαπλασιαστές των μηνυμάτων και διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στη συνεχή, έγκυρη και έγκαιρη πληροφόρηση των ομάδων-στόχου και, κυρίως, του ευρύ κοινού.

Καμπάνια Ενημέρωσης & Δημοσιότητας

Στόχος είναι η ενημέρωση της κοινής γνώμης για τις δράσεις που διενεργούνται και τις παρεμβάσεις που είναι προγραμματισμένες να πραγματοποιηθούν στο πλαίσιο της υλοποίησης των διαφόρων μέτρων των δράσεων του Προγράμματος. Με τις διαφημιστικές καμπάνιες επικοινωνείται το εύρος του Προγράμματος και δομείται η αξιοπιστία του. Οι καμπάνιες στηρίζουν όλο το Πρόγραμμα, αναδεικνύοντας το έργο που γίνεται, κυρίως, στην περιφέρεια και απαντώντας ουσιαστικά στη δυσπιστία της κοινής γνώμης.

Για το ευρύ κοινό, λοιπόν, και για την εξασφάλιση της επίτευξης των επικοινωνιακών στόχων, πρέπει να σχεδιαστεί ειδικά για το Πρόγραμμα και να υλοποιηθεί μια ολοκληρωμένη καμπάνια προβολής και δημοσιότητας με κατάλληλη χρήση και αποτελεσματική αξιοποίηση των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης.

Συγκεκριμένα, προτείνεται να προγραμματιστούν:

- Καταχωρήσεις στον Τύπο:
 - σε εφημερίδες,
 - σε περιοδικά ποικίλης ύλης και ευρείας κυκλοφορίας,
 - στον ειδικό ή/και κλαδικό Τύπο.
- Μετάδοση τηλεοπτικών μηνυμάτων.
- Μετάδοση ραδιοφωνικών μηνυμάτων.
- Καταχωρήσεις, ανακοινώσεις, κλπ. σε ενημερωτικά sites.

Η διαφημιστική καμπάνια αποτελεί ιδανικό εργαλείο προβολής και προώθησης των δράσεων του ΠΑΑ, γιατί αφενός διαθέτει αναμφισβήτητη αμεσότητα και, αφετέρου, επικεντρώνεται απόλυτα στο στόχο. Απευθύνεται στο ευρύ κοινό, κυρίως μέσω της τηλεόρασης και του ραδιοφώνου, αλλά και στους αναγνώστες του περιοδικού και ημερήσιου Τύπου. Έχει σημαντικό κόστος παραγωγής, αλλά μεγάλη αποτελεσματικότητα και υψηλή αποδοτικότητα.

Με τη διαφημιστική καμπάνια θα πρέπει να επιτυγχάνεται:

- αξιοποίηση των πλεονεκτημάτων του κάθε μέσου,
- σημαντικά επίπεδα κάλυψης του στοχοθετούμενου κοινού,
- προσέγγιση ειδικών επιμέρους κοινών,
- υψηλά επίπεδα επαφής του κοινού με το μήνυμα.

Η διαδικασία όπως και η λειτουργία της διαφήμισης είναι πολύπλοκη και απαιτεί λεπτούς χειρισμούς, καθώς πρέπει να συνδυάζει αποτελεσματικά, ποιοτικά και ποσοτικά χαρακτηριστικά. Οι καταχωρήσεις και οι «διαφημίσεις» που θα χρησιμοποιηθούν για την καμπάνια δημοσιότητας και προβολής πρέπει να αναφέρουν τα κεντρικά επικοινωνιακά μηνύματα με πιθανή τη χρήση και αριθμητικών/οικονομικών στοιχείων. Τα στοιχεία πρέπει να είναι τέτοια ώστε να μην κουράζουν και να μην μπερδεύουν το κοινό, αλλά να ενισχύουν την εικόνα του ΠΑΑ ως προς την προστιθέμενη αξία που παρέχουν τα έργα που χρηματοδοτούνται.

Εξαιρετικής σημασίας είναι η «δημιουργική προσέγγιση» της διαφημιστικής καμπάνιας. Όπως έχει ήδη αναφερθεί, το μήνυμα πρέπει να είναι ξεκάθαρο, η γλώσσα απλή και κατανοητή και σίγουρα πρέπει να αποφευχθεί το φαινόμενο του «στο βωμό της δημιουργικότητας θυσιάζεται το μήνυμα». Σημαντική είναι η διαδικασία pre-testing των «διαφημιστικών» μηνυμάτων και των δημιουργικών που θα «τρέξουν» σε όλα τα ΜΜΕ, πριν την εκτέλεση της καμπάνιας, ούτως ώστε να διασφαλιστεί η σαφήνεια των μηνυμάτων που θα μεγιστοποιήσει και την αποτελεσματικότητα της όλης εκστρατείας.

Η ανταποδοτικότητα και η αποτελεσματικότητα της καμπάνιας προβολής και δημοσιότητας πρέπει να παρακολουθείται σε τακτά χρονικά διαστήματα και να αλλάζει ή να βελτιώνεται ανάλογα με τα στάδια υλοποίησης του ΠΑΑ.

Ιδιαίτερη βαρύτητα -με βάση το διατιθέμενο κάθε φορά προϋπολογισμό- πρέπει να δοθεί:

- στον αριθμό και τη διάρκεια των μηνυμάτων που θα προβληθούν από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης,
- στον αριθμό, το είδος και το μέγεθος των καταχωρήσεων στον Τύπο (ημερήσιο και περιοδικό, αθηναϊκό και επαρχιακό τύπο,)
- στην κατανομή στις διάφορες κατηγορίες Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης (τηλεόραση, ραδιόφωνο, διαδίκτυο).

Μέσα από μια ενδεδειγμένη και ισχυρή στρατηγική μέσων, η προβολή του Προγράμματος δύναται να επιφέρει σημαντικά αποτελέσματα.

Έντυπα Μέσα (εφημερίδες – περιοδικά): Διαφημιστικές Καταχωρήσεις, Ένθετα & Αφιερώματα

Ο Τύπος - ημερήσιος και περιοδικός - είναι Μέσο που εξασφαλίζει ευρεία προβολή και καθημερινή αναγνωσιμότητα στοιχείων του Προγράμματος, σε εθνικό, περιφερειακό ή/και τοπικό επίπεδο. Μπορεί να αξιοποιηθεί μέσω καταχωρήσεων ή/και μέσω αφιερωμάτων, συνεντεύξεων και σχετικής αρθρογραφίας. Προσοχή χρειάζεται στη χρήση της γλώσσας και της σύνταξης, η οποία πρέπει να είναι απλή και κατανοητή από το μέσο πολίτη αποφεύγοντας την «ξύλινη» γραφειοκρατική διατύπωση που αποθαρρύνει τον αναγνώστη.

Πρέπει να σχεδιαστεί σύμφωνα με τους στρατηγικούς Άξονες και να εφαρμοστεί ολοκληρωμένο πλάνο καταχωρήσεων στον τοπικό και πανελλαδικό τύπο σχετικά με την πορεία του Προγράμματος, τις προσκλήσεις εκδήλωσης ενδιαφέροντος. Όσον αφορά στην προβολή σε εφημερίδες, προτείνεται η καταχώρηση σε ένθετα Κυριακάτικων εφημερίδων, που εμφανίζουν υψηλότερα ποσοστά αναγνωσιμότητα, αυξάνοντας σημαντικά την αποτελεσματικότητα της καμπάνιας στο σύνολό της. Σημαντική είναι και η χρήση καταχωρήσεων ή και αφιερωμάτων σε εξειδικευμένα περιοδικά που αφορούν κυρίως σε επαγγελματίες του κλάδου.

Τηλεόραση

Λόγω της ιδιαίτερης φύσης του τηλεοπτικού μέσου, που αξιοποιεί συντονισμένα λόγο, ήχο, κίνηση και εικόνα, αναμένεται να έχει μεγάλη επίδραση στην προβολή των δράσεων του ΠΑΑ. Η χρήση πολυσύνθετων οπτικών, ακουστικών, αλλά και αισθητικών μέσων επαυξάνει την πειστικότητα και καθιστά ακόμα πιο ενδιαφέρον και ελκυστικό το μήνυμα.

Η τηλεόραση εξασφαλίζει ευρεία ενημέρωση και με βάση κατάλληλο προγραμματισμό ενδείκνυται για τη διάδοση των θετικών αποτελεσμάτων του Προγράμματος. Μέσω στοχευμένων τηλεοπτικών εμφανίσεων μηνυμάτων σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο, αλλά και με προβολή ενημερωτικών βίντεο σχετικά με έργα χρηματοδοτούμενα από το Πρόγραμμα, επιτυγχάνεται ενημέρωση όχι μόνο του ευρύ κοινού, αλλά και του τοπικού αγροτικού πληθυσμού και των επιχειρηματιών.

Ραδιόφωνο

Το ραδιόφωνο είναι Μέσο που εξασφαλίζει, επίσης, ευρεία ενημέρωση του κοινού σε τοπικό ή εθνικό επίπεδο. Με δεδομένη τη γεωγραφική μορφολογία της χώρας μας, η προβολή του ΠΑΑ μέσω του ραδιοφώνου προσεγγίζει ακόμα και τις πιο απομακρυσμένες περιοχές. Αποτελεί οικονομικότερο μέσο, τόσο όσον αφορά στην παραγωγή του μηνύματος όσο και στην αγορά χρόνου προβολής και εμφανίζει μεγάλη ευελιξία ως προς τις προθεσμίες και την επιλογή χρόνου μετάδοσης.

Σημαντικό χαρακτηριστικό του ραδιοφώνου είναι ότι μπορεί να προσεγγίσει συγκεκριμένες κατηγορίες κοινών-στόχου και απευθύνεται, κυρίως, στις νεαρότερες ηλικίες (20 έως 34 ετών), ενώ αποτελεί το πιο διαδεδομένο και «φιλικό» μέσο για τον Έλληνα αγρότη.

Διαδίκτυο: Καταχωρήσεις σε Ενημερωτικά Sites & Αξιοποίηση των Social Media

Η δύναμη του διαδικτύου πρέπει να αξιοποιηθεί στο μέγιστο δυνατό βαθμό, καθώς η ηλεκτρονική ενημέρωση απολαμβάνει το προνόμιο της ευρείας κάλυψης, της αμεσότητας και της ευελιξίας. Η συνεχής ενημέρωση μέσω διαδικτύου, η διασφάλιση επαρκούς, συστηματικής και αντικειμενικής πληροφόρησης, καθώς και η εξέλιξή του σε ένα σύγχρονο κανάλι προώθησης καταχωρήσεων, είναι εξαιρετικά σημαντικοί λόγοι για την επιβεβλημένη αξιοποίησή του με στόχο την ευρεία και ολοκληρωμένη προβολή του ΠΑΑ.

Για την προώθηση και προβολή των δράσεων του ΠΑΑ, κρίνεται απαραίτητη η αξιοποίηση συγκεκριμένων δικτυακών τόπων μεγάλης επισκεψιμότητας, καθώς και η ειδική προσέγγιση των πλέον γνωστών/δημοφιλών ενημερωτικών portals, αλλά και εξειδικευμένων-κλαδικών ιστοσελίδων, τόσο μέσω της καταχώρησης σχετικών ενημερώσεων και διαφημίσεων, όσο και μέσω τακτικής τροφοδότησης με σχετική ειδησεογραφία, αρθρογραφία, Δελτία Τύπου, συνεντεύξεις, κλπ..

Η πιο συνηθισμένη μορφή προβολής μηνυμάτων στο διαδίκτυο, κυρίως όσον αφορά στην Ελληνική πραγματικότητα, αφορά στη δημιουργία καταχωρήσεων (banners, buttons, splash screens) σε διάφορες ιστοσελίδες.

Η καθιέρωση, παράλληλα, των **Social Media** είναι ραγδαία. Τα Social Media είναι το νέο μέσο. Η δυναμική τους είναι πλέον αναμφισβήτητη στο χώρο της άμεσης και αποτελεσματικής προβολής ενός μηνύματος. Οι πολίτες δείχνουν να έχουν κουραστεί από τις υπερβολές των παραδοσιακών μέσων και στρέφονται όλο και περισσότερο στα Social Media.

Η σύνδεση της επικοινωνιακής εικόνας και ταυτότητας του ΠΑΑ με το δικτυακό κοινωνικό γίγνεσθαι κρίνεται επιβεβλημένη, καθώς η επικοινωνία με αυτό τον τρόπο γίνεται περισσότερο πολύμορφη και φιλική στον πολίτη. Τα Social Media, ωστόσο, πρέπει να αντιμετωπίζονται με διαφορετική φιλοσοφία, από αυτή των «συμβατικών», παραδοσιακών media. Μια «καμπάνια» στα Social Media οφείλει να είναι πιο «ανοιχτή» και ευέλικτη, καθώς και να σέβεται το βασικό κανόνα: Σε αυτή τη μορφή επικοινωνίας ο πολίτης είναι στο κέντρο και η διαδραστικότητα αποτελεί το κυρίαρχο χαρακτηριστικό της.

B.II ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ (bellow – the – line)

Οι **ενέργειες bellow–the–line** είναι αυτές που πληροφορούν αναλυτικότερα και σε βάθος τις ομάδες-στόχου για τα επιμέρους μέτρα και τις δράσεις του ΠΑΑ. Λειτουργούν συμπληρωματικά στη μαζική επικοινωνία, διέπονται από τη φιλοσοφία της και χρησιμοποιούν τα ίδια κύρια επικοινωνιακά μηνύματα. Πολλαπλασιάζουν και εμπλουτίζουν την καμπάνια προβολής και δημοσιότητας που πραγματοποιείται από τα ΜΜΕ.

Προσεγγίζουν το στοχοθετούμενο κοινό από διαφορετικές διόδους επικοινωνίας, μεγιστοποιώντας την αποτελεσματικότητα και εξασφαλίζοντας σαφή αποκωδικοποίηση των μηνυμάτων, καθώς και υψηλότερη αναμνησιμότητα. Είναι εξειδικευμένες, περιλαμβάνουν συγκεκριμένα μέσα και επικοινωνιακά εργαλεία και απευθύνονται σε ειδικά κοινά, π.χ. αγρότες, Συμβούλους, επιχειρήσεις, κλπ. αυξάνοντας την αποτελεσματικότητα της επικοινωνίας.

B.II.1 Σχεδιασμός & Παραγωγή Ενημερωτικού & Διαφημιστικού Υλικού

(έντυπου/ηλεκτρονικού)

Η χρήση έντυπου και ηλεκτρονικού υλικού αποτελεί σημαντικό μέτρο πληροφόρησης, για την ειδική ενημέρωση των ομάδων-στόχου και, κυρίως των εν δυνάμει ωφελομένων από το ΠΑΑ. Το ενημερωτικό υλικό αναμένεται να προσφέρει γενική ενημέρωση προς το ευρύ κοινό και μια πρώτη πληροφόρηση προς δυνητικούς Δικαιούχους, τόσο για τις δυνατότητες

χρηματοδότησης που προσφέρονται, όσον και για τα αποτελέσματα των δράσεων και των επιμέρους έργων που υλοποιούνται.

Ακολουθεί ανάλυση των επικοινωνιακών εργαλείων που προτείνεται να χρησιμοποιηθούν για αυτό το μέτρο.

Έντυπο Υλικό

Τα έντυπα τα οποία προτείνεται να σχεδιαστούν και να παραχθούν για το ΠΑΑ είναι τα εξής:

- 1. Ειδικό έντυπο-ενημερωτικός Οδηγός** για κάθε έναν από τους 4 στρατηγικούς Άξονες του ΠΑΑ εστιασμένο σε θέματα όπως:
 - Βελτίωση της ποιότητας ζωής των κατοίκων της ελληνικής υπαίθρου.
 - Ανάπτυξη της υπαίθρου και αγροτική ανάπτυξη.
 - Απασχόληση, επιχειρηματικότητα & ανταγωνιστικότητα.
- 2. Ενημερωτικά Φυλλάδια:** Χρησιμοποιούνται, κατά κύριο λόγο, για την ενημέρωση των ομάδων-στόχου όσον αφορά στην ανακοίνωση νέων προκηρύξεων για τα επιμέρους Μέτρα του ΠΑΑ, συμπεριλαμβανομένων όλων των απαιτούμενων πληροφοριών για τις χρηματοδοτήσεις, τις επιλέξιμες δαπάνες και τις διαδικασίες υποβολής των σχετικών αιτήσεων.
- 3. Ειδικά έντυπα για μεγάλα και σημαντικά έργα** του ΠΑΑ, τα οποία θα αποφασιστούν από την ΕΥΔ ΠΑΑ και ανάλογα με την πορεία υλοποίησής τους. Στα έντυπα αυτά μπορούν να παρουσιάζονται αναλυτικά πληροφορίες σχετικά με το περιεχόμενο, τη χρονική διάρκεια, την περιοχή εφαρμογής, κ.ά.
- 4. Ειδικά έντυπα-παρουσίασης «καλών πρακτικών»**, που σκοπό έχουν να προβάλλουν στο ευρύ κοινό πρότυπα παραδείγματα και καινοτόμες πρωτοβουλίες, που υλοποιήθηκαν στο πλαίσιο του ΠΑΑ. Στα ενημερωτικά αυτά έντυπα μπορεί να συμπεριληφθούν ακόμη και αποσπάσματα από πραγματικές δηλώσεις – “testimonial” ωφελουμένων σχετικά με την υποστήριξη που έλαβαν και τα θετικά αποτελέσματα που επιτεύχθηκαν, αξιοποιώντας τις επενδυτικές ευκαιρίες που προσφέρει το Πρόγραμμα.
- 5. Περιοδική Έκδοση:** Η περιοδική έκδοση λειτουργεί ως υποστηρικτικό στοιχείο των πληροφοριών που δίνονται μέσω της ιστοσελίδας της Διαχειριστικής Αρχής και μπορεί να προβάλλει ειδικά θέματα, ειδήσεις και νέα που αφορούν αποκλειστικά στο Πρόγραμμα.

Μετά τη λήξη των δράσεων, προτείνεται μια **τελική έκδοση** που θα περιλαμβάνει πληροφορίες απολογιστικού χαρακτήρα για τις δράσεις, καθώς και τις ωφέλειες που επέφεραν στην τοπική κοινωνία.

6. Έντυπο Προωθητικό Υλικό:

Θα λειτουργεί υποστηρικτικά και συμπληρωματικά στην όλη εκστρατεία πληροφόρησης, καθώς το περιεχόμενό του, αλλά και το lay out, θα αναδεικνύουν και θα ενισχύουν τη συνολική εικόνα και ταυτότητα του Προγράμματος, μεγιστοποιώντας την αναγνωρισιμότητα και αναμνησιμότητά του. Ιδιαίτερη βαρύτητα θα πρέπει να δοθεί στο δημιουργικό και πρωτότυπο σχεδιασμό (χρηστικότητα, μέγεθος, χρώματα, φωτογραφίες, κλπ), αλλά και στο συμβολικό του χαρακτήρα, αποτυπώνοντας και αναδεικνύοντας το κεντρικό επικοινωνιακό μήνυμα.

Το προωθητικό αυτό υλικό μπορεί να περιλαμβάνει:

- Σημειωματάριο
- Σειρά από καρτ-ποστάλ
- Ημερολόγιο

7. Ενημερωτικές Επιστολές: Προτείνεται οι ενημερωτικές επιστολές να αποστέλλονται καθ' όλη τη διάρκεια του Προγράμματος, στον Τύπο, σε συλλογικούς φορείς, οργανώσεις και συνεταιρισμούς, σε ΟΤΑ, σε επιλεγμένες ομάδες-στόχου, κλπ. Το

ακριβές περιεχόμενό τους εξαρτάται από το είδος της πληροφορίας και το στάδιο υλοποίησης των δράσεων του ΠΑΑ.

- 8. Newsletters:** Τα ενημερωτικά δελτία αποτελούν μία σταθερή περιοδική πηγή πληροφόρησης, στην οποία είναι δυνατόν να ανατρέξει το κοινό ή τα ΜΜΕ για να παρακολουθούν την εξέλιξη του Προγράμματος. Στα δελτία αυτά ανακοινώνονται όλα τα νέα που αφορούν στην πορεία των επιμέρους έργων, στις αναμενόμενες Προκηρύξεις, σε «καλές πρακτικές» και στα αποτελέσματα του Προγράμματος.

Τα δελτία μπορούν να αποστέλλονται στα ηλεκτρονικά ταχυδρομεία φορέων, Δικαιούχων και άλλων πολλαπλασιαστών πληροφόρησης ή/και να αποτελούν μέρος της ιστοσελίδας της Διαχειριστικής Αρχής, δηλαδή, η ειδική ιστοσελίδα www.agrotikianartixi.gr μπορεί να φιλοξενεί ηλεκτρονικές εκδόσεις των ενημερωτικών δελτίων στις οποίες, με κατάλληλο σύστημα, μπορούν οι ενδιαφερόμενοι να εγγραφούν συνδρομητές. Επιπρόσθετα, τα ηλεκτρονικά ενημερωτικά δελτία μπορεί να παρουσιάζονται και ως «News Flash Banner» στους δικτυακούς τόπους ορισμένων Δικαιούχων /Φορέων Υλοποίησης των επιμέρους έργων.

- 9. Αφίσες:** Οι αφίσες για να είναι εύχρηστες για ευρεία διανομή, αλλά και για να συνοδεύουν τις ενημερωτικές εκδηλώσεις (ημερίδες, συνέδρια, κλπ.) είναι προτιμότερο να παραχθούν σε μεσαίο μέγεθος (π.χ. 35X50 cm). Κρίνεται σκόπιμο να ακολουθούν αισθητικά την ενιαία ταυτότητα που έχει δημιουργηθεί για το σύνολο του Προγράμματος και να περιλαμβάνουν επιλεκτική και στοχευμένη πληροφόρηση, ανάλογα με το γεγονός που επιδιώκουν να προβάλλουν.

Ηλεκτρονικό Υλικό

1. Παραγωγή CD ROM/DVD/VIDEO:

Οι κατηγορίες αυτές ηλεκτρονικού υλικού (CD ROM / DVD / VIDEO) μπορεί να απευθύνονται ειδικά στις ομάδες-στόχους των δράσεων του ΠΑΑ, αλλά και γενικότερα στο ευρύ κοινό για την προβολή του Προγράμματος, την προσέλκυση δυναμικά ωφελουμένων, την παρουσίαση της πορείας των επιμέρους έργων, των «καλών πρακτικών» και των αποτελεσμάτων του Προγράμματος.

Το ηλεκτρονικό υλικό μπορεί να παρουσιάζεται ή να διανέμεται κατά περίπτωση στο πλαίσιο διοργάνωσης ενεργειών δημοσιότητας – ευαισθητοποίησης ή ακόμη και άλλων προωθητικών εκδηλώσεων για την προβολή των δράσεων του ΠΑΑ.

Βίντεο και σποτ ενημερωτικού χαρακτήρα πρέπει να διοχετεύονται στα ΜΜΕ και σε εκπομπές με ιδιαίτερη ευαισθησία σε θέματα αγροτικής ανάπτυξης, προστασίας του περιβάλλοντος, κλπ.

Αναλόγως του σταδίου υλοποίησης του Προγράμματος και του στόχου της πληροφόρησης, το περιεχόμενο του ηλεκτρονικού υλικού δύναται να περιλαμβάνει:

- Συνολική παρουσίαση του ΠΑΑ και εξειδικευμένη προβολή των στόχων του,
- Διαδικασίες και υλικό απαραίτητο για τη συμμετοχή στο Πρόγραμμα,
- Εισηγήσεις και συμπεράσματα ημερίδων και υλικό άλλων εκδηλώσεων,
- Συνεντεύξεις (π.χ. ωφελουμένων από το Πρόγραμμα),
- Οφέλη και απτά αποτελέσματα από την υλοποίηση των αναπτυξιακών παρεμβάσεων του ΠΑΑ,
- «Καλές Πρακτικές» που αναπτύχθηκαν στη βάση αξιοποίησης των χρηματοδοτικών εργαλείων που παρέχει το ΠΑΑ.

Ειδικότερα:

Προτείνεται η **παραγωγή και διανομή CD ROM**, τα οποία θα περιέχουν multimedia παρουσιάσεις για τους διακριτούς Άξονες του ΠΑΑ και να αφορούν σε θέματα όπως:

- Ανάπτυξη της υπαίθρου και αγροτική ανάπτυξη.

- Βελτίωση της ποιότητας ζωής των κατοίκων της ελληνικής υπαίθρου.
- Απασχόληση, επιχειρηματικότητα & ανταγωνιστικότητα.

Τα CD ROM δίνουν τη δυνατότητα στον ενδιαφερόμενο να έχει πρόσβαση σε μια πολύ πιο λεπτομερειακή πληροφόρηση. Για τον ενδιαφερόμενο που είναι εν δυνάμει Δικαιούχος ή αποδέκτης δράσεων, το CD ROM πρέπει να περιέχει Οδηγίες και συστηματοποιημένες πληροφορίες για το πώς μπορεί να αξιοποιήσει τις επενδυτικές δυνατότητες που προσφέρει το Πρόγραμμα.

Στην περίπτωση **παραγωγής DVD/VIDEO**, που ενδείκνυται ειδικά για την παρουσίαση «καλών πρακτικών», δίνεται η δυνατότητα να παρουσιάζονται πλάνα από τα έργα που ήδη έχουν πραγματοποιηθεί στο πλαίσιο του ΠΑΑ, καθώς και τα κεντρικά μηνύματα της επικοινωνιακής εκστρατείας. Προτείνεται η ταινία να προβάλλεται σε Ημερίδες/Συνέδρια, σε Εκθέσεις, σε εκδηλώσεις, κλπ., ενώ μπορεί, επίσης, να προβάλλεται και υπό τη μορφή ντοκιμαντέρ σε τηλεοπτικά κανάλια.

Συμπερασματικά:

Η δημιουργία CD ROM/DVD/VIDEO προσφέρει έναν εντυπωσιακό και οικονομικό τρόπο διαφήμισης και προώθησης των δράσεων του ΠΑΑ, συνδυάζοντας «τεχνικές πληροφορίες» με ήχο/μουσική, φωνή, εικόνα, video, κινούμενα γραφικά, γραφήματα, φωτογραφίες και κείμενο, μέσα από μια interactive και καλαίσθητη σύγχρονη προσέγγιση.

B.II.2 Διανομή & Αποστολή Ενημερωτικού Υλικού

Τα ενημερωτικά υλικά, κρίνεται σκόπιμο να διανέμονται:

- στα γραφεία των συλλόγων και φορέων των ομάδων-στόχων,
- στα γραφεία των Περιφερειακών Αυτοδιοικήσεων και των Δήμων, στις Τοπικές Υπηρεσίες του ΥΠΑΑΤ και στους οργανισμούς, φορείς και επιχειρήσεις Τοπικής και Περιφερειακής Αυτοδιοίκησης,
- στα γραφεία των άμεσα ή έμμεσα εμπλεκόμενων κοινωνικοοικονομικών εταίρων και φορέων (επαγγελματικών οργανώσεων, άτυπων ομάδων παραγωγών, συνεταιρισμών, επιμελητηρίων, αναπτυξιακών εταιρειών, κλπ.),
- στους χώρους δραστηριοποίησης Μη Κυβερνητικών Οργανισμών που σχετίζονται με τις παρεμβάσεις που προβλέπονται από το ΠΑΑ,
- στους χώρους Ημερίδων, Συνεδρίων, Συνεντεύξεων Τύπου, κλπ. που διοργανώνονται για τη δημοσιότητα του ΠΑΑ,
- από τα περίπτερα με τα οποία η Διαχειριστική Αρχή συμμετέχει σε κάποια έκθεση,
- από τα Info-points και τα Info kiosks.

Στη συνέχεια, περιγράφονται περισσότερο αναλυτικά ορισμένοι ενδεικτικοί τρόποι διάθεσης του ενημερωτικού υλικού.

Συμμετοχή σε Εκθέσεις (Ενημερωτικά Περίπτερα)

Η συμμετοχή σε Εκθέσεις εξασφαλίζει την προσωπική επαφή των στελεχών της ΕΥΔ ΠΑΑ με τους ενδιαφερομένους και το εξειδικευμένο κοινό, ενώ παράγει περαιτέρω δημοσιότητα, καθώς το ίδιο το κοινό γίνεται πολλαπλασιαστής του επικοινωνιακού μηνύματος.

Υπάρχουν συγκεκριμένες ενέργειες που πρέπει να ακολουθηθούν για μια επιτυχημένη συμμετοχή σε Έκθεση, όπως συντονισμός των επιμέρους διαδικασιών (επιλογή της κατάλληλης Έκθεσης, υποβολή αίτησης, κ.ά.), οργάνωση και κατασκευή του περιπτέρου, διαμόρφωση προγράμματος τυχόν παράλληλων ενημερωτικών ή/και ψυχαγωγικών εκδηλώσεων, επιλογή, συνεννόηση και προετοιμασία των ομιλητών, προβολή της συμμετοχής στα ΜΜΕ (με δελτία τύπου, ραδιοφωνικές εκπομπές, ανακοινώσεις, κλπ.).

Ο ορθός σχεδιασμός Ενημερωτικού Περιπτέρου για εκθεσιακό κέντρο, είτε για κλειστή αίθουσα είτε για ανοικτό χώρο, περιλαμβάνει το δημιουργικό, αλλά και το τεχνικό μέρος της

κατασκευής, τη χρήση οπτικοακουστικών μέσων, την εξασφάλιση του αναγκαίου εξοπλισμού, κ.ά.

Ο Τύπος και τα ΜΜΕ παίζουν πολύ σημαντικό ρόλο στην επίτευξη των επικοινωνιακών στόχων μέσα από τη συμμετοχή σε μια έκθεση, γιατί η προσέλκυση της προσοχής του τηλεοπτικού ή αναγνωστικού κοινού των εφημερίδων και των περιοδικών και η θετική προσέγγιση των κριτικών και των διαμορφωτών της κοινής γνώμης είναι η απαραίτητη και ένα μεγάλο μέρος της επιθυμητής επιτυχίας της προβολής των αναπτυξιακών παρεμβάσεων του ΠΑΑ.

Συμμετοχή σε Εκδηλώσεις & Γιορτές Τοπικών Προϊόντων

Η πληροφόρηση μέσω ειδικών εκδηλώσεων διαδραματίζει σπουδαίο ρόλο στη γενικότερη ενημέρωση των ομάδων-στόχων. Οι εκδηλώσεις προσελκύουν σημαντικό αριθμό συμμετεχόντων και αποτελούν στοχευμένη δράση. Κατά τις δράσεις αυτές υπάρχει η ευκαιρία προσωπικής και άμεσης επικοινωνίας και ενημέρωσης μεταξύ της Διαχειριστικής Αρχής και του στοχοθετούμενου κοινού.

Συγκεκριμένα, η συμμετοχή σε Γιορτές Τοπικών Προϊόντων - με την εγκατάσταση και λειτουργία ενημερωτικού Περιπτέρου - αφενός συνιστούν συμπληρωματικό μέσο για τη διανομή έντυπου και ηλεκτρονικού προωθητικού υλικού και αφετέρου προσδίδουν δυναμική και ουσία στο κεντρικό επικοινωνιακό μήνυμα του Προγράμματος, καθώς αποτελούν το σημείο συνάντησης και συνύφανσης πολιτισμικών στοιχείων με την τοπική παραγωγή και τις αγροτουριστικές δραστηριότητες του ντόπιου πληθυσμού – στοιχεία που εμπεριέχονται αποτυπώνονται και εκφράζονται στους στόχους, το περιεχόμενο και τα οφέλη του ΠΑΑ. Επίσης, λειτουργούν ως τόπος προσέλευσης των τοπικών παραγωγών και επιχειρηματιών για άμεση προσέγγισή τους και παροχή στοχευμένης πληροφόρησης σχετικά με τις επενδυτικές δυνατότητες του Προγράμματος.

Ενημερωτική αλληλογραφία, direct mail, ομαδικά e-mails κ.ά.

Πρόκειται για ενημερωτική αλληλογραφία και μαζικές αποστολές έντυπου ή ηλεκτρονικού ενημερωτικού υλικού, η οποία συνιστά μια πιο προσωπική και άμεση προσέγγιση, καθώς απευθύνεται σε μεμονωμένα άτομα, με στόχο την ενημέρωση και προτροπή τους για συμμετοχή στις δράσεις του ΠΑΑ.

Για μια επιτυχημένη αποστολή μεγάλου όγκου ενημερωτικού υλικού, σε μια πρώτη φάση, απαιτούνται:

- Πρόβλεψη και ανάπτυξη αποτελεσματικού μηχανισμού μαζικών αποστολών,
- Οργάνωση των αποδεκτών της ενημέρωσης της ΕΥΔ ΠΑΑ σε βάση δεδομένων, η οποία θα εμπλουτίζεται συνεχώς. Με τη χρήση αυτής της βάσης δεδομένων, αναπτύσσεται ο μηχανισμός μαζικών αποστολών πληροφόρησης, προσκλήσεων προς Τελικούς Δικαιούχους, προσκλήσεων σε ημερίδες, ενημερωτικά δελτία, κλπ. Η βάση δεδομένων δίνει τη δυνατότητα κατηγοριοποίησης των αποδεκτών με βάση τουλάχιστον 3 κριτήρια:
 - Γεωγραφικό και χωροταξικό κριτήριο,
 - Τομέας δραστηριοποίησης,
 - Κατηγορία τελικού δικαιούχου ή αποδέκτη.

B.II.3 Διοργάνωση Εκδηλώσεων

Οι εκδηλώσεις χρησιμοποιούνται ως υποστηρικτικό και σημαντικό μέσο πληροφόρησης και ταυτόχρονα ως ευκαιρία άμεσης και αποτελεσματικής επικοινωνίας με όλες τις ομάδες-στόχους και ιδιαίτερα με τους επωφελούμενους και εν δυνάμει επωφελούμενους από το Πρόγραμμα.

Διοργάνωση Ημερίδων & Συνεδρίων

Η διοργάνωση Ημερίδων/Συνεδρίων λειτουργεί συμπληρωματικά στις υπόλοιπες δράσεις επικοινωνίας. Ανάλογα με τους στόχους και την επικοινωνιακή φάση, οι εκδηλώσεις αυτές απευθύνονται είτε σε εξειδικευμένο κοινό (επιχειρηματίες, παραγωγούς, νέους αγρότες, κ.ά.)

είτε στο ευρύ κοινό, ενώ, μέσω κατάλληλων και ενδεδειγμένων επικοινωνιακών μεθόδων, δύναται να εξασφαλίζεται η συμμετοχή των πραγματικά ενδιαφερομένων.

Οι ημερίδες/συνέδρια μπορούν να διοργανώνονται εκ περιτροπής και στις 13 Περιφέρειες και να συνοδεύονται από διευρυμένες συνεδριάσεις των Περιφερειακών Συμβουλίων ή και της Επιτροπής Παρακολούθησης του ΠΑΑ με συμμετοχή εκπροσώπων παραγωγικών τάξεων, κοινωνικών και οικονομικών εταίρων, κοινού και ευρεία κάλυψη από τα περιφερειακά – τοπικά ΜΜΕ. Οι εκδηλώσεις προτείνεται να πραγματοποιηθούν στις πρωτεύουσες των νομών της κάθε Περιφέρειας, αλλά και σε κάποιες από τις σημαντικότερες, για το ΠΑΑ, πόλεις αυτής.

Στο πλαίσιο των εκδηλώσεων είναι σημαντικό να παρουσιάζεται το σύνολο των τρεχόντων και των προβλεπόμενων δράσεων που αφορούν στην κάθε Περιφέρεια, έτσι ώστε να τονίζεται η συνεισφορά του Προγράμματος στην ισόρροπη ανάπτυξη και τη μείωση των ενδοπεριφερειακών και διαπεριφερειακών ανισοτήτων. Παράλληλα, επιδιώκεται μέσα από αυτές τις εκδηλώσεις η δημιουργία ευρύτερων συναινέσεων και συνεργασιών σε επίπεδο Περιφέρειας, με στόχο την επίτευξη συγκεκριμένων αποτελεσμάτων στην τοπική κοινωνία μέσω του ΠΑΑ.

Το περιεχόμενο των εκδηλώσεων εξαρτάται κάθε φορά από το τρέχον στάδιο υλοποίησης του Προγράμματος. Η θεματολογία των εκδηλώσεων θα αφορά στην πορεία του Προγράμματος, την αγροτική ανάπτυξη, το περιβάλλον, τη βιώσιμη ανάπτυξη, την επιχειρηματικότητα, τις ειδικές ομάδες πληθυσμού, τις μειονεκτικές περιοχές, κλπ.

Ειδικότερα:

- **κατά την έναρξη του ΠΑΑ**, θεματολογία αποτελεί, κυρίως, η ενημέρωση για τους στόχους του Προγράμματος και η ευαισθητοποίηση των φορέων, των δυνητικά ωφελουμένων και του ευρύτερου πληθυσμού για τα οφέλη των παρεμβάσεων.
- **κατά τη διάρκεια υλοποίησης του ΠΑΑ**, στόχος είναι η ενημέρωση για την πορεία των δράσεων, τις προκλήσεις και για τα προσδοκώμενα αποτελέσματα.
- **με τη λήξη των δράσεων**, οι εκδηλώσεις θα αφορούν στον απολογισμό, στην αξιολόγηση της εφαρμογής του Προγράμματος και στην παρουσίαση καλών πρακτικών από την υλοποίηση του, προκειμένου να συντελείται διάχυση της πληροφόρησης και να επιτυγχάνονται πολλαπλασιαστικά αποτελέσματα.

Η υλοποίηση συνεδρίων και ημερίδων αποτελεί μια πολυσύνθετη διαδικασία και απαιτεί δεξιοτεχνική οργάνωση και πρωτότυπη διαδικασία υλοποίησης. Οφείλει να διέπεται από την ενιαία επικοινωνιακή στρατηγική που εξασφαλίζει την επίτευξη των στόχων της προτεινόμενης καμπάνιας προβολής για τις δράσεις του ΠΑΑ.

Για τη διοργάνωση των εκδηλώσεων απαιτούνται μια σειρά επιμέρους ενεργειών που αφορούν τόσο στην προετοιμασία όσο και στη διενέργειά τους, όπως καθορισμός του κεντρικού θέματος και των επιμέρους ενοτήτων, επιλογή των εισηγητών, σύνταξη φακέλου συνέδρων/συμμετεχόντων με ενημερωτικό υλικό, αποστολή προσκλήσεων και τυχόν άλλου ενημερωτικού υλικού, εξασφάλιση του απαραίτητου εξοπλισμού και οπτικοακουστικού υλικού, προβολή της εκδήλωσης στα ΜΜΕ, κ.ά.

Οργάνωση Ειδικών Εκδηλώσεων

▪ **Εκδηλώσεις στα σχολεία**

Οι μαθητές μπορούν να αποτελέσουν επίσης πολλαπλασιαστές των μηνυμάτων που θα διοχετευτούν κατά τη διάρκεια της επικοινωνιακής εκστρατείας. Έτσι, προτείνεται να διοργανωθεί σειρά από ενημερωτικές εκδηλώσεις σε σχολεία όλων των βαθμίδων. Στις εκδηλώσεις θα γίνονται παρουσιάσεις του περιεχομένου και των στόχων του ΠΑΑ με έμφαση, κυρίως, στην παρουσίαση των σημαντικών ωφελειών που προκύπτουν από την υλοποίηση του Προγράμματος για τους πολίτες της κάθε περιοχής. Οι παρουσιάσεις πρέπει να πραγματοποιούνται στην απλούστερη δυνατή «γλώσσα». Κατά τις εκδηλώσεις διανέμεται και ενημερωτικό υλικό όπως ενημερωτικά έντυπα, ειδικά φυλλάδια ή περιοδικά τα οποία απευθύνονται στο ευρύ κοινό.

▪ **Διοργάνωση Διαγωνισμού μεταξύ Μαθητών και Φοιτητών**

Προτείνεται η διενέργεια διαγωνισμού ανάμεσα στους τελειόφοιτους μαθητές και φοιτητές, όπου θα ζητείται η μελέτη και παράδοση έκθεσης/διατριβής πάνω σε έναν από τους ειδικούς

στόχους του ΠΑΑ. Το εργαλείο αυτό αναμένεται να συμβάλει στην ενημέρωση και σε βάθος πληροφόρηση των ομάδων των μαθητών, φοιτητών και εκπαιδευτικών με πολλαπλασιαστικά αποτελέσματα. Η βράβευση προτείνεται να λαμβάνει χώρα στο τέλος της σχολικής ή ακαδημαϊκής χρονιάς, με την επιδίωξη να λαμβάνει σημαντική δημοσιότητα μέσω των ΜΜΕ, ενώ τα βραβεία να είναι χρηστικά αντικείμενα, χαρακτηριστικά της φιλοσοφίας του ΠΑΑ ή συμβολικά χρηματικά ποσά.

▪ **Οργανωμένες Ομαδικές Επισκέψεις σε Έργα**

Προτείνεται η διοργάνωση και η πραγματοποίηση οργανωμένων ομαδικών επισκέψεων σε σημεία όπου έχουν ολοκληρωθεί ή είναι υπό κατασκευή/υλοποίηση σημαντικά αναπτυξιακά έργα, χρηματοδοτούμενα από το ΕΓΤΑΑ, στο πλαίσιο του ΠΑΑ. Η ενέργεια αυτή σκοπεύει στην ενημέρωση των πολιτών, αλλά κυρίως στην έγκυρη πληροφόρηση των διαμορφωτών της κοινής γνώμης για τα θετικά αποτελέσματα των συγχρηματοδοτούμενων έργων με έμπρακτο, ενημερωτικό και ψυχαγωγικό τρόπο. Τα προσωπικά τους βιώματα και η θετική τους μαρτυρία αναμένεται να συμβάλλουν καθοριστικά στην προβολή και προώθηση των ωφελειών και αποτελεσμάτων του ΠΑΑ.

B.II.4 Υπηρεσίες Γραφείου Τύπου & Δημοσίων Σχέσεων

Οι υπηρεσίες Γραφείου Τύπου και Δημοσίων Σχέσεων στοχεύουν στη μέγιστη αξιοποίηση και ενεργοποίηση των ΜΜΕ. Μία αποτελεσματική στρατηγική Δημοσίων Σχέσεων πρέπει να στηρίζεται στην άριστη γνώση των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, το lobbying, τη διοργάνωση ειδικών προωθητικών εκδηλώσεων, κλπ.

Πρέπει να γίνεται συστηματική προσπάθεια ώστε να αξιοποιούνται οι επαφές και να προωθείται αгаστή συνεργασία με τους δημοσιογράφους, κυρίως των τοπικών και περιφερειακών ΜΜΕ, προκειμένου να συνεχίσουν να προβάλλουν τους στόχους και το περιεχόμενο του ΠΑΑ με άρθρα, συνεντεύξεις, αφιερώματα και ειδησιογραφία, με έμφαση στη χρήση απλής και κατανοητής ορολογίας από το ευρύ κοινό, συμβάλλοντας έτσι στη διάχυση των αποτελεσμάτων του.

Οι υπηρεσίες Γραφείου Τύπου, καθώς και οι ενέργειες Δημοσίων Σχέσεων που προτείνονται παρακάτω συνδέονται άμεσα με τις υπόλοιπες ενέργειες και συμβάλλουν συνεργικά στην υλοποίηση των επικοινωνιακών στόχων που έχουν τεθεί.

Ειδικότερα, οι ενέργειες Γραφείου Τύπου και Δημοσίων Σχέσεων περιλαμβάνουν, μεταξύ άλλων, δημιουργία ολοκληρωμένου δημοσιογραφικού φακέλου (press kit), αποστολή Δελτίων Τύπου, διοργάνωση Συνεντεύξεων Τύπου, προβολή του Προγράμματος σε πανελλαδικά φύλλα εφημερίδων, παρουσίαση αποτελεσμάτων του Προγράμματος και πώς αυτά ωφέλησαν τους άμεσα και έμμεσα ενδιαφερόμενους, τακτική αποδελτίωση του Τύπου.

Στη συνέχεια, κρίνεται σκόπιμο να παρουσιαστούν αναλυτικά ορισμένες βασικές ενέργειες:

Συνεντεύξεις Τύπου

Η οργάνωση Συνεντεύξεων Τύπου θεωρείται χρήσιμη τόσο κατά τη διάρκεια υλοποίησης του Προγράμματος όσο και μετά την ολοκλήρωση των δράσεων του ΠΑΑ. Προτείνεται να διοργανώνονται περιοδικά Συνεντεύξεις Τύπου κάνοντας χρήση των τοπικών, κυρίως, ΜΜΕ μέσω των οποίων η πληροφόρηση διεισδύει αποτελεσματικά σε όλες τις κατηγορίες στοχοθετούμενου κοινού.

Τα βασικά βήματα για μια επιτυχημένη διοργάνωση Συνέντευξης Τύπου περιλαμβάνουν, μεταξύ άλλων, επιλογή του χώρου διεξαγωγής, ορισμός συντονιστή και ομιλητών, γραμματειακή και τεχνική υποστήριξη που τυχόν θα απαιτηθεί, ενημερωτικό υλικό (press kit) που θα διανεμηθεί, αποστολή πρόσκλησης σε όλα τα μέσα ενημέρωσης, κ.ά.

Η ευαισθητοποίηση των διαμορφωτών κοινής γνώμης και η θετική τους στάση για το ΠΑΑ, αναμένεται να προκαλέσουν σχετικές αναφορές στα τοπικά αλλά και στα εθνικής εμβέλειας μέσα ενημέρωσης και επικοινωνίας για τις συγκεκριμένες επενδυτικές δυνατότητες και τα σημαντικά οφέλη που προσφέρει.

Σύνταξη/Αποστολή Δελτίων Τύπου

Προτείνεται να ετοιμάζονται και να αποστέλλονται Δελτία Τύπου σε όλα τα ΜΜΕ. Τα Δελτία Τύπου ανακοινώνουν σημαντικές πληροφορίες σχετικές με το Πρόγραμμα, καθώς και τις εκδηλώσεις πληροφόρησης που προγραμματίζονται και που υλοποιούνται. Τα Δελτία Τύπου χρησιμοποιούνται, κυρίως, για την ενημέρωση του κοινού σχετικά με την έναρξη, την πρόοδο και την ολοκλήρωση των δράσεων του ΠΑΑ.

Η αποστολή Δελτίου Τύπου στα έντυπα και ηλεκτρονικά μέσα θεωρείται αναγκαία στις παρακάτω περιπτώσεις:

- Πριν την έναρξη κάποιας ενέργειας ή προκήρυξης με στόχο την ενημέρωση των ενδιαφερομένων.
- Πριν την υλοποίηση ενημερωτικών εκδηλώσεων όπως ημερίδων/συνεδρίων, κλπ.
- Μετά την υλοποίηση ενημερωτικών εκδηλώσεων όπως ημερίδων/συνεδρίων, κλπ., παρουσιάζοντας συνοπτικά τα αποτελέσματα της ενέργειας.
- Κατά τη διάρκεια υλοποίησης των ενεργειών, όταν προκύπτουν σημαντικά αποτελέσματα.

Άρθρα/Ανακοινώσεις/Συνεντεύξεις στον Τύπο και στο Διαδίκτυο

Είναι σημαντικό να προωθείται σχετική αρθρογραφία στον Τύπο, αλλά και στο Διαδίκτυο, με στόχο την ενημέρωση του ευρύτερου κοινωνικού συνόλου και τη διάχυση των καλών πρακτικών. Η δημοσίευση άρθρων, ανακοινώσεων ή ακόμα και εκτενών αφιερωμάτων με θέμα τις αναπτυξιακές προοπτικές που προσφέρει το ΠΑΑ αποσκοπεί στην ενεργοποίηση του ενδιαφέροντος των αναγνωστών παρέχοντας συγκεκριμένες και έγκυρες πληροφορίες.

Άλλο ένα συμπληρωματικό εργαλείο πληροφόρησης αποτελεί και η χρήση περιοδικών στηλών σε ειδικά φύλλα των εφημερίδων ή/και στις ηλεκτρονικές εκδόσεις εφημερίδων μεγάλης αναγνωσιμότητας. Οι στήλες αυτές πρέπει να είναι σύντομες και περιεκτικές και να παρουσιάζουν συνοπτικά και ξεκάθαρα στοιχεία για το ΠΑΑ. Σε συνεννόηση με εφημερίδες πανελλαδικής και τοπικής κυκλοφορίας προτείνεται να καταρτιστεί πρόγραμμα συνεντεύξεων. Οι συνεντεύξεις θα παρουσιάζουν σημαντικές πληροφορίες για το Πρόγραμμα και για τις αρμοδιότητες της Διαχειριστικής Αρχής και του έργου που επιτελείται.

Αποδελτίωση Δημοσιευμάτων από τον Τύπο (έντυπο και ηλεκτρονικό)

Σκοπός είναι να συγκεντρώνονται και να αξιολογούνται η αρθρογραφία και άλλες καταχωρίσεις που έχουν σχέση με την υλοποίηση των δράσεων του ΠΑΑ.

Η επιτυχημένη αποδελτίωση απαιτεί το συντονισμό διαφόρων επιμέρους ενεργειών από τη συγκέντρωση, ανάγνωση και κατηγοριοποίηση των σχετικών δημοσιευμάτων, έως την έγκυρη και αποτελεσματική παρέμβαση και αποστολή διευκρινιστικών απαντήσεων στο συντάκτη του ρεπορτάζ, έχοντας ακόμα και προσωπική τηλεφωνική επικοινωνία μαζί του, όπου και όποτε αυτό απαιτείται.

Συνεργασία με Φορείς – «Πολλαπλασιαστές» της Πληροφόρησης

Ένας από τους κύριους στόχους της ανάπτυξης Δημοσιών Σχέσεων και επικοινωνίας είναι η συνεργασία με φορείς που μπορούν να λειτουργήσουν ως αναμεταδότες και πολλαπλασιαστές της πληροφόρησης (τοπικές και περιφερειακές δημόσιες αρχές, καθώς και άλλοι φορείς σχετιζόμενοι με τις δράσεις του ΠΑΑ π.χ. κοινωνικοοικονομικοί εταίροι, επαγγελματικές οργανώσεις, κλαδικές ενώσεις, εθνικές, τοπικές και περιφερειακές αρχές, αναπτυξιακοί φορείς, Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις κλπ.).

Η δημιουργία άτυπου «δικτύου» με φορείς – «πολλαπλασιαστές» της πληροφόρησης απαιτεί, μεταξύ άλλων, συναντήσεις με εκπροσώπους των φορέων, πρόσκληση για τη συμμετοχή τους στις εκδηλώσεις, αποστολή έντυπου ενημερωτικού υλικού.

B.II.5 Άλλες Προωθητικές Ενέργειες .

Οι προωθητικές ενέργειες που προτείνονται παρακάτω συνδέονται άμεσα με τις υπόλοιπες ενέργειες και συμβάλλουν συνεργικά στην υλοποίηση των επικοινωνιακών στόχων που έχουν τεθεί.

Αξιοποίηση Δικτυακού Τύπου και των Εργαλείων της Νέας Τεχνολογίας.

Βασικό εργαλείο της ηλεκτρονικής ενημέρωσης είναι η χρήση της ιστοσελίδας www.agrotikianaptixi.gr της Διαχειριστικής Αρχής, καθώς αποτελεί μία από τις κυρίες πηγές εξασφάλισης πληροφοριών από τους ενδιαφερόμενους και οι λόγοι είναι οι εξής:

- Εύκολη πρόσβαση από όλους τους δυνητικούς Δικαιούχους, Δικαιούχους, αλλά και το ευρύ κοινό,
- Δυνατότητα καθημερινής ενημέρωσης και ανανέωσης των πληροφοριών που περιέχει, σε αντίθεση με τα εκτυπωμένα μέσα (οδηγοί, έντυπα, κλπ.) που δεν έχουν αυτή την ευελιξία,
- Δυνατότητα παροχής στους Δικαιούχους όλων των εγγράφων που απαιτούνται άμεσα και γρήγορα,
- Δυνατότητα αμφίδρομης επικοινωνίας μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου,
- Εξοικονόμηση χρόνου και για τις δύο πλευρές - και της Διαχειριστικής Αρχής και των Δικαιούχων/ενδιαφερομένων - στη λήψη και παροχή πληροφοριών.

Στην ιστοσελίδα της Διαχειριστικής Αρχής πρέπει να αναρτώνται όλες οι σχετικές πληροφορίες για το περιεχόμενο και την πορεία εξέλιξης του ΠΑΑ και οι οποίες είναι σημαντικό να επικαιροποιούνται και να προσαρμόζονται ανάλογα με τις ανάγκες που προκύπτουν. Μέσα από την ιστοσελίδα της Διαχειριστικής Αρχής διασφαλίζεται, μεταξύ άλλων, η πλήρη διαφάνεια όσον αφορά στις ευκαιρίες χρηματοδότησης που προσφέρει το ΕΓΤΑΑ και η ανάδειξη του ρόλου που διαδραματίζει η ΕΕ στην αγροτική ανάπτυξη της χώρας.

Πρέπει να ενσωματώνει και να προβάλλει θέματα που έχουν ειδική βαρύτητα για συγκεκριμένες κατηγορίες στοχοθετούμενου κοινού, ωστόσο η γενική εικόνα του ΠΑΑ πρέπει να παραμένει ομοιογενής και πλήρης, καθώς η ανάρτηση περιεχομένου αφορά στο σύνολο του Προγράμματος. Αποτελεί την έγκαιρη και έγκυρη πηγή πληροφόρησης σχετικά με τις ευκαιρίες που τους δίνονται από την προώθηση και υλοποίηση των παρεμβάσεων του ΠΑΑ για χρηματοδότηση, στήριξη της απασχόλησης και νέων επιχειρηματικών πρωτοβουλιών, παροχή κοινωνικών υπηρεσιών, απόκτηση τεχνογνωσίας, αλλά και αξιόπιστης πληροφόρησης για τα αναπτυξιακά έργα, σε τοπικό και εθνικό επίπεδο.

Περαιτέρω, η ιστοσελίδα οφείλει να παρέχει τη δυνατότητα αμφίδρομης επικοινωνίας με την αξιοποίηση του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου για αναζήτηση περισσότερων πληροφοριών ή διευκρινίσεων. Είναι σημαντικό να παρακολουθούνται τα ηλεκτρονικά μηνύματα με τις απαιτήσεις των ενδιαφερομένων ούτως ώστε να εξασφαλίζεται η συνεχής και έγκαιρη παροχή πληροφοριών.

Η διεύθυνση της ιστοσελίδας πρέπει να αναγράφεται και να αναφέρεται σε όλα ανεξαιρέτως τα υπόλοιπα εργαλεία πληροφόρησης και επικοινωνίας όπως αυτά φαίνονται στο παρόν Σχέδιο Επικοινωνίας.

Οργάνωση και λειτουργία Infodesk

Για ένα πολυετές και σύνθετο πρόγραμμα όπως είναι το ΠΑΑ, η σωστή κατεύθυνση της πληροφόρησης είναι όρος ύπαρξης. Έχει διαπιστωθεί ότι ο πολίτης ή ακόμη και ο ειδικός που προσπαθεί να έρθει σε επαφή με μια αρμόδια υπηρεσία για ένα θέμα που τον απασχολεί χάνει πολύ χρόνο στην προσπάθεια να εντοπίσει τη σωστή πηγή στην οποία πρέπει να απευθυνθεί.

Από την άλλη μεριά, ένα μεγάλο ποσοστό των ερωτημάτων αποτελούν απλή αναζήτηση πληροφοριών που είναι άμεσα διαθέσιμες και μπορούν να απαντηθούν χωρίς να υπάρχει ανάγκη να εμπλακεί κάποιος καθ' ύλην αρμόδιος.

Για όλους αυτούς τους λόγους, προτείνεται η δημιουργία εντός της ΕΥΔ ΠΑΑ ενός γραφείου πληροφόρησης, το οποίο θα στελεχωθεί και θα λειτουργεί με ευθύνη των αρμοδίων που θα οριστούν για την υποστήριξη της συγκεκριμένης ενέργειας.

Ο ρόλος του γραφείου πληροφόρησης είναι διπλός:

- Αποτελεί την πρώτη επαφή του ενδιαφερόμενου με το ΠΑΑ και την ΕΥΔ και με αυτή την έννοια παρέχει τις βασικές πληροφορίες προς αυτόν, και
- Λειτουργεί ως «γραφείο προσανατολισμού» του πολίτη προς τις υπηρεσίες από όπου θα συγκεντρώσει τις πιο εξειδικευμένες πληροφορίες τις οποίες αναζητά.

Λειτουργία Info-points

Η λειτουργία σημείων πληροφόρησης και τεκμηρίωσης είναι ενέργεια προσανατολισμένη στην αμφίδρομη επικοινωνία και εξυπηρέτηση όλων των ενδιαφερόμενων, όπου καταγράφονται οι ερωτήσεις ή/και προτάσεις που εκφράζει το κοινό και η Διαχειριστική Αρχή τις αξιολογεί και απαντά αναλόγως. Τα info-points μπορούν να υποστηρίζονται και από την κατασκευή και λειτουργία info kiosks (περίπτερα πληροφόρησης).

Ο αριθμός των info kiosks που θα λειτουργήσουν, η ποιότητα κατασκευής του περιπέτρου και ο εξοπλισμός του, προφανώς εξαρτώνται από το είδος των αναγκών που θα προκύψουν, καθώς και από το διαθέσιμο προϋπολογισμό.

Στα info-points προτείνεται, επίσης, να διανέμονται στον κόσμο διαφημιστικά-προωθητικά μικροαντικείμενα, όπως μπρελόκ, conference bags, paper cubes, coasters, notepads, κλπ., ειδικά διαμορφωμένα ώστε να προβάλλουν το Πρόγραμμα. Αυτά τα προωθητικά αντικείμενα θεωρούνται απαραίτητα υποστηρικτικά στοιχεία στην όλη εκστρατεία πληροφόρησης ενώ ταυτόχρονα συμπληρώνουν και ενδυναμώνουν την ταυτότητα του Προγράμματος.

Γ' ΕΝΟΤΗΤΑ

ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΣΧΕΔΙΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Γ.1 ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ ΜΕΤΡΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΜΕ ΣΤΟΧΟΥΣ ΚΑΙ ΟΜΑΔΕΣ-ΣΤΟΧΟΥ

Υποχρεωτικά Μέτρα Πληροφόρησης

Στο παρόν Σχέδιο Επικοινωνίας γίνεται εκτενής αναφορά και σε όλα τα γενικά, αλλά και υποχρεωτικά μέτρα που πρέπει να λάβει η Διαχειριστική Αρχή για του δυνητικούς Δικαιούχους, τους Δικαιούχους και το ευρύ κοινό.

Ειδικότερα:

- **Μέτρα πληροφόρησης για δυνητικούς Δικαιούχους** σχετικά με τους όρους επιλεξιμότητας για τη δυνατότητα χρηματοδότησης, την ακριβή διαδικασία για την εξέταση των αιτήσεων χρηματοδότησης και τις σχετικές προθεσμίες, τα κριτήρια επιλογής των προς χρηματοδότηση Πράξεων, τους υπεύθυνους επικοινωνίας για πληροφορίες σχετικές με το Πρόγραμμα σε εθνικό, περιφερειακό ή τοπικό επίπεδο. Επιπλέον, η Διαχειριστική Αρχή του Προγράμματος ενημερώνει τους δυνητικούς Δικαιούχους σχετικά με την υποχρεωτική δημοσιοποίηση, ηλεκτρονική ή με άλλον τρόπο του καταλόγου Δικαιούχων, των ονομασιών των Πράξεων και του ποσού της δημόσιας χρηματοδότησης που χορηγείται σε αυτές.

Για την ευρύτερη διάδοση των παραπάνω στοιχείων, κρίνεται αναγκαία η συμμετοχή στη διαδικασία της πληροφόρησης και δημοσιότητας, τουλάχιστον ενός από τους ακόλουθους φορείς:

- Εθνικές, περιφερειακές, τοπικές αρχές και αναπτυξιακοί φορείς,
 - Κλαδικές και επαγγελματικές ενώσεις,
 - Οικονομικοί και κοινωνικοί εταίροι,
 - Μη κυβερνητικοί Οργανισμοί και Οργανισμοί που εκπροσωπούν επιχειρήσεις.
- **Μέτρα πληροφόρησης για Δικαιούχους** αναφορικά με την έγκριση χρηματοδότησης και ένταξής τους στον κατάλογο δικαιούχων, αλλά και ως προς τις συμβατικές υποχρεώσεις των Δικαιούχων σχετικά με δράσεις πληροφόρησης και δημοσιότητας.
 - **Μέτρα πληροφόρησης για το κοινό** αφορούν κυρίως στις εκδηλώσεις (ημερίδες/συνέδρια, κ.ά.) για την παρουσίαση του Προγράμματος (περιεχόμενο, Άξονες Προτεραιότητας, αναμενόμενα αποτελέσματα), αλλά και σε άλλες ενημερωτικές δραστηριότητες (π.χ. συμμετοχή σε εκθέσεις, παραγωγή έντυπου και ηλεκτρονικού ενημερωτικού υλικού, προβολή στα ΜΜΕ, Δελτία Τύπου, κ.ά.), για την παρουσίαση των επιτευγμάτων του ΠΑΑ και όπου κρίνεται σκόπιμο για την προβολή σημαντικών έργων. Το βασικό επικοινωνιακό μήνυμα είναι το μήνυμα που θα επιλεγεί για το σύνολο της δημοσιότητας του Προγράμματος και όπως αυτό θα εμπλουτίζεται κάθε φορά ανάλογα με τη φάση. Τέλος, θα πραγματοποιείται η δημοσιοποίηση του καταλόγου των Δικαιούχων, των τίτλων των Πράξεων και του ποσού της δημόσιας χρηματοδότησης που χορηγείται στην επίσημη ιστοσελίδα του Προγράμματος.

Προτεινόμενα Μέτρα Πληροφόρησης (όχι περιοριστικά)

Στο παρόν Σχέδιο Επικοινωνίας έχουν παρουσιαστεί αναλυτικά συγκεκριμένα μέτρα πληροφόρησης και δημοσιότητας που απευθύνονται σε διαφορετικές ομάδες-στόχου. Τα μέτρα αυτά έχει προβλεφθεί ώστε να καλύπτουν όλη τη διάρκεια του Προγράμματος και να διαφοροποιούνται ανάλογα με το στοχοθετούμενο κοινό.

Η ευρεία και αποτελεσματική ενημέρωση κάθε επιμέρους ομάδα-στόχου απαιτεί τη χρήση διαφορετικών, κατάλληλα συνδυασμένων μέτρων πληροφόρησης, ώστε:

- να αποφέρουν επιπλέον οφέλη για συγκεκριμένες ομάδες-στόχου,

- να προκληθεί θετική αντίδραση και έντονη κινητοποίηση για ευρεία συμμετοχή,
- να προκληθεί εποικοδομητική διαβούλευση και διάλογος μεταξύ Δικαιούχων και δυνητικών Δικαιούχων για υποβολή προτάσεων,
- να υποστηριχθούν ορισμένες απομονωμένες ομάδες κοινού που δεν έχουν επαρκή πρόσβαση στην κεντρική πληροφόρηση π.χ. κάτοικοι μικρών νησιών, ορεινών και απομακρυσμένων περιοχών,
- να αναδειχθούν και να αξιοποιηθούν «καλές πρακτικές».

Ο συνδυασμός διαφορετικών μέσων και εργαλείων επικοινωνίας έχει επισημανθεί ότι είναι απαραίτητος, προκειμένου να εξασφαλιστεί η αποτελεσματικότερη επικοινωνία. Η εμπειρία που έχει αποκομισθεί από την υλοποίηση άλλων επιχειρησιακών προγραμμάτων, αναφορικά με την επιλογή και την αποτελεσματικότητα των μέτρων πληροφόρησης ανά ομάδα-στόχου, λαμβάνεται σοβαρά υπόψη.

Στον παρακάτω Πίνακα εμφανίζεται το σύνολο των προτεινόμενων ενεργειών ανά ομάδα-στόχου, σε σύνδεση με τους γενικούς και τους ειδικούς επικοινωνιακούς στόχους. Ο Πίνακας αυτός μπορεί να εμπλουτιστεί και να συμπληρωθεί και με άλλα μέτρα πληροφόρησης ανάλογα με τις επικοινωνιακές επιλογές και τις ανάγκες που ενδέχεται να προκύψουν, καθώς το Πρόγραμμα βρίσκεται σε εξέλιξη.

Πίνακας σύνδεσης μέτρων Πληροφόρησης με Στόχους και Ομάδες-στόχου

Μέτρα Πληροφόρησης	Δυνητικά Εργαλεία	Ομάδες-στόχου	Γενικοί Επικοινωνιακοί Στόχοι που εξυπηρετούνται	Ειδικοί Επικοινωνιακοί Στόχοι που εξυπηρετούνται
Ταυτότητα και Κεντρικά Μηνύματα	Λογότυπο - Μήνυμα	Όλες οι ομάδες		Ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας του Προγράμματος.
Προβολή στα ΜΜΕ - Καμπάνιες Δημοσιότητας	Έντυπα Μέσα: Διαφημιστικές Καταχωρήσεις, Ένθετα & Αφιερώματα Τηλεόραση Ραδιόφωνο Διαδίκτυο	Όλες οι ομάδες και ειδικότερα: Ευρύ κοινό Δυνητικοί δικαιούχοι	Ανάδειξη του ρόλου της ΕΕ και του ΕΓΤΑΑ Εξασφάλιση της διαφάνειας	Προβολή των δράσεων και του έργου του Προγράμματος, καθώς και του οφέλους που προκύπτει για τον πολίτη και τη χώρα. Η διάχυση πληροφόρησης για το Πρόγραμμα, την πορεία, τις δράσεις και τα επιτεύγματά του με χρήση εναλλακτικών καναλιών και μέσων στις ομάδες-στόχου κατά περίπτωση. Διατήρηση του ΠΑΑ στην επικαιρότητα.
Έντυπο Ενημερωτικό Υλικό	Εκδόσεις και άλλα Ενημερωτικά Έντυπα Ειδικά Φυλλάδια, Ενημερωτικές επιστολές, News Letters, Αφίσες	Όλες οι ομάδες και ειδικότερα: Δυνητικοί δικαιούχοι	Εξασφάλιση διαφάνειας Κινητοποίηση των φορέων του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα, των οικονομικών και κοινωνικών εταίρων, των μη κυβερνητικών οργανώσεων και των δυνητικά ωφελομένων	Ενημέρωση για το περιεχόμενο του Προγράμματος σε ποικίλους βαθμούς ανάλυσης, για την εξέλιξή του, τις ευκαιρίες χρηματοδότησης συνολικά και ανά Άξονα. Αμεσότερη και ταχύτερη προσέγγιση συγκεκριμένων ομάδων-στόχου. Πλήρης, ισότιμη και διαφανής καθοδήγηση ενδιαφερομένων για υποβολή προτάσεων.
Ηλεκτρονικό Ενημερωτικό Υλικό	Παραγωγή CD ROM/DVD/VIDEO Ηλεκτρονικό Ενημερωτικό Δελτίο	Όλες οι ομάδες και ειδικότερα: Δυνητικοί	Εξασφάλιση διαφάνειας Κινητοποίηση των φορέων του δημόσιου και	Ενημέρωση δυνητικών δικαιούχων και κοινού για ευκαιρίες δράσεων, για επιτεύγματα του ΠΑΑ, για ειδικές δράσεις και για καλές πρακτικές του

		δικαιούχοι	ιδιωτικού τομέα, των οικονομικών και κοινωνικών εταιρών, των μη κυβερνητικών οργανώσεων και των δυνητικά ωφελούμενων Ανάδειξη του ρόλου της ΕΕ και του ΕΓΤΑΑ	Προγράμματος.
Διανομή & Αποστολή Ενημερωτικού Υλικού	Συμμετοχή σε Εκθέσεις (Ενημερωτικά Περιήπτερα) Συμμετοχή σε Εκδηλώσεις & Γιορτές Τοπικών Προϊόντων Ενημερωτική αλληλογραφία, direct mail, ομαδικά e-mails κ.ά.	Όλες οι ομάδες και ειδικότερα: Δυνητικοί δικαιούχοι	Εξασφάλιση διαφάνειας Κινητοποίηση των φορέων του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα, των οικονομικών και κοινωνικών εταιρών, των μη κυβερνητικών οργανώσεων και των δυνητικά ωφελούμενων Ανάδειξη του ρόλου της ΕΕ και του ΕΓΤΑΑ	Ενημέρωση και ενεργοποίηση των δυνητικών Δικαιούχων για συμμετοχή στις δράσεις του Προγράμματος. Εξειδικευμένη πληροφόρηση των ομάδων-στόχου και κυρίως των δυνητικών Δικαιούχων για τις δράσεις, τις προϋποθέσεις συμμετοχής, τις διαδικασίες και προτροπή για συμμετοχή στο Πρόγραμμα.
Οργάνωση Εκδηλώσεων	Ενημερωτικές Εκδηλώσεις/Ημερίδες/Συνέδρια Ειδικές Εκδηλώσεις: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Εκδηλώσεις στα σχολεία ▪ Διαγωνισμός μεταξύ μαθητών/φοιτητών ▪ Οργανωμένες επισκέψεις σε έργα 	Όλες οι ομάδες και ειδικότερα: Το ευρύ κοινό και τα ΜΜΕ	Εξασφάλιση διαφάνειας Κινητοποίηση των φορέων του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα, των οικονομικών και κοινωνικών εταιρών, των μη κυβερνητικών οργανώσεων και των δυνητικά ωφελούμενων Ανάδειξη του ρόλου της ΕΕ και του ΕΓΤΑΑ	Διάχυση των ευκαιριών χρηματοδότησης και της πορείας του Προγράμματος. Κέντρισμα του ενδιαφέροντος του και ενεργοποίηση του γενικού πληθυσμού. Δια ζώσης ενημέρωση, ανταλλαγή απόψεων και αμφίδρομη επικοινωνία για το έργο, την πορεία, τις δράσεις και τα επιτεύγματα του Προγράμματος. Προβολή «καλών πρακτικών» και ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας του Προγράμματος σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο.
Υπηρεσίες Γραφείου Τύπου & Δημοσίων Σχέσεων	Συνεντεύξεις Τύπου Σύνταξη/Αποστολή Δελτίων Τύπου Άρθρα/Ανακοινώσεις/Συνεντεύξεις στον Τύπο και στο Διαδίκτυο Αποδελτίωση Δημοσιευμάτων από τον Τύπο (έντυπο και ηλεκτρονικό) Συνεργασία με Φορείς – «Πολλαπλασιαστές» της Πληροφόρησης	Όλες οι ομάδες και ειδικότερα: ΜΜΕ Ευρύ κοινό Δυνητικοί δικαιούχοι	Κινητοποίηση των φορέων του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα, των οικονομικών και κοινωνικών εταιρών, των μη κυβερνητικών οργανώσεων και των δυνητικά ωφελούμενων Ανάδειξη του ρόλου της ΕΕ και του ΕΓΤΑΑ	Ενημέρωση από την πολιτική ηγεσία και εκπροσώπους της ΕΥΔ ΠΑΑ για θέματα του Προγράμματος (πορεία, ενεργοποίηση κατηγοριών πράξεων, εντάξεις νέων έργων, κλπ.). Προβολή καλών πρακτικών και ενίσχυση της δημοσιότητας και της αναγνωρισιμότητάς του Προγράμματος. Διατήρηση του ΠΑΑ στην επικαιρότητα και ταυτόχρονη διαφήμιση του Προγράμματος και των αποτελεσμάτων του.
Άλλες Προωθητικές Ενέργειες	Αξιοποίηση της ειδικής ιστοσελίδας της ΕΥΔ ΠΑΑ και των εργαλείων της Νέας Τεχνολογίας Οργάνωση και λειτουργία Infodesk Λειτουργία Info-points	Όλες οι ομάδες και ειδικότερα: Ευρύ κοινό Δυνητικοί δικαιούχοι	Μεγιστοποίηση της διαφάνειας	Μεγαλύτερη δυνατή αξιοποίηση των δυνατοτήτων που προσφέρει το Διαδίκτυο για την προβολή του ΠΑΑ: άμεση και γρήγορη πληροφόρηση, διαδραστική επικοινωνία, ποικιλία και απεριόριστος όγκος πληροφοριών, ταυτόχρονη προσέγγιση διαφορετικών ομάδων-στόχου, χωρίς γεωγραφικούς περιορισμούς. Εύκολη πρόσβαση και παραλαβή ενημερωτικού υλικού, διάχυση της πληροφόρησης σχετικά με τις

				<p>ευκαιρίες χρηματοδότησης, την εξέλιξη και τα αποτελέσματα του Προγράμματος.</p> <p>Άμεση, πλήρης, έγκυρη και αποτελεσματική ενημέρωση των ωφελουμένων και εν δυνάμει ωφελουμένων για συμμετοχή στις Δράσεις του Προγράμματος, παραλαβή υλικού, αμφίδρομη επικοινωνία.</p>
--	--	--	--	--

Γ.ΙΙ ΦΑΣΕΙΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Το Σχέδιο Επικοινωνίας αναφέρεται σε όλη την περίοδο εφαρμογής του Προγράμματος Αγροτικής Ανάπτυξης της Ελλάδας 2007-2013 (ΠΑΑ) «Αλέξανδρος Μπαλτατζής», διακρίνοντας την επικοινωνία σε τρεις βασικές χρονικές στιγμές.

- **Με την έναρξη του Προγράμματος**, με βασική αιχμή την ενημέρωση των δυνητικών Δικαιούχων για τις δυνατότητες χρηματοδότησής τους από το Πρόγραμμα, καθώς και τη γνωστοποίηση του περιεχομένου του Προγράμματος, των διαδικασιών ένταξης και των διαδικασιών παρακολούθησης, διαχείρισης και ελέγχων στους ωφελούμενους, στο γενικό πληθυσμό και στους εμπλεκόμενους φορείς.
- **Στο μεσοδιάστημα εφαρμογής του Προγράμματος**, με αιχμή την ενημέρωση των ομάδων-στόχου για επιμέρους προκηρύξεις και την πορεία του Προγράμματος, τα πρώτα αποτελέσματα που έχει επιφέρει καθώς και πιθανές τροποποιήσεις στο περιεχόμενό του.
- **Με το κλείσιμο του Προγράμματος**, με αιχμή στα συνολικά αποτελέσματα και τις θετικές επιδράσεις από την εφαρμογή του.

Γ.ΙΙ.1 Καθορισμός των Επικοινωνιακών Φάσεων

Με την εκπόνηση του Σχεδίου Επικοινωνίας και για την αποτελεσματική εφαρμογή του, αλλά και την καλύτερη δυνατή προώθηση των ενεργειών Πληροφόρησης και Δημοσιότητας, προβλέπεται μια αλληλουχία επικοινωνιακών φάσεων κλιμακούμενου χαρακτήρα.

Στόχος είναι κάθε φάση επικοινωνίας να αποτελεί συνέχεια, συμπλήρωση και εξειδίκευση της προηγούμενης φάσης. Η πληροφορία, τα μηνύματα, τα επικοινωνιακά μέσα, τα εργαλεία και οι μέθοδοι που θα χρησιμοποιούνται πρέπει να εξελίσσονται από απλά κατά την έναρξη της επικοινωνίας, έως πλέον σύνθετα στις επόμενες φάσεις, προσαρμοζόμενα ανάλογα με το εκτιμώμενο επίπεδο γνώσης και δυνατότητας αξιολόγησης και αξιοποίησης της πληροφορίας από τους αποδέκτες της.

Οι φάσεις αυτές μπορεί να παρουσιάζουν σημεία επικάλυψης, εξειδικεύονται, ωστόσο, σε επιμέρους φάσεις, σύμφωνα με το περιεχόμενο, την εξέλιξη και τις επικοινωνιακές ανάγκες του Προγράμματος.

Η κάθε επικοινωνιακή φάση συνδέεται και με τον αντίστοιχο επικοινωνιακό στόχο:

- **Γενική πληροφόρηση** για το Πρόγραμμα και τις δράσεις του.
- **Απόκτηση γνώσης** για το Πρόγραμμα και τις προτεραιότητες, καθώς και για την εύκολη πρόσβαση στις επιμέρους δράσεις και στις ευκαιρίες που προσφέρει.
- **Διάδοση των επιτευχθέντων αποτελεσμάτων** από την υλοποίηση των πράξεων του ΠΑΑ και προβολή της ωφελιμότητάς του.

Ειδικότερα:

Η όλη στρατηγική υλοποιείται χρονικά σε τρεις επικοινωνιακές φάσεις, στην κάθε μια από τις οποίες υπάρχει η ανάλογη στόχευση/επικέντρωση (γενική πληροφόρηση, πληροφόρηση διαδικασιών, υποχρεώσεων, δυναμικών Δικαιούχων και Δικαιούχων, αποτελεσμάτων κλπ.).

Οι βασικές φάσεις επικοινωνίας, στις οποίες δομείται η Επικοινωνιακή Στρατηγική για το ΠΑΑ είναι οι εξής.

Α' Φάση: Ενημέρωση & Ευαισθητοποίηση

Η πρώτη φάση επικοινωνίας αφορά στην ευρεία ενημέρωση για το ΠΑΑ και καλύπτει το σύνολο της κοινής γνώμης. Στη φάση αυτή ιδιαίτερη βαρύτητα δίνεται στην ενημέρωση των Δικαιούχων και του κοινού για το βασικό περιεχόμενο του Προγράμματος (στρατηγική, στόχοι, προτεραιότητες), το περιεχόμενο των Αξόνων και μέτρων, στην εκτίμηση των πρώτων αποτελεσμάτων, κλπ. Δημοσιοποιούνται όλα τα σχετικά με το ΠΑΑ έγγραφα στους άμεσα ενδιαφερομένους, ενώ παράλληλα διοργανώνονται ενημερωτικές συναντήσεις, ημερίδες και συνεντεύξεις τύπου.

Η φάση αυτή περιλαμβάνει τη γενική πληροφόρηση για το Πρόγραμμα και τις δράσεις του, προκειμένου

α. να γίνει ευρέως γνωστό το ΠΑΑ και οι δράσεις του, καθώς και η συμβολή του Ευρωπαϊκού Γεωργικού Ταμείου Αγροτικής Ανάπτυξης και

β. να προετοιμαστεί το έδαφος για πιο στοχευμένες ενέργειες Πληροφόρησης και Δημοσιότητας.

Η φάση αυτή είναι ιδιαίτερα σημαντική, διότι καθορίζει τις πρώτες εντυπώσεις του κοινού για το Πρόγραμμα. Χρονικά τοποθετείται έως το **δεύτερο εξάμηνο του 2010**, όταν αναμένεται να έχει ενεργοποιηθεί σχεδόν το 100% του οικονομικού αντικειμένου του ΠΑΑ με ανοικτές Προσκλήσεις.

Β' Φάση: Εξειδίκευση - Συμμετοχή

Σε συνέχεια της γενικής ενημέρωσης του κοινού, η δεύτερη φάση έχει περισσότερο λειτουργικό χαρακτήρα, καθώς συμβάλλει στην ενημέρωση των επιμέρους ομάδων-στόχου του ΠΑΑ για συγκεκριμένες δράσεις του. Στόχος είναι η διευκόλυνση της πρόσβασης στις ευκαιρίες χρηματοδότησης που προσφέρει το Πρόγραμμα, μέσα από τη δημοσιοποίηση του περιεχομένου και της εξέλιξής του, καθώς και των κριτηρίων και διαδικασιών ένταξης σε δράσεις.

Η πληροφόρηση στη φάση αυτή απευθύνεται σε επιλεγμένες ομάδες (target groups), που αποτελούν τους άμεσα ενδιαφερόμενους δηλαδή τους «εν δυνάμει» υποψηφίους προς ένταξη στο Πρόγραμμα και παρέχει τις πλέον σαφείς, λεπτομερείς και επίκαιρες πληροφορίες σχετικά με τις διοικητικές διαδικασίες που πρέπει να τηρηθούν, την περιγραφή των διαδικασιών εξέτασης των αιτήσεων χρηματοδότησης, τους όρους ή/και τα κριτήρια επιλεξιμότητας για την επιλογή και αξιολόγηση των έργων προς χρηματοδότηση, καθώς και τα ονόματα υπευθύνων ή/και σημείων επικοινωνίας. Η φάση αυτή καλύπτει τα έτη **2010 - 2013**.

Γ' Φάση: Ανάδειξη της Αποτελεσματικότητας

Κατά την τρίτη και τελευταία φάση προβολής του ΠΑΑ, που θα καλύπτει την περίοδο **2012 - 2013**, η έμφαση δίνεται, κυρίως, στη διάδοση των αποτελεσμάτων του Προγράμματος και την προβολή των υλοποιηθέντων έργων και «καλών πρακτικών».

Η ενημέρωση στη φάση αυτή απευθύνεται στο ευρύ κοινό, στους αποδέκτες της Β' φάσης και στους Φορείς Εφαρμογής. Καλύπτει δηλαδή το σύνολο του στοχοθετούμενου κοινού.

Κατά τη φάση αυτή, το Πρόγραμμα βρίσκεται σε πλήρη εξέλιξη ή ολοκληρώνεται οπότε δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στην προβολή του έργου που έχει ήδη υλοποιηθεί.

Στη συγκεκριμένη φάση προωθούνται ενέργειες που αφορούν κυρίως:

- Στη συνολική πρόοδο του Προγράμματος,

- στα αποτελέσματα αξιολόγησης και τις θετικές επιδράσεις από την εφαρμογή του Προγράμματος,
- στην ενημέρωση του κοινού σχετικά με τα βασικά επιτεύγματα στην υλοποίησή του, αλλά και οτιδήποτε σχετικό με την περάτωσή του.

Επιπρόσθετα, η φάση αυτή ενισχύει περαιτέρω και την επικοινωνία της συνδρομής του Ευρωπαϊκού Γεωργικού Ταμείου Αγροτικής Ανάπτυξης, διότι μέσα από τα απτά αποτελέσματα της υλοποίησης του ΠΑΑ τεκμηριώνονται τα όσα έχουν υποστηριχθεί κατά τις δύο προηγούμενες φάσεις.

Γ.II.2 Κατανομή των Ενεργειών στις Επικοινωνιακές Φάσεις

Η χρονική ενεργοποίηση των εργαλείων επικοινωνίας πρέπει να εξελιχθεί με βάση τις θεμελιώδεις στρατηγικές προτεραιότητες του Προγράμματος Αγροτικής Ανάπτυξης της Ελλάδας 2007-2013 (ΠΑΑ) «Αλέξανδρος Μπαλτατζής», για την ενίσχυση των πολιτικών αγροτικής ανάπτυξης, με έμφαση στην αποτελεσματική ανάδειξη των σημαντικών ωφελειών για τον πολίτη από την αξιοποίηση του Προγράμματος.

Ειδικότερα, αναφέρεται ότι:

- Ενέργειες που αφορούν σε έντυπο ενημερωτικό υλικό (αφίσες, φυλλάδια κλπ.) και εκδηλώσεις ενημέρωσης (ημερίδες/συνέδρια, κλπ.) πρέπει να υλοποιούνται κυρίως πριν από την έναρξη υλοποίησης των άλλων κατηγοριών ενεργειών δημοσιότητας και πληροφόρησης.
- Ενέργειες που αφορούν σε καμπάνιες προβολής και δημοσιότητας στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και ηλεκτρονικό υλικό (CD ROM/VIDEO) πρέπει να υλοποιούνται σταδιακά καθ' όλη τη διάρκεια και μετά την υλοποίηση των άλλων κατηγοριών ενεργειών δημοσιότητας και πληροφόρησης.

Α' ΦΑΣΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ: Γενική Πληροφόρηση

Η πρώτη φάση αφορά στη γενική πληροφόρηση σχετικά με το ΠΑΑ, το βασικό του περιεχόμενο (Άξονες, ευκαιρίες χρηματοδότησης, αναμενόμενα αποτελέσματα). Κατά τη φάση αυτή η ΕΥΔ ΠΑΑ μεριμνά για τη διάδοση της πληροφόρησης με απλό και κατανοητό τρόπο.

Η φάση αυτή περιλαμβάνει την παρουσίαση του Προγράμματος σε Δημόσιες κεντρικές, περιφερειακές και τοπικές αρχές, οικονομικούς και κοινωνικούς εταίρους, επιμελητήρια, ΜΚΟ, καθώς και διαμορφωτές κοινής γνώμης – ΜΜΕ.

Στόχος είναι η κατανόηση - κυρίως από τους δυνητικούς Δικαιούχους - του περιεχομένου και των κατευθυντήριων γραμμών του Προγράμματος, ώστε να επιτευχθούν οι στόχοι του, αλλά και να ενεργοποιηθεί η ζήτηση για συμμετοχή στις δράσεις του.

Στην πρώτη φάση επικοινωνίας πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη έμφαση στην προβολή του στρατηγικού μηνύματος του ΠΑΑ, με επίκεντρο τις εκδηλώσεις όπου θα πραγματοποιούνται οι παρουσιάσεις του Προγράμματος.

Ειδικότερα, στην πρώτη φάση της επικοινωνίας μπορούν να εφαρμοστούν, μεταξύ άλλων, τα εξής:

- Σχεδιασμός και προβολή της ενιαίας επικοινωνιακής ταυτότητας του Προγράμματος.
- Διοργάνωση Εκδηλώσεων (Ημερίδων/Συνεδρίων).
- Έντυπες εκδόσεις για τους Άξονες του Προγράμματος.
- Έκδοση Περιλήψεων του ΠΑΑ, που αποτελούν τον ενημερωτικό οδηγό βασικών γνώσεων για τις δράσεις του Προγράμματος και για τη συμβολή του ΕΓΤΑΑ.
- Βελτίωση/Αναβάθμιση και διάδοση της Ιστοσελίδας της ΕΥΔ, με εικαστική αναμόρφωση και λειτουργικό εμπλουτισμό της (νέο concept δημιουργικού, ένθεση διαφημιστικών banners, πλήρη και αναλυτική παρουσίαση της πορείας του

Προγράμματος, Newsletters, Φόρμα επικοινωνίας, Δημιουργία μηχανής αναζήτησης, κ.ά.)

- Ηλεκτρονική Επικοινωνία: Ενημερωτική αλληλογραφία, emails, κλπ. και ευρεία χρήση του διαδικτύου για διάχυση της πληροφόρησης.
- Ενημερωτικές συναντήσεις, Συνεντεύξεις Τύπου κλπ.
- Έκδοση και αποστολή σε τακτική βάση ενημερωτικών Δελτίων Τύπου στους εκπροσώπους των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης για την πορεία του ΠΑΑ, τα μεγάλα έργα περιφερειακής σημασίας και τις αναπτυξιακές προτεραιότητες.
- Εμφανίσεις στον Τύπο (εφημερίδες – περιοδικά) με καταχωρήσεις, ένθετα και αφιερώματα / αρθρογραφία / συνεντεύξεις, κ.ά.
- Δημοσιοποίηση δράσεων σχετικών με την πορεία του Προγράμματος, καταλόγου Δικαιούχων, εκδηλώσεων, συναντήσεων, κλπ. μέσω δημοσιεύσεων άρθρων στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, καθώς και διανομή ενημερωτικών φυλλαδίων.
- Διενέργεια α' φάσης έρευνας αξιολόγησης της εικόνας, προκειμένου να ερευνηθεί η γνώση που έχει το κοινό στόχος για το Πρόγραμμα.

Β' ΦΑΣΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ: Απόκτηση εξειδικευμένης γνώσης για το ΠΑΑ και τις δράσεις του με στόχο τη δημιουργία χρηστικής Δημοσιότητας

Κατά τη δεύτερη φάση επικοινωνίας, ζητούμενο είναι η κινητοποίηση των ομάδων-στόχου ώστε να συμμετάσχουν στο Πρόγραμμα, αλλά και να λειτουργήσουν ως πολλαπλασιαστές πληροφόρησης. Η φάση αυτή χαρακτηρίζεται από την παροχή στοχευμένης ενημέρωσης για τις δράσεις του ΠΑΑ και την ενεργοποίηση των δυνητικών Δικαιούχων για πρόσβαση στις χρηματοδοτικές ευκαιρίες του Προγράμματος.

Πρέπει, επίσης, να ενημερωθεί το ευρύ κοινό, με απλό και κατανοητό τρόπο, για την εξέλιξη των παρεμβάσεων του Προγράμματος και την πορεία υλοποίησης των μεγάλων έργων.

Η δεύτερη φάση έχει στόχο την απόκτηση γνώσης για το περιεχόμενο και την εξέλιξη του Προγράμματος, τα κριτήρια και τις διαδικασίες ένταξης των πράξεων, τη διαχείριση και την παρακολούθηση του Προγράμματος. Επίσης, στη φάση αυτή γίνεται ενημέρωση για τα ενδιάμεσα αποτελέσματα από την εφαρμογή των δράσεων, καθώς και για τα μέτρα βελτιστοποίησης των θετικών αποτελεσμάτων.

Η υλοποίηση των δράσεων της φάσης αυτής προαπαιτεί μια ουσιαστική διερεύνηση των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών της κάθε επιμέρους ομάδας-στόχου, το σαφή προσδιορισμό του είδους του μέσου που θα χρησιμοποιηθεί, της «δυναμικής» των συλλογικών φορέων ως «πολλαπλασιαστών» της πληροφορίας.

Κατά τη φάση αυτή, τα μέτρα πληροφόρησης και η χρήση των επικοινωνιακών εργαλείων επικεντρώνονται προς τους δυνητικούς Δικαιούχους.

Αξιοποιείται με ένταση το σύνολο των εργαλείων επικοινωνίας, με έμφαση στην έμμεση επικοινωνία (π.χ. διοργάνωση εκδηλώσεων, κλπ.), για τη στοχευμένη ενημέρωση των ειδικών κοινών, αλλά και της κοινής γνώμης.

Γενικά, η φάση αυτή περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, ενέργειες πληροφόρησης, δημοσιότητας και διαφημιστικής προβολής στα ΜΜΕ, ενέργειες προώθησης, γραφείου τύπου και Δημοσίων Σχέσεων.

Ειδικότερα, η δεύτερη φάση επικοινωνίας περιλαμβάνει τις εξής ενέργειες πληροφόρησης και δημοσιότητας:

- Σχεδιασμό και εφαρμογή της εκστρατείας προβολής και δημοσιότητας για την ενημέρωση του κοινού, μέσω εθνικών, περιφερειακών και τοπικών τηλεοπτικών και ραδιοφωνικών σταθμών, ημερήσιων και εβδομαδιαίων εφημερίδων και περιοδικών και internet.

- Καταχωρήσεις στον Τύπο (εφημερίδες – περιοδικά) με ένθετα, αφιερώματα, αρθρογραφία, κλπ.
- Μετάδοση ραδιοφωνικών μηνυμάτων και συμμετοχή σε εκπομπές διαλόγου.
- Μετάδοση τηλεοπτικών μηνυμάτων, ενημερωτικά video και συμμετοχή σε εκπομπές διαλόγου.
- Διοργάνωση ενημερωτικών εκδηλώσεων.
- Έκδοση και διανομή ενημερωτικών φυλλαδίων και Ενημερωτικών Δελτίων (Newsletters) με πληροφόρηση σχετικά με την πορεία του Προγράμματος και αποστολή τους σε όλους τους εμπλεκόμενους φορείς.
- Οργάνωση και λειτουργία Infodesk, το οποίο παρέχει χρήσιμες πληροφορίες σε κάθε ενδιαφερόμενο.
- Οργάνωση θεματικών συναντήσεων με δυνητικούς Δικαιούχους και Δικαιούχους.
- Παρουσίαση πρότυπων παραδειγμάτων και «καλών πρακτικών».
- Έκδοση και δημοσιοποίηση των Προσλήσεων Υποβολής Προτάσεων και παράλληλα έκδοση και διανομή ειδικών σχετικών οδηγιών προς δυνητικούς Δικαιούχους
- Ευρεία χρήση του Διαδικτύου. Συστηματική αξιοποίηση και συνεχής τροφοδότηση της Ιστοσελίδας της ΕΥΔ ΠΑΑ. Διαρκής ενημέρωση της ιστοσελίδας για την εξέλιξη και την πορεία του Προγράμματος. Δημιουργία ευκαιριών χρηστικής δημοσιότητας, διάδοση και αναλυτική πληροφόρηση για τις νέες δράσεις που υλοποιούνται, τα κριτήρια και τις διαδικασίες ένταξης των πράξεων, τη διαχείριση, παρακολούθηση και αξιολόγηση του Προγράμματος κλπ.
- Συνεργασία με φορείς πληροφόρησης, ώστε να λειτουργήσουν ως πολλαπλασιαστές πληροφόρησης και αξιοποίηση των διαθέσιμων δικτύων πληροφόρησης και των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης.
- Περιοδικές Συνεντεύξεις Τύπου. Διοργάνωση Συνεντεύξεων Τύπου της πολιτικής ηγεσίας και εκπροσώπων της ΕΥΔ ΠΑΑ στα ΜΜΕ σχετικά με την υλοποίηση του Προγράμματος, την ενεργοποίηση κατηγοριών πράξεων, τις εντάξεις νέων έργων, κλπ.
- Συμμετοχή σε εκθέσεις/ειδικές εκδηλώσεις. Παρουσίαση των δράσεων του Προγράμματος με έντυπο και ηλεκτρονικό υλικό, καθώς και των αποτελεσμάτων και ωφελημάτων του.
- Έκδοση και διανομή ηλεκτρονικού υλικού (e-newsletters, CD ROM/ DVD/VIDEO) με χρήσιμες πληροφορίες για τις δράσεις του Προγράμματος. Δημιουργία και παραγωγή πληροφοριακού Video με θέμα την προβολή του ρόλου και της ταυτότητας του ΠΑΑ, αλλά και των «καλών πρακτικών», με στόχο την ενημέρωση των ενδιαφερομένων και των δυνητικών Δικαιούχων για την αξιοποίηση των δυνατοτήτων και των ευκαιριών που προσφέρει το Πρόγραμμα.
- Διενέργεια έρευνας αξιολόγησης της επικοινωνίας προκειμένου να ερευνηθεί η γνώση που έχει το στοχοθετούμενο κοινό για το Πρόγραμμα.

Γ' ΦΑΣΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ: Πληροφόρηση και δημοσιότητα για τα επιτευχθέντα αποτελέσματα από τις δράσεις που υλοποιήθηκαν

Κατά την τρίτη φάση επικοινωνίας, ζητούμενο είναι η διοχέτευση στο ευρύ κοινό του μηνύματος ότι οι στόχοι του ΠΑΑ έχουν απτά και συγκρίσιμα αποτελέσματα και ότι οι αναπτυξιακές επενδύσεις παίρνουν «σάρκα και οστά».

Στο επίπεδο αυτό, η επικοινωνία εστιάζεται στην ολοκλήρωση της εικόνας που έχει δημιουργηθεί στις δύο προηγούμενες φάσεις, συνδέοντας το αναπτυξιακό όραμα και τους γενικούς στόχους με τα θετικά αποτελέσματα από την υλοποίηση.

Αξιοποιούνται κατάλληλα εργαλεία επικοινωνίας στην κατεύθυνση του απολογισμού έργου.

Οι ενέργειες αυτής της φάσης έχουν στόχο την προβολή της πλήρους εξέλιξης του Προγράμματος, των αποτελεσμάτων και των ωφελειών που προκύπτουν από την ολοκλήρωση των δράσεων και των μεγάλων έργων, με έμφαση στην πληροφόρηση και τη δημοσιότητα των επιτευχθέντων αποτελεσμάτων και στην ανάδειξη «καλών πρακτικών».

Η φάση αυτή περιλαμβάνει, κυρίως, ενέργειες πληροφόρησης, δημοσιότητας και προβολής στα ΜΜΕ, ενέργειες προώθησης, Γραφείου Τύπου και Δημοσίων Σχέσεων.

Ειδικότερα, ορισμένα από τα επικοινωνιακά εργαλεία που χρησιμοποιούνται είναι τα εξής:

- Αξιοποίηση των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης (καμπάνιες αποτελεσμάτων). Υλοποίηση δράσεων άμεσης προβολής με χαρακτηριστικά ολοκληρωμένης καμπάνιας επικοινωνίας σε τηλεόραση, ραδιόφωνο, Τύπο και Διαδίκτυο. Προβολή των υλοποιημένων έργων και δράσεων του Προγράμματος. Στόχος είναι η «απολογιστική απεικόνιση» όλων των δράσεων και των έργων του ΠΑΑ.
- Ευρεία χρήση internet, με εμπλουτισμό της ιστοσελίδας με ψηφιακό φωτογραφικό αρχείο, με προβολή αξιόλογων πρακτικών, λειτουργία ψηφιακών δημοσκοπήσεων σχετικά με το ΠΑΑ, κ.ά.
- Υλοποίηση απολογιστικών εκδηλώσεων.
- Επισκέψεις σε μεγάλα αναπτυξιακά έργα.
- Προβολή καλών παραδειγμάτων – αξιοσημείωτων πρακτικών, με οργάνωση εκδηλώσεων (συνεδρίων – ημερίδων), ενημέρωση των διαμορφωτών της κοινής γνώμης, εγκαινία έργων, κλπ. Η παρουσίαση των αποτελεσμάτων αυτών θα γίνεται με όλα τα διαθέσιμα επικοινωνιακά μέσα.
- Σχεδιασμός και παραγωγή νέου έντυπου και οπτικοακουστικού υλικού, όπως φυλλάδια και καταχωρήσεις, τηλεοπτικά και ραδιοφωνικά μηνύματα και videos, που θα αναδεικνύουν τα θετικά αποτελέσματα του ΠΑΑ και τις αξιοσημείωτες πρακτικές.
- Δημιουργία ψηφιακού και έντυπου φωτογραφικού αρχείου των έργων και των δράσεων του ΠΑΑ.

Ο Πίνακας που ακολουθεί παρουσιάζει συνοπτικά τα μέτρα πληροφόρησης και τις αντίστοιχες Επικοινωνιακές Φάσεις κατά τις οποίες αυτά θα υλοποιηθούν, καθώς και τις αντίστοιχες βασικές Ομάδες-στόχους στις οποίες τα μέτρα απευθύνονται.

Μέτρα Πληροφόρησης & Δημοσιότητας	Δυνητικά Εργαλεία	Επικοινωνιακές Φάσεις			Βασικές Ομάδες-Στόχους		
		Α' Φάση	Β' Φάση	Γ' Φάση	Δυνητικοί Δικαιούχοι	Δικαιούχοι	Ευρύ Κοινό
Σχεδιασμός & Προβολή της Επικοινωνιακής Ταυτότητας του ΠΑΑ & Κεντρικά Επικοινωνιακά Μηνύματα		X			X		X
Προβολή στα ΜΜΕ – Καμπάνιες Δημοσιότητας	Έντυπα Μέσα Τηλεόραση Ραδιόφωνο Διαδίκτυο	X	X X X	X X X	X	X	X
Σχεδιασμός & Παραγωγή Ενημερωτικού Υλικού (έντυπου/ηλεκτρονικού)	Οδηγοί/Εκδόσεις και λοιπά Ενημερωτικά Έντυπα	X	X		X		X

	Αφίσες CD ROM/DVD/ VIDEO	X X	X X	X			
Διανομή & Αποστολή Ενημερωτικού Υλικού	Συμμετοχή σε Εκθέσεις & Ενημερωτικά Περίπτερα Συμμετοχή σε Εκδηλώσεις & Γιορτές Τοπικών Προϊόντων Ενημερωτική αλληλογραφία, direct mail, ομαδικά e-mails κ.ά.	X X	X X X		X		
Διοργάνωση Εκδηλώσεων	Ενημερωτικές Εκδηλώσεις: Ημερίδες Συνέδρια	X X	X X	X X	X	X	X
Υπηρεσίες Γραφείου Τύπου & Δημοσίων Σχέσεων	Συνεντεύξεις Τύπου Σύνταξη & Αποστολή Δελτίων Τύπου Άρθρα/ Ανακοινώσεις/ Συνεντεύξεις στον Τύπο και στο Διαδίκτυο Αποδελτίωση Δημοσιευμάτων από τον Τύπο (έντυπο και ηλεκτρονικό) Συνεργασία με Φορείς – Πολλαπλασιαστές Πληροφόρησης	X X X	X X X	X X X	X	X	X
Άλλες Προωθητικές Ενέργειες	Αξιοποίηση του δικτυακού τόπου της ΕΥΔ ΠΑΑ και των Εργαλείων της Νέας Τεχνολογίας Οργάνωση και λειτουργία Infodesk Λειτουργία Info-points	X X	X X	X X	X	X	X

Γ.IV ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ - ΦΟΡΕΙΣ ΑΡΜΟΔΙΟΙ ΓΙΑ ΤΑ ΜΕΤΡΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ & ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥ ΠΑΑ

Καίριας σημασίας είναι να οριστούν τα πρόσωπα επαφής που είναι υπεύθυνα για την πληροφόρηση και δημοσιότητα του Προγράμματος Αγροτικής Ανάπτυξης 2007-2013 (ΠΑΑ) «Αλέξανδρος Μπαλατατζής».

Οι αρμόδιοι φορείς ή οι αρμόδιες υπηρεσίες για την εφαρμογή και παρακολούθηση των μέτρων πληροφόρησης και δημοσιότητας πρέπει να καθοριστούν με σαφήνεια και να παρουσιαστούν τα πλήρη στοιχεία επικοινωνίας τους, καθώς και η σχετική ευθύνη που αναλαμβάνουν.

Τα πρόσωπα που ορίζονται για την πληροφόρηση και τη δημοσιότητα είναι υπεύθυνα για:

- Τη διαμόρφωση και παρακολούθηση του πλαισίου αρχών πληροφόρησης και δημοσιότητας και την παροχή οδηγιών και κατευθύνσεων στους δυνητικούς δικαιούχους του Προγράμματος για θέματα Πληροφόρησης και Δημοσιότητας.
- Την εκπόνηση, την παρακολούθηση, την υλοποίηση και την αξιολόγηση του Σχεδίου Επικοινωνίας.
- Τη μέριμνα για τη συγκέντρωση και διάχυση της πληροφόρησης στους αρμόδιους φορείς, σχετικά με τα θέματα Πληροφόρησης και Δημοσιότητας.
- Τη μέριμνα για τη λειτουργία ενός Infodesk της ΕΥΔ ΠΑΑ προς όλους τους εμπλεκόμενους στο Πρόγραμμα, διαβιβάζοντας τα ερωτήματα αρμοδίως και εξασφαλίζοντας την έγκαιρη απάντησή τους.
- Τη μέριμνα για την τακτική ενημέρωση και επικαιροποίηση του περιεχομένου του δικτυακού τόπου της ΕΥΔ ΠΑΑ και την τροφοδότηση με πληροφορίες για το Πρόγραμμα.

Δ' ΕΝΟΤΗΤΑ

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΣΧΕΔΙΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Γενικά

Στο πλαίσιο του παρόντος Σχεδίου Επικοινωνίας, προβλέπεται τακτική αξιολόγηση της ορθής και αποτελεσματικής υλοποίησης των ενεργειών πληροφόρησης και δημοσιότητας. Η αξιολόγηση των επιμέρους ενεργειών δίνει τη δυνατότητα σε περαιτέρω εξειδίκευση των ομάδων-στόχου, του περιεχομένου της επικοινωνίας, την προώθηση και αξιοποίηση νέων επικοινωνιακών εργαλείων.

Κρίνεται απαραίτητο να υποβάλλονται σε αξιολόγηση οι δράσεις δημοσιότητας, καθώς και οι επιμέρους προωθητικές ενέργειες, όσον αφορά στην προβολή και αναγνωρισιμότητά τους τόσο από το ευρύ κοινό όσο και από τις ομάδες-στόχου. Η «βασική» μέτρηση που πρέπει να επιδιώκεται από τη διαδικασία της αξιολόγησης είναι ο βαθμός στον οποίο επιτυγχάνονται οι στόχοι του ΠΑΑ και η άρτια υλοποίηση του επικοινωνιακού σχεδιασμού.

Στην ενότητα αυτή, παρουσιάζεται αναλυτικά ο τρόπος με τον οποίο πρέπει να αξιολογούνται τα μέτρα πληροφόρησης και δημοσιότητας - με σαφή, δηλαδή, και ενδεδειγμένα κριτήρια αξιολόγησης και εργαλεία μέτρησης - όσον αφορά στην προβολή και στην αναγνωρισιμότητα του Προγράμματος, αλλά και του ευρύτερου ρόλου που διαδραματίζει η ΕΕ – και ειδικότερα το ΕΓΤΑΑ - για την αγροτική ανάπτυξη της χώρας. Πρωταγωνιστικό ρόλο στη διαδικασία αυτή έχουν οι επικοινωνιακοί στόχοι που επιδιώκονται, σε συνδυασμό με το «εργαλείο» που προβάλλεται, δηλαδή το Πρόγραμμα Αγροτικής Ανάπτυξης της Ελλάδας 2007-2013 (ΠΑΑ) «Αλέξανδρος Μπαλτατζής».

Η αξιολόγηση είναι ένα σύνθετο έργο, που αφορά πρωτίστως στην τεκμηρίωση της ποιότητας και αποτελεσματικότητας των δράσεων επικοινωνίας που επιλέγονται, αλλά και στους εξωγενείς παράγοντες που επηρεάζουν την υλοποίηση των ανωτέρω δράσεων. Κατά συνέπεια, τα κριτήρια αξιολόγησης, που ορίζονται κατά το σχεδιασμό των δράσεων επικοινωνίας, πρέπει να είναι κατάλληλα και σαφή και να λαμβάνουν υπόψη όλες τις παραμέτρους.

Ειδικότερα, τα εργαλεία μέτρησης κάθε κριτηρίου αξιολόγησης, που προσδιορίζονται κατά το σχεδιασμό των ενεργειών πληροφόρησης και δημοσιότητας, πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τις επιπτώσεις των διαχειριστικών διαδικασιών και να αξιολογούν την αποτελεσματικότητά και την επιτυχία μιας επικοινωνιακής δράσης, εστιάζοντας στις αντιδράσεις του ευρύ κοινού. Η μέτρηση της επιτυχίας μιας ενέργειας δημοσιότητας συνδέεται άμεσα με το περιεχόμενο που προβάλλεται σε συνάρτηση με το κόστος της δημοσιότητας, οι δε δράσεις πρέπει να επιλέγονται ώστε να είναι ανάλογες με την πορεία της παρέμβασης και εστιασμένες σε ορατά αποτελέσματα.

Η μέτρηση μιας επικοινωνιακής δράσης έχει, κυρίως, νόημα για τη διαπίστωση ελλείψεων και αδυναμιών στη διαδικασία σχεδιασμού και υλοποίησής της, καθώς και στον εντοπισμό άλλων παραγόντων που υπεισέρχονται στη μετάδοση του επικοινωνιακού μηνύματος. Με βάση τη συμβολή των ενεργειών στην επίτευξη των στόχων του Σχεδίου Επικοινωνίας και τη φύση των ενεργειών αυτών, αλλά και για μια όσο το δυνατόν αποτελεσματική αξιολόγηση είναι απαραίτητο να καθοριστούν τα πεδία, οι στόχοι, οι δείκτες και οι μέθοδοι αξιολόγησης που θα χρησιμοποιηθούν.

Για την ενίσχυση της αποτελεσματικότητας των ενεργειών δημοσιότητας, προτείνεται και η διενέργεια ερευνών αναγνωρισιμότητας και κοινής γνώμης, αφού βασική επιδίωξη στην επικοινωνία είναι η μετάδοση της γνώσης, αλλά και η αλλαγή στη στάση ή/και τη συμπεριφορά του κοινού.

Συμπερασματικά, η αξιολόγηση της κάθε κατηγορίας ενεργειών συνδέεται άρρηκτα με τους επικοινωνιακούς στόχους (communication objectives), αλλά και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των βασικών ομάδων στις οποίες απευθύνεται. Επιβάλλεται να τεθούν ποιοτικοί και ποσοτικοί στόχοι για την κάθε κατηγορία ενεργειών και, στη συνέχεια, να εκτιμηθεί η συμβολή της στην επίτευξη των γενικότερων στόχων του Σχεδίου Επικοινωνίας. Ωστόσο, καθώς τα διάφορα επικοινωνιακά εργαλεία λειτουργούν συμπληρωματικά μεταξύ τους προς την επίτευξη των

καθορισμένων στόχων, πρέπει να γίνεται αξιολόγηση του προγράμματος δημοσιότητας στο σύνολό του και κατά τη διάρκεια, αλλά και μετά την υλοποίησή του.

Δ.1 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗΣ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ

Για την αξιολόγηση ή την αποτίμηση της αποτελεσματικότητας των ενεργειών επικοινωνίας, πρέπει να ακολουθείται συγκεκριμένη μεθοδολογία. Στο παρόν κεφάλαιο παρουσιάζεται η συνολική προσέγγιση όπως προτείνεται σε σχέση με τις δράσεις αξιολόγησης του συστήματος παρακολούθησης του Σχεδίου Επικοινωνίας.

Σκοπός της μεθοδολογίας που υιοθετείται για την παρακολούθηση και αξιολόγηση είναι η επιμέτρηση του βαθμού επίτευξης των γενικών και ειδικών στόχων του Σχεδίου Επικοινωνίας, καθώς και της αποδοτικότητας της επικοινωνιακής στρατηγικής. Τα μέσα που χρησιμοποιούνται για την παρακολούθηση και αξιολόγηση είναι ανάλογα των μέτρων πληροφόρησης και δημοσιότητας που περιέχονται στο παρόν.

Η μεθοδολογία Αξιολόγησης επικεντρώνεται στα εξής:

- **Έρευνα αξιολόγησης εικόνας** με ερωτηματολόγια, τηλεφωνικές συνεντεύξεις, κλπ., ώστε να διαπιστωθεί η ευαισθητοποίηση και η στάση του κοινού όσον αφορά στην υλοποίηση των δράσεων του ΠΑΑ.
- **Αριθμό των ερωτημάτων** και συχνότητα επαφής του κοινού με την υπηρεσία, μέσα από το info desk και τα κατά τόπους info points.
- **Ρυθμό αύξησης των επισκεπτών** στην ιστοσελίδα της ΕΥΔ ΠΑΑ.
- **Ύψος της ζήτησης** πληροφοριών ή εντύπων.
- **Αριθμό επαφών** με τους δημοσιογράφους.
- **Αριθμό εκδηλώσεων** που διοργανώθηκαν, αριθμό συμμετεχόντων κλπ.

Δ.1.1 Στόχοι Αξιολόγησης

Η βασική μέτρηση που επιδιώκεται από τη διαδικασία αξιολόγησης είναι ο βαθμός στον οποίο επιτυγχάνονται οι στόχοι αναγνωρισιμότητας και προβολής του ΠΑΑ, του ρόλου της ΕΕ και της διαφάνειας σε όλες τις ομάδες-στόχου, αλλά κυρίως στους δυνητικούς δικαιούχους.

Η αξιολόγηση των επιμέρους ενεργειών γίνεται με βάση τη συμβολή των ενεργειών στην επίτευξη των επικοινωνιακών στόχων και σύμφωνα με ποιοτικά και ποσοτικά κριτήρια ανάλογα με τη φύση των ενεργειών.

Ειδικότερα, οι στόχοι της αξιολόγησης συνοψίζονται στους εξής:

- Διαπίστωση τεχνικών προβλημάτων, αναγνώριση και αντιμετώπισή τους,
- Οριοθέτηση προδιαγραφών κατά το σχεδιασμό και την εφαρμογή της επικοινωνιακής στρατηγικής,
- Αποφυγή επικοινωνιακών σφαλμάτων,
- Τροποποίηση και βελτίωση της επικοινωνιακής στρατηγικής,
- Διερεύνηση προοπτικών για νέες ευκαιρίες και ανεκμετάλλευτες «περιοχές» για επικοινωνία.

Δ.1.2 Κριτήρια Αξιολόγησης

Τα κριτήρια για την αξιολόγηση των επιπτώσεων των μέτρων ενημέρωσης και δημοσιότητας συνοψίζονται στα εξής:

- ✓ **Είδος και ποσότητα των επικοινωνιακών υπηρεσιών** που προσφέρονται και αριθμό των αποδεκτών της πληροφόρησης στα διάφορα επικοινωνιακά μέτρα.

- ✓ **Ποιότητα των ενεργειών επικοινωνίας**, καθώς και η συμβατότητά τους με τις διατάξεις των σχετικών Κανονισμών.
- ✓ **Συνοχή και ανταπόκριση στις ανάγκες**: Εξετάζεται κατά πόσον οι δράσεις πληροφόρησης και δημοσιότητας ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις απαιτήσεις του Προγράμματος.
- ✓ **Αποδοτικότητα**: Εξετάζεται εάν έγινε η βέλτιστη δυνατή αξιοποίηση των διαθέσιμων πόρων.
- ✓ **Αποτελεσματικότητα**: Εξετάζεται η συμβολή των ενεργειών στην επίτευξη του επικοινωνιακού στόχου.
- ✓ **Χρησιμότητα**: Εξετάζεται κατά πόσον υπήρξαν χρήσιμες οι πληροφορίες που δόθηκαν και εάν ικανοποίησαν τους ενδιαφερόμενους.
- ✓ **Διάρκεια του αντίκτυπου των δράσεων**: Εξετάζεται αν το σύστημα διάδοσης των πληροφοριών μπορεί να λειτουργήσει αυτόνομα ακόμη και μετά το πέρας της συγκεκριμένης εκστρατείας δημοσιότητας.

Δ.1.3 Δείκτες Αξιολόγησης

Για τη μέτρηση, παρακολούθηση και αξιολόγηση της πορείας επίτευξης των στόχων του Σχεδίου, καθώς και της αποτελεσματικότητας και αποδοτικότητας της επικοινωνιακής στρατηγικής και των μέτρων πληροφόρησης, προτείνονται οι ακόλουθες κατηγορίες δεικτών:

Δείκτες Επίπτωσης, οι οποίοι επιμετρούν τις επιπτώσεις συνολικά όλων των μέτρων πληροφόρησης σε σχέση με τους επικοινωνιακούς στόχους.

Δείκτες Αποτελέσματος, οι οποίοι καταγράφουν το αποτέλεσμα του κάθε μέτρου πληροφόρησης ως προς τους αποδέκτες ή ωφελούμενους (π.χ. αριθμός συμμετεχόντων σε ημερίδες/εκδηλώσεις, αριθμός επισκεπτών/χρηστών ιστοσελίδας).

Δείκτες Εκρμών (Υλοποίησης), οι οποίοι καταγράφουν τις εκροές των μέτρων πληροφόρησης και των επικοινωνιακών εργαλείων, δηλαδή τις ίδιες τις ενέργειες δημοσιότητας (π.χ. αριθμός ημερίδων/εκδηλώσεων, δημοσιευμάτων).

Ειδικότερα, οι δείκτες που χρησιμοποιούνται για την αξιολόγηση των ενεργειών δημοσιότητας αναλύονται ως εξής:

Δείκτες Επιπτώσεων

Οι δείκτες αυτοί καταγράφουν, κατά βάση, την αναγνωρισιμότητα του Προγράμματος και ποσοτικοποιούνται με έρευνες κοινού σε στατιστικό δείγμα των ομάδων-στόχου. Οι έρευνες πρέπει να διεξάγονται συντονισμένα, ακολουθώντας τις φάσεις επικοινωνίας. Με τους δείκτες επίπτωσης γίνεται, επίσης, καταγραφή του βαθμού ενημέρωσης και ανταπόκρισης του κοινού, με διάφορες μεθόδους, όπως για παράδειγμα έρευνα μέσω ερωτηματολογίων, παρακολούθηση εξέλιξης (Follow up), κλπ.

Ο βαθμός επίτευξης, κυρίως, των γενικών στόχων ως αποτέλεσμα όλων των μέτρων πληροφόρησης και δημοσιότητας που σωρευτικά θα υλοποιηθούν, επιμετρώνται γενικότερα με τους ακόλουθους συνολικούς Δείκτες Επίπτωσης:

Αύξηση του βαθμού ενημέρωσης στο κοινό για την Πολιτική Αγροτικής Ανάπτυξης και των επιτευγμάτων της.

Αύξηση της θετικής άποψης του κοινού για τις παρεμβάσεις που προωθούνται στο πλαίσιο του ΠΑΑ.

Επιπλέον από τους γενικούς Δείκτες Επίπτωσης, καθορίζονται και Δείκτες Επίπτωσης για κάθε ειδικό στόχο, οι οποίοι παρουσιάζονται στον Πίνακα που ακολουθεί. Στον εν λόγω Πίνακα παρουσιάζεται και η μεθοδολογία μέτρησης του κάθε Δείκτη.

Πίνακας: Δείκτες Επίπτωσης

Επικοινωνιακοί Στόχοι	Δείκτης Επίπτωσης	Μονάδα	Μεθοδολογία Αξιολόγησης
Σαφής και λεπτομερής πληροφόρηση, σε συνθήκες πλήρους διαφάνειας, προς όλους τους δυνητικούς Δικαιούχους για τις ευκαιρίες χρηματοδότησης που παρέχονται στο πλαίσιο της υλοποίησης του Προγράμματος και τις σχετικές διαδικασίες και όρους χρηματοδότησης.	Αύξηση του Βαθμού Γνώσης (public knowledge) ανάμεσα στους δυνητικούς Δικαιούχους για τις ευκαιρίες και τις δυνατότητες που προκύπτουν από τις δράσεις του ΠΑΑ.	% ενημέρωσης (awareness) των ευκαιριών που παρέχονται στο πλαίσιο του ΠΑΑ.	Η επιμέτρηση θα γίνει με ειδική στρωματοποιημένη δειγματοληπτική έρευνα.
Δημιουργία και λειτουργία ενός αξιόπιστου και προσβάσιμου μηχανισμού παροχής πληροφόρησης και αποτελεσματικής επικοινωνίας για τις παρεμβάσεις του Προγράμματος και τις χρηματοδοτήσεις που παρέχονται.	Αύξηση του βαθμού Ενημέρωσης του κοινού για τα Έργα/Δράσεις που χρηματοδοτούνται στο πλαίσιο του Προγράμματος.	% γνώσης (αυθόρμητη απάντηση) στο ευρύ κοινό για τα Έργα/δράσεις/τομείς που συγχρηματοδοτούνται από το ΕΓΤΑΑ και που εντάσσονται στην εθνική Πολιτική Αγροτικής Ανάπτυξης	Η επιμέτρηση του θα επιτευχθεί μέσω ερευνών του κοινού (Τηλεφωνικές συνεντεύξεις κλπ.) με το κατάλληλο ερωτηματολόγιο καταγράφοντας τις αυθόρμητες απαντήσεις για τη γνώση συγκεκριμένων βασικών έργων που έχουν συγχρηματοδοτηθεί.
Ενημέρωση και τακτική πληροφόρηση των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, των εμπλεκόμενων φορέων συμπεριλαμβανομένων των φορέων τοπικής αυτοδιοίκησης, των κοινωνικών και οικονομικών εταίρων και του ευρύ κοινού για το ρόλο της ΕΕ μέσω της χρηματοδότησης του ΕΓΤΑΑ και της υλοποίησης του ΠΑΑ.	Αύξηση του βαθμού γνώσης στο κοινό (perceived Public Knowledge) για το ΠΑΑ και την εθνική Πολιτική Αγροτικής Ανάπτυξης.	% βασικής γνώσης για το ΠΑΑ και την εθνική Πολιτική Αγροτικής Ανάπτυξης.	Η επιμέτρηση θα γίνει με κατάλληλες έρευνες (μετά από διαφημιστική εκστρατεία ή ενδιάμεση και εκ των υστέρων) καταγράφοντας στις διάφορες υποομάδες του κοινού το βαθμό βασικής γνώσης για το ΠΑΑ.
Προβολή του περιεχομένου και των στόχων των επιμέρους Αξόνων του Προγράμματος, διασφαλίζοντας ότι αναδεικνύεται η ωφέλεια από την υλοποίηση των δράσεων.	Αύξηση του βαθμού αντίληψης του κοινού (public perception) για τα οφέλη που προκύπτουν από την προώθηση των αναπτυξιακών παρεμβάσεων στο πλαίσιο του ΠΑΑ.	% θετικής άποψης (positive attitude) για την προώθηση των αναπτυξιακών παρεμβάσεων στο πλαίσιο του ΠΑΑ.	Ποσοτικά Στατιστικά Στοιχεία των ερωτηθέντων που έχουν θετική άποψη για τα οφέλη από την υλοποίηση των δράσεων του ΠΑΑ.
Διασφάλιση ότι είναι ορατά στο ευρύ κοινό όλα τα αποτελέσματα από την υλοποίηση των έργων και δράσεων που συγχρηματοδοτούνται από το ΕΓΤΑΑ και υλοποιούνται στο πλαίσιο του ΠΑΑ.	Αύξηση της αντίληψης του κοινού για τα οφέλη από την υλοποίηση των δράσεων του ΠΑΑ.	% θετικής άποψης για τα οφέλη από την υλοποίηση των δράσεων του ΠΑΑ.	Παρόλο που ο δείκτης αυτός δεν εξαρτάται μόνο από τα αποτελέσματα της υλοποίησης των μέτρων επικοινωνίας του παρόντος Σχεδίου, τίθενται για να καταγράψει το βαθμό ορατότητας στο κοινό των ωφελειών από το ΠΑΑ.

Δείκτες Αποτελέσματος

Οι Δείκτες Αποτελέσματος αφορούν στη διεύθυνση στο κοινό-στόχου της δράσης πληροφόρησης (ή/και την αναγνωρισιμότητά της).

Δείκτες Υλοποίησης

Οι δείκτες υλοποίησης αφορούν στις εκροές της κάθε δράσης δημοσιότητας, δηλαδή το φυσικό αντικείμενο που υλοποιείται σε κάθε περίπτωση.

Για την αξιολόγηση των μέτρων πληροφόρησης έχουν τεθεί Δείκτες Υλοποίησης και Αποτελέσματος, οι οποίοι παρουσιάζονται στον Πίνακα που ακολουθεί.

Πίνακας: Δείκτες Υλοποίησης και Αποτελέσματος

Ενέργειες	Δείκτης Υλοποίησης	Δείκτης Αποτελέσματος	Επικοινωνιακοί Στόχοι
<p>Προβολή στα ΜΜΕ – Καμπάνιες Δημοσιότητας σε:</p> <p>Τύπο</p> <p>Τηλεόραση</p> <p>Ραδιόφωνο</p> <p>Διαδίκτυο</p>	<p>Αριθμός διαφημιστικών εκστρατειών</p> <p>Αριθμός τηλεοπτικών και ραδιοφωνικών spot</p> <p>Αριθμός καταχωρημένων διαφημίσεων</p> <p>Αριθμός Δελτίων Τύπου</p> <p>Αριθμός flash-banners που αναρτήθηκαν σε ενημερωτικά portals</p>	<p>Κάλυψη</p> <p>Συχνότητα</p> <p>Κυκλοφορία</p> <p>Γεωγραφική κάλυψη</p> <p>Αναγνωσιμότητα</p> <p>Ειδικότερα:</p> <p>Ποσοστό κάλυψης πληθυσμού για τηλεοπτική/ραδιοφωνική διαφήμιση (αναλυτικά στοιχεία - OTS Opportunity to See, Gross Rating Points κ.ά. – για τους στόχους θα καθορίζονται στο αναλυτικό Media Plan)</p> <p>% αναγνωστών των εφημερίδων/περιοδικών που στοχοθετήθηκε</p> <p>Αριθμός δημοσιευμάτων/συνεντεύξεων/άρθρων</p> <p>Αριθμός άλλων ιστοσελίδων με link στην ιστοσελίδα της ΕΥΔ ΠΑΑ</p>	<p>Ενημέρωση και τακτική πληροφόρηση των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, των εμπλεκόμενων φορέων συμπεριλαμβανομένων των φορέων τοπικής και περιφερειακής αυτοδιοίκησης, των κοινωνικών και οικονομικών εταίρων και του ευρύ κοινού για το ρόλο της ΕΕ μέσω της χρηματοδότησης του ΕΓΤΑΑ και της υλοποίησης του ΠΑΑ.</p> <p>Ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας του ΠΑΑ.</p> <p>«Κέντρισμα» του ενδιαφέροντος του πληθυσμού και η ενεργοποίησή τους.</p>
<p>Σχεδιασμός & Παραγωγή Ενημερωτικού Υλικού:</p> <p>Έντυπο Υλικό (Φυλλάδια, αφίσες, κλπ.)</p> <p>Ηλεκτρονικό Ενημερωτικό Υλικό</p>	<p>Αριθμός εντύπων/φυλλαδίων/ εκδόσεων</p> <p>Αριθμός CD ROM/DVD/VIDEO που παράχθηκε</p>	<p>Αριθμός εντύπων που διακινήθηκαν/διανεμήθηκαν</p> <p>Αριθμός προβολών των ταινιών</p>	<p>Έγκυρη, αξιόπιστη και στοχευμένη ενημέρωση, σε ποικίλους βαθμούς ανάλυσης και σε συνθήκες πλήρους διαφάνειας, προς όλους τους δυνητικούς Δικαιούχους για τις ευκαιρίες χρηματοδότησης που παρέχονται στο πλαίσιο της υλοποίησης του Προγράμματος συνολικά και ανά Άξονα, καθώς και τις σχετικές διαδικασίες και όρους χρηματοδότησης.</p> <p>Ευαισθητοποίηση της κοινής γνώμης για τις αναπτυξιακές δυνατότητες, τα οφέλη και τα αποτελέσματα του Προγράμματος και μέσα από την παρουσίαση και προβολή «καλών πρακτικών».</p>
<p>Διανομή & Αποστολή Ενημερωτικού Υλικού</p>	<p>Αριθμός Εκθέσεων και Γιορτές Τοπικών Προϊόντων που συμμετείχε η ΕΥΔ ΠΑΑ</p> <p>Αριθμός Αποστολών ενημερωτικής αλληλογραφίας</p>	<p>Ποσότητα ενημερωτικού υλικού που διανεμήθηκε από τα Ενημερωτικά Περίπτερα (π.χ. από Περίπτερο Έκθεσης)</p>	<p>Διασφάλιση ότι είναι ορατά στους δυνητικούς Δικαιούχους, αλλά και στο ευρύ κοινό όλα τα αποτελέσματα από την υλοποίηση των έργων και δράσεων που συγχρηματοδοτούνται από το ΕΓΤΑΑ και υλοποιούνται στο πλαίσιο του ΠΑΑ.</p>
<p>Διοργάνωση Εκδηλώσεων (Ημερίδες/Συνέδρια, κλπ.)</p>	<p>Αριθμός εκδηλώσεων</p> <p>Αριθμός προσκεκλημένων</p>	<p>Αριθμός συμμετεχόντων (σύγκριση μεταξύ προσκεκλημένων και συμμετεχόντων)</p> <p>Αριθμός ερωτημάτων/αιτημάτων για περισσότερες πληροφορίες</p> <p>Βαθμός ικανοποίησης των συμμετεχόντων</p>	<p>Προβολή του περιεχομένου και των στόχων των επιμέρους Άξόνων του Προγράμματος, διασφαλίζοντας ότι αναδεικνύεται η ωφέλεια από την υλοποίηση των δράσεων.</p> <p>Διάχυση των ευκαιριών χρηματοδότησης.</p>
<p>Υπηρεσίες Γραφείου Τύπου & Δημοσίων Σχέσεων</p>	<p>Αριθμός επαφών με τους δημοσιογράφους</p>	<p>Αριθμός δημοσιευμάτων που προκλήθηκαν στον Τύπο (έντυπο & ηλεκτρονικό)</p>	<p>Δημιουργία και λειτουργία ενός αξιόπιστου και προσβάσιμου</p>

	Αριθμός Συνεντεύξεων Τύπου Αριθμός άρθρων, ανακοινώσεων, συνεντεύξεων, κ.ά. στον Τύπο και ΜΜΕ Αριθμός Δελτίων Τύπου που δημοσιεύτηκαν		μηχανισμού παροχής και διάχυσης της πληροφόρησης και αποτελεσματικής επικοινωνίας για τις παρεμβάσεις του Προγράμματος και τις χρηματοδοτήσεις που παρέχονται. Ενίσχυση διαφάνειας και εξασφάλιση δυνατότητας ενημέρωσης για τις επενδυτικές ευκαιρίες.
Άλλες Προωθητικές Ενέργειες: Αξιοποίηση του Δικτυακού Τόπου της ΕΥΔ ΠΑΑ και των εργαλείων της νέας τεχνολογίας Λειτουργία Info desk Λειτουργία info-points	Ενημέρωση, επικαιροποίηση και ανατροφοδότηση της ιστοσελίδας Υλοποίηση και τακτή ενημέρωση του Info Desk και των Info-points	Αριθμός επισκέψεων (visitors sessions) στην Ιστοσελίδα της ΕΥΔ ΠΑΑ την ημέρα Αριθμός χρηστών Καταγραφή προσέλευσης και αριθμός επισκεπτών στο Info Desk και στα Info-points Καταγραφή και αριθμός ερωτημάτων Αριθμός αιτημάτων για περισσότερες πληροφορίες Ύψος της ζήτησης πληροφοριών ή ενημερωτικού υλικού	Σαφής και λεπτομερής πληροφόρηση, σε συνθήκες πλήρους διαφάνειας, προς όλους τους δυνητικούς Δικαιούχους για τις ευκαιρίες χρηματοδότησης που παρέχονται στο πλαίσιο της υλοποίησης του Προγράμματος και τις σχετικές διαδικασίες και όρους χρηματοδότησης. Εύκολη πρόσβαση και παραλαβή υλικού, διάχυση πληροφόρησης σχετικά με την εξέλιξη και τα αποτελέσματα του Προγράμματος.

Δ.1.4 Επίβλεψη & Έλεγχος της Εξέλιξης των Επικοινωνιακών Δράσεων

Πεδία Αξιολόγησης

- Καταγραφή και αξιολόγηση των ζητούμενων/δεδομένων της κάθε προκήρυξης
- Επεξεργασία και ανάλυση των πεπραγμένων της επικοινωνίας
- Εξειδίκευση επικοινωνιακής στρατηγικής και στόχων
- Δημιουργικές προτάσεις
- Στρατηγική μέσων (media)
- Εφαρμογή και υλοποίηση επικοινωνιακών προτάσεων
- Σχέση κόστους-οφέλους των δράσεων επικοινωνίας και δημοσιότητας
- Αποτελεσματικότητα/αποδοτικότητα επικοινωνίας
- Αποτελεσματική και εύρυθμη λειτουργία του συστήματος διάδοσης των πληροφοριών και των σημείων πληροφόρησης
- Αξιοποίηση των ήδη υπαρχόντων δικτύων πληροφόρησης
- Ορθή τήρηση των κανόνων δημοσιότητας

Μέθοδοι Αξιολόγησης

Υπάρχουν δυο διαφορετικές μέθοδοι αξιολόγησης:

- η ποσοτική αξιολόγηση, που βασίζεται κυρίως σε μετρήσεις και στατιστικά στοιχεία, και
- η ποιοτική που βασίζεται σε έρευνες κοινής γνώμης, με ομαδικές ή ατομικές συνεντεύξεις, ερωτηματολόγια κλπ.

Για να εξασφαλιστεί η μέγιστη αποτελεσματικότητα των ενεργειών δημοσιότητας και πληροφόρησης είναι απαραίτητο να συνδυαστούν και οι δυο μέθοδοι.

Για την **ποσοτική αξιολόγηση**, των δράσεων, παρακολουθούνται δείκτες μέτρησης αντικειμενικών στοιχείων, όπως ο αριθμός εκδηλώσεων, ο αριθμός συμμετεχόντων, ο αριθμός εντύπων κλπ. Η ποσοτική αξιολόγηση εστιάζει στην ένταση και το εύρος της επικοινωνίας, αποτυπώνοντας το βαθμό κάλυψης κάθε ομάδας-στόχου, καθώς και τη συχνότητα με την οποία μεταδίδονται τα μηνύματα της επικοινωνίας.

Για την **ποιοτική αξιολόγηση**, οι δείκτες περιλαμβάνουν περισσότερο υποκειμενικά στοιχεία παρακολούθησης και αξιολόγησης της δράσης, όπως για παράδειγμα την αρτιότητα των τεχνικών χαρακτηριστικών, την ποιότητα και πληρότητα της παρεχόμενης πληροφόρησης. Η ποιοτική αξιολόγηση εστιάζει στις ποιοτικές παραμέτρους της επικοινωνίας, αναλύοντας σε βάθος το βαθμό κατανόησης των μηνυμάτων, τις θετικές και αρνητικές εντυπώσεις του κοινού, τις προτάσεις και υποδείξεις του κοινού, τις προσδοκίες του κ.ο.κ.

Αναφορές Παρακολούθησης & Αξιολόγησης

Με βάση τα στοιχεία που θα συγκεντρώνονται, θα αξιολογείται σε περιοδική, αλλά και συστηματική βάση η αποδοτικότητα και αποτελεσματικότητα των μέτρων και εργαλείων δημοσιότητας ως προς την επίτευξη των ποιοτικών και ποσοτικών στόχων που τέθηκαν και θα εξετάζεται η ανάγκη τροποποίησης ή ενδυνάμωσης του Σχεδίου Επικοινωνίας.

Η τεκμηρίωση της ποιότητας και αποτελεσματικότητας των δράσεων επικοινωνίας που επιλέγονται, αλλά και των εξωγενών παραγόντων που επηρεάζουν την υλοποίηση αυτών των δράσεων αποτυπώνεται σε Αναφορές Παρακολούθησης και Αξιολόγησης, όταν και όποτε αυτό κρίνεται απαραίτητο.

Αναπροσαρμογές Σχεδίου Επικοινωνίας

Η διαδικασία κατάρτισης του Σχεδίου Επικοινωνίας είναι δυναμική, με την έννοια ότι εμπλουτίζεται και επικαιροποιείται σταδιακά και περιοδικά με βάση τα αποτελέσματα της αξιολόγησης και πάντα σε σύνδεση με τα δεδομένα υλοποίησης του ΠΑΑ.

Το Σχέδιο Επικοινωνίας είναι απαραίτητο να υποβάλλεται σε τακτά χρονικά διαστήματα και όποτε αυτό κρίνεται αναγκαίο, σε αναπροσαρμογές, ακολουθώντας την πορεία εξέλιξης του Προγράμματος. Πρέπει να συμπληρώνεται και να επικαιροποιείται το περιεχόμενό του με τα νέα δεδομένα και τις αναμενόμενες αλλαγές που προκύπτουν από τη διαδικασία παρακολούθησης και αξιολόγησης της ορθής υλοποίησης των δράσεων δημοσιότητας και των επιμέρους προωθητικών ενεργειών.

Εργαλεία Αξιολόγησης των Μέτρων Πληροφόρησης & Δημοσιότητας

Η παρακολούθηση και αξιολόγηση γίνεται μέσω συνεχούς συλλογής στοιχείων ούτως ώστε να παρακολουθούνται και να επιμετρούνται, σε τακτική βάση, τα αποτελέσματα των δράσεων δημοσιότητας που υλοποιούνται και να εξετάζεται η πρόοδος της εφαρμογής του Σχεδίου Επικοινωνίας.

Προτείνεται να χρησιμοποιηθούν – ενδεικτικά και όχι περιοριστικά – τα ακόλουθα μέσα /εργαλεία καταγραφής και συλλογής των πληροφοριών:

Συνεχής παρακολούθηση του Τύπου/ MME

Εγγραφή σε Έρευνες MME

Ειδικό Λογισμικό Πρόγραμμα Διαδικτύου (Web Software)

Διατήρηση και Διαχείριση Αρχείου Πληροφόρησης και Επικοινωνίας

Παρουσιολόγια

Φύλλα Αξιολόγησης (Evaluation and Feedback Sheets)

Αναφορά παραλαβής – ανάγνωσης στις ηλεκτρονικές αποστολές του ενημερωτικού υλικού.

Έρευνες Κοινής Γνώμης (τόσο ποιοτικές όσο και ποσοτικές)

Έρευνες εικόνας του Προγράμματος:

Έρευνες αποτύπωσης υπάρχουσας κατάστασης

Έρευνες αποτίμησης διαφημιστικών εκστρατειών

Έρευνες Κοινής Γνώμης

Για την καλύτερη παρακολούθηση και αξιολόγηση της επικοινωνιακής προσπάθειας και την υλοποίηση των στόχων του Σχεδίου Επικοινωνίας κρίνεται απαραίτητη η κατά περιοδικά διαστήματα αποτύπωση της στάσης και θέσης της κοινής γνώμης αλλά και των δυνητικών Δικαιούχων απέναντι στο Πρόγραμμα.

Οι βασικοί στόχοι της διενέργειας των ερευνών κοινής γνώμης είναι:

- Η καταγραφή απόψεων και προτάσεων σε σχέση με την αναπτυξιακή πορεία της ελληνικής γεωργίας.
- Η καταγραφή των σημαντικότερων προβλημάτων της ελληνικής γεωργίας.
- Η αναγνωρισιμότητα του ΠΑΑ και της στήριξης – συμμετοχής της Ε.Ε. στη χρηματοδότησή του.
- Η αναγνωρισιμότητα του ΠΑΑ, των πολιτικών και της αποστολής του.
- Η αναγνωρισιμότητα των επιμέρους παρεμβάσεων / δράσεων του ΠΑΑ.
- Η αποτίμηση αποτελεσμάτων επιμέρους ενεργειών επικοινωνίας.
- Η αποτύπωση της στάσης του κοινού επί των πεδίων παρεμβάσεων του ΠΑΑ.
- Η «μέτρηση» του ειδικού ενδιαφέροντος του κοινού και των δυνητικών Δικαιούχων για το Πρόγραμμα, καθώς και για τις ανάγκες ειδικής χρηστικής πληροφόρησης και των διαύλων εξασφάλισής της.
- Η καταγραφή των προσδοκιών του κοινού σχετικά με το ρόλο της πολιτείας και της Ε.Ε. αλλά και τον ρόλο του ΠΑΑ.

Αποκομίζεται γνώση για τη στάση του κοινού της απέναντι στην ποιότητα, το είδος και το περιεχόμενο της πληροφόρησης που χρησιμοποιείται για να καλυφθούν οι επικοινωνιακοί στόχοι της ενιαίας στρατηγικής του Προγράμματος. Ανάμεσα στα στοιχεία που θα μετρηθούν με την έρευνα-κοινού, είναι και η γνώση του βαθμού στον οποίο εκπληρώνονται τουλάχιστον οι γενικοί στόχοι της επικοινωνιακής στρατηγικής.

Οι έρευνες πρέπει να διεξάγονται συντονισμένα και σε συνέχεια με τις φάσεις επικοινωνίας:

Κατά τη Β' Φάση της επικοινωνίας του Προγράμματος κρίνεται αναγκαία η διεξαγωγή ποσοτικής έρευνας στο ευρύ κοινό, η οποία θα καταγράφει το βαθμό γνώσης και αντίληψης των πολιτών σχετικά με τις δράσεις που προωθούνται και την ανάγκη περαιτέρω ενημέρωσής τους σχετικά με το προφίλ και τη σκοπιμότητα του ΠΑΑ. Καθώς η δημοσιότητα του Προγράμματος κλιμακώνεται, η έρευνα έχει στόχο την αποτύπωση της κοινής γνώμης σχετικά με την εξέλιξη του Προγράμματος και την ανταποκρισιμότητα στις δράσεις, καθώς και την εξέλιξη της ενημέρωσης για το Πρόγραμμα γενικά. Επιδιώκεται, δηλαδή, η ανίχνευση, η διαπίστωση και η ποιοτική αποτύπωση του επιπέδου γνώσης και πληροφόρησης των ομάδων-στόχου, όσον αφορά στις χρηματοδοτούμενες δράσεις συγκεκριμένων κατηγοριών παρεμβάσεων, τις δυνατότητες, τα οφέλη και τις επιδράσεις τους στην ελληνική οικονομία και τον τοπικό πληθυσμό.

Κατά την Γ' Φάση της επικοινωνίας και ενώ το Πρόγραμμα οδεύει προς την ολοκλήρωσή του, προτείνεται η διενέργεια μιας δεύτερης έρευνας, με στόχο την καταγραφή των απόψεων κυρίως των επωφελομένων του ΠΑΑ, αλλά και γενικότερα των πολιτών, όσον αφορά στις θετικές επιδράσεις και τα σημαντικά οφέλη που προέκυψαν από το Πρόγραμμα. Η έρευνα αυτή θα έχει περισσότερο απολογιστικό χαρακτήρα και θα αποτυπώνει τη συνολική εικόνα για τις παρεμβάσεις που πραγματοποιήθηκαν στο πλαίσιο και των 4 Αξόνων του ΠΑΑ.

Προτείνεται να χρησιμοποιηθούν οι εξής τύποι ερευνών:

Προέλεγχος – pre-test: Ο προέλεγχος είναι απαραίτητος για τη διασφάλιση αντικειμενικής αξιολόγησης της επικοινωνιακής καμπάνιας και κατ' επέκταση της επίτευξης των στόχων. Κατά τον προέλεγχο της καμπάνιας δημοσιότητας γίνεται αποκλειστικά χρήση του εργαλείου της ποιοτικής έρευνας (one-on-one, face-to-face interviews) και σε αυτό το στάδιο πρέπει να συλλεχθούν πληροφορίες για να καθοριστεί η υφιστάμενη κατάσταση (baseline), όσον αφορά κυρίως στη γνώση (Awareness).

Έλεγχος αποτελεσματικότητας Post testing (Awareness & Recall Test): Η έρευνα αυτή δίνει πολύ σημαντικά στοιχεία για την αποτελεσματικότητα της επικοινωνιακής εκστρατείας. Μπορούν να χρησιμοποιηθούν δύο ειδών έρευνες: Τηλεφωνικές ή/και προσωπικές έρευνες στις ομάδες-στόχου: το ευρύ κοινό, τους δυνητικούς Δικαιούχους και τους Δικαιούχους που έχουν ήδη εγκριθεί και συμμετέχουν σε δράσεις χρηματοδοτούμενες από το ΠΑΑ. Οι ερωτήσεις στο ερωτηματολόγιο προτείνεται να αποτελούν συνδυασμό «κλειστών» και «ανοικτών» ερωτήσεων, ώστε να συλλεχθούν ποσοτικά, αλλά και ποιοτικά στοιχεία.