



LDK ΣΥΜΒΟΥΛΟΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ Ι.Κ.Ε.

Θηβαΐδος 21
145 64 Κηφισιά

Τηλ. 210 8169700,
Fax: 210 8196709

Email: main@ldksed.gr

Web: www.ldk.gr

ΠΡΟΣ:

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ- ΕΙΔΙΚΗ ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ
ΕΥΡΩΠΑΙΚΟΥ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ ΤΑΜΕΙΟΥ

ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ Ε.Π ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ, ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ
ΜΑΘΗΣΗ

**«Παροχή υπηρεσιών συμβούλου για τη διεξαγωγή αξιολογήσεων του Σχεδίου
Αξιολόγησης του ΕΠ-ΑΝΑΔΕΔΒΜ»**

ΤΜΗΜΑ 4: Αξιολόγηση των δράσεων του επικοινωνιακού σχεδίου του ΕΠ 2014-2020» (κωδ.15)

Παραδοτέο Γ. Τελική Έκθεση Αξιολόγησης



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο

Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού,
Εκπαίδευση και Διά Βίου Μάθηση

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ανάπτυξη - εργασία - αλληλεγγύη

Περιεχόμενα

1.	ΑΚΡΩΝΥΜΙΑ	4
2.	ΕΙΣΑΓΩΓΗ	5
3.	ΕΠΙΤΕΛΙΚΗ ΣΥΝΟΨΗ-ΣΥΝΟΨΗ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΩΝ	6
4.	EXECUTIVE SUMMARY	8
5.	ΑΝΤΙ ΠΡΟΛΟΓΟΥ	10
6.	Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΤΟΥ ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ	12
6.1.	ΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥ ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ.....	12
6.2.	Η ΣΤΟΧΕΥΣΗ ΤΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	12
6.2.1.	<i>Βασικοί στόχοι της επικοινωνιακής στρατηγικής του Προγράμματος</i>	13
6.2.2.	<i>Στοχοθετούμενα Κοινά</i>	13
6.2.3.	<i>Περιοχές στις οποίες το Πρόγραμμα δίνει έμφαση και καθορίζουν το πλαίσιο της Επικοινωνίας</i>	15
6.3.	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟΣ ΟΔΗΓΟΣ ΕΣΠΑ 2014-2020	16
7.	Η ΠΡΑΞΗ «ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΤΗΣ ΕΥΔ ΕΠ ΑΝΑΔΕΔΒΜ»	18
7.1.	ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΠΡΑΞΗΣ	18
7.2.	ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΙ ΔΡΑΣΕΩΝ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥ ΕΠ	19
7.2.1.	<i>Έκθεση απολογισμού δράσεων δημοσιότητας για το έτος 2022</i>	19
7.2.2.	<i>Έκθεση απολογισμού δράσεων δημοσιότητας για το έτος 2021</i>	21
7.2.3.	<i>Έκθεση απολογισμού δράσεων δημοσιότητας για το έτος 2020</i>	22
7.2.4.	<i>Έκθεση απολογισμού δράσεων δημοσιότητας για το έτος 2019</i>	23
7.2.5.	<i>Έκθεση απολογισμού δράσεων δημοσιότητας για το έτος 2018</i>	25
7.2.6.	<i>Έκθεση απολογισμού δράσεων δημοσιότητας για το έτος 2017</i>	26
7.2.7.	<i>Έκθεση απολογισμού δράσεων δημοσιότητας για το έτος 2016</i>	30
7.3.	ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΖΟΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΓΙΑ ΤΟ ΕΤΟΣ 2023.....	34
8.	ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΗΣ ΑΞΙΟΛΟΓΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	35
8.1.	ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ.....	35
8.2.	ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΠΟΥ ΠΡΟΕΚΥΨΑΝ ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΕΝΕΡΓΕΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	36
9.	ΚΥΡΙΑ ΕΥΡΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΝΑ ΑΞΙΟΛΟΓΙΚΟ ΕΡΩΤΗΜΑ	38
9.1.	ΣΥΝΑΦΕΙΑ ΔΡΑΣΕΩΝ ΚΑΙ ΚΑΤΑΛΛΗΛΟΤΗΤΑ ΜΕΣΩΝ	38
9.2.	ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΚΑΙ ΑΝΤΙΚΤΥΠΟΣ	41
9.3.	ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ.....	43
9.4.	ΠΡΟΣΤΙΘΕΜΕΝΗ ΑΞΙΑ ΔΡΑΣΕΩΝ.....	44
9.5.	ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΙΜΟΤΗΤΑ	45
9.5.1.	<i>Γενικό Κοινό</i>	45
9.5.2.	<i>Ωφελούμενοι</i>	46
10.	ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΣΥΣΤΑΣΕΙΣ	47
11.	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α – ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΈΡΕΥΝΑΣ ΠΕΔΙΟΥ	51
12.	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β – ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΕΥΡΗΜΑΤΩΝ ΠΟΙΟΤΙΚΗΣ ΈΡΕΥΝΑΣ	56
12.1.	ΚΥΡΙΑ ΕΥΡΗΜΑΤΑ ΠΟΙΟΤΙΚΗΣ ΈΡΕΥΝΑΣ (ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ-ΟΜΑΔΕΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ)	56
13.	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Γ – ΚΥΡΙΑ ΕΥΡΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΠΟΣΟΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΝΑ ΟΜΑΔΑ ΣΤΟΧΟ	58
13.1.	ΚΥΡΙΑ ΕΥΡΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΠΟΣΟΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΣΤΟ ΓΕΝΙΚΟ ΚΟΙΝΟ.....	58
13.1.1.	<i>Γνώση για τα Προγράμματα «Απασχόλησης» και «Δια Βίου Μάθησης»</i>	58

13.1.2.	Χρηματοδότηση	60
13.1.3.	Αναγνώριση του λογότυπου	63
13.1.4.	Γνώση επιμέρους δράσεων του Προγράμματος Απασχόληση	65
13.1.5.	Γνώση επιμέρους δράσεων του Προγράμματος Εκπαίδευση	66
13.1.6.	Αποτελεσματικότητα των ενεργειών ενημέρωσης.....	67
13.2.	ΚΥΡΙΑ ΕΥΡΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΠΟΣΟΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΣΤΟΥΣ ΩΦΕΛΟΥΜΕΝΟΥΣ.....	69
13.2.1.	Γνώση για τα Προγράμματα «Απασχόλησης» και «Δια Βίου Μάθησης».....	69
13.2.2.	Χρηματοδότηση	70
13.2.3.	Αναγνώριση του λογότυπου	71
13.2.4.	Συμμετοχή σε Πρόγραμμα	72
13.2.5.	Δέσμη ερωτήσεων προς συμμετέχοντες σε δράσεις του Προγράμματος Απασχόλησης - Δημοσιότητα.....	74
13.2.6.	Δέσμη ερωτήσεων προς συμμετέχοντες σε δράσεις του Προγράμματος Εκπαίδευσης - Δημοσιότητα.....	79
13.3.	ΚΥΡΙΑ ΕΥΡΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΠΟΣΟΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΣΤΟΥΣ ΔΙΚΑΙΟΥΧΟΥΣ ΦΟΡΕΙΣ ΠΟΥ ΥΛΟΠΟΙΟΥΝ ΔΡΑΣΕΙΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ	84
14.	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Δ - ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ.....	91

1. ΑΚΡΩΝΥΜΙΑ

ΑΜΕΑ	Άτομα με Ειδικές Ανάγκες
ΓΔ	Γενική Διεύθυνση
Δ.ΥΠ.Α	Δημόσια Υπηρεσία Απασχόλησης
ΕΔ	Επιτελική Δομή
ΕΚΤ	Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο (ESF)
ΕΠ	Επιχειρησιακό Πρόγραμμα (ΟΡ)
ΕΠ	Επενδυτική Προτεραιότητα
ΕΠ ΑΝΑΔΕΔΒΜ	ΕΠ Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού, Εκπαίδευση & Δια Βίου Μάθηση
ΕΣΠΑ	Εταιρικό Σύμφωνο Περιφερειακής Ανάπτυξης
ΕΥΔ	Ειδική Υπηρεσία Διαχείρισης
ΕΥΣΕΚΤ	Ειδική Υπηρεσία Συντονισμού και Παρακολούθησης Δράσεων Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου
ΕΥΣΣΑ	Ειδική Υπηρεσία Στρατηγικής, Σχεδιασμού και Αξιολόγησης
ΙΝΕΔΙΒΙΜ	Ίδρυμα Νεολαίας και Δια Βίου Μάθησης
ΚΔΒΜ	Κέντρα Δια Βίου Μάθησης
ΟΑΕΔ	Οργανισμός Απασχόλησης Εργατικού Δυναμικού
ΟΠΣ	Ολοκληρωμένο Πληροφοριακό Σύστημα
ΤΔΠ	Τεχνικό Δελτίο Πράξης
ΤΣ	Ταμείο Συνοχής

2. Εισαγωγή

Η αξιολόγηση των δράσεων του επικοινωνιακού σχεδίου του ΕΠ 2014-2020 ανατέθηκε από το Υπουργείο Ανάπτυξης και Επενδύσεων- Ειδική Γραμματεία Διαχείρισης Προγραμμάτων Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου Ειδική Υπηρεσία Διαχείρισης Ε.Π Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού, Εκπαίδευση και Δια βίου Μάθησης ως μέρος του έργου «Παροχή υπηρεσιών συμβούλου για τη διεξαγωγή αξιολογήσεων του Σχεδίου Αξιολόγησης του ΕΠ-ΑΝΑΔΕΔΒΜ» προκειμένου να αξιολογηθεί το επίπεδο επίτευξης των στόχων δημοσιότητας και επικοινωνίας του Προγράμματος, η καταλληλότητα και η συνάφεια, η αποτελεσματικότητα, η αποδοτικότητα και η προστιθέμενη αξία του σχεδιασμού της στρατηγικής αλλά και των δράσεων επικοινωνίας και δημοσιότητας του έργου καθώς και να παρασχεθούν προτάσεις, με στόχο αυτές να συμπεριληφθούν στην επόμενη προγραμματική περίοδο ΕΣΠΑ 2021-2027.

Την εκπόνηση της εν λόγω αξιολόγησης ανέλαβε η LDK Σύμβουλοι Κοινωνικοοικονομικής Ανάπτυξης Ι.Κ.Ε. Η αξιολόγηση ξεκίνησε τον Απρίλιο του 2023 και ολοκληρώθηκε στα τέλη του Αυγούστου του ίδιου έτους, με την υποβολή της τελικής Έκθεσης Αξιολόγησης.

Το παραδοτέο Γ παρουσιάζει την τελική συνολική αξιολογική καταγραφή και παρουσίαση των αποτελεσμάτων της αξιολογικής έρευνας. Διερευνά τις παραμέτρους που χρήζουν βελτίωσης (προβλήματα και αδυναμίες), τις καλές πρακτικές που αναδεικνύονται και τέλος διαμορφώνει προτάσεις για μελλοντική χρήση. Τα συμπεράσματα βασίζονται στα αποτελέσματα της ποιοτικής και ποσοτικής αξιολογικής έρευνας που αναλύθηκαν στα Παραδοτέα Β1 και Β2.

Η Τελική Έκθεση Αξιολόγησης οργανώνεται σε έξι (6) ενότητες:

- Περιγραφή του πλαισίου της Στρατηγικής Επικοινωνίας του ΕΠ
- Παρουσίαση της Πράξης
- Κοινωνικο-πολιτικό πλαίσιο ανάλυσης
- Παρουσίαση της αξιολογικής έρευνας
- Περιορισμοί που προέκυψαν κατά τη διενέργεια της έρευνας
- Κύρια ευρήματα της έρευνας ανά αξιολογικό ερώτημα
- Συμπεράσματα και Προτάσεις
- Παραρτήματα με την καταγραφή των ευρημάτων της έρευνας αξιολόγησης και τα μεθοδολογικά

Θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε όλους τους εκπροσώπους της ΕΥΔ ΕΠΑΝΑΔΕΔΒΜ, τους εκπροσώπους της ΕΥΣΕΚΤ, τις Επιτελικές Δομές ΕΣΠΑ των Υπουργείων Εργασίας και Κοινωνικών Υποθέσεων και του Υπουργείου Παιδείας και Θρησκευμάτων, τους δικαιούχους δράσεων δημοσιότητας και επικοινωνίας του ΕΠ, το Σύμβουλο Δημοσιότητας της Διαχειριστικής Αρχής αλλά και τους ωφελούμενους για τη γενναιόδωρη υποστήριξή τους στην ομάδα αξιολόγησης και την πολύτιμη συνεισφορά τους όσον αφορά στη συμμετοχή, την παροχή πληροφοριών και την ανταλλαγή απόψεων.

3. Επιτελική Σύνοψη-Σύνοψη των Πολιτών

Στο πλαίσιο του ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ, δημιουργήθηκε η Στρατηγική Επικοινωνίας σύμφωνα με τις κατευθύνσεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Η Στρατηγική αυτή σε αρχικό στάδιο κινήθηκε σε ένα γενικό πλαίσιο, στο οποίο υπήρχε έλλειψη ενός αναλυτικού Σχεδίου Δράσης αλλά και μιας SMART στοχοθέτησης όσον αφορά το επιδιωκόμενο αποτέλεσμα. Αυτές οι ελλείψεις συνοδεύτηκαν από την έλλειψη μιας συστηματικής επικοινωνιακής προσέγγισης που επενδύει στο branding δράσεων του ΕΠ.

Παράλληλα με την ανωτέρω Στρατηγική δημιουργήθηκε ο Οδηγός των μέτρων Πληροφόρησης και Επικοινωνίας ο οποίος θα έδινε μια κατευθυντήρια προσέγγιση στους δικαιούχους αναφορικά με τα μέτρα που πρέπει να τηρηθούν στις δράσεις δημοσιότητας που θα πραγματοποιηθούν. Ο Οδηγός αποδείχθηκε χρήσιμος καθώς φαίνεται πως όλοι οι δικαιούχοι τον αξιοποίησαν και συμμορφώθηκαν με τις κανονιστικές υποχρεώσεις τους.

Οι δράσεις δημοσιοποίησης, χρειάστηκε να μεταβληθούν εξαιτίας της αστάθειας και των συνεχόμενων αλλαγών στο περιβάλλον του προγράμματος όπως ήταν η πανδημία του COVID-19. Αυτές οι απρόσμενες αλλαγές οδήγησαν στην καθυστέρηση ενεργοποίησης και των δράσεων υποστήριξης από Συμβούλους Δημοσιότητας αλλά και σε περιορισμό προβολής των στόχων έναντι των δράσεων του Προγράμματος. Παρά τις δυσκολίες αυτές οι ολιγάριθμες ενέργειες που επιλέχθηκαν υλοποιήθηκαν αποτελεσματικά.

Οι σημαντικότερες από τις υλοποιημένες δράσεις της ΕΥΔ του ΕΠ περιλάμβαναν την ενημέρωση και λειτουργία της ιστοσελίδας της ΕΥΔ, την παρουσία και πληροφόρηση στα Κοινωνικά Δίκτυα, τη λειτουργία Γραφείου Πληροφόρησης, την οργάνωση ή συμμετοχή σε Ετήσια Επικοινωνιακά Γεγονότα μεταξύ των οποίων και συμμετοχή σε φεστιβάλ κινηματογράφου, παραγωγή ντοκιμαντέρ & animation, αφιερώματα σε μεγάλα Φεστιβάλ της Ελλάδας που άπτονται των θεματικών πεδίων συγχρηματοδοτούμενων πράξεων του ΕΠ, σχεδιασμός και ανάπτυξη προωθητικού υλικού και συνεργασίες - συνέργειες της ΕΥΔ με άλλους φορείς.

Οι δράσεις που υλοποιήθηκαν από δικαιούχους φορείς ομαδοποιήθηκαν σε δύο κατηγορίες. Η πρώτη περιλάμβανε δικαιούχους οι οποίοι είχαν την επιχειρησιακή ικανότητα της σχεδίασης και της υλοποίησης πρόσθετων δράσεων επικοινωνίας προκειμένου να ενημερωθούν οι δυνητικοί ωφελούμενοι για την δυνατότητα συμμετοχής τους σε Προγράμματα με παράλληλο στόχο την δημοσιοποίηση των δράσεων. Τα μέσα που αξιοποιήθηκαν για τις δράσεις επικοινωνίας ήταν είτε προσωποποιημένα (email σε ωφελούμενους εγγεγραμμένους στα μητρώα των φορέων) είτε κοινή ενημέρωση με την χρήση Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης (Facebook, Twitter, κλπ.). Στην δεύτερη κατηγορία ανήκουν δικαιούχοι με μειωμένη επιχειρησιακή ικανότητα οι οποίοι απλά τηρούσαν τα μέτρα του Οδηγού και υλοποιούσαν τις απολύτως απαραίτητες και τυπικές δράσεις. Σε αυτό το σημείο κρίνεται απαραίτητη η δημιουργία ενός εγχειριδίου (media kit) που θα παρέχει χρήσιμες πληροφορίες για την παροχή επίσημης πληροφόρησης από το σύνολο των δικαιούχων.

Η σπουδαιότητα της τεχνογνωσίας και της εξειδικευμένης επικοινωνίας αναγνωρίζεται τόσο από την ΕΥΔ όσο και από τους δικαιούχους του προγράμματος. Παρά το γεγονός ότι η πλειονότητα των σημαντικών δικαιούχων δεν αξιοποίησε Σύμβουλους Δημοσιότητας για τον σχεδιασμό στοχευμένων δράσεων επικοινωνίας, όλοι αναφέρουν την ανάγκη για υποστήριξη από ειδικούς και την ανάγκη στελέχωσης επικοινωνιακών τμημάτων με κατάλληλα εκπαιδευμένο προσωπικό για τη χρήση σύγχρονων μέσων επικοινωνίας και προβολής.

Επιπλέον, εκτιμάται ως αναγκαία η επιμόρφωση του προσωπικού που σχεδιάζει και υλοποιεί δράσεις επικοινωνίας. Οι δικαιούχοι φορείς των δράσεων επικοινωνίας και δημοσιότητας έχουν επωμιστεί τη στρατηγική επικοινωνίας, γι' αυτό είναι σημαντικό να διασφαλιστεί η ύπαρξη τεχνογνωσίας και υποδομής. Επιπλέον, η συμμετοχική σχεδίαση δράσεων επικοινωνίας με τη συμπερίληψη των ενδιαφερομένων και των δικαιούχων μπορεί να ενισχύσει τον σχεδιασμό και την υλοποίηση αυτών των δράσεων.

Είναι εμφανές, μέσα από την έρευνα, ότι πλέον επικρατεί η ψηφιακή ενημέρωση και επικοινωνία των ιδιωτών με τους δημόσιους φορείς. Αυτό δίνει το έναυσμα για την τροποποίηση των παραδοσιακών εργαλείων προβολής και επικοινωνίας. Ωστόσο η ανάγκη για πληθώρα τρόπων ενημέρωσης παραμένει, λαμβάνοντας υπόψη τα άτομα που δεν έχουν πρόσβαση σε όλα τα μέσα ενημέρωσης.

Επιπλέον στοιχεία που παρατηρήθηκαν ήταν ότι το λογότυπο του ΕΣΠΑ αποτελεί το πλέον αναγνωρίσιμο σύμβολο. Το μεγαλύτερο ποσοστό αναγνώρισης του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου (έναντι της Ευρωπαϊκής Επιτροπής) ως βασικού χρηματοδότη μάλλον υποκρύπτει τα χαμηλά επίπεδα γνώσης σχετικά με τα όργανα της

ΕΕ. Πάντως, η σχεδόν καθολική αναγνωρισιμότητα του λογοτύπου του ΕΣΠΑ προκύπτει από σειρά δράσεων και έργων, και πέραν του αντικειμένου του ΕΠ. Οι ομάδες των απαντήσεων για την πηγή χρηματοδότησης διακρίνονται σε σχέση με τη επάρκεια της σχετικής γνώσης: αυτοί που έχουν καλή, μερική ή καθόλου γνώση. Αναφορικά με τα ανωτέρω εκτιμήθηκε ότι πρέπει να γίνει περεταίρω προβολή των κεντρικών στόχων του προγράμματος έναντι των μεμονωμένων δράσεων προς το γενικό κοινό. Είναι χρήσιμο πέρα από την γνώση των δράσεων ο πολίτης να αντιλαμβάνεται τον γενικό σχεδιασμό του Προγράμματος.

Τέλος η Ε.Ε. υιοθετεί πλέον, στην ευρύτερη Στρατηγική Επικοινωνίας της, την αναγκαιότητα προβολής της συμβολής της Ένωσης και του Προγράμματος με άμεσο και απλό τρόπο ώστε να είναι εύκολα αφομοιώσιμος από το κοινό. Σκοπός της Ένωσης είναι η ανάδειξη της ουσιαστικής αξίας και η αποφυγή της άχρηστης πληροφορίας στοχεύοντας σε πιο συμπεριληπτικές και αποτελεσματικές δράσεις επικοινωνίας την περίοδο 2021-2027.

4. Executive Summary

The Communication Strategy was created within the framework of the Operational Programme (OP) 'Human Resources Development, Education and Lifelong Learning (OP ANADEDBM), in accordance with the guidelines of the European Union. Initially this Strategy functioned within a general framework which lacked a detailed Action Plan and SMART targets as regards the desired result. These shortcomings were accompanied by the lack of a systematic communication approach investing in the branding of the OP actions.

In parallel with the above Strategy, the Guide for Information and Communication Measures was created, to provide guidance in the approach for beneficiaries, regarding the measures to be followed in the publicity actions to be implemented. The Guide proved useful as it appears that all beneficiaries utilised it and complied with their regulatory obligations.

The publicity actions had to be adapted due to the instability and continuous changes in the environment of the Programme, such as the COVID-19 pandemic. These unexpected changes led to a delay in activating the support actions undertaken by the Publicity Consultants but also limited the visibility of the objectives as regards the actions of the Programme. Despite these difficulties, the few actions which were selected were implemented effectively.

The most important of the actions implemented by the OP Managing Authority included the updating and operation of the Managing Authority website, its Social Networking (presence and information dissemination), the operation of an Information Office, the organization or participation in Annual Communication Events including participation in film festivals, documentary & animation production, tributes in major festivals in Greece related to the thematic fields of OP co-funded operations, the design and development of promotional material and collaborations - synergies of the Managing Authority with other bodies.

The actions implemented by beneficiary bodies can be grouped into two categories. The first included beneficiaries with the operational capacity to design and implement additional communication actions in order to inform potential beneficiaries about the possibility of participating in Programmes, with the parallel aim of publicizing the actions. The means used for the communication actions were either personalized (email to beneficiaries registered with the institutions) or generalised information via Social Media (Facebook, Twitter, etc.). The second category included beneficiaries with reduced operational capacity who simply adhered to the measures of the Guide and implemented the absolutely necessary, formal actions. On this basis it is deemed necessary to create a media kit which will provide useful information for the provision of official information by all the beneficiaries.

The importance of communication know-how and specialisation is recognized by both the Management Authority and the beneficiaries of the Programme. Despite the fact that the majority of the significant beneficiaries did not use Publicity Consultants to design targeted communication actions, they all mention the need for expert support and the need to staff communication departments with properly trained staff for the use of modern means of communication and promotion.

Moreover, the training of staff who plan and implement communication actions is considered necessary. The beneficiaries of communication and publicity actions are responsible for the communication strategy, so it is important to ensure that know-how and infrastructure are in place. In addition, the participatory design of communication actions involving stakeholders and beneficiaries can enhance the design and implementation of such actions.

It is evident, through the research, that digital information and communication between private individuals and public bodies now prevails. This triggers a modification of traditional outreach and communication tools. However, the need for a multitude of communication means remains, taking into account people who do not have access to all media.

Additional elements observed were that the NSRF logo is the most recognizable symbol. The higher level of recognition of the European Social Fund as the main donor (vis-à-vis the European Commission) probably masks low levels of knowledge about the EU institutions. However, the almost universal recognition of the NSRF logo results from a series of actions and projects, beyond the scope of this OP. The responses regarding the source of funding may be grouped according to the adequacy of the relevant knowledge: those who have good, partial or no knowledge. In this regard, it was considered that the central objectives of the Programme should receive further

promotion, compared to individual actions for the general public. It is useful for citizens, in addition to knowledge of the actions, to have an understanding of the general design of the Programme.

Finally, the EU now adopts, in its broader Communication Strategy, the need to promote the contribution of the Union and the Programme in a direct and simple way so that it is easily assimilated by the public. The aim of the Union is to highlight the essential value and avoid useless information by aiming at more inclusive and effective communication actions in the period 2021-2027.

5. Αντί προλόγου

Οι πολιτικές της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ) διασυνδέουν διαφορετικά επίπεδα αρμοδιοτήτων και διοικητικής ευθύνης, αλλά η αποδοτική εφαρμογή τους προϋποθέτει δράσεις επικοινωνίας σε εθνικό και τοπικό επίπεδο. Ο σχεδιασμός της πολιτικής σε ευρωπαϊκό επίπεδο εξασφαλίζει τον προσδιορισμό κοινών στόχων, τη διάχυση καλών πρακτικών και την αναντικατάστατη διοικητική, τεχνοκρατική και χρηματοδοτική στήριξη, αλλά και την εποπτεία και έλεγχο της ομοιόμορφης και χρηστής εφαρμογής. Η απήχηση των δράσεων επικοινωνίας, όμως, δεν είναι ανεξάρτητη από το υπόστρωμα των στάσεων της κοινής γνώμης το οποίο υφίσταται για ένα ευρύτερο ζήτημα.

Μετά το 2019, οι δράσεις επικοινωνίας και παροχής των υπηρεσιών επηρεάστηκαν από την ταχεία διαδικασία ψηφιακού μετασχηματισμού πρωτίστως των μελών κρατών, η οποία επέτρεψε νέες προϋποθέσεις για την εξυπηρέτηση των πολιτών μέσω της κατάρτισης ειδικών ψηφιακών μητρώων τα οποία επιτρέπουν την ταυτοποίηση και πιστοποίηση των χρηστών, και την παροχή υπηρεσιών και την κατανομή αγαθών από τις κρατικές υπηρεσίες κατά τρόπο αποδοτικότερο και ταχύτερο.

Οι αλλαγές αυτές οδήγησαν σε άμεση αναθεώρηση των τακτικών και εργαλείων επικοινωνίας των δράσεων της ΕΕ οι οποίες ήταν ο κανόνας σε προηγούμενες προγραμματικές περιόδους με μεγαλύτερη στόχευση των ομάδων-στόχων, και καλύτερη πρόσβαση των πιθανών δικαιούχων στα αποτελέσματα των δημόσιων πολιτικών και στις παροχές των σχετικών προγραμμάτων. Στο πλαίσιο αυτό, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, διαμορφώνει το Στρατηγικό Σχέδιο Επικοινωνίας της για την περίοδο 2014-2020¹². Οι δραστηριότητες της Γενικής Διεύθυνσης Επικοινωνίας (DG Communication) την περίοδο 2020-2024 βασίζονται στις προτεραιότητες που ορίζονται στις πολιτικές κατευθυντήριες γραμμές της Προέδρου von der Leyen και σε σημαντικές πρωτοβουλίες όπως το NextGenerationEU. Υλοποιούνται μέσω μιας σειράς προϊόντων και υπηρεσιών, προσαρμοσμένων στις ανάγκες των πολιτών, παρέχοντας υποστήριξη στους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής σε επίπεδο Προέδρου, Αντιπροέδρων, Επιτρόπων και των γραφείων τους. Ως επικεφαλής του τομέα της εξωτερικής επικοινωνίας, η ΓΔ Επικοινωνίας συντονίζει και κατευθύνει τις επικοινωνιακές προσπάθειες των λοιπών υπηρεσιών της Επιτροπής.

Δεδομένου ότι η επικοινωνία και η χάραξη πολιτικής είναι οι δύο όψεις του ίδιου νομίσματος, οι τρεις άξονες «απόκριση - έξοδος - ανάκαμψη» στο πλαίσιο της κρίσης COVID-19 κατέχουν εξέχουσα θέση στο έργο της ΓΔ Επικοινωνίας. Με βάση την παραπάνω αναγνώριση και λαμβάνοντας υπόψη τις μοναδικές επικοινωνιακές προκλήσεις της Ευρώπης, τα επόμενα πέντε χρόνια η DG Communication επικεντρώνεται στα εξής:

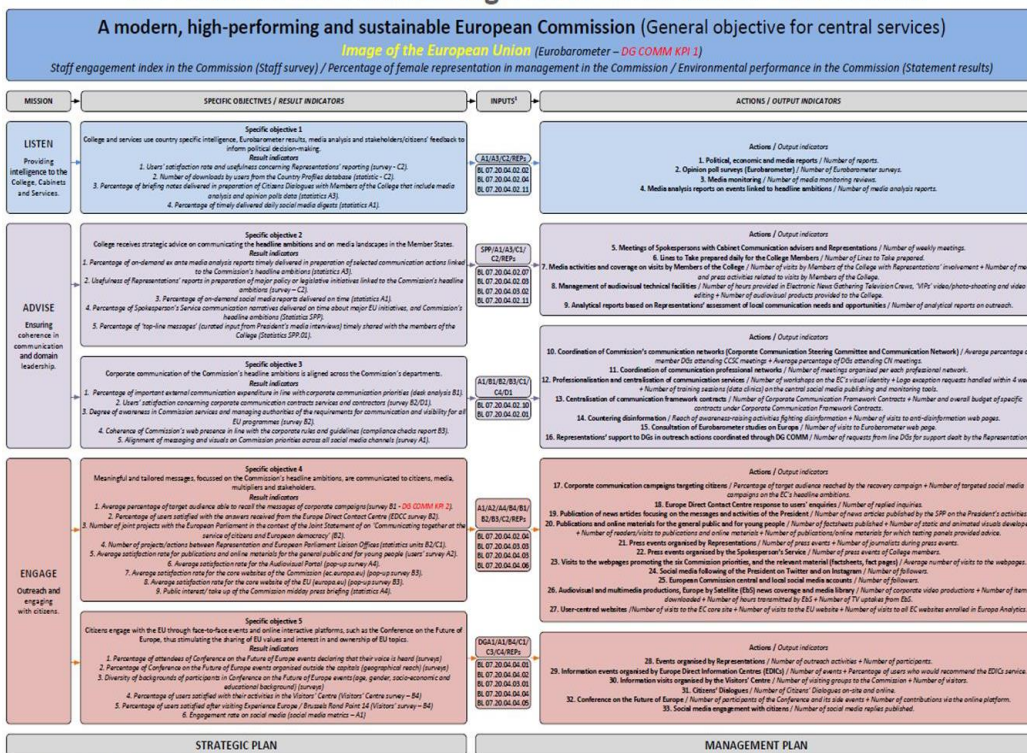
- να ακούει τους πολίτες να αναπτύσσουν απόψεις και να διασφαλίζει ότι οι ανησυχίες και οι ιδέες τους συμπεριλαμβάνονται στο σχεδιασμό πολιτικών,
- να επικοινωνεί σχετικά με τις προτεραιότητες πολιτικής της Επιτροπής, λαμβάνοντας υπόψη το οικονομικό και κοινωνικό πλαίσιο μετά τον COVID-19 και τονίζοντας το σχέδιο ανάκαμψης και το NextGenerationEU, την εφαρμογή της Ευρωπαϊκής Πράσινης Συμφωνίας και καθιστώντας την Ευρώπη κατάλληλη για την ψηφιακή εποχή,
- να αλληλοεπιδρά με τους πολίτες και τους παίκτες στο γενικότερο πεδίο των μέσων ενημέρωσης με σαφή και συνοπτικό τρόπο,

¹ Strategic Plan 2020-2024 DG Communication

² C(2020) 4240 final Governance in the European Commission

DG COMM's intervention logic 2020-2024: WHAT WE DELIVER

Inverted version 20.0



Κατά την τρέχουσα περίοδο αναγνωρίζεται ότι σημαντικά τμήματα της κοινής γνώμης διατηρούν ένα μειωμένο ενδιαφέρον για τα ζητήματα της διακυβέρνησης, και ο κανόνας είναι μάλλον η αποστασιοποίηση και μία κριτική στάση έναντι των πολιτικών και διοικητικών θεσμών. Οι διαδικαστικές προδιαγραφές συχνά υποβαθμίζουν τους τρόπους προβολής, αλλά και την αντίληψη του ενδιαφερόμενου για την ευκολία πρόσβασης στην πληροφορία. Με άλλα λόγια, το ενδιαφέρον των πολιτών είναι συνάρτηση του ειδικότερου ατομικού κινήτρου για πληροφόρηση και παρακολούθηση ενός ζητήματος δημόσιας πολιτικής, και το κίνητρο αυτό ενισχύεται σύμφωνα με την αξιοπιστία του θεσμού για την παροχή μίας υπηρεσίας ή αγαθού το οποίο θα βελτιώσει το βιοτικό επίπεδο του ενδιαφερόμενου.

Ένα βασικό επίσης πρόβλημα είναι η επιμονή σε μία τεχνική σύνθετη ορολογία ή την εξιδανίκευση σχετικά με τους στόχους των πολιτικών ή/και των προγραμμάτων, η οποία υποβαθμίζει την επικοινωνιακή απήχηση των αποτελεσμάτων τους. Το βασικό επιχείρημα είναι ότι για να ενισχυθεί η απήχηση των μηνυμάτων θα πρέπει να δημιουργηθεί μία ισχυρή αντιστοίχιση και νοηματοδότηση των στόχων πολιτικών και προγραμμάτων σύμφωνα με τα πραγματικά υφιστάμενα δημόσια προβλήματα, τη βιωματική εμπειρία και τα πραγματικά αποτελέσματα πολιτικής συναφών παρεμβάσεων. Δεν έχουν ιδιαίτερη επιρροή μηνύματα επικοινωνίας τα οποία δεν στηρίζονται στην καθιέρωση και διαρκή βελτίωση διαδικασιών ή υπηρεσιών οι οποίες πρέπει να είναι εύχρηστες στους αποδέκτες, και κυρίως να προσφέρουν μία ουσιαστική επιλογή για τη βελτίωση μίας δύσκολης συνθήκης η οποία τους απασχολεί.

6. Η Στρατηγική Επικοινωνίας του ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ

6.1. Το πλαίσιο της επικοινωνίας και δημοσιότητας του ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ

Όπως αναφέρεται στον Κανονισμό (ΕΕ)1304/2013: «Η επένδυση σε ανθρώπινο κεφάλαιο είναι ο κύριος παράγοντας στον οποίο η Ένωση μπορεί να υπολογίζει προκειμένου να εξασφαλίσει την ανταγωνιστικότητά της σε διεθνές επίπεδο και τη βιώσιμη ανάκαμψη της οικονομίας της. Ουδμία άλλη μορφή επενδύσεων δύναται να παραγάγει διαρθρωτικές μεταρρυθμίσεις εάν δεν συνοδεύεται από μια συνεπή στρατηγική ανάπτυξης του ανθρώπινου κεφαλαίου που προσανατολίζεται προς την ανάπτυξη».

Στο πλαίσιο αυτό, ο ρόλος του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου, στην ενίσχυση της απασχόλησης, την προώθηση της εκπαίδευσης και δια βίου μάθησης, την κοινωνική ένταξη, την καταπολέμηση της φτώχειας και την αναβάθμιση της δημόσιας διοίκησης, όχι μόνο παραμένει σημαντικός αλλά και ενισχύεται κατά την περίοδο 2014-2020. Ευθυγραμμίζεται δε με τους στόχους της στρατηγικής «Ευρώπη 2020» για περισσότερες και καλύτερες θέσεις εργασίας και μία κοινωνία χωρίς κοινωνικό αποκλεισμό. Για την αποτελεσματική εφαρμογή των παρεμβάσεων του ΕΚΤ, κρίσιμος και καθοριστικός είναι ο ρόλος της επικοινωνίας μέσω της οποίας επιδιώκεται να εξασφαλιστεί η ενημέρωση, η ενεργοποίηση και η μεγαλύτερη δυνατή συμμετοχή των πολιτών.

Το Ε.Π. «Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού, Εκπαίδευση και Διά Βίου Μάθηση» ως ένα από τα βασικότερα μέσα υλοποίησης των παρεμβάσεων του ΕΚΤ στην Ελλάδα, επιδιώκει μέσω της σχεδιαζόμενης επικοινωνιακής στρατηγικής να συμβάλλει καθοριστικά στην επίτευξη των προαναφερόμενων στόχων. Για τον σχεδιασμό της Στρατηγικής Επικοινωνίας του Ε.Π. ελήφθησαν υπόψη:

1. Το ακόλουθο θεσμικό πλαίσιο της προγραμματικής περιόδου 2014-2020:
 - Γενικός Κανονισμός (ΕΕ) αριθ. 1303/2013 (άρθρα 115-117 & παράρτημα XII)
 - Εκτελεστικός Κανονισμός 821/2014
 - Κανονισμός (ΕΕ) αριθ. 1304/2013 (άρθρο 20)
2. Ο Επικοινωνιακός Οδηγός ΕΣΠΑ 2014-2020 που εκπονήθηκε από την Εθνική Αρχή Συντονισμού του τότε Υπουργείου Οικονομίας, Υποδομών, Ναυτιλίας & Τουρισμού
3. Οι κατευθύνσεις της Εθνικής Αρχής Συντονισμού (ΕΥΣΣΑ και ΕΥΣΕΚΤ), όπως αποτυπώθηκαν στη συνάντηση εργασίας με θέμα «Οδηγίες για την κατάρτιση στρατηγικής επικοινωνίας των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων ΕΣΠΑ 2014-2020» (Αθήνα, 4.5.2015)
4. Οι κατευθύνσεις των Στελεχών - Ειδικών Επικοινωνίας της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (DG REGIO / DG EMPL), όπως διατυπώθηκαν στο σχετικό σεμινάριο «The impact of Cohesion Policy in Greece: communicating results and priorities» (Αθήνα, 26.5.2015)
5. Το πλαίσιο για τη στρατηγική επικοινωνίας του ΕΚΤ στην περίοδο 2014-2020 που εκπονήθηκε από την Ειδική Υπηρεσία Συντονισμού του ΕΚΤ (ΕΥΣΕΚΤ)
6. Τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των δράσεων του ΕΚΤ που επιτάσσουν έναν ανθρωποκεντρικό χαρακτήρα στις ενέργειες επικοινωνίας που τις συνοδεύουν:
 - Έχουν άμεσο και προσωπικό αντίκτυπο στη ζωή των πολιτών
 - Αφορούν κυρίως ειδικές ομάδες κοινού
7. Τα αποτελέσματα ερευνών κοινής γνώμης για το ΕΣΠΑ, καθώς και ειδικά για το ΕΚΤ της προγραμματικής περιόδου 2007-2013 που αναδεικνύουν αφενός υψηλά ποσοστά αναγνωρισιμότητας των δράσεων των Ε.Π. του ΕΚΤ, ενέχουν ωστόσο την ένδειξη περιθωρίων βελτίωσης στην ανάδειξη του ρόλου της ΕΕ και του ΕΚΤ αλλά και στην περαιτέρω διευκόλυνση στην πρόσβαση των πολιτών στην ενημέρωση.

6.2. Η στόχευση της Στρατηγικής Επικοινωνίας

6.2.1. Βασικοί στόχοι της επικοινωνιακής στρατηγικής του Προγράμματος

Οι βασικοί στόχοι της επικοινωνιακής στρατηγικής του Προγράμματος είναι:

1. Η έγκυρη και άμεση ενημέρωση των δυνητικών δικαιούχων σχετικά με τις ευκαιρίες χρηματοδότησης στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος
2. Η δημοσιοποίηση στους πολίτες της Ευρωπαϊκής Ένωσης του ρόλου και των επιτευγμάτων της πολιτικής για τη συνοχή, καθώς και το έργο και τα επιτεύγματα των συγχρηματοδοτούμενων παρεμβάσεων. Οι παραπάνω βασικοί στόχοι επιμερίζονται ως ακολούθως:
 - Η προβολή του γενικού στρατηγικού στόχου του ΕΠ Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού, Εκπαίδευση και Διά Βίου Μάθηση καθώς και των πολιτικών για την επίτευξη των ειδικών στόχων του
 - Η διασφάλιση της διαφάνειας και δημιουργία θετικού κλίματος για την κινητοποίηση των δυνητικών δικαιούχων, με στόχο την αύξηση της συμμετοχής στις παρεμβάσεις και τις δράσεις του Επιχειρησιακού Προγράμματος
 - Η άμεση, έγκυρη και τεκμηριωμένη πληροφόρηση για τη λειτουργία και τις διαδικασίες που αφορούν στην υλοποίηση των έργων με στόχο τη διευκόλυνση της συμμετοχής των δυνητικών δικαιούχων
 - Η ανάδειξη του εύρους και της σημασίας των δράσεων του Επιχειρησιακού Προγράμματος ώστε να γίνουν περισσότερο διακριτές και αναγνωρίσιμες από το ευρύ κοινό στο σύνολο του πληθυσμού της χώρας
 - Η ανάδειξη του εύρους και της σημασίας των δράσεων του Επιχειρησιακού Προγράμματος και ευαισθητοποίηση της κοινής γνώμης σχετικά με το ρόλο και τη συμβολή του στην αντιμετώπιση της ανεργίας με εστίαση στη δημιουργία ποιοτικών δυνατοτήτων εκπαίδευσης, αναβάθμιση δεξιοτήτων και βιώσιμης απασχόλησης για όλους και με γνώμονα την ενίσχυση της κοινωνικής συνοχής
 - Η διάδοση και προβολή των καλών πρακτικών και των αποτελεσμάτων του ΕΠ ώστε να αναδειχθεί το άμεσο και έμμεσο όφελος για τον πολίτη
 - Η ενίσχυση της πληροφόρησης της κοινής γνώμης για τους στόχους, τη φιλοσοφία και κυρίως τις επιπτώσεις και τη συμβολή των δράσεων του Επιχειρησιακού Προγράμματος, σε ένα αποτελεσματικότερο και ποιοτικά αναβαθμισμένο εκπαιδευτικό και εργασιακό σύστημα.

6.2.2. Στοχοθετούμενα Κοινά

Για τον προσδιορισμό των επικοινωνιακών δράσεων στην Στρατηγική έγινε ο ακόλουθος διαχωρισμός του στοχοθετούμενου κοινού:

1. Οι δυνητικοί δικαιούχοι
2. Οι δικαιούχοι
3. Το ευρύ κοινό
4. Ομάδες ωφελουμένων (ενδεικτικά: μαθητές Πρωτοβάθμιας και Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης, φοιτητές – σπουδαστές, εκπαιδευτικοί όλων των βαθμίδων γονείς, άνεργοι, καταρτιζόμενοι, νέοι έως 29 ετών, γυναίκες, μετανάστες, Ρομά, ΑμεΑ, κλπ)
5. Εμπλεκόμενοι φορείς – Πολλαπλασιαστές πληροφόρησης
 - Αρμόδιες αστικές και άλλες δημόσιες αρχές, εθνικές, περιφερειακές, τοπικές αρχές και αναπτυξιακοί φορείς
 - Κλαδικές και επαγγελματικές ενώσεις
 - Οικονομικοί και κοινωνικοί εταίροι

- Οργανισμοί που εκπροσωπούν επιχειρήσεις
- Φορείς που εκπροσωπούν την κοινωνία των πολιτών, συμπεριλαμβανομένων περιβαλλοντικών εταιριών, μη κυβερνητικών οργανώσεων και φορέων που είναι υπεύθυνοι για την προώθηση της κοινωνικής ένταξης, της ισότητας των φύλων και την καταπολέμηση των διακρίσεων
- Κέντρα πληροφόρησης σχετικά με την Ευρώπη, την Αντιπροσωπεία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στην Ελλάδα και τα γραφεία πληροφόρησης του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου
- Εκπαιδευτικά και ερευνητικά Ιδρύματα.

Το κοινό-στόχος εξειδικεύεται και επικαιροποιείται όσο εξειδικεύεται το Ε.Π. «Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού, Εκπαίδευση και Διά Βίου Μάθηση». Επιπρόσθετα, όλες οι κατηγορίες στοχοθετούμενου κοινού μπορούν να λειτουργήσουν και ως πολλαπλασιαστές πληροφόρησης.

Οι στόχοι επικοινωνίας για κάθε κοινό-στόχο τέθηκαν διαφορετικοί. Ακολουθεί μία περιγραφή των κυριότερων στόχων και επιδιώξεων της επικοινωνιακής στρατηγικής του Ε.Π. ανά κοινό – στόχο:

ΚΟΙΝΟ ΣΤΟΧΟΣ	ΣΤΟΧΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
Δυνητικοί Δικαιούχοι	Έγκυρη και άμεση ενημέρωση σχετικά με τις ευκαιρίες χρηματοδότησης στο πλαίσιο του Ε.Π. Ευρεία διάδοση του προγράμματος, με κατάλληλη προσαρμογή πληροφόρησης ανά Πρόσκληση Παρακίνηση για συμμετοχή στις δράσεις του Ε.Π., ανάδειξη καλών παραδειγμάτων από προηγούμενα προγράμματα
Δικαιούχοι	Ανάδειξη καλών παραδειγμάτων από προηγούμενα προγράμματα Ενημέρωση και δέσμευση σχετικά με την τήρηση των προϋποθέσεων δημοσιότητας Προβολή της διαφάνειας στον τρόπο επιλογής των συγχρηματοδοτούμενων έργων
Ευρύ Κοινό	Εδραίωση του μηνύματος στους πολίτες της από κοινού συνεισφοράς Ε.Ε. και Ελλάδας για το ρόλο των επιτευγμάτων της πολιτικής για τη συνοχή, καθώς και το έργο και τα επιτεύγματα των συγχρηματοδοτούμενων παρεμβάσεων. Δημιουργία και προβολή ταυτότητας για το Ε.Π. με παράλληλη ενίσχυση της ενιαίας ταυτότητας του ΕΣΠΑ Προβολή των επιμέρους αξόνων, έργων και δράσεων του προγράμματος, μέσω καλών παραδειγμάτων Προβολή των αποτελεσμάτων και των κοινωνικών και οικονομικών επιπτώσεων του Προγράμματος Προβολή της διαφάνειας στον τρόπο επιλογής των χρηματοδοτούμενων έργων
Ωφελούμενοι/Δυνητικοί ωφελούμενοι	Έγκυρη και άμεση ενημέρωση σχετικά με τις ευκαιρίες χρηματοδότησης στο πλαίσιο του Ε.Π. Ευρεία διάδοση του Ε.Π., με κατάλληλη προσαρμογή πληροφόρησης ανά περίπτωση Παρακίνηση για τη συμμετοχή στις δράσεις του Ε.Π. Ανάδειξη καλών παραδειγμάτων από προηγούμενα προγράμματα Προβολή έργων και δράσεων άμεσου ενδιαφέροντος

ΚΟΙΝΟ ΣΤΟΧΟΣ	ΣΤΟΧΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
	Χρηστική πληροφόρηση και αξιοποίηση ευκαιριών Εδραίωση του μηνύματος στους πολίτες της από κοινού συνεισφοράς Ε.Ε. και Ελλάδας για το ρόλο των επιτευγμάτων της πολιτικής για τη συνοχή, καθώς και το έργο και τα επιτεύγματα των συγχρηματοδοτούμενων παρεμβάσεων.
Αρμόδιες αστικές και άλλες δημόσιες αρχές, εθνικές, περιφερειακές, τοπικές αρχές και αναπτυξιακοί φορείς Κλαδικές και επαγγελματικές ενώσεις Οικονομικοί και κοινωνικοί εταίροι Οργανισμοί που εκπροσωπούν επιχειρήσεις Φορείς της Κοινωνίας των Πολιτών, περιβαλλοντικοί εταίροι, μη κυβερνητικές οργανώσεις, φορείς υπεύθυνοι για την προώθηση της κοινωνικής ένταξης, της ισότητας των φύλων και την καταπολέμηση των διακρίσεων Κέντρα πληροφόρησης σχετικά με την Ευρώπη, την Αντιπροσωπεία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στην Ελλάδα και τα γραφεία πληροφόρησης του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου Εκπαιδευτικά και ερευνητικά Ιδρύματα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης Διαμορφωτές κοινής γνώμης	Ενημέρωση σχετικά με την πρόοδο υλοποίησης των έργων και την απορρόφηση των πόρων του Ε.Π. Εξασφάλιση συμπληρωματικότητας ενεργειών πληροφόρησης και επικοινωνίας Αξιοποίηση όλων των στρατηγικών συνεργιών με τους διάφορους εταίρους Ευρεία διάδοση του προγράμματος, με κατάλληλη προσαρμογή πληροφόρησης ανά περίπτωση Προβολή της διαφάνειας στον τρόπο επιλογής των χρηματοδοτούμενων έργων Εδραίωση του μηνύματος της από κοινού συνεισφοράς της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της Ελλάδας

6.2.3. Περιοχές στις οποίες το Πρόγραμμα δίνει έμφαση και καθορίζουν το πλαίσιο της Επικοινωνίας

Βασικές επιλογές της Στρατηγικής Επικοινωνίας, μέσω των οποίων αναδεικνύονται οι δράσεις του Ε.Π. με αμεσότητα στην προσέγγιση των πολιτών και παράλληλη ενίσχυση της ενιαίας επικοινωνιακής ταυτότητας του ΕΣΠΑ είναι οι ακόλουθες:

Τα έργα στο επίκεντρο

Το κοινό σημείο των συγχρηματοδοτούμενων από το ΕΚΤ Ε.Π. είναι η κοινωνική διάσταση των παρεμβάσεων με επίκεντρο τον άνθρωπο. Η κοινωνική διάσταση αποτελεί προτεραιότητα που προτάσσεται ως σημείο αναφοράς στην επικοινωνία των δράσεων του ΕΚΤ, προσδίδοντας ελκυστικότητα στην προσέγγιση του κοινού.

Το κοινωνικό περιεχόμενο των παρεμβάσεων του Ε.Π. «Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού, Εκπαίδευση και Διά Βίου Μάθηση» επικοινωνείται σε ύφος άμεσο και προσωπικό κατά τρόπο που αναδεικνύει τις δυνατότητες που έχει ο κάθε πολίτης να αναβαθμίσει (αν είναι δυνατόν ακόμα και να αλλάξει) τη ζωή του, συμμετέχοντας και αξιοποιώντας τις ευκαιρίες που προσφέρονται. Η προβολή προσωπικών ιστοριών ωφελούμενων θεωρείται ιδιαίτερα αποτελεσματική επικοινωνιακά, τόσο για την ενίσχυση της διαφάνειας όσο και για την ενθάρρυνση της συμμετοχής

Ο δικαιούχος στον πυρήνα της επικοινωνιακής στρατηγικής

Στις περισσότερες περιπτώσεις μεταξύ ΕΥΔ και τελικών αποδεκτών μεσολαβούν περισσότερα των δύο επιπέδων επικοινωνίας (πχ. επικοινωνία από ΕΥΔ προς Δικαιούχο, Δικαιούχο προς φορέα υλοποίησης, φορέα

υλοποίησης προς ευρύ κοινό ή συμμετέχοντες), γι' αυτό η ΕΥΔ προβαίνει σε σαφείς και λεπτομερείς οδηγίες προς τους Δικαιούχους για τη διευκόλυνση της ορθής και αποτελεσματικής ροής της πληροφόρησης με τελικό αποδέκτη το συμμετέχοντα/πολίτη.

Προβολή καλών πρακτικών

Προβολή συγκεκριμένων παραδειγμάτων συμμετοχής στο Ε.Π. ως κίνητρο προς δυνητικούς δικαιούχους αλλά και για να ευαισθητοποιήσουν το ευρύ κοινό για τα οφέλη και την κοινωνική και αναπτυξιακή διάσταση που προκύπτει από τις συγχρηματοδοτούμενες παρεμβάσεις.

Συνέργειες/Δικτύωση

Συνέργειες σε επίπεδο φορέων/δικαιούχων, αρχών και περιφερειών πολλαπλασιάζουν τα αποτελέσματα διάχυσης προς όφελος του ευρέος κοινού. Η ΕΥΔ προσανατολίζεται στη συγκρότηση δικτύων που ενεργοποιούνται κατά περίπτωση και ανάλογα με τις επικοινωνιακές ανάγκες του Ε.Π.

Απλή γλώσσα

Η ανάγκη για απλή και σαφή γλώσσα στις ενέργειες επικοινωνίας είναι απαραίτητη προκειμένου να είναι κατανοητή από όλους, ελαχιστοποιώντας κατά το δυνατόν την τεχνική ορολογία. Στόχος επομένως είναι η σαφήνεια του μηνύματος.

Διαδίκτυο

Η χρήση του διαδικτύου είναι κομβικό και ανερχόμενο μέσο. Η δυναμική διάχυσης και διάδρασης των μέσω κοινωνικής δικτύωσης αυξάνεται συνεχώς. Γι' αυτό και το διαδίκτυο αποτελεί τον κορμό της επικοινωνίας του Ε.Π. και καταβάλλεται κάθε προσπάθεια ώστε να αξιοποιηθούν όλες οι δυνατότητες που προσφέρει.

Περιορισμός λογοτύπων

Ο περιορισμός των λογοτύπων κατά την περίοδο 2007-2013 οδήγησε στην αύξηση της αναγνωρισιμότητας του ΕΣΠΑ (78,5%, Νοέμβριος 2013) και τη μεγιστοποίηση του επικοινωνιακού αποτελέσματος. Για το λόγο αυτό, στην περίοδο 2014- 2020 δε σχεδιάστηκε λογότυπο για το νέο ΕΠ αλλά γίνεται η αναφορά σε αυτό ολογράφως. Οπτικά η έμφαση δίνεται στα - ελάχιστα υποχρεωτικά – λογότυπα ΕΕ και ΕΣΠΑ, τα οποία είναι ήδη οικεία, οι πολίτες αναγνωρίζουν ευκολότερα και ταχύτερα τις πράξεις ως συγχρηματοδοτούμενες και επικεντρώνονται στην ουσία του εκάστοτε μηνύματος. Η έλλειψη κεντρικής λογοτύπησης σε βασικά σημεία αναφοράς (έγγραφα, ιστοσελίδες κλπ.) δεν αποκλείει βεβαίως τη δημιουργία επιμέρους οπτικών μηνυμάτων για τις ανάγκες προώθησης και προβολής συγκεκριμένων δράσεων, έτσι όπως αυτές εξειδικεύτηκαν στην πορεία και εφόσον αυτό κρίθηκε απαραίτητο.

6.3. Επικοινωνιακός Οδηγός ΕΣΠΑ 2014-2020

Ο Επικοινωνιακός Οδηγός καταρτίστηκε από την Εθνική Αρχή Συντονισμού του Υπουργείου Οικονομίας, Υποδομών, Ναυτιλίας & Τουρισμού, η οποία έχει την ευθύνη για τη διαμόρφωση και την παρακολούθηση του πλαισίου αρχών πληροφόρησης και επικοινωνίας για το ΕΣΠΑ 2014-2020.

Με χρήσιμες παρατηρήσεις επί του κειμένου συνέβαλαν η ΕΥΣΕΚΤ, η ΜΟΔ και το Δίκτυο Υπευθύνων Επικοινωνίας των ΕΠ. Ο Επικοινωνιακός Οδηγός εφαρμόζεται σε όλα τα επιχειρησιακά προγράμματα που συγχρηματοδοτούνται από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης, το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο, το Ταμείο Συνοχής και κατά περίπτωση προσαρμόζεται στις σχετικές υποχρεώσεις που προκύπτουν από τους κανονισμούς της ΕΕ και απευθύνεται στις Διαχειριστικές Αρχές των Προγραμμάτων, οι οποίες απευθύνονται, με τη σειρά τους, στους δικαιούχους των έργων που είναι στην αρμοδιότητά τους.

Στόχος του Οδηγού είναι να προσφέρει το πλαίσιο της επικοινωνίας του ΕΣΠΑ και μια κοινή εικόνα και ταυτότητα σε όλες τις δράσεις των Ταμείων που θα πραγματοποιηθούν στη χώρα τα επόμενα χρόνια. Με αυτόν τον τρόπο οι πολίτες θα γνωρίσουν καλύτερα το ρόλο των εθνικών αρχών και της Ευρωπαϊκής Ένωσης στην υλοποίηση ενός πλήθους ενεργειών που καθορίζουν την καθημερινότητά τους, την ποιότητα της ζωής τους αλλά και τη φυσιογνωμία της Περιφέρειας στην οποία ζουν.

Ο Οδηγός αποτελεί υποστηρικτικό εργαλείο για την εφαρμογή των υποχρεώσεων των επιχειρησιακών προγραμμάτων σχετικά με την πληροφόρηση και την επικοινωνία και περιλαμβάνει:

- Την κωδικοποίηση των υποχρεώσεων των Διαχειριστικών Αρχών και των Δικαιούχων των έργων ως προς την Πληροφόρηση και την Επικοινωνία του ΕΣΠΑ 2014-2020, όπως αυτές προκύπτουν από τον Κανονισμό (ΕΕ) 1303/2013 και τον Εκτελεστικό Κανονισμό 821/2014.
- Τις οδηγίες για τη διαμόρφωση μιας κοινής εικόνας και ταυτότητας των ΕΠ και των παρεμβάσεων των Ταμείων στην Ελλάδα, η οποία συμπληρώνει και δεν καταργεί την επικοινωνιακή στρατηγική που έχει επιλέξει να ακολουθεί κάθε Διαχειριστική Αρχή³.

³ <https://www.espa.gr/el/Pages/eLibraryFS.aspx?item=2087>

7. Η Πράξη «Ενέργειες Πληροφόρησης και Επικοινωνίας της ΕΥΔ ΕΠ ΑΝΑΔΕΔΒΜ»

7.1. Σκοπιμότητα της Πράξης

Η πράξη με τις ενέργειες πληροφόρησης και επικοινωνίας υποστηρίζει την ΕΥΔ ΕΠ ΑΝΑΔ ΕΔΒΜ στο σχεδιασμό, στην εφαρμογή, στην παρακολούθηση και στην απρόσκοπτη υλοποίηση του Ε.Π. «Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού, Εκπαίδευση και Διά Βίου Μάθηση» ΕΣΠΑ 2014-2020. Το *Τεχνικό Δελτίο της Πράξης (ΤΔΠ)* υποβλήθηκε στις 01-03-2016 με ημερομηνία λήξης της Πράξης την 31-12-2017. Στο πλαίσιο της Πράξης προβλεπόταν να υλοποιηθούν τα ακόλουθα Υποέργα :

Υποέργο 1: Ενέργειες πληροφόρησης και επικοινωνίας

Το Υποέργο 1 περιλάμβανε δράσεις πληροφόρησης και επικοινωνίας για τις ανάγκες του ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ με τη χρήση διαφόρων μέσων (όπως εκτύπωση φυλλαδίων, δημιουργία αφισών-video-cd-rom, προβολή στο διαδίκτυο και σε έντυπα, δημοσιεύσεις, οργάνωση και συμμετοχή σε ημερίδες και συναντήσεις, χρήση και προβολή στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, σύνταξη δελτίων τύπου κ.λπ.) που εξασφαλίζουν αναγνωρισιμότητα του Προγράμματος και διάχυση της πληροφορίας στο ευρύ και ειδικό κοινό. Στόχος των προαναφερόμενων δράσεων ήταν: α) η έγκυρη, άμεση ΚΑΙ και χρηστική ενημέρωση των δυνητικών δικαιούχων σχετικά με τις ευκαιρίες χρηματοδότησης στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος, β) η δημοσιοποίηση στους πολίτες της Ευρωπαϊκής Ένωσης του ρόλου της καθώς και των επιτευγμάτων της πολιτικής για τη συνοχή, μέσα από την υλοποίηση των συγχρηματοδοτούμενων παρεμβάσεων.

Στο πλαίσιο του παρόντος υποέργου προβλεπόταν να υλοποιηθούν ενδεικτικά οι κάτωθι ενέργειες:

- Οργάνωση εκδηλώσεων, σεμιναρίων και τεχνικών συναντήσεων

Συγκεκριμένα, η πρόβλεψη αφορούσε στην υλοποίηση 8 Εκδηλώσεων (Συνέδρια /Ημερίδες και άλλων ενεργειών ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης) σε καθεμία από τις εξής Περιφέρειες:

Κρήτη	Νότιο Αιγαίο
Θεσσαλία	Ιόνια Νησιά
Δυτική Ελλάδα	Αττική
Πελοπόννησος	Κεντρική Μακεδονία
Δυτική Μακεδονία	Βόρειο Αιγαίο
Στερεά Ελλάδα	Ήπειρος
Ανατολική Μακεδονία, Θράκη	

- Δημιουργία, παραγωγή, αναπαραγωγή έντυπων και ηλεκτρονικών εκδόσεων καθώς και εκτύπωση διαφόρων εντύπων.
- Παραγωγή υλικού προβολής και διαφήμισης
- Διενέργεια ερευνών αναφορικά με την αξιολόγηση των μέτρων πληροφόρησης και επικοινωνίας για την αναγνωρισιμότητα του Ε.Π

Τα παραδοτέα που προβλέφθηκαν για το Υποέργο 1 ήταν:

- Αναρτήσεις σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης (facebook, youtube, linkedIn, twitter κλπ)
- Προωθητικό υλικό προβολής και διαφήμισης
- Αποτελέσματα ερευνών
- Έντυπο υλικό εκδηλώσεων, σεμιναρίων και τεχνικών συναντήσεων κ.λπ.
- Υλικό σε έντυπη και ηλεκτρονική μορφή, όπως αυτό θα προκύψει από τις ανάγκες της ΕΥΔ ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ

Υποέργο 2: Δημιουργία και ανάπτυξη ιστοχώρου

Το Υποέργο 2 προέβλεπε τη δημιουργία και ανάπτυξη ιστοχώρου με παραδοτέο τον ιστοχώρο.

Το σύνολο του προϋπολογισμού της Πράξης ανερχόταν σε 100.000,00 Ευρώ.

Η 1^η τροποποίηση του ΤΔΠ έγινε στις 03-08-2016 οπότε και ο αριθμός των εκδηλώσεων στις Περιφέρειες αυξήθηκε σε 25, ο προϋπολογισμός αυξήθηκε σε 492.000,00 και η Πράξη παρατάθηκε έως τις 31-12-2018.

Η 2^η τροποποίηση έγινε στις 21-05-2018 με την οποία προστέθηκε στην Πράξη το Υποέργο 3: Δημιουργία νέου ιστοχώρου - εγκατάσταση Πλατφόρμας Wordpress. ενώ οι εκδηλώσεις αυξήθηκαν σε 76 ανά Περιφέρεια. Ο προϋπολογισμός αυξήθηκε σε 1.200.000,00 Ευρώ και η Πράξη παρατάθηκε έως τις 31-12-2020.

Η 3^η τροποποίηση έγινε στις 05-06-2019 με την οποία προστέθηκε το Υποέργο 4: Παροχή εξειδικευμένης υποστήριξης/συντήρησης των ιστοσελίδων της ΕΥΔ ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ ενώ ο προϋπολογισμός της Πράξης αυξήθηκε σε 1.555.400,00 Ευρώ.

Η 4^η τροποποίηση του ΤΔΠ έγινε στις 03-06-2020 με την οποία προστέθηκαν το Υποέργο 5: Αξιολόγηση Σχεδίου Στρατηγικής Επικοινωνίας και το Υποέργο 6: Σύμβουλος Δημοσιότητας ενώ ο αριθμός των εκδηλώσεων ανήλθε σε 79. Η Πράξη παρατάθηκε έως τις 30-06-2022 και ο ο προϋπολογισμός ανήλθε σε 2.060.545,00 Ευρώ.

Η 5^η τροποποίηση του ΤΔΠ έγινε στις 24-03-2021 με την οποία η Πράξη παρατάθηκε έως τις 31-10-2023 με προϋπολογισμό 1.815.265,00 Ευρώ.

Η 6^η τροποποίηση έγινε στις 21-11-2022 με σκοπό να προστεθεί στην Πράξη το Υποέργο 7: Δημιουργία ιστοχώρου για το Πρόγραμμα "Ανθρώπινο Δυναμικό και Κοινωνική Συνοχή", 2021-2027.

Σύμφωνα με το Δελτίο Επίτευξης Δεικτών που δημοσιεύθηκε στις 07/02/2023, φαίνεται ότι υλοποιήθηκαν 70 από το σύνολο των 79 εκδηλώσεων ανά κατηγορία Περιφέρειας. Ο δείκτης δεν επετεύχθη κατά το έτος 2022 καθώς δεν πραγματοποιήθηκαν εκδηλώσεις λόγω της πανδημίας του Covid-19. Ο δείκτης που αφορά στις Υπηρεσίες Συμβούλων Τεχνικής Υποστήριξης έχει ενεργοποιηθεί, ωστόσο δεν έχει ολοκληρωθεί η σχετική σύμβαση προκειμένου να δηλωθεί ενώ δεν έχει πραγματοποιηθεί κάποια μελέτη στο πλαίσιο Μελετών – Εμπειρογνωμοσύνων – Ερευνών και Αξιολογήσεων κατά τη διάρκεια του έτους αναφοράς.

7.2. Απολογισμοί δράσεων δημοσιότητας του ΕΠ

Στο κεφάλαιο που ακολουθεί παραθέτουμε τις δράσεις δημοσιότητας που υλοποιήθηκαν από την ΕΥΔ ΕΠ ΑΝΑΔΕΔΒΜ ανά έτος. Στο τελικό παραδοτέο (Τελική Έκθεση Απολογισμού) θα παρουσιαστεί η σύνθεση των δράσεων ανά στόχο και ανά κανάλι επικοινωνίας, οι οποίες θα αποτιμηθούν με κριτήριο την αποτελεσματικότητά τους.

7.2.1. Έκθεση απολογισμού δράσεων δημοσιότητας για το έτος 2022

Η ΕΥΔ ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ το 2022 υλοποίησε ενέργειες επικοινωνίας για την ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας του ΕΠ και της διαφάνειας εστιάζοντας και στις δυνατότητες χορήγησης των πόρων. Ειδικότερα οι βασικοί πυλώνες επικοινωνίας της ΕΥΔ και η πρόοδος υλοποίησης κατά το 2022 είναι:

- **Ιστοσελίδα ΕΥΔ:** Από τον Οκτώβριο 2018 λειτουργεί ο ενιαίος ιστοχώρος της ΕΥΔ ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ <https://empedu.gov.gr/> Η συνεχής επικαιροποίησή του εξασφαλίζει την έγκυρη και έγκαιρη πληροφόρηση των ενδιαφερόμενων. Το περιεχόμενο εμπλουτίζεται με αδιάλειπτη ανάρτηση προσκλήσεων και εντάξεων πράξεων, ανακοινώσεων για την πορεία αιτημάτων χρηματοδότησης, με τον Οδηγό για την Τήρηση των Μέτρων Πληροφόρησης και Επικοινωνίας (υποχρεώσεις Δικαιούχων) καθώς και με ειδική ενότητα βοηθητικού εποπτικού υλικού για όλες τις πιθανές περιπτώσεις επικοινωνιακών δράσεων. Επιπλέον, προστέθηκε slider στην αρχική σελίδα προκειμένου να γίνει πιο ελκυστική για το κοινό. Τα βασικά στοιχεία επισκεψιμότητας για το έτος 2022 διαμορφώθηκαν ακολούθως:
 - ✓ 40.155 επισκέψεις,
 - ✓ 39.313 μοναδικοί επισκέπτες,

✓ 143.568 σελιδοπροβολές (Πηγή: Google Analytics).

- **Κοινωνικά Δίκτυα:** Συνεχίστηκε η αξιοποίηση των κοινωνικών δικτύων, ειδικότερα του Facebook, ως το πλέον δημοφιλές μέσο, παράλληλα με το Twitter, το LinkedIn και το YouTube. Πραγματοποιούνται 1-3 αναρτήσεις/μήνα, κυρίως στο Fb, οι οποίες προσαρμόζονται ανάλογα με τις επικοινωνιακές ανάγκες του προγράμματος σε συνεργασία με το Σύμβουλο Δημοσιότητας της ΕΥΔ. Το 2021 παρουσιάστηκε αυξητική τάση, στους ακόλουθους των λογαριασμών των κοινωνικών δικτύων:
 - ✓ 22.724 ακόλουθους στο Facebook ,
 - ✓ 2.152 χρήστες στο Twitter και
 - ✓ 1.346 στο LinkedIn

Η παρουσία του ΕΠ στα κοινωνικά δίκτυα παραμένει στις πρώτες θέσεις σε ακόλουθους σε σχέση με όλα τα άλλα ΕΠ του ΕΣΠΑ πανελλαδικά και συγκεντρώνει θετικά σχόλια από το κοινό.

- **Γραφείο Πληροφόρησης:** Παράλληλα των κύριων καθηκόντων τους, πέντε στελέχη της ΕΥΔ υποστηρίζουν τηλεφωνικές και ηλεκτρονικές ερωτήσεις για τη διευκόλυνση των -δυσνητικών- δικαιούχων και του ευρέος κοινού. Κατά το έτος 2022 διεκπεραιώνονται κατά Μ.Ο. 50 ερωτήματα μηνιαίως
- **Ετήσια Επικοινωνιακά Γεγονότα:**
 - ✓ Στο πλαίσιο προβολής των έργων του ΕΚΤ της χώρας μας παρουσιάστηκε το έργο "Πρόγραμμα Απόκτησης Εργασιακής Εμπειρίας για 5.000 νέους ηλικίας έως 29 ετών" στην ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής
 - ✓ Η ΕΥΔ συμμετείχε στην εκστρατεία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παρουσίαση έργων ως καλές πρακτικές που υλοποιούνται στην ΕΕ εν μέσω της πανδημίας του COVID-19 με το έργο "Οικονομική ενίσχυση μαθητευομένων μαθητείας για τη μείωση της διασποράς του COVID 19"
 - ✓ Η ΕΥΔ συμμετείχε στην εκδήλωση για τις Ευρωπαϊκές Ημέρες Νεολαίας στο Ζάππειο στις 08 Μαΐου και στην 86η ΔΕΘ, στο περίπτερο 7 (stand 14) του Υπουργείου Ανάπτυξης και Επενδύσεων.
- **Πρωθητικό υλικό:** Δημιουργήθηκαν σε ηλεκτρονική μορφή
 - ✓ η Σύνοψη πολιτών 2021, με Infographics και σύμφωνα με τις οδηγίες της Ευρωπαϊκής Επιτροπής προκειμένου να είναι πιο «φιλική» προς το ευρύ κοινό, με παρουσίαση έργων ως βέλτιστες πρακτικές η οποία στάλθηκε στο δίκτυο δημοσιότητας και αναρτήθηκε στην ιστοσελίδα του ΕΠ
 - ✓ Συνοπτικός Απολογισμός έτους 2021 η οποία αναπαράχθηκε και σε έντυπη μορφή
 - ✓ Infographic για την "Πρωτοβουλία για την απασχόληση των νέων- ΠΑΝ" το οποίο αναπαράχθηκε και σε έντυπη μορφή
 - ✓ Infographic για το Νέο Πρόγραμμα "Ανθρώπινο Δυναμικό και Κοινωνική Συνοχή" το οποίο αναπαράχθηκε και σε έντυπη μορφή
 - ✓ Σε συνεργασία με την ΕΥΣΣΑ δημιουργήθηκε η Παρουσίαση του Προγράμματος "Ανθρώπινο Δυναμικό και Κοινωνική Συνοχή"
 - ✓ Infographic για την Πορεία Υλοποίησης έως 31/08/2022
 - ✓ Τέλος, εμπλουτίστηκε με τις καλές πρακτικές το ολιγόλεπτο βίντεο για την προβολή των δράσεων του ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ

Επιπλέον, η ΕΥΔ ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ προέβη στην παραγωγή υφασμάτων τσαντών, κορδονιών λαιμού και usb stick με ενημερωτικό υλικό του ΕΠ «Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού, Εκπαίδευση και Διά Βίου Μάθηση», όλα με το λογότυπο της ΕΥΔ ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ, τα οποία διανεμήθηκαν ως πρωθητικό υλικό στην 85η ΔΕΘ. Μέχρι τέλος του έτους πρόκειται να δημιουργηθεί ο νέος ιστοχώρος του Προγράμματος «Ανθρώπινο Δυναμικό και Κοινωνική Συνοχή» σύμφωνα με τις οδηγίες της ΕΥΣΣΑ.

- **Συνεργασίες - Συνέργειες ΕΥΔ με άλλους φορείς:**

- ✓ Υπήρξε συνεχής επικοινωνία και υποστήριξη δικαιούχων και ενδιάμεσων φορέων με στόχο την ορθή και αποτελεσματική υλοποίηση των ενεργειών πληροφόρησης και επικοινωνίας.
- ✓ Η ΕΥΔ συμμετείχε στη συνάντηση του Ευρωπαϊκού Δικτύου Δημοσιότητας, όπου συζητήθηκαν μεταξύ άλλων οι στρατηγικές κατευθύνσεις για τη νέα προγραμματική περίοδο 2021-2027

Υποχρεωτικές ενέργειες βάσει του ΕΚ 2018/1046: Συνεχίστηκε η ηλεκτρονική δημοσιοποίηση τόσο στις ιστοσελίδες του ΕΠ όσο και στην ιστοσελίδα www.espa.gr, του καταλόγου των πράξεων του ΕΠ, ο οποίος ενημερώνεται κάθε 6 μήνες.

7.2.2. Έκθεση απολογισμού δράσεων δημοσιότητας για το έτος 2021

Η ΕΥΔ ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ το 2021 υλοποίησε ενέργειες επικοινωνίας για την ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας του ΕΠ και της διαφάνειας εστιάζοντας και στις δυνατότητες χορήγησης των πόρων. Ειδικότερα οι βασικοί πυλώνες επικοινωνίας της ΕΥΔ και η πρόδος υλοποίησης κατά το 2021 είναι:

- **Ιστοσελίδες:** Από το 2018 λειτουργεί ο ενιαίος ιστοχώρος της ΕΥΔ ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ <https://empedu.gov.gr/>. Η συνεχής επικαιροποίησή του εξασφαλίζει την έγκυρη και έγκαιρη πληροφόρηση των ενδιαφερόμενων. Το περιεχόμενο εμπλουτίστηκε με αδιάλειπτη ανάρτηση προσκλήσεων και εντάξεων πράξεων, ανακοινώσεων για την έναρξη υλοποίησης των προγραμμάτων, με τον Οδηγό για την Τήρηση των Μέτρων Πληροφόρησης και Επικοινωνίας (υποχρεώσεις Δικαιούχων) καθώς και με ειδική ενότητα βοηθητικού εποπτικού υλικού για όλες τις πιθανές περιπτώσεις επικοινωνιακών δράσεων. Η ΕΥΔ συνέβαλε επίσης στην επικαιροποίηση των ιστοσελίδων www.espa.gr, www.anartyxi.gov.gr & www.esfhellas.gr με αναρτήσεις προκηρύξεων, προσκλήσεων και εκδηλώσεων των δράσεων του ΕΠ.
- **Κοινωνικά Δίκτυα:** Συνεχίστηκε η αξιοποίηση των κοινωνικών δικτύων, ειδικότερα του Facebook, ως το πλέον δημοφιλές μέσο, παράλληλα με το Twitter, το LinkedIn και το YouTube. Πραγματοποιούνταν 1-3 αναρτήσεις/εβδομάδα, κυρίως στο Facebook, οι οποίες προσαρμόζονταν ανάλογα με τις επικοινωνιακές ανάγκες του προγράμματος. Το 2021 παρουσιάστηκε αυξητική τάση, στους ακόλουθους των λογαριασμών των κοινωνικών δικτύων με ιδιαίτερη αύξηση στους ακόλουθους του LinkedIn (100%). Η παρουσία του ΕΠ στα κοινωνικά δίκτυα παραμένει στις πρώτες θέσεις σε «ακόλουθους» σε σχέση με όλα τα άλλα ΕΠ του ΕΣΠΑ πανελλαδικά και συγκεντρώνει θετικά σχόλια από το κοινό.
- **Γραφείο Πληροφόρησης:** Παράλληλα των κύριων καθηκόντων τους, πέντε στελέχη της ΕΥΔ υποστήριξαν τηλεφωνικές και ηλεκτρονικές ερωτήσεις για τη διευκόλυνση των -δυσνητικών- δικαιούχων και του ευρέως κοινού. Το 2021 διεκπεραιώνονταν κατά Μ.Ο. 50 ερωτήματα μηνιαίως.
- **Ετήσια Επικοινωνιακά Γεγονότα:**
 - ✓ Στο πλαίσιο προβολής των έργων ΕΚΤ της χώρας μας παρουσιάστηκε το έργο "Πιλοτικό Πρόγραμμα Υποστήριξης Επιχειρηματικών Σχεδίων Ανέργων Νέων 18-29 ετών" στην ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής
 - ✓ Η ΕΥΔ συμμετείχε στην εκστρατεία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παρουσίαση έργων ως καλές πρακτικές που υλοποιούνται στην ΕΕ εν μέσω της πανδημίας του COVID-19 με το έργο "Μέτρα στήριξης της κοινωνίας λόγω της αναστολής λειτουργίας επιχειρήσεων για τη μείωση του κινδύνου διασποράς του COVID-19/ Αποζημίωση Ειδικού Σκοπού"
 - ✓ Η ΕΥΔ συμμετείχε στην 85η ΔΕΘ, στο περίπτερο 7 (stand 11) του Υπουργείου Ανάπτυξης και Επενδύσεων με ζωντανή ενημέρωση του κοινού από στελέχη της ΕΥΔ ΕΠ ΑΝΑΔ ΕΔΒΜ, προωθητικό υλικό και προβολή video παρουσίασης των πράξεων του Επιχειρησιακού Προγράμματος.
- **Πρωθητικό υλικό:**
 - ✓ σύνοψη πολιτών 2020, σύμφωνα με τις οδηγίες της Ευρωπαϊκής Επιτροπής προκειμένου να είναι πιο «φιλική» προς το ευρύ κοινό, με παρουσίαση έργων ως βέλτιστες πρακτικές η οποία αναρτήθηκε στην ιστοσελίδα του ΕΠ και εστάλη στο δίκτυο υπευθύνων δημοσιότητας πράξεων του ΕΠ που έχει δημιουργήσει η Μονάδα Γ',

- ✓ πορεία υλοποίησης και συνοπτικός απολογισμός έτους 2020 η οποία αναπαράχθηκε και σε έντυπη μορφή,
- ✓ ολιγόλεπτο βίντεο για την προβολή των δράσεων του ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ,
- ✓ παραγωγή προστατευτικών επαναχρησιμοποιούμενων масκών, κασετινών και usb stick, όλα με το λογότυπο της ΕΥΔ ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ, τα οποία διανεμήθηκαν ως προωθητικό υλικό στην 85η ΔΕΘ.
- **Συνεργασίες - Συνέργειες ΕΥΔ με άλλους φορείς:**
- ✓ Υπήρξε συνεχής επικοινωνία και υποστήριξη δικαιούχων και ΕΦ με στόχο την ορθή και αποτελεσματική υλοποίηση των ενεργειών πληροφόρησης και επικοινωνίας.
- ✓ Η ΕΥΔ συμμετείχε:
 - στις συναντήσεις του Ευρωπαϊκού Δικτύου Δημοσιότητας: α) τον Ιούνιο, η οποία πραγματοποιήθηκε διαδικτυακά, όπου συζητήθηκαν οι στρατηγικές κατευθύνσεις για τη νέα προγραμματική περίοδο 2021-2027 και οι νέες πρακτικές πληροφόρησης και επικοινωνίας λόγω της πανδημίας του Covid-19 και β) το Δεκέμβριο, στην οποία μεταξύ άλλων παρουσιάστηκαν και τα βραβεία REGIO STARS 2021,
 - στην ετήσια διαδικτυακή συνάντηση του δικτύου δημοσιότητας Ελλάδας- Κύπρου το Δεκέμβριο
- **Υποχρεωτικές ενέργειες βάσει του ΕΚ 2018/1046:** Συνεχίστηκε η ηλεκτρονική δημοσιοποίηση τόσο στις ιστοσελίδες του ΕΠ όσο και στην ιστοσελίδα www.espa.gr, του καταλόγου των πράξεων του ΕΠ, ο οποίος ενημερώνεται κάθε 6 μήνες.

7.2.3. Έκθεση απολογισμού δράσεων δημοσιότητας για το έτος 2020

Η ΕΥΔ ΕΠ ΑΝΑΔΕΔΒΜ το 2020 υλοποίησε ενέργειες επικοινωνίας για την ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας του ΕΠ και της διαφάνειας εστιάζοντας και στις δυνατότητες χορήγησης των πόρων. Ειδικότερα οι βασικοί πυλώνες επικοινωνίας της ΕΥΔ και η πρόοδος υλοποίησης κατά το 2020 είναι:

Ιστοσελίδες: Από το 2018 αναπτύχθηκε και λειτουργεί ο ενιαίος ιστοχώρος της ΕΥΔ ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ <https://empedu.gov.gr/> Η συνεχής επικαιροποίησή του εξασφαλίζει την έγκυρη και έγκαιρη πληροφόρηση των ενδιαφερόμενων. Το περιεχόμενο εμπλουτίστηκε με αδιάλειπτη ανάρτηση προσκλήσεων και εντάξεων πράξεων, ανακοινώσεων για την πορεία αιτημάτων χρηματοδότησης, με τον Οδηγό για την Τήρηση των Μέτρων Πληροφόρησης και Επικοινωνίας (υποχρεώσεις Δικαιούχων) καθώς και με ειδική ενότητα βοηθητικού εποπτικού υλικού για όλες τις πιθανές περιπτώσεις επικοινωνιακών δράσεων. Επιπλέον, από το Σεπτέμβριο του 2020, ενσωματώθηκε εφαρμογή προκειμένου να είναι προσβάσιμο το περιεχόμενο του από ΑμεΑ. Η ΕΥΔ συνέβαλε επίσης στην επικαιροποίηση των ιστοσελίδων www.espa.gr, www.anaptyxi.gov.gr & www.esfhellas.gr με αναρτήσεις προκηρύξεων, προσκλήσεων και εκδηλώσεων των δράσεων του ΕΠ.

Κοινωνικά Δίκτυα: Συνεχίστηκε η αξιοποίηση των κοινωνικών δικτύων, ειδικότερα του **Facebook**, ως το πλέον δημοφιλές μέσο, παράλληλα με το **Twitter**, το **LinkedIn** και το **YouTube**. Πραγματοποιούνταν 1-3 αναρτήσεις/εβδομάδα, κυρίως στο Facebook, οι οποίες προσαρμόζονταν ανάλογα με τις επικοινωνιακές ανάγκες του προγράμματος. Το 2020 παρουσιάστηκε αυξητική τάση κατά 15% περίπου, στους χρήστες των λογαριασμών των κοινωνικών δικτύων.. Η παρουσία του ΕΠ στα κοινωνικά δίκτυα παραμένει στις πρώτες θέσεις σε «ακόλουθους» σε σχέση με όλα τα άλλα ΕΠ του ΕΣΠΑ πανελλαδικά και συγκεντρώνει θετικά σχόλια από το κοινό.

Γραφείο Πληροφόρησης: Παράλληλα των κύριων καθηκόντων τους, πέντε στελέχη της ΕΥΔ υποστήριξαν τηλεφωνικές και ηλεκτρονικές ερωτήσεις για τη διευκόλυνση των -δυσνητικών- δικαιούχων και του ευρέως κοινού. Το 2020 διεκπεραιώνονταν κατά Μ.Ο. 50 ερωτήματα μηνιαίως.

Ετήσια Επικοινωνιακά Γεγονότα: Α) Στο πλαίσιο προβολής των έργων ΕΚΤ της χώρας μας παρουσιάστηκε το έργο ["Πρόγραμμα εξειδικευμένης εκπαιδευτικής υποστήριξης για την ένταξη μαθητών με αναπηρία ή και ειδικές εκπαιδευτικές ανάγκες"](#) στην ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής **Β)** Η ΕΥΔ συμμετείχε στην εκστρατεία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παρουσίαση έργων ως καλές πρακτικές που υλοποιούνται στην ΕΕ εν μέσω της πανδημίας του COVID-19 με το έργο ["Υποστήριξη της ασφαλούς και ομαλής επαναλειτουργίας των προβλεπόμενων εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων των ΑΕΙ με την παροχή υγειονομικού υλικού στους φοιτητές"](#) **Γ)** Ολοκληρώθηκε το κάλεσμα της Ειδικής Γραμματείας Διαχείρισης Τομεακών Επιχειρησιακών Προγραμμάτων του ΕΚΤ, προς τα φεστιβάλ κινηματογράφου, ντοκιμαντέρ & animation με τη διεξαγωγή του Φεστιβάλ "Docs in Exile", το οποίο παρουσίασε αφιέρωμα που αφορούσε στο πεδίο «Νέοι & εργασία, γυναίκες & εργασία». Λόγω της πανδημίας όλο το Φεστιβάλ προβλήθηκε δωρεάν διαδικτυακά. Πριν την έναρξη των ταινιών του αφιέρωματος είχε ενσωματωθεί και προβαλλόταν το βίντεο Animation του ΕΠ, που δημιουργήθηκε το 2019, διάρκειας 36".

Πρωθητικό υλικό: Λόγω της πανδημίας του Covid-19 δεν εκτυπώθηκαν φυλλάδια. Δημιουργήθηκε σε ηλεκτρονική μορφή η [Σύνοψη πολιτών 2019](#), σύμφωνα με τις οδηγίες της Ευρωπαϊκής Επιτροπής προκειμένου να είναι πιο «φιλική» προς το ευρύ κοινό, με παρουσίαση έργων ως βέλτιστες πρακτικές η οποία στάλθηκε στο δίκτυο δημοσιότητας και αναρτήθηκε στην ιστοσελίδα του ΕΠ. Επιπλέον, έγινε παραγωγή προστατευτικών επαναχρησιμοποιούμενων масκών οι οποίες διανεμήθηκαν στο προσωπικό της ΕΥΔ ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ.

Συνεργασίες - Συνέργειες ΕΥΔ με άλλους φορείς: **1)** Υπήρξε συνεχής επικοινωνία και υποστήριξη δικαιούχων και ενδιάμεσων φορέων ΕΦ με στόχο την ορθή και αποτελεσματική υλοποίηση των ενεργειών πληροφόρησης και επικοινωνίας. **2)** Η ΕΥΔ συμμετείχε: **α)** στην ετήσια συνάντηση του **Ευρωπαϊκού Δικτύου Δημοσιότητας** το Ιούνιο, η οποία πραγματοποιήθηκε διαδικτυακά, όπου συζητήθηκαν οι στρατηγικές κατευθύνσεις για τη νέα προγραμματική περίοδο 2021-2022 και οι νέες πρακτικές πληροφόρησης και επικοινωνίας λόγω της πανδημίας του Covid-19, **β)** στη 2η διαδικτυακή συνάντηση του **Ευρωπαϊκού Δικτύου Δημοσιότητας** το Νοέμβριο, στην οποία μεταξύ άλλων παρουσιάστηκαν και τα βραβεία επικοινωνίας 2020, **3)** Συνεχίστηκε καθ' όλο το έτος η αναπαραγωγή της διαδικτυακής καμπάνιας "ESF Social Media Campaign" που υλοποιείται από την [EU Social](#) στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης του ΕΠ, **4)** συνεχίστηκε καθ' όλο το έτος η συμμετοχή στην εκστρατεία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παρουσίαση έργων ως καλές πρακτικές που υλοποιούνται στην ΕΕ εν μέσω της πανδημίας του COVID-19 με τα έργα «Υποστήριξη της εκπαιδευτικής διαδικασίας με την παροχή ηλεκτρονικού φορητού εξοπλισμού» με Κωδικό ΟΠΣ 5072593.

Υποχρεωτικές ενέργειες βάσει του ΕΚ 2018/1046: Συνεχίστηκε για όλο το έτος η ηλεκτρονική δημοσιοποίηση τόσο στις ιστοσελίδες του ΕΠ όσο και στην ιστοσελίδα www.espa.gr, του καταλόγου των πράξεων του ΕΠ, ο οποίος ενημερώνεται κάθε 6 μήνες.

7.2.4. Έκθεση απολογισμού δράσεων δημοσιότητας για το έτος 2019

Η Ειδική Υπηρεσία Διαχείρισης του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού, Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» (ΕΥΔ ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ) το 2019 υλοποίησε ενέργειες επικοινωνίας για την ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας του ΕΠ και της διαφάνειας εστιάζοντας και στις δυνατότητες χρήσης των πόρων. Ειδικότερα, οι βασικοί πυλώνες επικοινωνίας της ΕΥΔ και η πρόοδος υλοποίησης κατά το έτος 2019 είναι:

1. Ιστοχώρος ΕΥΔ

Με τη συνεχή επικαιροποίησή του εξασφαλίστηκε έγκυρη και έγκαιρη πληροφόρηση των ενδιαφερόμενων. Τα βασικά στοιχεία επισκεψιμότητας μέχρι τις 20/11/2019 έχουν διαμορφωθεί ως εξής: **115.995** επισκέψεις, **48.926** μοναδικοί επισκέπτες, **257.524** σελιδοπροβολές (Πηγές: ΜΟΔ & Google Analytics). Η ΕΥΔ συνέβαλε επίσης στην επικαιροποίηση των ιστοσελίδων www.espa.gr, www.anaptyxi.gov.gr & www.esfhellas.gr με αναρτήσεις προκηρύξεων, προσκλήσεων και εκδηλώσεων των δράσεων του ΕΠ.

2. Κοινωνικά Δίκτυα

Το 2019 συνεχίστηκε η αξιοποίηση των κοινωνικών δικτύων, ειδικότερα του **Facebook**, ως το πλέον δημοφιλές μέσο, παράλληλα με το **Twitter**. Πραγματοποιούνταν 1-3 αναρτήσεις/εβδομάδα, κυρίως στο Facebook, οι οποίες

προσαρμόζονταν ανάλογα με τις επικοινωνιακές ανάγκες του προγράμματος. Για το έτος 2019, τα στοιχεία που αφορούν στους χρήστες των λογαριασμών των κοινωνικών δικτύων είναι: **19.285** ακόλουθοι στο Facebook και **1.924** χρήστες στο Twitter. Σκοπός της παρουσίας στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης είναι η προβολή σε στοχευμένο και ευρύ κοινό του ΕΠ, η διάχυση των αποτελεσμάτων του, η διάδραση με το κοινό και η ενδυνάμωση με τους δικαιούχους και τους συνεργαζόμενους φορείς.

3. Γραφείο Πληροφόρησης

Παράλληλα των κύριων καθηκόντων τους, τρία στελέχη της ΕΥΔ υποστήριξαν τηλεφωνικές και ηλεκτρονικές ερωτήσεις για τη διευκόλυνση των-δυνητικών-δικαιούχων και του ευρέως κοινού. Κατά το έτος 2019 έχουν διεκπεραιωθεί κατά Μ.Ο. 70 ερωτήματα μηνιαίως.

4. Ετήσια Επικοινωνιακά Γεγονότα

A) Το 2019 πραγματοποιήθηκαν δύο εκδηλώσεις:

- ✓ Το Μάρτιο 2019 πραγματοποιήθηκε η πρώτη εκδήλωση που αφορούσε σε ενημερωτική συνάντηση με τους εκπροσώπους των Φεστιβάλ που υλοποίησαν ειδικά αφιερώματα με στόχο τη δημοσιότητα και ευαισθητοποίηση των πολιτών στα πεδία παρέμβασης του ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ και
- ✓ Τον Απρίλιο 2019 πραγματοποιήθηκε η κεντρική εκδήλωση της ΕΥΔ που αφορούσε στην παρουσίαση των δράσεων ενίσχυσης της έρευνας από το ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ, της «Ενιαίας Πλατφόρμας Αξιολόγησης Ερευνητικών προτάσεων» της ΕΥΔ του ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ και της αξιολόγησης των αποτελεσμάτων τους όπου αποτυπώνονται στις μελέτες του Εθνικού Κέντρου Τεκμηρίωσης.

B) Μετά από πρόσκληση/ανοιχτό κάλεσμα της Ειδικής Γραμματείας Διαχείρισης Τομεακών Επιχειρησιακών Προγραμμάτων του ΕΚΤ, προς τα φεστιβάλ κινηματογράφου, ντοκιμαντέρ & animation διοργανώθηκαν αφιερώματα σε μεγάλα Φεστιβάλ της Ελλάδας που άπτονται των θεματικών πεδίων συγχρηματοδοτούμενων πράξεων του ΕΠ. Για το έτος 2019 έχουν πραγματοποιηθεί **19 θεματικά αφιερώματα** στα φεστιβάλ που αφορούν στα πεδία: Μειονότητες-Ρομά-Διαπολιτισμική Εκπαίδευση, Έρευνα & Καινοτομία, Νέοι & Εργασία-Γυναίκες & Εργασία, Άτομα με Αναπηρία, Περιβαλλοντική Εκπαίδευση-Διά Βίου μάθηση, Προσχολική-Α' θμια- Β' θμια-Γ' θμια Εκπαίδευση-Τεχνική Επαγγελματική Εκπαίδευση, Κοινωνική Οικονομία. Διανεμήθηκαν **4.450** φυλλάδια του ΕΠ το οποίο προβλήθηκε και μέσω οπτικοακουστικού υλικού. Σε κάθε εκδήλωση υπήρχαν προωθητικά λάβαρα. Βάσει των στοιχείων αποτίμησης των φεστιβάλ, συνολικά στα 19 αφιερώματα συμμετείχαν περισσότεροι από **90.000** θεατές, πραγματοποιήθηκαν **842** προβολές τηλεοπτικών σποτ και **1.831** εκπομπές ραδιοφωνικών σποτ που αναφέρονταν στις θεματικές των αφιερωμάτων με μνεία της συγχρηματοδότησης του ΕΠ, έγιναν **215** καταχωρήσεις στον τύπο και καταγράφηκαν **1.079.693** επισκέψεις στις ιστοσελίδες των φεστιβάλ και στα κοινωνικά δίκτυα.

Επίσης κατά την διάρκεια των αφιερωμάτων των φεστιβάλ κινηματογράφου προβλήθηκε το σποτ για το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο:

<https://drive.google.com/file/d/1k9lwn8BRd06i18mTLkwd7DwA63p73bZf/view>

Γ) Το 2019 η ΕΥΔ συμμετείχε στην εκστρατεία [Europe in my Region](#), (05-09/2019) με εννέα κινηματογραφικά αφιερώματα για Μειονότητες/Ρομά/Διαπολιτισμική εκπαίδευση, Έρευνα & Καινοτομία, Νέοι και Εργασία, Γυναίκες και Εργασία, Προσχολική-Α' θμια-Β' θμια-Γ' θμια Εκπαίδευση-Τεχνική Επαγγελματική Εκπαίδευση, Περιβαλλοντική Εκπαίδευση-Δια Βίου Μάθηση, η οποία έδινε τη δυνατότητα στους πολίτες της να ανακαλύψουν και να μάθουν περισσότερα για τα έργα που συγχρηματοδοτεί η Ευρωπαϊκή Ένωση στην περιοχή τους τη συγκεκριμένη περίοδο.

Δ) Δημιουργήθηκε βίντεο κινουμένων σχεδίων (animation) διάρκειας 36'' <https://empedu.gov.gr/pliroforisi-epikoinonia/ypostiriktiko-voithitiko-yliko/> το οποίο με συνεκτικό, λιτό και σύντομο τρόπο προβάλλει τις δράσεις του ΕΠ ΑΝΑΔ- ΕΔΒΜ. Το video προβλήθηκε και κατά τη διάρκεια των αφιερωμάτων των Φεστιβάλ Κινηματογράφου.

5. Προωθητικό υλικό

Επικαιροποιήθηκε εκ νέου το προωθητικό φυλλάδιο που περιλαμβάνει κατηγορίες παρεμβάσεων του ΕΠ και τις πιο ενδεικτικές δράσεις ανά κατηγορία.

6. Συνεργασίες - Συνέργειες ΕΥΔ με άλλους φορείς

- ✓ Αποστολή μέσω του Δικτύου των Υπευθύνων Δημοσιότητας των Τελικών Δικαιούχων των πράξεων του ΕΠ ενημερώσεων για το ΕΠ και οδηγιών για την τήρηση των μέτρων πληροφόρησης και επικοινωνίας.
- ✓ Συνεχής επικοινωνία και υποστήριξη Δικαιούχων και ΕΦ με στόχο την ορθή και αποτελεσματική υλοποίηση των ενεργειών πληροφόρησης και επικοινωνίας.
- ✓ Η ΕΥΔ συμμετείχε: **α)** στην ετήσια συνάντηση του Ευρωπαϊκού Δικτύου Δημοσιότητας το Μάιο του 2019 όπου συζητήθηκαν οι στρατηγικές κατευθύνσεις και προβλήθηκαν καλές πρακτικές επικοινωνίας, **β)** στη συνάντηση που διοργάνωσε η ΕΥΣΣΑ στις 21/10/2019 στην Αθήνα με τους υπευθύνους Πληροφόρησης και Επικοινωνίας των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων του ΕΣΠΑ 2014-2020 όπου έγινε ενημέρωση για την προετοιμασία της νέας προγραμματικής περιόδου, για την διαχείριση προσωπικών δεδομένων και για τις αποτιμήσεις των ερευνών κοινού ΕΠ & ΕΣΠΑ και της ελληνικής συμμετοχής στις ευρωπαϊκές καμπάνιες. Τέλος δημοσιεύτηκαν 10 δελτία τύπου της Ειδικής Γραμματείας.

7. Υποχρεωτικές ενέργειες βάσει του ΕΚ 2018/1046

Συνεχίστηκε η ηλεκτρονική δημοσιοποίηση τόσο στον ιστοχώρο του ΕΠ όσο και στον ιστοχώρο www.espa.gr, του καταλόγου των πράξεων του ΕΠ, ο οποίος ενημερώνεται κάθε 6 μήνες.

7.2.5. Έκθεση απολογισμού δράσεων δημοσιότητας για το έτος 2018

Η ΕΥΔ ΕΠ ΑΝΑΔΕΔΒΜ το 2018 υλοποίησε ενέργειες επικοινωνίας για την ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας του ΕΠ και της διαφάνειας εστιάζοντας και στις δυνατότητες χορήγησης των πόρων. Ειδικότερα οι βασικοί πυλώνες επικοινωνίας της ΕΥΔ και η πρόοδος υλοποίησης κατά το 2018 είναι:

Ιστοσελίδες ΕΥΔ: Το 2018 αναπτύχθηκε και τέθηκε σε λειτουργία (10/2018) ο ενιαίος ιστοχώρος της ΕΥΔ ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ <https://empedu.gov.gr/> ο οποίος αντικατέστησε τους ιστοχώρους www.epanad.gov.gr και www.edulll.gr. Η συνεχής επικαιροποίησή τους εξασφαλίζει την έγκυρη και έγκαιρη πληροφόρηση των ενδιαφερόμενων. Το περιεχόμενο εμπλουτίστηκε με αδιάλειπτη ανάρτηση προσκλήσεων και εντάξεων πράξεων, Δελτίων Τύπου, ανακοινώσεων για την πορεία αιτημάτων χρηματοδότησης, με ειδικό πεδίο για τις «Καταγγελίες για την απάτη στις διαρθρωτικές δράσεις», με ειδικό πεδίο για τις «Καταγγελίες για συγχρηματοδοτούμενα έργα» με παραπομπή στην Γενική Γραμματεία για την καταπολέμηση της Διαφθοράς, με τον Οδηγό για την Τήρηση των Μέτρων Πληροφόρησης και Επικοινωνίας (υποχρεώσεις Δικαιούχων) καθώς και με ειδική ενότητα βοηθητικού εποπτικού υλικού για όλες τις πιθανές περιπτώσεις επικοινωνιακών δράσεων. Τα βασικά στοιχεία επισκεψιμότητας διαμορφώθηκαν ακολούθως: Για τον τομέα Ανάπτυξης Ανθρώπινου Δυναμικού: **155.35** επισκέψεις, **11.113** μοναδικοί επισκέπτες, **41.920** σελιδοπροβολές. Για τον τομέα Εκπαίδευσης και Διά Βίου Μάθησης: **909.820** επισκέψεις, **317.509** μοναδικοί επισκέπτες, **4.834.022** σελιδοπροβολές. Για το νέο ιστότοπο από 24/10/2018 <https://empedu.gov.gr/> : **10.734** επισκέψεις, **6.895** μοναδικοί επισκέπτες, **28.078** σελιδοπροβολές (Πηγές: ΜΟΔ & Google Analytics). Η ΕΥΔ συνέβαλε επίσης στην επικαιροποίηση των ιστοσελίδων www.espa.gr, www.anaptyxi.gov.gr & www.esfhellas.gr με αναρτήσεις προκηρύξεων, προσκλήσεων και εκδηλώσεων των δράσεων του ΕΠ.

Κοινωνικά Δίκτυα: Συνεχίστηκε η αξιοποίηση των κοινωνικών δικτύων, ειδικότερα του **Facebook**, ως το πλέον δημοφιλές μέσο, παράλληλα με το **Twitter**, το **LinkedIn** και το **YouTube**. Πραγματοποιούνταν 1-3 αναρτήσεις/εβδομάδα, κυρίως στο Facebook, οι οποίες προσαρμόζονταν ανάλογα με τις επικοινωνιακές ανάγκες του προγράμματος. Το 2018 παρουσιάστηκε αυξητική τάση κατά 16% περίπου, στους χρήστες των λογαριασμών των κοινωνικών δικτύων, με συνολικά **18.497** ακόλουθους στο Facebook, **1.927** χρήστες στο Twitter και **335** στο LinkedIn. Η παρουσία του ΕΠ στα κοινωνικά δίκτυα παραμένει στις πρώτες θέσεις σε «ακόλουθους» σε σχέση με όλα τα άλλα ΕΠ του ΕΣΠΑ πανελλαδικά και συγκεντρώνει θετικά σχόλια από το κοινό.

Γραφείο Πληροφόρησης: Παράλληλα των κύριων καθηκόντων τους, τρία στελέχη της ΕΥΔ υποστήριξαν τηλεφωνικές και ηλεκτρονικές ερωτήσεις για τη διευκόλυνση των -δυνητικών- δικαιούχων και του ευρέως κοινού. Το 2018 διεκπεραιώνονταν κατά Μ.Ο. 50 ερωτήματα μηνιαίως.

Ετήσια Επικοινωνιακά Γεγονότα: Α) Το Φεβρουάριο 2018 πραγματοποιήθηκε η κεντρική εκδήλωση της ΕΥΔ με τίτλο «Ε.Κ.Των Τεχνών» για τον εορτασμό των 60 χρόνων του ΕΚΤ στην οποία έγιναν τα εγκαίνια έργων τέχνης της ΑΣΚΤ που βρίσκονται στο κτήριο της ΕΥΔ. **Β)** Για 3^η συνεχόμενη χρονιά, μετά από πρόσκληση/ ανοιχτό

κάλεσμα της Ειδικής Γραμματείας Διαχείρισης Τομεακών Επιχειρησιακών Προγραμμάτων του ΕΚΤ, προς τα φεστιβάλ κινηματογράφου, ντοκιμαντέρ & animation διοργανώθηκαν αφιερώματα σε μεγάλα Φεστιβάλ της Ελλάδας που άπτονται των θεματικών πεδίων συγχρηματοδοτούμενων πράξεων του ΕΠ. Το 2018 πραγματοποιήθηκαν **16 θεματικά αφιερώματα** στα φεστιβάλ Athens Video Dance Project, Athens Digital Arts Festival, Athens International Digital Film Festival, Animfest, Exile Room, AnimaSyros, TAF, Φεστιβάλ Κιν/φου Χανίων, Aegean Docs, Micro μ, Διεθνές Φεστιβάλ Τουριστικών Ταινιών Μικρού Μήκους Αμοργού, Διεθνές Φεστιβάλ Επιστημονικών Ταινιών Αθήνας, Φεστιβάλ Κιν/φου Θεσσαλονίκης, Φεστιβάλ Κιν/φου Αιγαίου, Cinedoc, Φεστιβάλ Κιν/φου Ολυμπίας και αφορούσαν στα πεδία: Μειονότητες/Ρομά/Διαπολιτισμική εκπαίδευση, Έρευνα & Καινοτομία, Νέοι, Γυναίκες & Εργασία, Άτομα με Αναπηρία, Εκπαίδευση και Κοινωνική Οικονομία. Διανεμήθηκαν **4.500** φυλλάδια του ΕΠ, το οποίο προβλήθηκε και μέσω οπτικοακουστικού υλικού. Σε κάθε εκδήλωση υπήρχαν προωθητικά λάβαρα. Βάσει των στοιχείων αποτίμησης των φεστιβάλ, συνολικά στα 16 αφιερώματα συμμετείχαν περισσότεροι από **39.000** θεατές, πραγματοποιήθηκαν **424** προβολές τηλεοπτικών σποτ και **1.282** προβολές ραδιοφωνικών σποτ που αναφέρονταν στις θεματικές των αφιερωμάτων με μνεία της συγχρηματοδότησης του ΕΠ, έγιναν **867** καταχωρήσεις στον τύπο και καταγράφηκαν **523.370** επισκέψεις στις ιστοσελίδες των φεστιβάλ και στα κοινωνικά δίκτυα. Γ) Η ΕΥΔ συμμετείχε στην εκστρατεία [Europe in my Region, \(06-07/2018\)](#) η οποία έδινε τη δυνατότητα στους πολίτες της να ανακαλύψουν και να μάθουν περισσότερα για τα έργα που συγχρηματοδοτεί η Ευρωπαϊκή Ένωση στην περιοχή τους τη συγκεκριμένη περίοδο. Δ) Από 24/10/18-31/12/18 υλοποιήθηκε Pin to top ανάρτηση στο facebook για την προβολή του νέου ιστότοπου.

Πρωθητικό υλικό: Για τις ανάγκες των παραπάνω εκδηλώσεων επικαιροποιήθηκε το πρωθητικό φυλλάδιο που περιλαμβάνει κατηγορίες παρεμβάσεων του ΕΠ και τις πιο ενδεικτικές δράσεις ανά κατηγορία.

Συνεργασίες - Συνέργειες ΕΥΔ με άλλους φορείς: 1) Υπήρξε συνεχής επικοινωνία και υποστήριξη δικαιούχων και ενδιαμέσων φορέων με στόχο την ορθή και αποτελεσματική υλοποίηση των ενεργειών πληροφόρησης και επικοινωνίας. 2) Η ΕΥΔ συμμετείχε: α) στην ετήσια συνάντηση του **Ευρωπαϊκού Δικτύου Δημοσιότητας** το Μάιο στην Κρήτη όπου συζητήθηκαν οι στρατηγικές κατευθύνσεις και προβλήθηκαν καλές πρακτικές επικοινωνίας, β) στη συνάντηση που διοργάνωσε η ΕΥΣΣΑ στις 11/10/2018 με τις Επιτελικές Δομές με θέμα «Υποχρεώσεις Πληροφόρησης & Επικοινωνίας ΔΑ, Δικαιούχων» και γ) στο σεμινάριο «Αποτελεσματική επικοινωνία της πολιτικής Συνοχής στην Ελλάδα» σε συνεργασία με την Αντιπροσωπεία της ΕΕ στην Ελλάδα στις 16/11/18 στην Αθήνα με στόχο την επιμόρφωση και εξοικείωση των συμμετεχόντων με τα νέα μέσα επικοινωνίας και την καλύτερη συνεργασία του δικτύου Πληροφόρησης και Επικοινωνίας των ΕΠ του ΕΣΠΑ με το δίκτυο Europe Direct. Τέλος δημοσιεύτηκαν **11** δελτία τύπου της Ειδικής Γραμματείας.

Υποχρεωτικές ενέργειες βάσει του ΕΚ 2018/1046: Συνεχίστηκε η ηλεκτρονική δημοσιοποίηση τόσο στις ιστοσελίδες του ΕΠ όσο και στην ιστοσελίδα www.espa.gr, του καταλόγου των πράξεων του ΕΠ, ο οποίος ενημερώνεται κάθε 6 μήνες.

7.2.6. Έκθεση απολογισμού δράσεων δημοσιότητας για το έτος 2017

Η ΕΥΔ ΕΠ ΑΝΑΔΕΔΒΜ το 2017 υλοποίησε ενέργειες επικοινωνίας για την ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας του ΕΠ και της διαφάνειας εστιάζοντας και στις δυνατότητες χορήγησης των πόρων. Ειδικότερα οι βασικοί πυλώνες επικοινωνίας της ΕΥΔ και η πρόοδος υλοποίησης κατά το 2017 είναι:

1. Ενέργειες πληροφόρησης

Είδος ενέργειας: Ιστοσελίδα Σημ: Η δημιουργία του νέου ενιαίου διαδικτυακού τόπου είχε καθυστερήσει για τεχνικούς λόγους, ωστόσο ξεκίνησε στα τέλη Ιανουαρίου του έτους 2018

Τοποθεσία & Χρόνος 2017

Περιγραφή Διατήρηση της ενημέρωσης από τους υπάρχοντες ιστοτόπους των ΕΠ ΑΝΑΔ & ΕΔΒΜ, (δηλ: www.epanad.gov.gr & www.edulll.gr)

Επικοινωνιακός Στόχος: Ενίσχυση της διαφάνειας, διευκόλυνση πρόσβασης στην πληροφόρηση, προβολή του προγράμματος και των ευκαιριών που προσφέρει, πλήρης και έγκυρη πληροφόρηση

Κοινό-στόχος: Δυνητικοί δικαιούχοι/Δικαιούχοι/Ωφελούμενοι/Ευρύ κοινό/Εμπλεκόμενοι Φορείς/Πολλαπλασιαστές/Επιτροπή Παρακολούθησης/ ΜΜΕ

Δείκτης Υλοποίησης: Αριθμός web-sites που επικαιροποιείται η πληροφόρηση 2 web-sites (www. edulll.gr & www.epanad.gov.gr)

Δείκτης αποτελέσματος: Επισκέψεις (κατά Μ.Ο. μηνιαίως) www.edulll.gr 36.642 www.epanad.gov.gr 1.753 Μοναδικοί επισκ.: www.edulll.gr 157.649 www.epanad.gov.gr

14.924 Σελιδοπροβολές www.edulll.gr 5.342.314 www.epanad.gov.gr 60.467

Είδος ενέργειας: Γραφείο Πληροφόρησης

Τοποθεσία & Χρόνος ΑΘΗΝΑ/2017

Περιγραφή Λειτουργεί εργάσιμες μέρες από 9.00 έως 17.00. Στέλεχος της Υπηρεσίας είναι επιφορτισμένο παράλληλα με άλλες αρμοδιότητες και με την παροχή πληροφόρησης (τηλεφωνικής και ηλεκτρονικής)

Επικοινωνιακός Στόχος: Ηλεκτρονική & τηλεφωνική ενημέρωση των ενδιαφερόμενων για τις προκηρύξεις, τις διαδικασίες υποβολής προτάσεων, την επιλεξιμότητα, επικοινωνία με πολλαπλασιαστές πληροφόρησης και ενδιάμεσους φορείς

Κοινό-στόχος: Δυνητικοί δικαιούχοι, δικαιούχοι, Πολλαπλασιαστές Πληροφόρησης. Ευρύ κοινό

Δείκτης Υλοποίησης: Αριθμός Γραφείων (Φυσικών & Διαδικτυακών) 1

Δείκτης αποτελέσματος Ερωτήματα (κατά Μ.Ο. μηνιαίως) 110

Σύνολο

2. Άλλες ενέργειες

Είδος ενέργειας: Κινηματογραφικά αφιερώματα

Τοποθεσία & Χρόνος: ΟΛΗ Η ΕΛΛΑΔΑ/2017

Περιγραφή: Δημιουργία κινηματογραφικών αφιερωμάτων σε φεστιβάλ κινηματογράφου, ντοκιμαντέρ & animation, που άπτονται των συγχρηματοδοτούμενων θεματικών ενότητων του Ε.Π.

Επικοινωνιακός Στόχος: Η ευαισθητοποίηση του ευρέως κοινού για τις θεματικές που συγχρηματοδοτεί το Ε.Π. ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ 2014-2020 και η ενημέρωση των δυνητικών δικαιούχων σχετικά με τις ευκαιρίες χρηματοδότησης στο πλαίσιο του ΕΠ

Κοινό-στόχος: Δυνητικοί δικαιούχοι/Δικαιούχοι/Ωφελούμενοι/ Ευρύ κοινό / Πολλαπλασιαστές/ ΜΜΕ

Δείκτης Υλοποίησης: Αριθμός κινηματογραφικών αφιερωμάτων: 23

Δείκτης αποτελέσματος: 96.885 θεατές συμμετείχαν συνολικά στα 23 αφιερώματα, με 1.567 προβολές τηλεοπτικών σποτ που αναφέρονταν στις θεματικές των αφιερωμάτων και τη συγχρηματοδότηση του ΕΠ, 273 μεταδόσεις των αφιερωμάτων μέσα από τηλεοπτικές εκπομπές, 827 καταχωρήσεις στον τύπο και πάνω από 2.000.000 επισκέψεις στις ιστοσελίδες των φεστιβάλ και στα κοινωνικά δίκτυα

Είδος ενέργειας: Σεμινάρια/Ενημερωτικές Συναντήσεις/ Συναντήσεις εργασίας

Τοποθεσία & Χρόνος: ΕΥΔ, 2017

Περιγραφή: Συναντήσεις εργασίας στελεχών της ΕΥΔ ΕΠ ΑΝΑΔ_ΕΔΒΜ για την υλοποίηση και παρακολούθηση πράξεων του ΕΠ ΑΝΑΔ_ΕΔΒΜ

Επικοινωνιακός Στόχος: Στόχος των συναντήσεων είναι η ενημέρωση των στελεχών της ΕΥΔ σχετικά με τα νέα δεδομένα στην υλοποίηση και παρακολούθηση πράξεων καθώς και ενημέρωση για το νέο Σύστημα Διαχείρισης και Ελέγχου, τα λοιπά πληροφοριακά συστήματα & γενικά θέματα πληροφόρησης και επικοινωνίας

Κοινό-στόχος: : Στελέχη της ΕΥΔ

Δείκτης Υλοποίησης: Αριθμός συναντήσεων: 7

Δείκτης αποτελέσματος: Αριθμός συμμετεχόντων: 32

Είδος ενέργειας: Σεμινάρια/Ενημερωτικές Συναντήσεις/ Συναντήσεις εργασίας

Τοποθεσία & Χρόνος: ΙΕΠ, 2017

Περιγραφή: Συναντήσεις εργασίας με δικαιούχους στα γραφεία τόσο της ΕΥΔ ΕΠ ΑΝΑΔ_ΕΔΒΜ όσο και άλλων φορέων ανά την Ελλάδα για την υποστήριξη της υλοποίησης & παρακολούθησης πράξεων του ΕΠ ΑΝΑΔ_ΕΔΒΜ

Επικοινωνιακός Στόχος: 1. Η ενημέρωση των δυνητικών δικαιούχων σχετικά με τις ευκαιρίες χρηματοδότησης στο πλαίσιο του ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ 2014-2020. Η δημιουργία και λειτουργία ενός δικτύου υπευθύνων ενημέρωσης και επικοινωνίας των δικαιούχων 3. Η δημιουργία και λειτουργία ενός δικτύου πολλαπλασιαστών πληροφόρησης

Κοινό-στόχος:: Δικαιούχοι

Δείκτης Υλοποίησης: Αριθμός εκδηλώσεων: 1

Δείκτης αποτελέσματος: Αριθμός συμμετεχόντων: 32

Είδος ενέργειας: Social Media

Τοποθεσία & Χρόνος: 2017

Περιγραφή: Διάχυση ενημέρωσης- έγκυρης και έγκαιρης- με αποτελεσματική υιοθέτηση των νέων τεχνολογιών (social media), εκσυγχρονισμός της προβολής & επικοινωνίας του Ε.Π., προσέγγιση κοινού-στόχος μέσα από σύγχρονα εναλλακτικά κανάλια ενημέρωσης

Επικοινωνιακός Στόχος: 1. Η ενημέρωση των δυνητικών δικαιούχων σχετικά με τις ευκαιρίες χρηματοδότησης στο πλαίσιο του ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ 2014-2020. 2. Η δημοσιοποίηση στους πολίτες της Ένωσης του ρόλου και των επιτευγμάτων της πολιτικής για τη Συνοχή και των Ταμείων μέσω της υλοποίησης του ΕΠ ΑΝΑΔ_ΕΔΒΜ 2014-2020 και του ΕΣΠΑ γενικότερα

Κοινό-στόχος: Δυνητικοί δικαιούχοι, δικαιούχοι, Πολλαπλασιαστές Πληροφόρησης, Ευρύ κοινό.

Δείκτης Υλοποίησης: Αριθμός κοινωνικών δικτύων: 3 (Facebook, Twitter, LinkedIn)

Δείκτης αποτελέσματος: 1.Αριθμός ακολούθων Fb 17.123 Tw 1.756 In 269 2. Απήχηση αναρτήσεων Fb 1.280.931 3. Αριθμός Αναδράσεων/Σχολίων Fb 42.338

Σύνολο άλλων ενεργειών: 18

3. Παραγωγές

Είδος ενέργειας: Παραγωγή εντύπων

Τοποθεσία & Χρόνος: 04/2017 και 11/2017

Περιγραφή: Παραγωγή εντύπων για τα κινηματογραφικά αφιερώματα των φεστιβάλ προβάλλοντας συνοπτικά ομάδες δράσεων των επενδυτικών προτεραιοτήτων του ΕΠ

Επικοινωνιακός Στόχος: 1. Η ενημέρωση των δυνητικών δικαιούχων σχετικά με τις ευκαιρίες χρηματοδότησης στο πλαίσιο του ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ 2014-2020.

2. Η δημοσιοποίηση στους πολίτες της Ένωσης του ρόλου και των επιτευγμάτων της πολιτικής για τη Συνοχή και των Ταμείων μέσω της υλοποίησης του ΕΠ ΑΝΑΔ_ΕΔΒΜ 2014-2020 και του ΕΣΠΑ γενικότερα

Κοινό-στόχος: Ευρύ κοινό/Πολλαπλασιαστές/Δυνητικοί Ωφελούμενοι

Δείκτης Υλοποίησης: Αριθμός εντύπων: 1 έντυπο με 7.000 αντίτυπα

Δείκτης αποτελέσματος: Διάθεση εντύπου: 6.500

Είδος ενέργειας: Παραγωγή banner

Τοποθεσία & Χρόνος: 09/2017

Περιγραφή: Τοποθετούνται στους χώρους προβολής των κινηματογραφικών αφιερωμάτων των φεστιβάλ

Επικοινωνιακός Στόχος: 1. Η ενημέρωση των δυνητικών δικαιούχων σχετικά με τις ευκαιρίες χρηματοδότησης στο πλαίσιο του ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ 2014-2020.

2. Η δημοσιοποίηση στους πολίτες της Ένωσης του ρόλου και των επιτευγμάτων της πολιτικής για τη Συνοχή και των Ταμείων μέσω της υλοποίησης του ΕΠ ΑΝΑΔ_ΕΔΒΜ 2014-2020 και του ΕΣΠΑ γενικότερα

Κοινό-στόχος: Ευρύ κοινό/ Πολλαπλασιαστές/Δυνητικοί Ωφελούμενοι

Δείκτης Υλοποίησης: Αριθμός banner: 4 roll up

Δείκτης αποτελέσματος: Διάθεση banner: 8 επιστρέφονται μετά τη λήξη του κάθε φεστιβάλ

Σύνολο παραγωγών: 2

4. Ενέργειες Π&Ε όπως ορίζονται στο Παράρτημα XII, παρ.2 του καν. 1303/2013

Είδος ενέργειας: Διοργάνωση ετήσιας ενημερωτικής δραστηριότητας

Τοποθεσία & Χρόνος: ΣΕ ΟΛΗ ΤΗΝ ΕΠΙΚΡΑΤΕΙΑ ΜΕΣΩ SOCIAL MEDIA/ Δ' τρίμηνο 2017 (14-31.12.2017)

Περιγραφή: Ανάρτηση (pin to top) προβάλλοντας συνοπτικά ομάδες δράσεων των επενδυτικών προτεραιοτήτων του ΕΠ

Επικοινωνιακός Στόχος: 1. Η ενημέρωση των δυνητικών δικαιούχων σχετικά με τις ευκαιρίες χρηματοδότησης στο πλαίσιο του ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ 2014-2020

2. Η δημοσιοποίηση στους πολίτες της Ένωσης του ρόλου και των επιτευγμάτων της πολιτικής για τη Συνοχή και των Ταμείων μέσω της υλοποίησης του ΕΠ ΑΝΑΔ_ΕΔΒΜ 2014-2020 και του ΕΣΠΑ γενικότερα

Κοινό-στόχος: Ευρύ κοινό/Πολλαπλασιαστές/Ωφελούμενοι

Δείκτης Υλοποίησης: Αριθμός μηνυμάτων Fb 1

Δείκτης αποτελέσματος: 1.Αριθμός "ακολουθών" στους οποίους διαχέονται τα μηνύματα Fb 17.123 2. Απήχηση των μηνυμάτων Fb 1.691 3. Αριθμός διαδράσεων/Σχολίων Fb 18

Είδος ενέργειας: Ηλεκτρονική δημοσίευση του Καταλόγου Πράξεων στην ενιαία διαδικτυακή πύλη www.espa.gr

Τοποθεσία & Χρόνος: 2017

Περιγραφή: Στους ήδη υπάρχοντες ιστοτόπους www.edulll.gr & www.epanad.gov.gr της ΕΥΔ καθώς και στην πύλη του ΕΣΠΑ (www.espa.gr)

Επικοινωνιακός Στόχος: 1. Η ενημέρωση των δυνητικών δικαιούχων σχετικά με τις ευκαιρίες χρηματοδότησης στο πλαίσιο του ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ 2014-2020.

2. Η δημοσιοποίηση στους πολίτες της Ένωσης του ρόλου και των επιτευγμάτων της πολιτικής για τη Συνοχή και των Ταμείων μέσω της υλοποίησης του ΕΠ ΑΝΑΔ_ΕΔΒΜ 2014-2020 και του ΕΣΠΑ γενικότερα

Κοινό-στόχος: Ευρύ κοινό

Δείκτης Υλοποίησης: ΝΑΙ

Δείκτης αποτελέσματος: -

Είδος ενέργειας: Παρουσίαση παραδειγμάτων πράξεων στην ενιαία διαδικτυακή πύλη ή στον διαδικτυακό τόπο του Ε.Π.

Τοποθεσία & Χρόνος: 2017

Περιγραφή: Διαρκής επικαιροποίηση στοιχείων προόδου υλοποίησης του ΕΠ ΑΝΑΔ_ΕΔΒΜ στα sites & blog των ΕΥΔ και τακτική επικαιροποίηση στοιχείων πράξεων στο www.espa.gr & στο www.anartychi.gov.gr

Επικοινωνιακός Στόχος: . Η δημοσιοποίηση στους πολίτες της Ένωσης του ρόλου και των επιτευγμάτων της πολιτικής για τη Συνοχή και των Ταμείων μέσω της υλοποίησης του ΕΠ ΑΝΑΔ_ΕΔΒΜ 2014-2020 και του ΕΣΠΑ γενικότερα

Κοινό-στόχος: Ευρύ κοινό

Δείκτης Υλοποίησης: Αριθμός παραδειγμάτων 0 Σημ: Παράδειγματα υλοποίησης πράξεων μέχρι το τέλος του έτους 2017 έχουν ζητηθεί από τους Δικαιούχους στην αρχή του 2018

Δείκτης αποτελέσματος:-

7.2.7. Έκθεση απολογισμού δράσεων δημοσιότητας για το έτος 2016

Η ΕΥΔ ΕΠ ΑΝΑΔΕΔΒΜ το 2017 υλοποίησε ενέργειες επικοινωνίας για την ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας του ΕΠ και της διαφάνειας εστιάζοντας και στις δυνατότητες χορήγησης των πόρων. Ειδικότερα οι βασικοί πυλώνες επικοινωνίας της ΕΥΔ και η πρόοδος υλοποίησης κατά το 2017 είναι:

1. Ενέργειες πληροφόρησης

Είδος ενέργειας: Ιστοσελίδα Σημ: Η δημιουργία του νέου ενιαίου διαδικτυακού τόπου έχει καθυστερήσει για τεχνικούς λόγους και αναμένεται να ξεκινήσει εντός του έτους 2017

Τοποθεσία & Χρόνος : 2016

Περιγραφή: Διατήρηση της ενημέρωσης από τους υπάρχοντες ιστοτόπους των ΕΠ ΑΝΑΔ & ΕΔΒΜ, (δηλ: www.epanad.gov.gr & www.edulll.gr)

Επικοινωνιακός Στόχος: Ενίσχυση της διαφάνειας, διευκόλυνση πρόσβασης στην πληροφόρηση, προβολή του προγράμματος και των ευκαιριών που προσφέρει, πλήρης και έγκυρη πληροφόρηση

Κοινό-στόχος: Δυνητικοί δικαιούχοι/Δικαιούχοι/Ωφελούμενοι/Ευρύ κοινό/Εμπλεκόμενοι Φορείς/Πολλαπλασιαστές/Επιτροπή Παρακολούθησης/ ΜΜΕ

Δείκτης Υλοποίησης: Αριθμός web-sites που επικαιροποιείται η πληροφόρηση 2 web-sites (www.edulll.gr & www.epanad.gov.gr)

Δείκτης αποτελέσματος: Επισκέψεις (κατά Μ.Ο. μηνιαίως) www.edulll.gr 36.642 www.epanad.gov.gr 3.016 Μοναδικοί επισκ.: www.edulll.gr 157.649 www.epanad.gov.gr 24.814 Σελιδοπροβολές www.edulll.gr 5.342.314 www.epanad.gov.gr 108.849

Είδος ενέργειας: Γραφείο Πληροφόρησης

Τοποθεσία & Χρόνος : ΑΘΗΝΑ/2016

Περιγραφή: Λειτουργεί εργάσιμες μέρες από 9.00 έως 17.00. Στέλεχος της Υπηρεσίας είναι επιφορτισμένο παράλληλα με άλλες αρμοδιότητες και με την παροχή πληροφόρησης (τηλεφωνικής και ηλεκτρονικής)

Επικοινωνιακός Στόχος: Ηλεκτρονική & τηλεφωνική ενημέρωση των ενδιαφερόμενων για τις προκηρύξεις,

τις διαδικασίες υποβολής προτάσεων, την επιλεξιμότητα, επικοινωνία με πολλαπλασιαστές πληροφόρησης και ενδιάμεσους φορείς

Κοινό-στόχος: Δυνητικοί δικαιούχοι, δικαιούχοι, Πολλαπλασιαστές Πληροφόρησης. Ευρύ κοινό.

Δείκτης Υλοποίησης: Αριθμός Γραφείων (Φυσικών & Διαδικτυακών) 1

Δείκτης αποτελέσματος: Ερωτήματα (κατά Μ.Ο. μηνιαίως) 100

Σύνολο ενεργειών πληροφόρησης: 2

2. Άλλες ενέργειες

Είδος ενέργειας: Κινηματογραφικά αφιερώματα

Τοποθεσία & Χρόνος : ΟΛΗ Η ΕΛΛΑΔΑ/2016

Περιγραφή: Δημιουργία κινηματογραφικών αφιερωμάτων σε φεστιβάλ κινηματογράφου, ντοκιμαντέρ & animation, που άπτονται των συγχρηματοδοτούμενων θεματικών ενότητων του Ε.Π.

Επικοινωνιακός Στόχος: Η ευαισθητοποίηση του ευρέως κοινού για τις θεματικές που συγχρηματοδοτεί το Ε.Π. ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ 2014-2020 και η ενημέρωση των δυνητικών δικαιούχων σχετικά με τις ευκαιρίες χρηματοδότησης στο πλαίσιο του ΕΠ

Κοινό-στόχος: Δυνητικοί δικαιούχοι/Δικαιούχοι/Ωφελούμενοι/Ευρύ κοινό/Πολλαπλασιαστές/ΜΜΕ

Δείκτης Υλοποίησης: Αριθμός κινηματογραφικών αφιερωμάτων: 9

Δείκτης αποτελέσματος: 46.800 θεατές συμμετείχαν συνολικά στα 9 αφιερώματα, με 1.048 προβολές τηλεοπτικών σποτ που αναφέρονταν στις θεματικές των αφιερωμάτων και τη συγχρηματοδότηση του ΕΠ, 167 καταχωρήσεις στον τύπο και 64.305 επισκέψεις στις ιστοσελίδες των φεστιβάλ και στα κοινωνικά δίκτυα

Είδος ενέργειας: Σεμινάρια/Ενημερωτικές Συναντήσεις/ Συναντήσεις εργασίας

Τοποθεσία & Χρόνος : ΕΥΔ/ 2016

Περιγραφή: Συναντήσεις εργασίας στελεχών της ΕΥΔ ΕΠ ΑΝΑΔ_ΕΔΒΜ για την υλοποίηση και παρακολούθηση πράξεων του ΕΠ ΑΝΑΔ_ΕΔΒΜ

Επικοινωνιακός Στόχος: Στόχος των συναντήσεων είναι η ενημέρωση των στελεχών της ΕΥΔ σχετικά με τα νέα δεδομένα στην υλοποίηση και παρακολούθηση πράξεων καθώς και ενημέρωση για το νέο Σύστημα Διαχείρισης και Ελέγχου, τα λοιπά πληροφοριακά συστήματα & γενικά θέματα πληροφόρησης και επικοινωνίας

Κοινό-στόχος: Στελέχη της ΕΥΔ ΕΠ ΑΝΑΔ ΕΔΒΜ

Δείκτης Υλοποίησης: Αριθμός εκδηλώσεων: 3

Δείκτης αποτελέσματος: Αριθμός συμμετεχόντων: 27

Είδος ενέργειας: Σεμινάρια/Ενημερωτικές Συναντήσεις/ Συναντήσεις εργασίας

Τοποθεσία & Χρόνος : ΕΥΔ/2016

Περιγραφή: Συναντήσεις εργασίας με δικαιούχους στα γραφεία τόσο της ΕΥΔ ΕΠ ΑΝΑΔ_ΕΔΒΜ όσο και άλλων φορέων ανά την Ελλάδα για την υποστήριξη της υλοποίησης & παρακολούθησης πράξεων του ΕΠ ΑΝΑΔ_ΕΔΒΜ

Επικοινωνιακός Στόχος: 1. Η ενημέρωση των δυνητικών δικαιούχων σχετικά με τις ευκαιρίες χρηματοδότησης στο πλαίσιο του ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ 2014-2020. Η δημιουργία και λειτουργία ενός δικτύου υπευθύνων ενημέρωσης και επικοινωνίας των δικαιούχων 3. Η δημιουργία και λειτουργία ενός δικτύου πολλαπλασιαστών πληροφόρησης

Κοινό-στόχος: Δικαιούχοι

Δείκτης Υλοποίησης: Αριθμός συναντήσεων: 3

Δείκτης αποτελέσματος: Αριθμός συμμετεχόντων:10

Είδος ενέργειας: Social Media

Τοποθεσία & Χρόνος : 2016

Περιγραφή: Διάχυση ενημέρωσης-έγκυρης και έγκαιρης- με αποτελεσματική υιοθέτηση των νέων τεχνολογιών (social media), εκσυγχρονισμός της προβολής & επικοινωνίας του Ε.Π., προσέγγιση κοινού-στόχος μέσα από σύγχρονα εναλλακτικά κανάλια ενημέρωσης

Επικοινωνιακός Στόχος: 1. Η ενημέρωση των δυνητικών δικαιούχων σχετικά με τις ευκαιρίες χρηματοδότησης στο πλαίσιο του ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ 2014-2020. 2. Η δημοσιοποίηση στους πολίτες της Ένωσης του ρόλου και των επιτευγμάτων της πολιτικής για τη Συνοχή και των Ταμείων μέσω της υλοποίησης του ΕΠ ΑΝΑΔ_ΕΔΒΜ 2014-2020 και του ΕΣΠΑ γενικότερα

Κοινό-στόχος: Δυνητικοί δικαιούχοι, δικαιούχοι ,Πολλαπλασιαστές Πληροφόρησης. Ευρύ κοινό.

Δείκτης Υλοποίησης: Αριθμός κοινωνικών δικτύων: 3

Δείκτης αποτελέσματος: 1.Αριθμός ακολούθων Fb 16.002 Fb «Για την Εργασία» 2.290 Tw 1.466 In 221 2. Απήχηση αναρτήσεων Fb 451.791 3. Αριθμός Αναδράσεων/Σχολίων Fb 11.481

Σύνολο άλλων ενεργειών: 18

3. Παραγωγές

Είδος ενέργειας: Παραγωγή εντύπων

Τοποθεσία & Χρόνος : 4/2016 & 9/2016

Περιγραφή: Παραγωγή εντύπων για τις ανάγκες συμμετοχής στη «Νεολαία σε Κίνηση» και στα κινηματογραφικά αφιερώματα των φεστιβάλ προβάλλοντας συνοπτικά ομάδες δράσεων των επενδυτικών προτεραιοτήτων του ΕΠ

Επικοινωνιακός Στόχος: 1. Η ενημέρωση των δυνητικών δικαιούχων σχετικά με τις ευκαιρίες χρηματοδότησης στο πλαίσιο του ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ 2014-2020.

2. Η δημοσιοποίηση στους πολίτες της Ένωσης του ρόλου και των επιτευγμάτων της πολιτικής για τη Συνοχή και των Ταμείων μέσω της υλοποίησης του ΕΠ ΑΝΑΔ_ΕΔΒΜ 2014-2020 και του ΕΣΠΑ γενικότερα.

Κοινό-στόχος: Ευρύ κοινό/Πολλαπλασιαστές/Δυνητικοί Ωφελούμενοι

Δείκτης Υλοποίησης: Αριθμός εντύπων: 2 εντύπα με 14.0000 αντίτυπα

Δείκτης αποτελέσματος: Διάθεση εντύπου: 12.000

Σύνολο παραγωγών: 2

4. Ενέργειες Π&Ε όπως ορίζονται στο Παράρτημα XII, παρ.2 του καν. 1303/2013

Είδος ενέργειας: Διοργάνωση ετήσιας ενημερωτικής δραστηριότητας

Τοποθεσία & Χρόνος : ΣΕ ΟΛΗ ΤΗΝ ΕΠΙΚΡΑΤΕΙΑ ΜΕΣΩ SOCIAL MEDIA/ Γ' τρίμηνο 2016 (22-31.12.2016)

Περιγραφή: Ανάρτηση (pin to top) προβάλλοντας συνοπτικά ομάδες δράσεων των επενδυτικών προτεραιοτήτων του ΕΠ

Επικοινωνιακός Στόχος: 1. Η ενημέρωση των δυνητικών δικαιούχων σχετικά με τις ευκαιρίες χρηματοδότησης στο πλαίσιο του ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ 2014-2020

2. Η δημοσιοποίηση στους πολίτες της Ένωσης του ρόλου και των επιτευγμάτων της πολιτικής για τη Συνοχή και των Ταμείων μέσω της υλοποίησης του ΕΠ ΑΝΑΔ_ΕΔΒΜ 2014-2020 και του ΕΣΠΑ γενικότερα

Κοινό-στόχος: Ευρύ κοινό/Πολλαπλασιαστές/Ωφελοούμενοι

Δείκτης Υλοποίησης: Αριθμός μηνυμάτων Fb 2

Δείκτης αποτελέσματος: 1.Αριθμός "ακολουθών" στους οποίους διαχέονται τα μηνύματα Fb 16.002 2. Απήχηση των μηνυμάτων Fb 21.100 3. Αριθμός διαδράσεων/Σχολίων Fb 180

Είδος ενέργειας: Διοργάνωση ετήσιας ενημερωτικής δραστηριότητας

Τοποθεσία & Χρόνος : Κατερίνη (15-16.4.16) & Χανιά (13-14.5.16)

Περιγραφή: Συμμετοχή στην εκστρατεία «Νεολαία σε Κίνηση» που διοργάνωσε η Αντιπροσωπεία της Ε.Ε. στην Ελλάδα

Επικοινωνιακός Στόχος: 1. Η ενημέρωση των δυνητικών δικαιούχων σχετικά με τις ευκαιρίες χρηματοδότησης στο πλαίσιο του ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ 2014-2020.

2. Η δημοσιοποίηση στους πολίτες της Ένωσης του ρόλου και των επιτευγμάτων της πολιτικής για τη Συνοχή και των Ταμείων μέσω της υλοποίησης του ΕΠ ΑΝΑΔ_ΕΔΒΜ 2014-2020 και του ΕΣΠΑ γενικότερα

Κοινό-στόχος: Ευρύ κοινό

Δείκτης Υλοποίησης: Αριθμός εκδηλώσεων: 2

Δείκτης αποτελέσματος: Αριθμός συμμετεχόντων: 2000 περίπου

Είδος ενέργειας: Ηλεκτρονική δημοσίευση του Καταλόγου Πράξεων στην ενιαία διαδικτυακή πύλη www.espa.gr

Τοποθεσία & Χρόνος : 2016

Περιγραφή: Στους ήδη υπάρχοντες ιστοτόπους www.edulll.gr & www.epanad.gov.gr της ΕΥΔ καθώς και στην πύλη του ΕΣΠΑ (www.espa.gr)

Επικοινωνιακός Στόχος: 1. Η ενημέρωση των δυνητικών δικαιούχων σχετικά με τις ευκαιρίες χρηματοδότησης στο πλαίσιο του ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ 2014-2020.

2. Η δημοσιοποίηση στους πολίτες της Ένωσης του ρόλου και των επιτευγμάτων της πολιτικής για τη Συνοχή και των Ταμείων μέσω της υλοποίησης του ΕΠ ΑΝΑΔ_ΕΔΒΜ 2014-2020 και του ΕΣΠΑ γενικότερα

Κοινό-στόχος: Ευρύ κοινό

Δείκτης Υλοποίησης: ΝΑΙ

Δείκτης αποτελέσματος:

Είδος ενέργειας: Παρουσίαση παραδειγμάτων πράξεων στην ενιαία διαδικτυακή πύλη ή στον διαδικτυακό τόπο του Ε.Π.

Τοποθεσία & Χρόνος : 2016

Περιγραφή: Διαρκής επικαιροποίηση στοιχείων προόδου υλοποίησης του ΕΠ ΑΝΑΔ_ΕΔΒΜ στα sites & blog των ΕΥΔ και τακτική επικαιροποίηση στοιχείων πράξεων στο www.espa.gr & στο www.anartyxi.gov.gr

Επικοινωνιακός Στόχος: . Η δημοσιοποίηση στους πολίτες της Ένωσης του ρόλου και των επιτευγμάτων της πολιτικής για τη Συνοχή και των Ταμείων μέσω της υλοποίησης του ΕΠ ΑΝΑΔ_ΕΔΒΜ 2014-2020 και του ΕΣΠΑ γενικότερα

Κοινό-στόχος: Ευρύ κοινό

Δείκτης Υλοποίησης: Αριθμός παραδειγμάτων 0 Σημ: θα αναρτηθούν μόλις υπάρξουν τα πρώτα αποτελέσματα υλοποίησης -

Δείκτης αποτελέσματος: -

Σύνολο ενεργειών 5

7.3. Προγραμματιζόμενες δράσεις Πληροφόρησης & Επικοινωνίας για το έτος 2023

Προγραμματιζόμενες δράσεις για το έτος 2023 υπήρξαν οι ακόλουθες:

- 1. Εκδηλώσεις:** Προγραμματίζεται να γίνουν εκδηλώσεις διαδικτυακά ή/και δια ζώσης:
 - Για την ενημέρωση των δράσεων του ΕΠ «Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού, Εκπαίδευση και Διά Βίου Μάθηση 2014-2020» για το ευρύ κοινό και τις στοχευμένες επωφελούμενες ομάδες, όπως προκύπτει από το γενικό στόχο επικοινωνίας του Κανονισμού 1303/2013 της ΕΕ (αρ. 115)
 - Για την έναρξη του Νέου Προγράμματος «Ανθρώπινο Δυναμικό και Κοινωνική Συνοχή 2021-2027» βάσει των οδηγιών που θα δοθούν από την ΕΥΣΣΑ.
- 2. Προωθητικό υλικό:** Για τις ανάγκες όλων των παραπάνω εκδηλώσεων προγραμματίζεται να δημιουργηθούν και να παραχθούν ηλεκτρονικά ή/και έντυπα προωθητικά τεύχη που να περιγράφουν τους στόχους του κάθε Προγράμματος και να περιλαμβάνουν τις κατηγορίες παρεμβάσεων και την πορεία υλοποίησής τους καθώς και προωθητικό υλικό ανάλογα με τις ανάγκες κάθε εκδήλωσης.

Οι δράσεις Πληροφόρησης και Επικοινωνίας που προγραμματίζονται να πραγματοποιηθούν στο έτος 2023, παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα:

α/α	Προγραμματιζόμενες δράσεις	Ενδεικτικός Προϋπολογισμός (σε ευρώ) (συμπεριλαμβανομένου ΦΠΑ)
1	Εκδηλώσεις Εκδηλώσεις προώθησης των αποτελεσμάτων των δράσεων του Επιχειρησιακού Προγράμματος, προβολή και ευαισθητοποίηση του κοινού αναφορικά με τα θεματικά πεδία παρέμβασης του ΕΠ (διαδικτυακά ή/και δια ζώσης ανάλογα με τις επιδημιολογικές συνθήκες που θα διαμορφωθούν λόγω του COVID-19)	50.000,00
2	Προωθητικό Υλικό Δημιουργία υλικών για την προώθηση των Προγραμμάτων «Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού, Εκπαίδευση και Διά Βίου Μάθηση 2014-2020» και «Ανθρώπινο Δυναμικό και Κοινωνική Συνοχή 2021-2027»	30.000,00
	Σύνολο	80.000,00

8. Παρουσίαση της αξιολογικής έρευνας

8.1. Μεθοδολογία

Τα βασικά μεθοδολογικά εργαλεία που χρησιμοποιήθηκαν για την υλοποίηση του έργου είναι αποτέλεσμα της εμπειρίας του Συμβούλου και έχουν αναπτυχθεί – αξιοποιηθεί για την υλοποίηση αντίστοιχων έργων στο πλαίσιο του ΕΣΠΑ 2007-2013 και του ΕΣΠΑ 2014-2020.

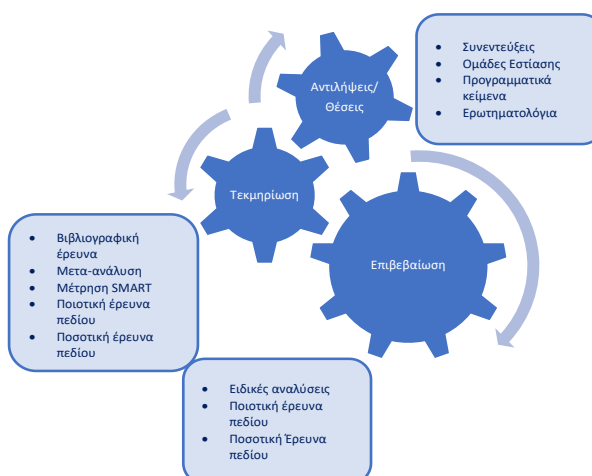
Οι τεχνικές-μέσα, τα εργαλεία και το υλικό που θα χρησιμοποιηθούν στο έργο του Συμβούλου Αξιολόγησης παρουσιάζονται στην 'εργαλειοθήκη' που ακολουθεί:

Εργαλεία συλλογής και επεξεργασίας δεδομένων	<ul style="list-style-type: none">• Ποιοτική έρευνα πεδίου με συνεντεύξεις• Ποιοτική έρευνα πεδίου με Ομάδες Εστίασης• Ετήσιες εκθέσεις υλοποίησης του ΕΠ• Υλικό τεκμηρίωσης από δράσεις δημοσιότητας που υλοποίησε το Πρόγραμμα και οι δικαιούχοι• Ποσοτική έρευνα πεδίου με δομημένα ερωτηματολόγια
Εργαλεία ανάλυσης	<ul style="list-style-type: none">• Δευτερογενής ανάλυση• Ανάλυση SWOT• Πολυκριτηριακή ανάλυση• Στατιστική ανάλυση
Εργαλεία γνώσης	<ul style="list-style-type: none">• Κείμενα αναφοράς-αποτίμηση των δράσεων / Εκθέσεις αναφορών/Παραδοτέα Συμβούλου Δημοσιότητας

Σε αυτή τη φάση του έργου («Τελική Έκθεση Αξιολόγησης»), δόθηκε έμφαση στην αξιολόγηση των διαδικασιών σχεδιασμού και υλοποίησης των δράσεων δημοσιότητας του ΕΠ ΑΝΑΔΕΔΒΜ, στην **αξιολόγηση της συνάφειας και καταλληλότητας, των αποτελεσμάτων, της αποδοτικότητας και της προστιθέμενης αξίας των δράσεων** και στη διατύπωση εισηγήσεων και προτάσεων.

Η συλλογή και αξιοποίηση έγκυρων δεδομένων αποτελεί κεντρικό ζητούμενο για τη διασφάλιση της εγκυρότητας των αποτελεσμάτων της αξιολόγησης. Η αξιοποίηση διαφορετικών πηγών πληροφόρησης οδηγεί στην προσέγγιση εναλλακτικών πλευρών των υπό παρακολούθηση θεμάτων, απαραίτητη προϋπόθεση για την κοινωνική διαβούλευση και τη ζητούμενη σύνθεση θέσεων και απόψεων («τριγωνισμός»).

Στο πλαίσιο του Έργου αξιοποιήθηκαν οι μέθοδοι συλλογής στοιχείων που αναφέρονται παρακάτω. Ο Σύμβουλος διέξαγε ανάλυση δευτερογενών στοιχείων βασισμένη σε βιβλιογραφική έρευνα πηγών, καθώς και έρευνα πεδίου: ποιοτική έρευνα μέσω ημι-δομημένων συνεντεύξεων και ομάδων εστίασης και ποσοτική έρευνα πεδίου με δομημένα ερωτηματολόγια. Τα δεδομένα που συλλέχθηκαν επεξεργάστηκαν και αναλύθηκαν, τροφοδοτώντας την παρούσα έκθεση παρουσίασης των ευρημάτων.



Σημειώνεται ότι στην παρούσα έκθεση δεν επιχειρείται η αξιολόγηση, αλλά η αποτύπωση των ευρημάτων της ποιοτικής έρευνας.

Ειδικότερα, σχετικά με τα εργαλεία που αξιοποιήθηκαν, αναλύονται τα ακόλουθα:

Έρευνα Γραφείου: άντληση δευτερογενών στοιχείων: Ο Σύμβουλος αξιοποίησε δευτερεύουσες πηγές δεδομένων για την άντληση πληροφοριών που παρέχουν στοιχεία για την αξιολόγηση. Οι διαφορετικές κατηγορίες πηγών συμπεριλαμβάνουν:

- ΤΔΠ για έργα που έχουν ενταχθεί, Δελτίο Επίτευξης Δεικτών
- ΣΔΕ-Σύστημα διαχείρισης, παρακολούθησης και συντονισμού των έργων και Πράξεων
- ετήσιες εκθέσεις υλοποίησης (ΕΕΥ), άλλες μελέτες και έγγραφα
- στοιχεία που προκύπτουν από δευτερογενή ανάλυση και έρευνα/έρευνα γραφείου/διαγνωστική ανάλυση

Έρευνα Πεδίου: άντληση πρωτογενών στοιχείων: Ο Σύμβουλος απεύθυνε την έρευνα:

- σε στελέχη της Ειδικής Υπηρεσίας Διαχείρισης (ΕΥΔ) του Επιχειρησιακού Προγράμματος “Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού, Εκπαίδευση και Διά Βίου Μάθηση, αρμόδια για το σχεδιασμό και παρακολούθηση των δράσεων επικοινωνίας και δημοσιότητας
- σε στελέχη της ΕΥΣΕΚΤ, αρμόδια για το σχεδιασμό και παρακολούθηση των δράσεων επικοινωνίας και δημοσιότητας
- σε στελέχη των Επιτελικών Δομών ΕΣΠΑ του Υπουργείου Εργασίας και Κοινωνικών Υποθέσεων και του Υπουργείου Παιδείας και Θρησκευμάτων, αρμόδια για θέματα υλοποίησης δράσεων δημοσιότητας
- σε στελέχη της Δ.ΥΠ.Α και του ΙΝΕΔΙΒΙΜ, αρμόδια για την υλοποίηση, ως δικαιούχοι, δράσεων δημοσιότητας
- στο Σύμβουλο Δημοσιότητας του Προγράμματος
- σε ωφελούμενους
- στο Γενικό Κοινό.

8.2. Περιορισμοί που προέκυψαν κατά τη διενέργεια της έρευνας

Οι βασικοί περιορισμοί που προέκυψαν κατά τη διενέργεια της ποιοτικής έρευνας ανά ομάδα-στόχο ήταν οι εξής:

- **Ημι-δομημένες συνεντεύξεις με στελέχη της ΕΥΔ ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ:** δεν παρουσιάστηκε κανένας περιορισμός
- **Ημι-δομημένες συνεντεύξεις με στελέχη των δικαιούχων δράσεων δημοσιότητας και επικοινωνίας:** δεν παρουσιάστηκε κανένας περιορισμός
- **Ομάδα Εστίασης με στελέχη της ΕΥΔ ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ:** δεν παρουσιάστηκε κανένας περιορισμός
- **Ομάδα Εστίασης με στελέχη των δικαιούχων δράσεων δημοσιότητας και επικοινωνίας :** δεν παρουσιάστηκε κανένας περιορισμός
- **Ομάδα Εστίασης με ωφελούμενους των δράσεων δημοσιότητας και επικοινωνίας:** ο Σύμβουλος θεωρεί ότι η ανταπόκριση των ωφελούμενων στην πρόσκληση συμμετοχής στην Ομάδα Εστίασης ήταν περιορισμένη, καθώς λίγοι συμμετείχαν τελικά στην ποιοτική έρευνα. Πιο συγκεκριμένα, στην ομάδα εστίασης των ωφελούμενων, προσήλθαν 3 άτομα από τα 5 που είχαν δηλώσει συμμετοχή, ενώ είχαν προσκληθεί συνολικά 24 άτομα.

Διορθωτική κίνηση → Η προσέγγιση των ωφελούμενων στην ποσοτική έρευνα ήταν επιτυχής καθώς ο στόχος του δείγματος των 385 απαντημένων ερωτηματολογίων επετεύχθη. Συνεπώς τα ευρήματα που

προέκυψαν από την Ομάδα Εστίασης διασταρώθηκαν με τα δεδομένα που προέκυψαν από τις απαντήσεις των ερωτηματολογίων.

Επίσης, διαπιστώθηκε δυσπιστία ως προς το θέμα των προσωπικών δεδομένων, καθώς υπάρχει ιδιαίτερη ευαισθησία σχετικά με την παροχή στοιχείων επικοινωνίας των ωφελούμενων στον Σύμβουλο Αξιολόγησης. Αυτή την εύλογη ανησυχία αντιμετωπίστηκε με την παροχή επιπλέον επεξήγησης σχετικά με την νομιμότητα της διαδικασίας και την ανάγκη πρόσβασης στα στοιχεία εκ μέρους του Υπουργείου αλλά και εκ μέρους του Συμβούλου.

Όσον αφορά στη διενέργεια της ποσοτικής έρευνας, δεν προέκυψαν περιορισμοί που να αφορούν την πρόσβαση σε ωφελούμενους και γενικό κοινό. Σε κάθε μία από αυτές η επιλογή του δείγματος, η προσέγγιση του και ο βαθμός ανταπόκρισης του ήταν ικανοποιητικός.

Η αναφορά στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα, τα λογότυπα της Ευρωπαϊκής Ένωσης και του ΕΣΠΑ, σε συνδυασμό με το ότι η πρόσκληση γίνονταν από το Γραφείο Έρευνας Αγοράς MRB HELLAS S.A. βοήθησε στο να ξεπεραστούν τα όποια φαινόμενα δυσπιστίας ως προς το θέμα των προσωπικών δεδομένων.

Η ξεκάθαρη δομή των ερωτηματολογίων, η απλότητα τους και προσεκτική και σαφής διατύπωση των ερωτημάτων βοήθησε στην απρόσκοπτη συμπλήρωσή τους.

Σε ότι αφορά στο ερωτηματολόγιο των Δικαιούχων από τους 9 Φορείς που προσκλήθηκαν συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο οι 6, περίπου 67%.

Ένας Φορέας αντιμετώπισε τεχνικό πρόβλημα στη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου (λόγω του λογισμικού τείχους προστασίας του Φορέα). Ο Σύμβουλος επικοινωνήσε μαζί του για την επίλυση του προβλήματος αλλά ο υπεύθυνος δε μπορούσε να διαθέσει τον απαραίτητο χρόνο.

9. Κύρια ευρήματα της έρευνας ανά αξιολογικό ερώτημα

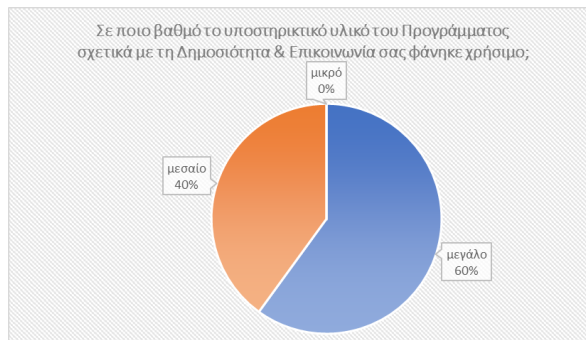
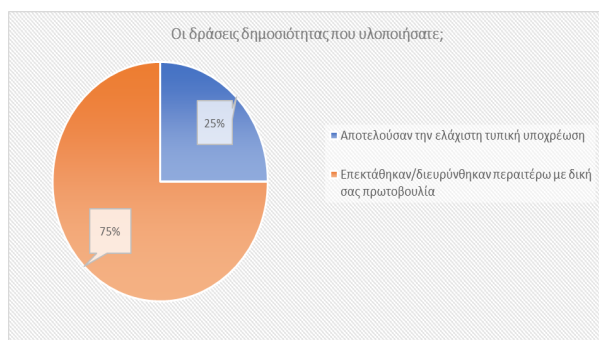
9.1. Συνάφεια δράσεων και καταλληλότητα μέσω

Οι δράσεις δημοσιότητας και επικοινωνίας που σχεδιάστηκαν για χρηματοδότηση από το ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ, εξειδικεύθηκαν σε συνάφεια με⁴:

- α. τη Στρατηγική Επικοινωνίας του ΕΠ
- β. τον Επικοινωνιακό Οδηγό ΕΣΠΑ 2014-2020

Οι έννοιες της δημοσιότητας και της επικοινωνίας των δράσεων αξίζει να προσεγγιστούν διακριτά ανά κατηγορία φορέα.

Δικαιούχοι-Σήμανση και προβολή των δράσεων που υλοποιούν: Σε ό,τι αφορά τη δημοσιότητα, φαίνεται να υπήρξε συμμόρφωση από τη μεριά των δικαιούχων ως προς τις κανονιστικές υποχρεώσεις τους και το υποστηρικτικό-βοηθητικό υλικό⁵ που τους διανεμήθηκε σχετικά με οπτικές ταυτότητες, εμβλήματα και δείγματα εγγράφων. Επιπλέον, το 75% των δικαιούχων φαίνεται ότι προχώρησε στην υλοποίηση περαιτέρω δράσεων δημοσιότητας με δική τους πρωτοβουλία ενώ, κατά τη διενέργεια της έρευνας, το 60% απάντησε ότι το υποστηρικτικό υλικό του ΕΠ σχετικά με τη Δημοσιότητα και την Επικοινωνία τους φάνηκε χρήσιμο.



Ένα ζήτημα σε επίπεδο σχεδιασμού, που προέκυψε από τις συζητήσεις με τα στελέχη των δικαιούχων των δράσεων δημοσιότητας⁶ ήταν η απουσία Συμβούλων Δημοσιότητας σε ορισμένες δράσεις καθώς δεν υπήρχε σχετική πρόβλεψη για όλες τις Πράξεις. Ακόμα και οι Πράξεις που συμβασιοποίησαν Σύμβουλους Δημοσιότητας, το έκαναν με χρονική καθυστέρηση λόγω της αδυναμίας πρόβλεψης στο χρονοδιάγραμμα των πιθανών καθυστερήσεων που προκύπτουν κατά τη διάρκεια των διαγωνισμών (προσυμβατικοί έλεγχοι, ενστάσεις) με αποτέλεσμα ο ρόλος του να περιοριστεί σε διαδικαστικό επίπεδο και όχι στο σχεδιασμό των δράσεων.

ΕΥΔ ΕΠ ΑΝΑΔΕΔΒΜ-Προβολή του ΕΠ: Σύμφωνα με την ΕΥΔ ΕΠ ΑΝΑΔΕΔΒΜ⁷, η Στρατηγική Επικοινωνίας στήθηκε στην αρχή του ΕΠ όταν ακόμα δεν υπήρχε πλήρης εικόνα και αντίληψη των αναγκών, χωρίς στη συνέχεια να αναθεωρηθεί ή να εξειδικευθεί περαιτέρω. Με την επικοινωνία και τη δημοσιότητα να είναι άρρηκτα συνδεδεμένες με την πολιτική άποψη, παρατηρούνται διαφοροποιήσεις κατά τη διάρκεια της περιόδου 2014-2020 και ασυνέχεια τόσο στις προτεραιότητες προβολής όσο και σε διαδικασίες σταθερού σχεδιασμού λόγω των αλλαγών ηγεσίας αλλά και των εσωτερικών αλλαγών στην εκάστοτε Υπηρεσία-δικαιούχο δράσης επικοινωνίας.

Οι σχεδιαζόμενες δράσεις του ΕΠ, παρότι περιορισμένες, φαίνεται να ανταποκρίνονται στις ανάγκες προβολής του Προγράμματος και της συμβολής της Ε.Ε. και η στόχευση των τελευταίων χαρακτηρίζεται ως επαρκής⁸. Ο σχεδιασμός των δράσεων δημοσιότητας από πλευράς της ΕΥΔ επικεντρώθηκε κατά κύριο λόγο στα φεστιβάλ, τα οποία ήταν ήδη αναγνωρισμένοι θεσμοί (βλ. Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Αθήνας Νύχτες Πρεμιέρας)

⁴ ΣΥΝΝΕΤΕΥΞΕΙΣ ΣΤΕΛΕΧΩΝ ΕΥΔ ΕΠ ΑΝΑΔΕΔΒΜ, 22/06/2023

⁵ <https://empedu.gov.gr/pliroforisi-epikoinonia/ypostirikiko-voithitiko-yliko/>

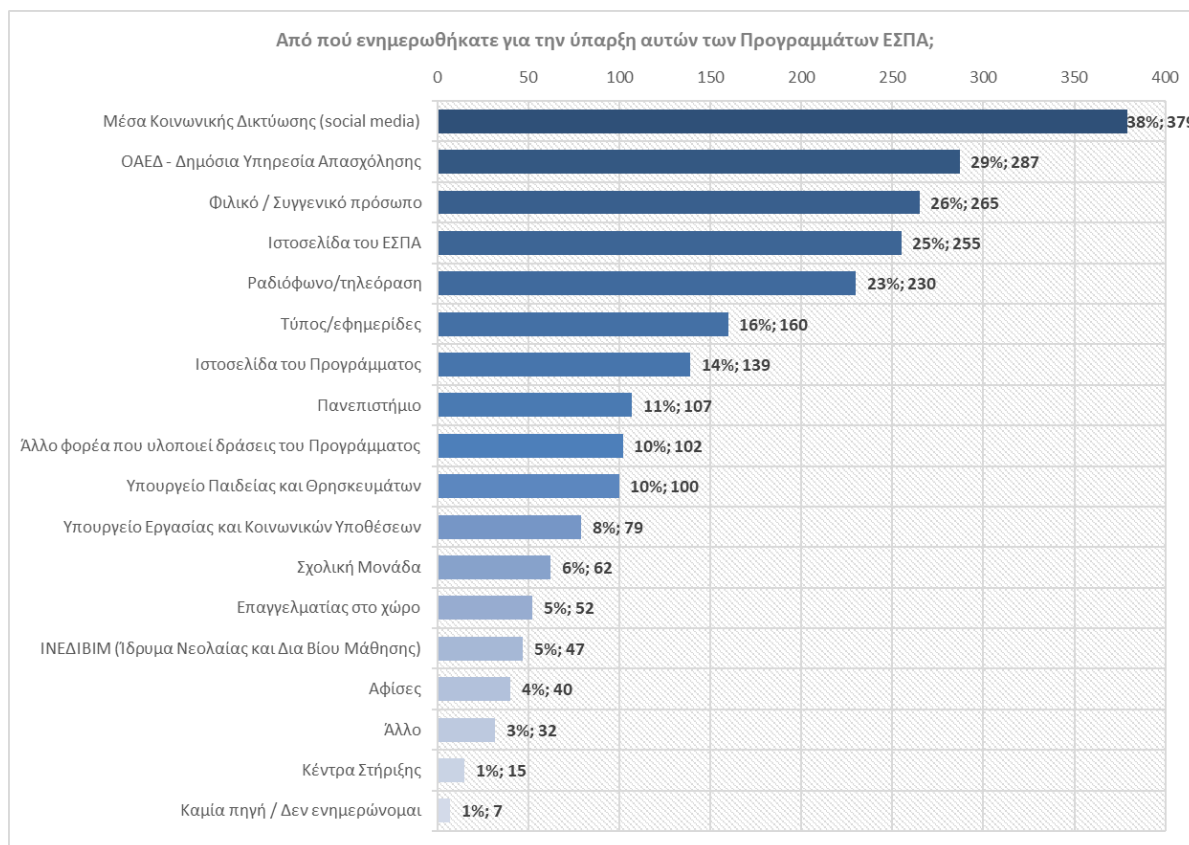
⁶ ΣΥΝΝΕΤΕΥΞΕΙΣ ΣΤΕΛΕΧΩΝ ΔΙΚΑΙΟΥΧΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ, 22/06/2023, 28/06/2023, 29/06/2023, 03/07/2023

⁷ ΣΥΝΝΕΤΕΥΞΕΙΣ ΣΤΕΛΕΧΩΝ ΕΥΔ ΕΠ ΑΝΑΔΕΔΒΜ, 22/06/2023

⁸ ΣΥΝΝΕΤΕΥΞΕΙΣ ΣΤΕΛΕΧΩΝ ΔΙΚΑΙΟΥΧΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ, 22/06/2023, 28/06/2023, 29/06/2023, 03/07/2023

όπου εισήλθε εμβόλιμη μια θεματική σχετικά με τους νέους, τις γυναίκες, την εκπαίδευση κ.α. Τα αφιερώματα ήταν δωρεάν για το κοινό ενώ υπήρχε πλήρης προσβασιμότητα για τα ΑμεΑ. Η προβολή μέσω των φεστιβάλ σταμάτησε το 2019.

Σε σχέση με την **καταλληλότητα** των μέσων πληροφόρησης, σύμφωνα με την αποτίμηση τόσο ωφελούμενων των δράσεων δημοσιότητας και συγκεκριμένα των ηλικιακά νεότερων (18-29 ετών)⁹, αλλά και του Συμβούλου Δημοσιότητας της ΕΥΔ ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ¹⁰, διαπιστώνεται ότι ως καταλληλότερα κρίνονται τα κοινωνικά δίκτυα: για τους νέους το Instagram, το Facebook, το YouTube και το LinkedIn ενώ ελκυστική δείχνει και η προώθηση πληροφόρησης για προγράμματα και δράσεις μέσω ατόμων που ωφελήθηκαν ήδη από κάποιο πρόγραμμα (ambassadors) καθώς δηλώνουν ότι τα εμπιστεύονται περισσότερο¹¹. Αντίθετα, η παραδοσιακή διαφήμιση φαίνεται να μην έχει πλέον απήχηση σε αυτή την ηλικιακή ομάδα.



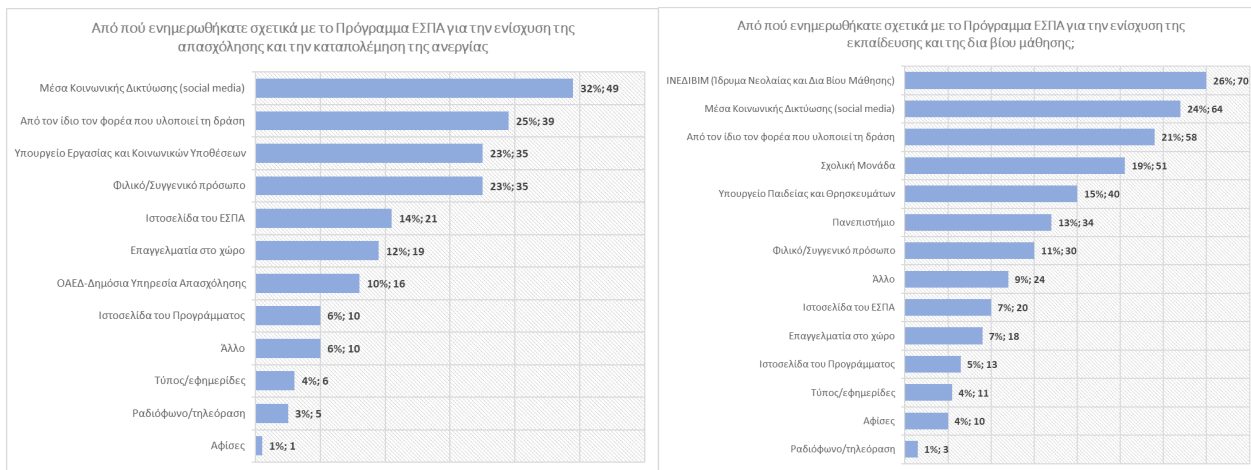
Γράφημα 1 - . Από πού ενημερωθήκατε για την ύπαρξη αυτών των Προγραμμάτων ΕΣΠΑ

Στο ίδιο πνεύμα, η έρευνα στο Γενικό Κοινό αναδεικνύει ότι το 38% αυτών που γνωρίζουν τουλάχιστον ένα από τα Προγράμματα, έχει ενημερωθεί από τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (social media), 29% από την ΔΥΠΑ-ΟΑΕΔ και το 26% από Φιλικό/Συγγενικό πρόσωπο και την ιστοσελίδα του ΕΣΠΑ (25,4%). Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι στις δύο από τις τρεις πρώτες θέσεις βρίσκονται οι «άτυποι» δίαυλοι ενημέρωσης (συγγενικό και φιλικό περιβάλλον) και οι νέοι δίαυλοι που είναι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Σε υψηλές θέσεις όμως είναι και τα κλασικά μέσα ενημέρωσης (ραδιόφωνο/τηλεόραση) καθώς και ο γνωστότερος δημόσιος οργανισμός που είναι η ΔΥΠΑ-ΟΑΕΔ. Κατά συνέπεια, η καταλληλότητα των μέσων πληροφόρησης αυτών είναι σημαντική.

⁹ ΟΜΑΔΑ ΕΣΤΙΑΣΗΣ ΩΦΕΛΟΥΜΕΝΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ, 14/07/2023

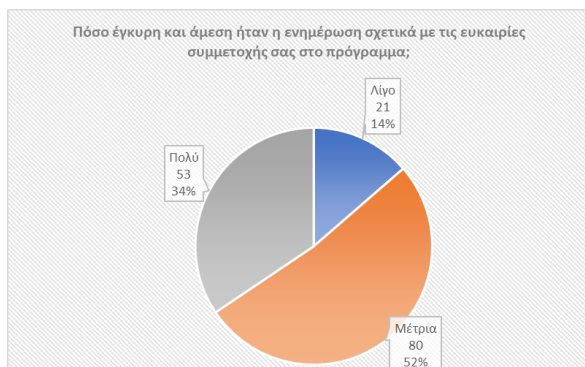
¹⁰ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΜΕ ΤΟ ΣΥΜΒΟΥΛΟ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ ΤΗΣ ΕΥΔ ΕΠΑΝΑΔΕΔΒΜ (CITRINE INFORMATION & COMMUNICATIONS TECHNOLOGY), 11/07/2023

¹¹ ΟΜΑΔΑ ΕΣΤΙΑΣΗΣ ΩΦΕΛΟΥΜΕΝΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ, 14/07/2023

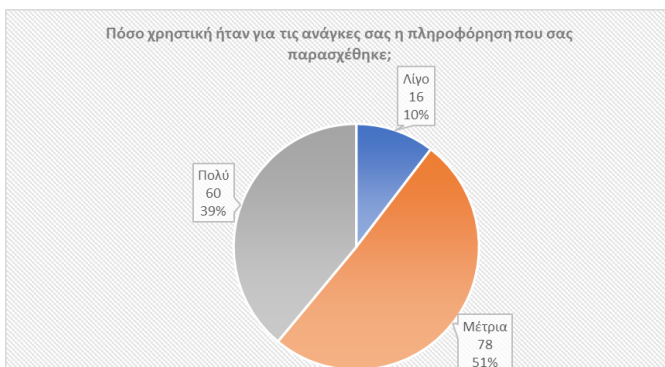


Βάσει των απαντήσεων του δείγματος των ωφελούμενων σχετικά με το **Πρόγραμμα για την ενίσχυση της Απασχόλησης και την Καταπολέμηση της Ανεργίας**, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Facebook, Twitter κλπ) αποτελούν για το 1/3 των συμμετεχόντων τα καταλληλότερα μέσα για την ενημέρωσή τους, με μεγάλη διαφορά από τη δεύτερη επιλογή. Ακολουθεί ο Φορέας υλοποίησης της δράσης και το οικείο Υπουργείο. Η ενημέρωση μέσω προσωπικής επαφής (Φιλικό/Συγγενικό πρόσωπο) κατέχει ιδιαίτερα υψηλή θέση.

Για το **Πρόγραμμα για την ενίσχυση της Εκπαίδευσης και της Δια Βίου Μάθησης**, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Facebook, Twitter κλπ) επίσης αποτελούν αποτελεσματική πηγή ενημέρωσης αλλά στην πρώτη θέση βρίσκεται το Ίδρυμα Νεολαίας και Δια Βίου Μάθησης. Στην τρίτη θέση βρίσκεται η ενημέρωση από το Φορέα υλοποίησης.



Γράφημα 2 - Έγκυρη και άμεση ενημέρωση.



Γράφημα 3 - Χρηστική πληροφόρηση.

Κατά την ποσοτική έρευνα παρατηρείται ότι σε μεγάλο βαθμό η πληροφόρηση πριν και κατά τη διάρκεια συμμετοχής των ωφελούμενων σε Δράσεις του (εκάστοτε) Προγράμματος, και για τις δύο θεματικές (απασχόληση/εκπαίδευση, δια βίου μάθηση) κρίνεται ως ικανοποιητική ως προς την εγκυρότητα, τη χρηστικότητα και την προσβασιμότητα της.

Ορισμένες δράσεις φαίνεται να παρέχουν περισσότερο ακριβείς πληροφορίες προς τους ωφελούμενους ως προς τις διαδικασίες που απαιτούν (βλ. Δράσεις επιδότησης πρακτικής άσκησης σπουδαστών και φοιτητών των Ινστιτούτων Επαγγελματικής Κατάρτισης (IEΚ), Ανωτάτων Εκπαιδευτικών Ιδρυμάτων (ΑΕΙ) και Ακαδημιών Εμπορικού Ναυτικού (ΑΕΝ)) σε αντίθεση με άλλες όπως λ.χ Σεμινάρια / μαθήματα γενικής επιμόρφωσης μέσω των Κέντρων Δια Βίου Μάθησης στα οποία οι ωφελούμενοι προσελκύονται λόγω της χρηματοδότησης, με απώτερο συχνό κίνδυνο τη δημιουργία «επαγγελματιών ωφελούμενων».

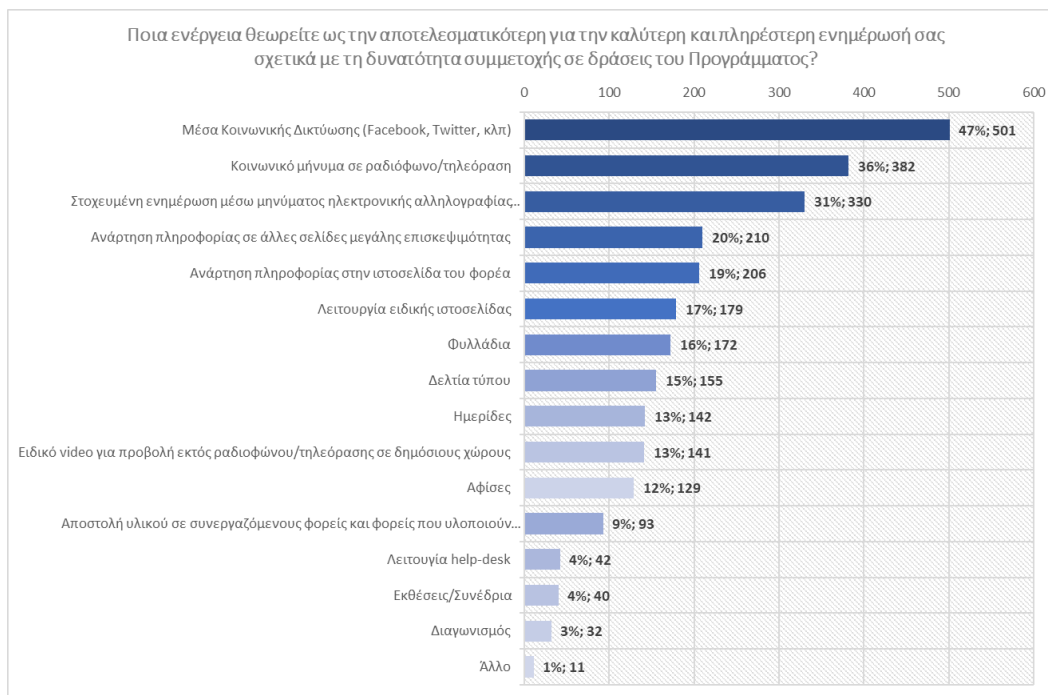
Τέλος, σημειώνεται ότι, παρά τη θετική προσέγγιση του αρχικού σχεδιασμού, με τη ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας και τον απόηχο του Covid19 και τον αλλαγών που επέφερε στις διαδικασίες, διαφαίνεται έντονα η ανάγκη ο σχεδιασμός στρατηγικής επικοινωνίας να γίνει πιο ανταγωνιστικός και ελκυστικός. Χρειάζεται δυναμικότητα και ευελιξία στη σχεδίαση δράσεων δημοσιότητας καθώς μεταβάλλεται συνεχώς η εμπιστοσύνη και η προτίμηση στους διαύλους επικοινωνίας.

9.2. Αποτελεσματικότητα υλοποίησης και Αντίκτυπος

Βάσει των εκθέσεων απολογισμού των δράσεων δημοσιότητας της **ΕΥΔ ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ**, διαφαίνεται αρχικά η υψηλή αποτελεσματικότητα των συγκεκριμένων ενεργειών δημοσιότητας στις οποίες προχώρησε η Διαχειριστική Αρχή, στο πλαίσιο προβολής των δράσεων του ΕΠ μέσω συστηματικής και στοχευμένης προσέγγισης βλ. δημιουργία ιστοχώρου από το 2018 και συνεχή επικαιροποίησή του με αποτέλεσμα έγκυρη και έγκαιρη πληροφόρηση των ενδιαφερόμενων, λειτουργία Γραφείου Πληροφόρησης (helpdesk) για ηλεκτρονική & τηλεφωνική ενημέρωση των ενδιαφερόμενων για τις προκηρύξεις, τις διαδικασίες υποβολής προτάσεων και την επικοινωνία με ενδιαφερόμενους φορείς, συμμετοχή με θεματικά αφιερώματα σε κινηματογραφικά φεστιβάλ, διάχυση της πληροφορίας και προβολή μέσω Κοινωνικών Δικτύων κ.α

Από την πλευρά των **δικαιούχων** διαφαίνεται ότι, το σύνολο των ενεργειών που επιλέχθηκαν οδήγησαν σε καταγεγραμμένα αυξημένη υποβολή αιτήσεων¹² ενδιαφερόμενων σε προγράμματα του ΕΠ αλλά και σε αυξημένη ανάγκη ενημέρωσης και πληροφόρησης του ευρέως κοινού για αυτά. Αποτελεσματική φαίνεται ότι υπήρξε και η προσέγγιση των δικαιούχων καθώς οι οδηγίες που δόθηκαν από την ΕΥΔ προς εκείνους καταγράφονται¹³ ως επαρκείς και αναλυτικές.

Η αποτελεσματικότητα των ενεργειών ενημέρωσης, ερευνήθηκε με την παράθεση στους ερωτώμενους 13 εναλλακτικών ενεργειών (εργαλείων/μέσων) που μπορούν να χρησιμοποιηθούν, για την ενημέρωση των εν δυνάμει ενδιαφερομένων για τη συμμετοχή τους στα προαναφερθέντα προγράμματα..



Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Facebook, Twitter κλπ) αποτελούν για τους μισούς περίπου από τους ερωτώμενους, τα μέσα για την ενημέρωσή τους με τη μεγαλύτερη αποτελεσματικότητα, με μεγάλη διαφορά από τη δεύτερη επιλογή (47% έναντι 36%) που είναι τα κοινωνικά μηνύματα σε ραδιόφωνο και τηλεόραση. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι η ερώτηση απευθυνόταν προσωπικά στον κάθε ερωτώμενο («...για την καλύτερη και πληρέστερη ενημέρωσή σας ...») και αυτό είναι σημαντικό διότι η αντιπροσωπευτικότητα του δείγματος και η απάντηση με βάση το πρόσωπο του καθενός (και όχι ποια είναι γενικά η γνώμη σας) προσθέτουν ιδιαίτερο βάρος στην ιεράρχηση των επιλογών που προκύπτει.

¹² Βάσει των εκθέσεων απολογισμού δράσεων δημοσιότητας της ΕΥΔ ΕΠ ΑΝΑΔΕΔΒΜ

¹³ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ ΣΤΕΛΕΧΩΝ ΔΙΚΑΙΟΥΧΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ, 22/06/2023, 28/06/2023, 29/06/2023, 03/07/2023

Επίσης, αξίζει να σημειωθεί ότι οι πρώτες έξι (από τις 15+1 ενέργειες) που θεωρούνται πιο αποτελεσματικές, είναι όλες ψηφιακές ενέργειες, παρά το ότι μεταξύ τους περιλαμβάνονται, και μάλιστα στη δεύτερη θέση, τα κοινωνικά μηνύματα σε πιο παραδοσιακά μέσα όπως το ραδιόφωνο και η τηλεόραση. Οι πιο παραδοσιακές ενέργειες όπως φυλλάδια, εκθέσεις, ημερίδες κλπ αξιολογούνται επί της ουσίας μη αποτελεσματικές με βάση τα σημερινά τεχνολογικά και κοινωνικά δεδομένα.

Η εμφάνιση του Covid19 περιόρισε δραματικά τις δράσεις επικοινωνίας του Προγράμματος, ιδιαίτερα όσες προϋπέθεταν τη δια ζώσης παρουσία όπως π.χ ημερίδες, εκθέσεις, συνέδρια. Με αυξημένη την ανάγκη επικοινωνίας λόγω της πανδημίας, η αναθεώρηση των δράσεων δημοσιότητας έγινε άμεση και στράφηκε προς την ψηφιοποίηση, με τη νέα συνθήκη να βρίσκει τους δικαιούχους αρκετά ευέλικτους στην αντίδραση (βλ. ενδεικτικά Δράση της Επιτελικής Δομής του Υπουργείου Παιδείας για την υποστήριξη της εκπαιδευτικής διαδικασίας με την παροχή ηλεκτρονικού φορητού εξοπλισμού στις σχολικές μονάδες λόγω της προσωρινής απαγόρευσης της λειτουργίας των σχολείων στο πλαίσιο περιορισμού της διασποράς του Covid19).

Παρατηρείται μια διαφοροποίηση στην ικανότητα των δικαιούχων να διαχειριστούν τις δράσεις επικοινωνίας. σε επίπεδο ενεργειών καθώς ορισμένοι δικαιούχοι, λόγω έλλειψης γνώσης των εργαλείων επικοινωνίας αλλά και έλλειψης εξειδικευμένου προσωπικού, παρέμειναν στην τυπική κανονιστική συμμόρφωση. Ένα παράδειγμα δικαιούχου που εξέλιξε τις διαδικασίες του αυξάνοντας την αποτελεσματικότητα των δράσεων δημοσιότητας είναι εκείνο της Δημόσιας Υπηρεσίας Απασχόλησης (εφεξής Δ.ΥΠ.Α), που αποτελεί και το μεγαλύτερο δικαιούχο, η οποία επιχείρησε να εκσυγχρονίσει τις υπηρεσίες απασχόλησης και κατ' επέκταση και δημοσιότητας με πιο σύγχρονο και στοχευμένο προσανατολισμό. Ορισμένες από τις δράσεις δημοσιότητας που εφάρμοσε η Δ.ΥΠ.Α είναι μεταξύ άλλων οι:

- ✓ Προσωποποιημένη πληροφόρηση- → αποστολή email σε ωφελούμενους (εγγεγραμμένους ανέργους στα μητρώα του φορέα) για ενημέρωση σχετικά με επικείμενες προκηρύξεις διαγωνισμών, ενεργά προγράμματα κ.α
- ✓ Ενεργή παρουσία στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης με ανακοινώσεις των προγραμμάτων σε Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn
- ✓ Αυτοματοποίηση διαδικασιών μέσω ψηφιοποίησης → ηλεκτρονικές ανανεώσεις προσωπικών στοιχείων εγγεγραμμένων ωφελούμενων

Σημαντική υστέρηση που εκτιμάται ότι περιόρισε την αποτελεσματικότητα δράσεων κυρίως δημοσιότητας και προβολής οφείλεται στην καθυστέρηση συμβασιοποίησης Συμβούλων Δημοσιότητας που είναι απαραίτητοι στους δικαιούχους που υλοποιούν περισσότερες της μιας Πράξεις λόγω της πολυπλοκότητας των αναγκών επικοινωνίας που προκύπτουν¹⁴. Σε αυτό συνετέλεσε κομβικά τόσο η έλλειψη συγχρονισμού της έναρξης των διαγωνιστικών διαδικασιών με τις επικοινωνιακές ανάγκες όσο και οι χρονοβόρες διαγωνιστικές διαδικασίες για την επιλογή Αναδόχου, ενώ παρατηρήθηκαν και περιπτώσεις που οι διαγωνισμοί κατέληξαν άγονοι¹⁵. Οι καθυστερήσεις είχαν ως αποτέλεσμα η εναπομένουσα υλοποίηση από μεριάς Αναδόχων να είναι πειστική και ενδεχόμενα μη αποτελεσματική. Ένα ζήτημα με αντίκτυπο στην αποτελεσματικότητα θεωρείται επίσης η έλλειψη πρόβλεψης από τον σχεδιασμό Συμβούλου Δημοσιότητας σε συγκεκριμένες δράσεις, με αποτέλεσμα οι φορείς-δικαιούχοι αυτών να παραμείνουν στην απλή εφαρμογή των τυπικών κανονιστικών τους υποχρεώσεων.

Σύμφωνα με το Σύμβουλο Δημοσιότητας της ΕΥΔ ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ, η αποτελεσματικότητα των δράσεων επικοινωνίας δύναται να ενισχυθεί εφόσον απλουστευθεί η γλώσσα που χρησιμοποιείται στην επικοινωνία παράλληλα με την αξιοποίηση του θεσμού των πολλαπλασιαστών (ambassadors) και συγκεκριμένα την ενίσχυση των δικαιούχων δράσεων επικοινωνίας που λειτουργούν ως τέτοιοι. Ιδιαίτερα υψηλής σημασίας φαίνεται να είναι και η χρήση των infographics και animations ως εργαλεία επικοινωνίας και πληροφόρησης.

Τέλος, αναγκαία φαίνεται να είναι η ανάγκη επιμόρφωσης του προσωπικού που σχεδιάζει και υλοποιεί δράσεις επικοινωνίας, με έμφαση και στις νέες ανάγκες που προκύπτουν λόγω του ψηφιακού μετασχηματισμού. Οι δικαιούχοι φορείς δράσεων επικοινωνίας και δημοσιότητας έχουν βρεθεί να επωμίζονται την στρατηγική

¹⁴ ΟΜΑΔΑ ΕΣΤΙΑΣΗΣ ΔΙΚΑΙΟΥΧΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ, 12/07/2023

¹⁵ ΟΜΑΔΑ ΕΣΤΙΑΣΗΣ ΔΙΚΑΙΟΥΧΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ, 12/07/2023

επικοινωνίας αλλά και να προκηρύσσουν διαγωνισμούς για αναδόχους επικοινωνίας χωρίς να έχουν την κατάρτιση να περιγράψουν τις αναλυτικές τεχνικές προδιαγραφές¹⁶. Ως εκ τούτου, χρειάζεται να εξασφαλιστεί τόσο η τεχνογνωσία και η ψηφιακή υποδομή όσο και η διεξαγωγή εκπαιδευτικών σεμιναρίων με σκοπό την εξοικείωση των στελεχών με επικοινωνιακά εργαλεία και ο συμμετοχικός σχεδιασμός τόσο με συμπερίληψη των ωφελούμενων όσο και των δικαιούχων των δράσεων επικοινωνίας.

9.3. Αποδοτικότητα

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της ποιοτικής έρευνας ένα βασικό ζήτημα που μειώνει την αποδοτικότητα των δράσεων δημοσιότητας φαίνεται να είναι οι καθυστερήσεις στην υλοποίησή τους. Σε αυτό συμβάλλουν οι καθυστερήσεις στις διαγωνιστικές διαδικασίες ανάδειξης Αναδόχων λόγω:

- έλλειψης εξειδικευμένου προσωπικού,
- αδυναμίας συγγραφής των τευχών προκήρυξης διαγωνισμών λόγω εξειδικευμένου αντικειμένου,
- χρονοβόρων διαγωνιστικών διαδικασιών που ενδέχεται να προκύψουν (ενστάσεις, προσυμβατικοί έλεγχοι, διαγωνισμοί που κηρύσσονται άγονοι),
- συχνών αλλαγών προσωπικού και ασυνέχεια στην παροχή υπηρεσιών,
- αλλαγή πολιτικών προτεραιοτήτων,
- διαχειριστικό βάρος εργασιών.

Η αποδοτικότητα των δράσεων δημοσιότητας επηρεάστηκε κατά πολύ από την εμφάνιση του Covid19 και την αλλαγή της υφιστάμενης κατάστασης που οδήγησε, εκτός από τη μείωση των δράσεων επικοινωνίας, λόγω απαγόρευσης συναθροίσεων, μετακινήσεων, προληπτικών μέσων και σε καθυστερήσεις στην ανταπόκριση των στελεχών τόσο της ΕΥΔ όσο και των δικαιούχων δράσεων δημοσιότητας και επικοινωνίας στο νέο πλαίσιο που υπαγορεύεται κυρίως από τον ψηφιακό μετασχηματισμό που συντελέστηκε στη χώρα την περίοδο 2020-2021, ήτοι στις απαιτήσεις πλήρους αξιοποίησης ψηφιακών και προσωποποιημένων μέσων πληροφόρησης, ενημέρωσης και προβολής.

Σύμφωνα με την αποτίμηση της Ομάδας Εστίασης των δικαιούχων φορέων δράσεων δημοσιότητας και επικοινωνίας, η πρόβλεψη μεγαλύτερου προϋπολογισμού για τις εν λόγω δράσεις καθώς και η αύξηση ανθρωπίνων πόρων ώστε να απασχοληθούν σε στοχευμένες δράσεις θα εξασφαλίσει δυναμικά την αύξηση της αποδοτικότητας των δράσεων.

Επιπλέον, ιδιαίτερα έντονη φάνηκε η ανάγκη των δικαιούχων φορέων δράσεων δημοσιότητας για δικτύωση, καθώς φαίνεται ότι τα προβλήματα σχεδιασμού και υλοποίησης δράσεων που αντιμετωπίζουν είναι ως επί το πλείστον κοινά. Η διοργάνωση ημερίδων για τη συνεύρεση φορέων και η ανταλλαγή εμπειριών μέσω πρακτικών παραδειγμάτων καλών πρακτικών αλλά και προβλημάτων που αντιμετωπίστηκαν ενδέχεται να βελτιώσει τόσο ο σχεδιασμό των δράσεων όσο και τη συνολική υλοποίησή τους.

Τέλος, σημειώνεται ότι οι προϋπολογισμοί των δράσεων επικοινωνίας κρίθηκαν επαρκείς για την υλοποίηση του φυσικού αντικειμένου των οικείων δράσεων¹⁷.

¹⁶ ΟΜΑΔΑ ΕΣΤΙΑΣΗΣ ΔΙΚΑΙΟΥΧΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ, 12/07/2023

¹⁷ Ομοίως

9.4. Προστιθέμενη Αξία δράσεων

Ενδείξεις για την προστιθέμενη αξία προέκυψαν κυρίως μέσω των καλών πρακτικών δημοσιότητας που υλοποίησαν τόσο η ΕΥΔ ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ όσοι και οι δικαιούχοι των δράσεων επικοινωνίας. Ορισμένες τέτοιες ενέργειες ήταν ενδεικτικά οι εξής:

- **Προβολή έργων ΕΚΤ ως καλές πρακτικές στην Ευρωπαϊκή Ένωση- Ελλάδα**

Στο πλαίσιο προβολής των έργων που υλοποιούνται σε ολόκληρη την Ευρωπαϊκή Ένωση ως καλές πρακτικές, η πράξη “Ειδικές Δράσεις Ένταξης στην Απασχόληση για Νέους/Νέες με Αναπηρία”¹⁸, που συγχρηματοδοτήθηκε από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο (ΕΚΤ) μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος “Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού, Εκπαίδευση και Διά Βίου Μάθηση”, παρουσιάζεται στην επίσημη ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.

- **Παρουσία σε Φεστιβάλ Κινηματογράφου σε όλη την Ελλάδα**

Μετά από πρόσκληση/ανοιχτό κάλεσμα της Ειδικής Γραμματείας Διαχείρισης Τομεακών Επιχειρησιακών Προγραμμάτων του ΕΚΤ, προς τα φεστιβάλ κινηματογράφου, ντοκιμαντέρ & animation διοργανώθηκαν αφιερώματα σε μεγάλα Φεστιβάλ της Ελλάδας που άπτονται των θεματικών πεδίων συγχρηματοδοτούμενων πράξεων του ΕΠ και αφορούσαν στα πεδία: Μειονότητες-Ρομά-Διαπολιτισμική Εκπαίδευση, Έρευνα & Καινοτομία, Νέοι & Εργασία-Γυναίκες & Εργασία, Άτομα με Αναπηρία, Περιβαλλοντική Εκπαίδευση-Διά Βίου μάθηση, Προσχολική-Α' θμια- Β' θμια-Γ' θμια Εκπαίδευση-Τεχνική Επαγγελματική Εκπαίδευση, Κοινωνική Οικονομία. Τα φεστιβάλ στα οποία προβλήθηκαν τα αφιερώματα ήταν: Athens Video Dance Project, Athens Digital Arts Festival, Athens International Digital Film Festival, Animfest, Exile Room, AnimaSyros, TAF, Φεστιβάλ Κιν/φου Χανίων, Aegean Docs, Micro μ, Διεθνές Φεστιβάλ Τουριστικών Ταινιών Μικρού Μήκους Αμοργού, Διεθνές Φεστιβάλ Επιστημονικών Ταινιών Αθήνας, Φεστιβάλ Κιν/φου Θεσσαλονίκης, Φεστιβάλ Κιν/φου Αιγαίου, Cinedoc, Φεστιβάλ Κιν/φου Ολυμπίας

- **Αποζημίωση ειδικού σκοπού σε επιχειρήσεις ως μέτρο στήριξης λόγω του Covid19, Υπουργείο Οικονομικών. Χρήση εργαλείου FAQs**

Το 2020 καταβλήθηκε σε συνολικά 480.810 επιχειρήσεις η Αποζημίωση Ειδικού Σκοπού, συνολικού ύψους 384.648.000 ευρώ, ως μέτρο στήριξης λόγω του Covid19. Η δράση αυτή που υλοποιήθηκε με εξαιρετικά αποτελεσματικά δεδομένης της κατάστασης έκτακτης ανάγκης κατά την οποία έλαβε χώρα, περιλάμβανε εργαλείο συχνών ερωτήσεων (Frequently Asked Questions-FAQs) που αποδείχτηκε πολύ βοηθητικό για την άμεση ενημέρωση των δυνητικά ωφελομένων.

- **Ημερίδα: «ΕΣΠΑ κι έγινε»**

Η Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας και η Ειδική Υπηρεσία Διαχείρισης Προγράμματος “Δυτική Ελλάδα” διοργάνωσαν ημερίδες στην Αιτωλοακαρνανία, την Ηλεία και την Αχαΐα στις οποίες παρουσίασαν τα αποτελέσματα του ΕΣΠΑ 2014-2020. Κατά τη διάρκεια των ημερίδων, παρουσιάστηκε η συμβολή του Επιχειρησιακού Προγράμματος στην επιχειρηματικότητα, την κοινωνία, την καθημερινότητα, το περιβάλλον, το ανθρώπινο δυναμικό, την προώθηση της κοινωνικής ένταξης, την καταπολέμηση της φτώχειας και των διακρίσεων, την υγεία, την εκπαίδευση.

- **Δ.ΥΠ.Α: Προσωποποιημένη πληροφόρηση ωφελομένων**

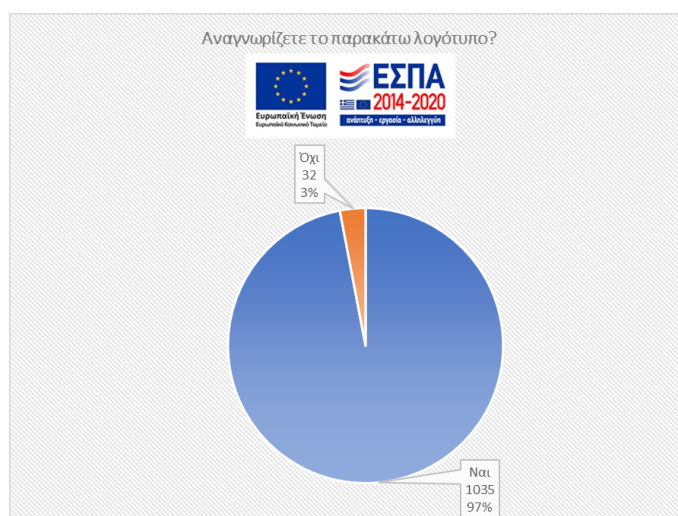
Μια από τις καλές πρακτικές της Δ.ΥΠ.Α που αποτιμάται ως ιδιαίτερα αποτελεσματική βάσει της καταγεγραμμένης αύξησης της συμμετοχής ωφελομένων σε προγράμματα είναι η προσωποποιημένη πληροφόρηση των ωφελομένων σχετικά τόσο με τα προγράμματα που ενδεχομένως να τους ενδιαφέρουν (δηλώνουν το ενδιαφέρον τους στο μητρώο της Υπηρεσίας) όσο και σχετικά με διαγωνισμούς που θα προκηρυχθούν στο άμεσο διάστημα. Τα μέσα επικοινωνίας που χρησιμοποιεί η Υπηρεσία για αυτή την πρακτική είναι, εκτός των παραδοσιακών μέσων (λ.χ διανομή φυλλαδίων, αφίσες, σποτ σε τηλεόραση και ραδιόφωνο) η αποστολή προσωπικού email στους ωφελομένους και συχνές αναρτήσεις με πληροφορίες για ενεργά προγράμματα στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (Facebook, Twitter, Instagram LinkedIn)

¹⁸ <https://ec.europa.eu/european-social-fund-plus/en/projects/greeks-disabled-develop-skills>

9.5. Αναγνωρισιμότητα

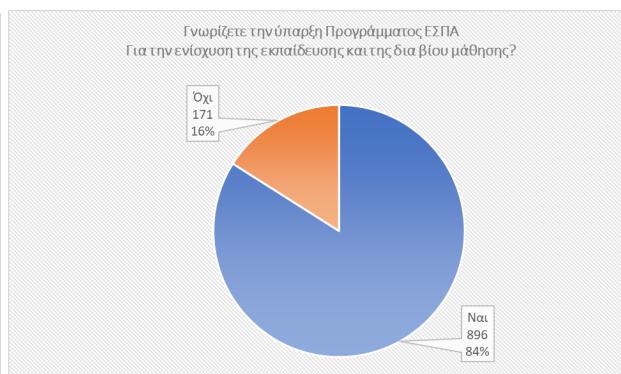
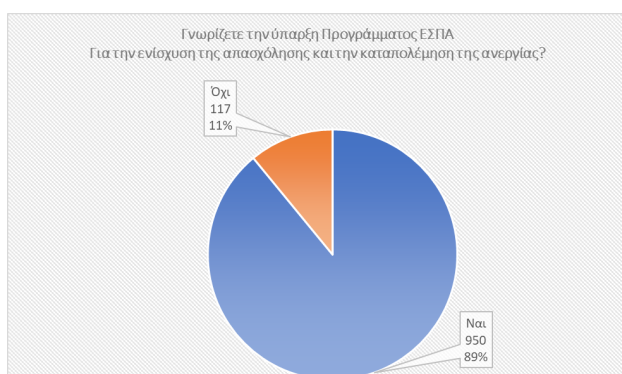
9.5.1. Γενικό Κοινό

Το εξαιρετικά μεγάλο ποσοστό αναγνώρισης του λογότυπου του ΕΣΠΑ οδηγεί στο συμπέρασμα ότι πλέον το γενικό κοινό (ανα)γνωρίζει τη συμβολή της Ε.Ε. σε ποσοστό 97% και μετά από μια μακρόχρονη συγχρηματοδότηση. Η αναγνώριση του ΕΚΤ είναι επίσης υψηλά, αν και ορισμένες ενδείξεις οδηγούν με επιφύλαξη στο συμπέρασμα ότι σε ποσοστό 13,5% υπάρχει σύγχυση για το τι αντιπροσωπεύει. Είναι επίσης αξιοσημείωτο ότι περίπου το 50% του δείγματος απαντά ότι συναντά «Συχνά» το συγκεκριμένο λογότυπο ενώ το 80% το συνδέει με τα συγκεκριμένα προγράμματα (ενίσχυσης της απασχόλησης, καταπολέμησης της ανεργίας / ενίσχυσης της εκπαίδευσης και της δια βίου μάθησης).



Σχετικά με την αναγνώριση των δράσεων των Προγραμμάτων, οι πιο γνωστές δράσεις για τα προγράμματα που αφορούν σε προώθηση στην απασχόληση και στην κατάρτιση, σε επίπεδο περίπου 60%, είναι οι δράσεις κατάρτισης σε ΚΔΒΜ, οι νέες θέσεις εργασίας και η κοινωφελής εργασία.

Η συντριπτική πλειοψηφία του δείγματος του Γενικού Κοινού (89%) γνωρίζει την ύπαρξη προγράμματος ΕΣΠΑ για την ενίσχυση της απασχόλησης και την καταπολέμηση της ανεργίας και αυτό κρίνεται ως σημαντικό στοιχείο για την επιτυχία της δημοσιότητας του προγράμματος και την αποτελεσματικότητα των δράσεων. Αντίστοιχα το 84% του δείγματος γνωρίζει την ύπαρξη Προγράμματος ΕΣΠΑ για την ενίσχυση της εκπαίδευσης και τη δια βίου μάθησης, που επίσης θεωρείται ικανοποιητικό.



Αντίθετα η γνώση για την ύπαρξη και των δύο προγραμμάτων έχει στατιστικά σημαντική σχέση με το εκπαιδευτικό επίπεδο των ερωτώμενων. Συγκεκριμένα οι απόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης και ΙΕΚ έχουν μικρότερη γνώση από τους πτυχιούχους τριτοβάθμιας, οι οποίοι με τη σειρά τους έχουν μικρότερη γνώση από τους κατόχους μεταπτυχιακών τίτλων και διδακτορικών.

Το 38% αυτών που γνωρίζουν τουλάχιστον ένα από τα προγράμματα, έχει ενημερωθεί από τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (social media), 29% από την ΔΥΠΑ-ΟΑΕΔ και το 26% από Φιλικό/Συγγενικό πρόσωπο και την ιστοσελίδα του ΕΣΠΑ (25,4%).

Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι στις δύο από τις τρεις πρώτες θέσεις βρίσκονται οι «άτυποι» δίαυλοι ενημέρωσης (συγγενικό και φιλικό περιβάλλον) και οι νέοι δίαυλοι που είναι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Σε υψηλές θέσεις όμως είναι και τα κλασικά μέσα ενημέρωσης (ραδιόφωνο/τηλεόραση) καθώς και ο γνωστότερος δημόσιος οργανισμός που είναι η ΔΥΠΑ-ΟΑΕΔ.

Σχετικά με τη χρηματοδότηση των προγραμμάτων του ΕΠ, μόνο το 61% του Γενικού Κοινού γνωρίζει ότι χρηματοδοτούνται από την «Ευρωπαϊκή Επιτροπή» και ακόμη μικρότερο ποσοστό 42% γνωρίζει ότι χρηματοδοτούνται και από εθνικούς πόρους. Τέλος ένα πολύ σημαντικό ποσοστό 31% δεν γνωρίζει τίποτε για τη χρηματοδότηση των συγκεκριμένων προγραμμάτων ούτε από ευρωπαϊκές πηγές χρηματοδότησης αλλά ούτε και για χρηματοδότηση από εθνικούς πόρους.

Στην ερώτηση αν γνωρίζουν οι ερωτώμενοι ότι αυτά τα Προγράμματα έχουν χρηματοδοτηθεί από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο, εμφανίζεται η αντίφαση το 73,2% να απαντάει θετικά ενώ μόνο το 60,6% έχει απαντήσει θετικά στη χρηματοδότηση από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Για την ανίχνευση της συγκεκριμένης αντίφασης συσχετίστηκαν τα δεδομένα των δύο μεταβλητών με αποτέλεσμα να προσδιοριστούν 256 ερωτώμενοι (24% του συνόλου του δείγματος) που απάντησαν αντιφατικά σε σχέση με την ευρωπαϊκή χρηματοδότηση. Πιο συγκεκριμένα 61 ερωτώμενοι από το δείγμα (5,7%) απαντούν ότι έχουν χρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή αλλά όχι από το ΕΚΤ και επίσης 195 ερωτώμενοι (18,3% του δείγματος) απαντούν αντίστροφα, ότι έχουν χρηματοδοτηθεί από το ΕΚΤ αλλά όχι από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Μία λογική ερμηνεία θα ήταν ότι το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο είναι ευρύτερα γνωστό για παρεμβάσεις τέτοιου τύπου και η ονομασία του τις χρηματοδοτεί, ενώ η «Ευρωπαϊκή Επιτροπή» είναι λιγότερο γνωστή και η ονομασία της είναι «ασαφής» για το ευρύ κοινό μεταξύ των ευρωπαϊκών θεσμών.

Εξειδικεύοντας τη γνώση των ερωτώμενων για τη χρηματοδότηση των δύο συγκεκριμένων προγραμμάτων συνολικά τα αποτελέσματα είναι ότι το 40% του συνόλου δεν γνωρίζει για χρηματοδότηση από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Από τους υπόλοιπους το 36% γνωρίζει μόνο για χρηματοδότηση του προγράμματος της Απασχόλησης, το 27% γνωρίζει μόνο για το πρόγραμμα εκπαίδευσης και περίπου το 37% (αντιστοιχεί μόνο στο 20% του συνόλου) γνωρίζει για χρηματοδότηση και των δύο από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, που είναι και το σωστό.

9.5.2. Ωφελούμενοι

Το εξαιρετικά μεγάλο ποσοστό αναγνώρισης του λογότυπου του ΕΣΠΑ οδηγεί στο συμπέρασμα ότι σχεδόν το σύνολο των ωφελούμενων (ανα)γνωρίζει τη συμβολή της Ε.Ε. σε ποσοστό 99% και μετά από μια μακρόχρονη συγχρηματοδότηση (σε γενική αναφορά). Η αναγνώριση του ΕΚΤ είναι επίσης υψηλά 78%. Είναι ακόμη αξιοσημείωτο ότι περίπου το 60% του δείγματος απαντά ότι συναντά «Συχνά» το συγκεκριμένο λογότυπο ενώ το 90% το συνδέει με τα συγκεκριμένα προγράμματα (ενίσχυσης της απασχόλησης, καταπολέμησης της ανεργίας / ενίσχυσης της εκπαίδευσης και της δια βίου μάθησης).

Από το δείγμα των ωφελούμενων, **το 50% γνωρίζει και τα 2 Προγράμματα ΕΣΠΑ**. Σε αντίθεση με το γενικό κοινό, περισσότεροι ωφελούμενοι αναγνωρίζουν το Πρόγραμμα για την ενίσχυση της εκπαίδευσης και τη δια βίου μάθησης από αυτό για την ενίσχυση της απασχόλησης και καταπολέμησης της ανεργίας.

Σχετικά με τη χρηματοδότηση των προγραμμάτων του ΕΠ το 78% γνωρίζει ότι χρηματοδοτούνται από το «ΕΚΤ» και μόνο το 55% γνωρίζει ότι χρηματοδοτούνται και από εθνικούς πόρους. Πιο αναλυτικά το 49% απαντάει σωστά ότι υπάρχει συγχρηματοδότηση από ευρωπαϊκούς και εθνικούς πόρους. Το 29% γνωρίζει για χρηματοδότηση μόνο από το ΕΚΤ και αντίστοιχα το 6% γνωρίζει μόνο για χρηματοδότηση από εθνικούς πόρους. **Τέλος ένα σχετικά σημαντικό ποσοστό 16%, καθώς οι ερωτώμενοι είναι ήδη ωφελούμενοι και έχουν συμμετάσχει σε κάποια σχετική δράση, δεν γνωρίζει τίποτε για τη χρηματοδότηση των συγκεκριμένων προγραμμάτων ούτε από το ΕΚΤ αλλά ούτε και για χρηματοδότηση από εθνικούς πόρους.**

10. Συμπεράσματα και Συστάσεις

1. Η Στρατηγική Επικοινωνίας αποτελεί ένα δυναμικό αντικείμενο, το οποίο οφείλει να επικαιροποιείται συστηματικά και να εξειδικεύει το περιεχόμενο των δράσεων ενημέρωσης και δημοσιότητας/προβολής ανάλογα με τις ανάγκες που προκύπτουν κατά την πορεία υλοποίησης του Προγράμματος. Η Στρατηγική Επικοινωνίας του Προγράμματος ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ, και οι επιμέρους δράσεις της, διαμορφώθηκαν σε πλήρη συμβατότητα με τις συστάσεις και τις κατευθύνσεις της Ε.Ε., ιδίως συμμορφούμενες με την αρχή από το ειδικό (Επιχειρησιακό Πρόγραμμα) στο γενικό (ΕΣΠΑ). Ήτοι το λογότυπο του ΕΣΠΑ και της ΕΕ, υπερισχύει του λογότυπου του οποιουδήποτε ΕΠ.
 2. Η διαμόρφωση της Στρατηγικής πραγματοποιήθηκε αρχικά σε ένα γενικό πλαίσιο ώστε να εξασφαλιστεί η αναγκαία ευελιξία στις επικείμενες δράσεις του, δεδομένου ότι οι ανάγκες ενημέρωσης και δημοσιότητας σχετίζονται και με το περιεχόμενο των δράσεων που θα εξειδικευτο αργότερα. Στο πλαίσιο αυτό είναι όμως σημαντικό να αναφερθεί η έλλειψη ενός αναλυτικού Σχεδίου Δράσης αλλά και μιας SMART στοχοθέτησης σε επίπεδο επιδιωκόμενου αποτελέσματος καθώς και η έλλειψη μιας συστηματικής επικοινωνιακής προσέγγισης που επενδύει στο branding δράσεων του ΕΠ.
 3. Συμπληρωματικά με την Στρατηγική, εκπονήθηκε ο οικείος Οδηγός τήρησης των μέτρων Πληροφόρησης & Επικοινωνίας, ο οποίος χρησίμευσε ως κατευθυντήριο κείμενο για τις δράσεις δημοσιότητας που θα υλοποιούσαν οι δικαιούχοι. Ο Οδηγός χαρακτηρίστηκε από τους τελευταίους ως επαρκέστατος και χρήσιμος.
 4. Οι συνεχείς μεταβολές στο περιβάλλον του Προγράμματος (αλλαγές ηγεσίας, οικονομική κρίση, πανδημία COVID-19, ψηφιακός μετασχηματισμός, νέο πλαίσιο διαγωνιστικών διαδικασιών-ν. 4412/2016, κλπ.) επηρέασαν σημαντικά και οδήγησαν και σε μεταβολές των δράσεων δημοσιότητας (στόχευση, προτεραιοποίηση, χρησιμοποιούμενα μέσα), με κύρια συνέπεια (α) την καθυστέρηση στην ενεργοποίησή τους αλλά και στην υποστήριξη από Σύμβουλος(λους) Δημοσιότητας και (β) στην περιορισμένη προβολή των ίδιων των κύριων στόχων έναντι των δράσεων του Επιχειρησιακού Προγράμματος.
 5. Παρά τους ανωτέρω περιορισμούς, το σύνολο των ενεργειών που επιλέχθηκαν τελικά, είτε από την ΕΥΔ είτε από τους δικαιούχους, φαίνεται ότι υλοποιήθηκαν αποτελεσματικά: (α) οι δράσεις ενημέρωσης ήταν επαρκείς καθώς οδήγησαν σε καταγεγραμμένα αυξημένη υποβολή αιτήσεων ενδιαφερόμενων σε προγράμματα του ΕΠ και (β) οι δράσεις προβολής και δημοσιότητας οδήγησαν σε αυξημένη αναγνωρισιμότητα των δράσεων του ΕΠ και της συμβολής της Ε.Ε., ανταποκρινόμενες στους περιορισμούς της πανδημίας και σε ευθυγράμμιση με τον ψηφιακό μετασχηματισμό που επιτελέστηκε την περίοδο 2019-2022.
 6. Σημειώνεται ότι οι δράσεις δημοσιότητας του Προγράμματος 'ως Πρόγραμμα' ήταν ολιγάριθμες και εντασσόταν στο πλαίσιο κλασικών προσεγγίσεων και ενεργειών. Κύριες δράσεις του Προγράμματος αποτελούν οι:
 - ενημέρωση και λειτουργία της ιστοσελίδα της ΕΥΔ,
 - παρουσία και πληροφόρηση στα Κοινωνικά Δίκτυα,
 - λειτουργία Γραφείου Πληροφόρησης,
 - οργάνωση ή συμμετοχή σε Ετήσια Επικοινωνιακά Γεγονότα μεταξύ των οποίων και συμμετοχή σε φεστιβάλ κινηματογράφου, παραγωγή ντοκιμαντέρ & animation, αφιερώματα σε μεγάλα Φεστιβάλ της Ελλάδας που άπτονται των θεματικών πεδίων συγχρηματοδοτούμενων πράξεων του ΕΠ,
 - σχεδιασμός και ανάπτυξη προωθητικού υλικού,
 - συνεργασίες - συνέργειες της ΕΥΔ με άλλους φορείς.
- Αναγνωρίζεται σε αρκετές περιπτώσεις η καθυστερημένη ενεργοποίησή τους, γεγονός που λόγω χρονικών περιορισμών στην ολοκλήρωση, έθεσαν περιορισμούς και στην επιλογή των μέσων υλοποίησης.
7. Στο ίδιο πλαίσιο, οι δράσεις δημοσιότητας των δικαιούχων ομαδοποιήθηκαν σε δύο κατηγορίες:
 - στην πρώτη κατηγορία ανήκουν οι μεγάλοι δικαιούχοι του Προγράμματος που διαθέτουν την επιχειρησιακή ικανότητα να σχεδιάζουν και να υλοποιούν δράσεις επικοινωνίας. Πέραν της πλήρους

συμμόρφωσης στις απαιτήσεις του Οδηγού, υλοποιούν αποτελεσματικά και μια πλειάδα πρόσθετων δράσεων αποτελεσματικής κυρίως ενημέρωσης στους δυνητικούς ωφελούμενους για τη δυνατότητα συμμετοχής τους σε Προγράμματα, μεγιστοποιώντας ταυτόχρονα και την προβολή των σχετικών δράσεων,

- στην δεύτερη κατηγορία ανήκει ένας ικανός αριθμός λοιπών δικαιούχων με μειωμένη επιχειρησιακή ικανότητα (υπο-σελέχωση, έλλειψη σχετικής τεχνογνωσίας, κλπ.) οι οποίοι απλά προβαίνουν στις απολύτως αναγκαίες, τυπικές δράσεις, σε πλήρη συμμόρφωση με τον Οδηγό τήρησης των μέτρων Πληροφόρησης & Επικοινωνίας.
8. Αναγνωρίζεται, ότι υπήρξε συμμόρφωση από την πλευρά του συνόλου των δικαιούχων ως προς τις κανονιστικές υποχρεώσεις τους, γεγονός που συνηγορεί αφενός στο ότι οι δικαιούχοι δράσεων δημοσιότητας γνωρίζουν πλέον τις υποχρεώσεις τους και αξιοποιούν πλήρως τον Οδηγό αφετέρου στις επαρκείς και αναλυτικές οδηγίες που δόθηκαν από την ΕΥΔ προς εκείνους. Αναγνωρίζεται επίσης η αξία του Γραφείου Πληροφόρησης που φαίνεται να αποτέλεσε σημαντική δράση επικοινωνίας, με πέντε στελέχη της ΕΥΔ να υποστηρίζουν τηλεφωνικές και ηλεκτρονικές ερωτήσεις για τη διευκόλυνση των -δυσνητικών- δικαιούχων και του ευρέος κοινού και να διεκπεραιώνονται κατά Μ.Ο. 50 ερωτήματα μηνιαίως κατά το 2022.
9. Η σημασία της τεχνογνωσίας και των ειδικών επικοινωνίας αναγνωρίζεται τόσο από την ΕΥΔ όσο και από τους δικαιούχους. Παρά την περιορισμένη αξιοποίηση Συμβούλων Δημοσιότητας από την πλειοψηφία των σημαντικών δικαιούχων του Προγράμματος που δεν επέτρεψε τον σχεδιασμό στοχευμένων δράσεων ανά ομάδα κοινού, αναφέρεται από όλους τόσο η ανάγκη υποστήριξης από ειδικούς όσο και η ανάγκη στελέχωσης αρμόδιων τμημάτων επικοινωνίας με εξειδικευμένο (και κατάλληλα εκπαιδευμένο) προσωπικό που θα αξιοποιεί σύγχρονα μέσα επικοινωνίας και προβολής. Τα ανωτέρω εκτιμάται ότι θα βοηθήσουν όλα τα εμπλεκόμενα μέρη να *‘περάσουν από την απλή συμμόρφωση στην ουσία της επικοινωνίας’*.
- Απαραίτητη φαίνεται να είναι η ανάγκη επιμόρφωσης του προσωπικού που σχεδιάζει και υλοποιεί δράσεις επικοινωνίας. Οι δικαιούχοι φορείς δράσεων επικοινωνίας και δημοσιότητας έχουν βρεθεί να επωμίζονται την στρατηγική επικοινωνίας αλλά και να προκηρύσσουν διαγωνισμούς για αναδόχους επικοινωνίας χωρίς να έχουν την κατάρτιση να περιγράψουν το φυσικό αντικείμενο των σχετικών διαγωνιστικών διαδικασιών. Ως εκ τούτου, χρειάζεται να εξασφαλιστεί τόσο η τεχνογνωσία και η ψηφιακή υποδομή όσο και η διεξαγωγή εκπαιδευτικών σεμιναρίων με σκοπό την εξοικείωση των στελεχών με επικοινωνιακά εργαλεία και ο συμμετοχικός σχεδιασμός τόσο με συμπερίληψη των ωφελούμενων όσο και των δικαιούχων των δράσεων επικοινωνίας.
 - Σημαντική φαίνεται να είναι επίσης η πρόβλεψη της δικτύωσης των δικαιούχων φορέων δράσεων δημοσιότητας, καθώς φαίνεται ότι τα προβλήματα σχεδιασμού και υλοποίησης δράσεων που αντιμετωπίζουν είναι ως επί το πλείστον κοινά. Η διοργάνωση ημερίδων για τη συνεύρεση φορέων και η ανταλλαγή εμπειριών μέσω πρακτικών παραδειγμάτων καλών πρακτικών αλλά και προβλημάτων που αντιμετωπίστηκαν ενδέχεται να βελτιώσει τόσο το σχεδιασμό των δράσεων όσο και τη συνολική υλοποίησή τους.
10. Σε σχέση με τα αξιοποιούμενα μέσα στις δράσεις επικοινωνίας και την προτίμηση των αποδεκτών σε:
- Προσωποποιημένη πληροφόρηση- → αποστολή email σε ωφελούμενους (εγγεγραμμένους ανέργους στα μητρώα του φορέα) για ενημέρωση σχετικά με επικείμενες προκηρύξεις διαγωνισμών, ενεργά προγράμματα κ.α και σε
 - Ενεργή παρουσία στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης με ανακοινώσεις των προγραμμάτων σε Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn,

αναγνωρίζεται η ανάγκη για επανασχεδιασμό των δράσεων επικοινωνίας. Σε επίπεδο σχεδιασμού, προτείνεται επίσης να παράγεται χρήσιμο ενημερωτικό υλικό (“media kit”) με βασικές πληροφορίες και συνδέσμους οι οποίοι να παραπέμπουν στην επίσημη ενημέρωση. Το υλικό αυτό μπορεί να προβληθεί από πολλούς δημοσιογραφικού χαρακτήρα λογαριασμούς, και να φτάσει στους πιθανούς αποδέκτες και μέσω των κοινωνικών δικτύων. Δεν πρέπει να παραβλέπεται τέλος και το γεγονός της υπερ-πληθώρας πληροφορίας που αδυνατίζει το ουσιαστικό μήνυμα (*too much information=no information*) και άρα κρίνεται επιτακτική η ασφαλής, ακριβής και προσωποποιημένη ενημέρωση των ωφελούμενων/δυσνητικών

ωφελούμενων/γενικού κοινού: *ανάλογα με το προφίλ των ομάδων-στόχων προτείνεται να κλιμακωθεί και το είδος της καμπάνιας.*

11. Τα στοιχεία της έρευνας επιβεβαιώνουν την οριστική μεταστροφή των πολιτών στα ψηφιακά μέσα για την ενημέρωση και την επικοινωνία με τους διοικητικούς φορείς, όπως αυτή εδραιώθηκε από το άλμα στην παροχή ψηφιακών υπηρεσιών από το 2019. Οι πολίτες γρήγορα εξοικειώθηκαν με τις υπηρεσίες αυτές και επέδειξαν υψηλό δείκτη εμπιστοσύνης και προτίμησης. Στο βαθμό που είναι εφικτό να συμμετέχει κάποιος σε απλουστευμένες και αποκλειστικά ψηφιακές διοικητικές διαδικασίες είναι λογικό να αξιώνει την ανάλογη ψηφιακή ευκολία στην επικοινωνία του ΕΠ. Κατά συνέπεια, πρέπει να αναθεωρηθούν πολλά από τα παραδοσιακά εργαλεία προβολής και επικοινωνίας, ώστε να εξομοιωθούν ως προς την ψηφιακή χρηστικότητα τους
12. Εντούτοις, παρά την κυρίαρχη τάση για ψηφιακού χαρακτήρα ενημέρωση, χρειάζεται προσοχή καθώς η τελευταία δεν μπορεί να υποκαταστήσει την ανάγκη (*όπου υφίσταται*) για την απρόσκοπτη ενημέρωση ευπαθών ομάδων που δεν έχουν πρόσβαση σε αυτή (φυλλάδια, αφίσες, κλπ. πχ. στα Κέντρα Κοινότητας). Το κριτήριο της μη διάκρισης και της διευκόλυνσης της πρόσβασης στην πληροφορία είναι ιδιαίτερως σημαντικό για την επικοινωνία (ενημέρωση και δημοσιότητα) οδηγώντας στην ανάγκη σχεδιασμού πληθώρας διαφορετικών δράσεων με δυνατότητα προσαρμογής ανά ομάδα στόχο, καλύπτοντας με τον τρόπο αυτό τη ζητούμενη πολυμορφία στην ενημέρωση και την αποτελεσματικότητα στη διάχυση της πληροφορίας.
13. Σε σχέση με την αναγνωρισιμότητα καταγράφονται τα ακόλουθα:
 - Παρατηρείται υψηλή αναγνωρισιμότητα του λογοτύπου του ΕΣΠΑ γεγονός που δικαιώνει την απόφαση να μη σχεδιαστεί λογότυπο για το ΕΠ στην περίοδο 2014- 2020 αλλά να γίνεται η αναφορά σε αυτό ολογράφως.
 - Σχετικά με τη χρηματοδότηση, προκύπτει μία ασαφής εικόνα καθώς διαιρούνται σε τρία ισοδύναμα περίπου μέρη όσοι έχουν καλή γνώση, όσοι έχουν μερική γνώση και όσοι έχουν άγνοια (έρευνα στο γενικό κοινό). Αν και το ζήτημα αυτό δεν άπτεται της ωφέλειας από τα προγράμματα, ενδεχομένως υποδηλώνει μάλλον την μονομερή ωφελιμιστική στάση έναντι της ΕΕ (ως πηγής χρηματοδότησης), και την περιορισμένη αντίληψη της χρηματοδοτικής συνδρομής των εθνικών αρχών. Το μεγαλύτερο ποσοστό αναγνώρισης του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου (έναντι της Ευρωπαϊκής Επιτροπής) ως βασικού χρηματοδότη μάλλον υποκρύπτει τα χαμηλά επίπεδα γνώσης σχετικά με τα όργανα της ΕΕ, και ενδεχομένως την “ασφαλέστερη” επιλογή του πρώτου λόγω του όρου “κοινωνικό” ως συναφέστερο προς την απασχόληση. Πάντως, η σχεδόν καθολική αναγνωρισιμότητα του λογοτύπου του ΕΣΠΑ προκύπτει από σειρά δράσεων και έργων, και πέραν του αντικειμένου του ΕΠ.
 - Η διάκριση των στάσεων έναντι των δύο βασικών κατηγοριών (“ένισχυση απασχόλησης” και “εκπαίδευση και δια βίου μάθηση”) ενδεχόμενα ερμηνεύεται από το γεγονός της ισχυρότερης ζήτησης των παροχών της πρώτης από την κατηγορία όσων επιδιώκουν την ένταξη στην αγορά εργασίας. Το σημείο αυτό επιβεβαιώνεται και από τις υψηλότερες τιμές γνώσης για προγράμματα σχετικά με την ανεργία (“νέων θέσεων εργασίας ανέργων”, “κοινωνικού εργασιών”, “κατάρτισης ανέργων σε κλάδους αιχμής νέων ελεύθερων επαγγελματιών”).
 - Στη δεύτερη περίπτωση οι στάσεις της κοινής γνώμης φαίνεται να επηρεάζονται από το γεγονός ότι η “εκπαίδευση” θεωρείται μία βασική δημόσια παροχή του κράτους, και η αντίληψη της συνδρομής της ΕΕ είναι πιο έμμεση (πχ υποδομές/κτήρια, ειδικές κατηγορίες διδασκόντων, πρακτική άσκηση φοιτητών, εποπτικά μέσα/εγχειρίδια), και συνδέεται λιγότερο με την προσωπική διεκδίκηση κάθε πολίτη. Στην αντίληψη για προγράμματα του τομέα εκπαίδευσης, υφίσταται ουσιαστική διαφορά στην τιμή μεταξύ των Κέντρων Δια Βίου Μάθησης (63,1%), τα οποία συνδέονται με μία προσωπική διεκδίκηση ένισχυσης των δεξιοτήτων, και είναι υποδιπλάσια για ζητήματα, όπως τα σχολεία δεύτερης ευκαιρίας και η προσχολική ή πρωτοβάθμια εκπαίδευση (19-31%).
 - Τέλος, σημειώνεται και η ύπαρξη ενός ποσοστού ωφελούμενων που δεν γνωρίζουν τη χρηματοδότηση της Ε.Ε. στα προγράμματα στα οποία συμμετέχουν.

14. Τα ανωτέρω σημεία συνηγορούν και σε μια ακόμη εκτίμηση: έμφαση θα πρέπει να δοθεί στο να προβληθούν περαιτέρω στο γενικό κοινό αλλά και στους ωφελούμενους οι κεντρικοί στόχοι του Προγράμματος έναντι των στόχων των μεμονωμένων δράσεων του. Ουσιαστικά εκτιμάται ότι είναι χρήσιμο να προβάλλεται ο τρόπος με τον οποίο οι δράσεις συμβάλλουν στους γενικούς στόχους του Προγράμματος και να υπάρχει συντονισμός και με τους δικαιούχους των δράσεων προς αυτό. Κρίνεται ιδιαίτερος σημαντικός ο πολίτης να αντιλαμβάνεται τον γενικό σχεδιασμό και την τελική στοχοθέτηση, και να μην αναγνωρίζει μόνο αποσπασματικές δράσεις που δεν συνθέτουν στην αντίληψή του τη μεγάλη εικόνα.
15. Παρά την υψηλή αναγνωρισιμότητα, και λαμβάνοντας υπόψη την νέα οπτική που και η Ε.Ε. υιοθετεί πλέον στην ευρύτερη Στρατηγική Επικοινωνίας της, κρίνεται αναγκαία η ξεκάθαρη αναφορά στη συμβολή της Ε.Ε. αλλά και του Προγράμματος με άμεσο, απλό, σαφή και στοχευμένο τρόπο ώστε να γίνονται εύκολα 'αφομοιώσιμα' τα προβαλλόμενα μηνύματα και πληροφορίες. Στην κατεύθυνση αυτή η οπτικοποίηση (π.χ animation, branding, κλπ.), η 'αποδόμηση' της πληροφορίας για καταγραφή της με απλή και κατανοητή γλώσσα, η στόχευση στο σημαντικό, η ανάδειξη της ουσιαστικής αξίας και η αποφυγή της άχρηστης πληροφορίας εκτιμάται ότι μπορούν να συμβάλλουν περαιτέρω στο σχεδιασμό στοχευμένων, συμπεριληπτικών και αποτελεσματικών δράσεων επικοινωνίας για τη περίοδο 2021-2027.

11. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α – Ταυτότητα της Έρευνας Πεδίου

Οι προετοιμασίες για την έρευνα πεδίου ξεκίνησαν με την ανακοίνωση της ανάθεσης έργου, και προτεραιοποιήθηκαν με την υπογραφή της σύμβασης (03/04/2023). Η εναρκτήρια συνάντηση του έργου (25/04/2023) ήταν πολύ χρήσιμη στο να καθοριστούν οι κατευθύνσεις της έρευνας πεδίου και η συνεργασία με την Αναθέτουσα Αρχή για αυτή τη δραστηριότητα. Η ποιοτική έρευνα (ημι-δομημένες συνεντεύξεις και ομάδες εστίασης) ολοκληρώθηκε την εβδομάδα 10-16/07/2023. Η ποσοτική έρευνα πεδίου αφορούσε στην πραγματοποίηση τριών ποσοτικών ερευνών - μία στο Γενικό Κοινό (Έρευνα Γνώμης), μία στους ωφελούμενους των προγραμμάτων και μια στους Δικαιούχους που υλοποιούν δράσεις δημοσιότητας. Χρησιμοποιήθηκαν ποσοτικά δεδομένα που συλλέχθηκαν έως τις 18/7/2023, ενώ στην παρούσα έκθεση, συμπεριλαμβάνονται δεδομένα από όλη την περίοδο διεξαγωγής της διαδικτυακής έρευνας.

Α) Ημι-δομημένες συνεντεύξεις (ποιοτική έρευνα)

Ο Σύμβουλος προετοίμασε έναν κατάλογο με πιθανούς συμμετέχοντες στις ημι-δομημένες συνεντεύξεις. Για τα συγκεκριμένα στελέχη τόσο των Υπουργείων όσο και των λοιπών δικαιούχων των δράσεων δημοσιότητας που θα συμμετείχαν, ζητήθηκε επιβεβαίωση των προτεινόμενων συμμετεχόντων από την ΕΥΔ ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ. Εν συνεχεία επικοινωνήσε ο Σύμβουλος απευθείας με τους συμμετέχοντες, μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (email) και τηλεφωνικά. Ορίστηκαν οι ημερομηνίες και ώρες των συνεντεύξεων, οι οποίες πραγματοποιήθηκαν είτε δια ζώσης είτε μέσω διαδικτύου, ανάλογα με την προτίμηση των συνεντευζιαζόμενων.

Επιβεβαιώθηκε η ασφάλεια των προσωπικών δεδομένων κατά τις συνεντεύξεις.

Ο Σύμβουλος βασίστηκε στα αξιολογικά ερωτήματα που είχαν προετοιμαστεί εκ των προτέρων και εγκριθεί από την Αναθέτουσα Αρχή (βλ. Παράρτημα Β) κατά τη διάρκεια των εναρκτήριων συζητήσεων.

Οι ημι-δομημένες συνεντεύξεις οι οποίες πραγματοποιήθηκαν ήταν οι εξής:

A/A		Φορέας	Όνομα	Ημερομηνία
1	3	ΕΥΔ ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ	Δ.Αλεξανδροπούλου	22/06/2023
			Α. Τσώκου	
			Ε.Μ Καπνιάρη	
2	1	ΕΠΙΤΕΛΙΚΗ ΔΟΜΗ ΕΣΠΑ ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ	Γ. Βικάτου	22/06/2023
3	1	ΕΥΣΕΚΤ	Α. Δήμου	22/06/2023
4	1	ΕΠΙΤΕΛΙΚΗ ΔΟΜΗ ΕΣΠΑ ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ	Ε. Θανασουλοπούλου	28/06/2023
5	5	Δ.ΥΠ.Α	Μ. Ξένου	29/06/2023
			Σ. Καγιόγλου	
			Ι. Κώστα	
			Μ. Πικρού	
			Ε. Παπαγεωργίου	
6	1	ΙΝΕΔΙΒΙΜ	Ρ. Πριγκιφίλη	03/07/2023

A/A		Φορέας	Όνομα	Ημερομηνία
7	1	ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ CITRINE INFORMATION & COMMUNICATIONS TECHNOLOGY	A.Κιτριδής	11/07/2023
	13			

B) Ομάδες Εστίασης (ποιοτική έρευνα)

Ο Σύμβουλος επικοινωνήσε με τους συμμετέχοντες στις Ομάδες Εστίας (μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου – email και τηλεφωνικά), και συμφωνήθηκαν οι ημερομηνίες και ώρες των συζητήσεων. Ορίστηκε η διαδικτυακή συνάντηση μέσω της πλατφόρμας ZOOM όπου ο Σύμβουλος είναι συνδρομητής, και στάλθηκε ο σύνδεσμος στους συμμετέχοντες εγκαίρως. Όλες οι διαδικτυακές συναντήσεις διεκπεραιώθηκαν ομαλά χωρίς να σημειωθεί κανένα τεχνικό πρόβλημα για κανέναν από τους συμμετέχοντες. Μέσα στις Ομάδες Εστίασης, οι επιλεγμένοι συμμετέχοντες ενθαρρύνθηκαν με ανοιχτές ερωτήσεις να συζητήσουν σε μια μη-απειλητική ατμόσφαιρα τις ιδέες και απόψεις τους για τα προς συζήτηση θέματα. Η κάθε συζήτηση άρχισε με την παρουσίαση των συμμετεχόντων από τους ίδιους, και μια σειρά ερωτήσεων για το εν λόγω θέμα, ώστε να τροφοδοτηθεί η συζήτηση.

Οι Ομάδες Εστίασης ηχογραφήθηκαν μετά τη ρητή και ομόφωνη συμφωνία των συμμετεχόντων, ενώ έχει εξασφαλιστεί η ασφάλεια των προσωπικών δεδομένων τους.

Ο Σύμβουλος βασίστηκε στα αξιολογικά ερωτήματα που είχαν προετοιμαστεί εκ των προτέρων και εγκριθεί από την Αναθέτουσα Αρχή (βλ. Παράρτημα Α) κατά τη διάρκεια των συζητήσεων.

Οι συζητήσεις Ομάδων Εστίασης οι οποίες πραγματοποιήθηκαν ήταν οι εξής:

A/A	Ομάδα-Στόχος	Ημερομηνία	Αρ. Συμμετεχόντων
1	ΕΥΔ ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ με αντικείμενο συζήτησης τις καλές πρακτικές δημοσιότητας και προβολής του ΕΠ	05/07/2023	2
2	Ωφελούμενοι (τυχαίο δείγμα) 18-29 ετών με αντικείμενο συζήτησης τον τρόπο που προσεγγίζονται οι νέοι μέσα από τις δράσεις δημοσιότητας του Προγράμματος, κατά πόσο τα εργαλεία που χρησιμοποιούνται είναι αυτά με τα οποία επικοινωνούν οι νέοι και πόσο αποτελεσματικά είναι τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης που αξιοποιούνται από το Πρόγραμμα σε σχέση με τους νέους	14/07/2023	3
3	Δικαιούχοι που υλοποίησαν δράσεις δημοσιότητας με αντικείμενο συζήτησης τα δυνατά και αδύναμα σημεία κατά το σχεδιασμό και την υλοποίηση των δράσεων δημοσιότητας, τους παράγοντες που επέδρασαν θετικά ή αρνητικά στην υλοποίηση, τον τρόπο που επηρέασε μετασχηματιστικά η πανδημία COVID-19 τις δράσεις αυτές και ποιες δράσεις κρίθηκαν ως οι πλέον αποτελεσματικές	12/07/2023	4
			9

Γ) Ποσοτική Έρευνα στο Γενικό Κοινό

Η ποσοτική έρευνα πεδίου στο γενικό κοινό ακολουθήσε τη μεθοδολογία 'ερευνών γνώμης' που αξιοποιούν panel συμμετεχόντων, ήτοι ατόμων που ικανοποιούν τη ζητούμενη στρωματοποιημένη δειγματοληψία και έχουν συμφωνήσει να απαντούν στις εν λόγω έρευνες

Η έρευνα έγινε με χρήση ποσοτώσεων σε φύλο, ηλικία και γεωγραφική κατανομή. Συμμετέχοντες: 18-65 με πρόσβαση στο διαδίκτυο. Στόχος ήταν η συλλογή 1.067 απαντημένων ερωτηματολογίων στο σύνολο της επικράτειας.

Ο Σύμβουλος διαμόρφωσε επιστολή η οποία απεστάλη σε επιλεγμένους από τη βάση της MRB παραλήπτες.

Ο στόχος που είχε τεθεί ικανοποιήθηκε.

Εστάλη πρόσκληση σε 3.683 άτομα, μέλη του πάνελ του CINT ηλικίας 18-64, μέχρι να συμπληρωθούν τα παρακάτω προκαθορισμένα ποσοστά που ήταν πλήρως αντιπροσωπευτικά του πληθυσμού:

Περιφέρεια	%	n=1067
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΑΚΗΣ	5%	58
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	17%	183
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	3%	27
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΗΠΕΙΡΟΥ	3%	32
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ	6%	69
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	5%	52
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ	2%	20
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	6%	66
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ	5%	55
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ	37%	394
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΒΟΡΕΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	2%	19
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	3%	31
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΡΗΤΗΣ	6%	61
Ηλικία	%	n=1067
18-24	12%	128
25-29	11%	117
30-34	12%	128
35-44	24%	256
45-54	22%	235
55-64	19%	203
Φυλο	%	n=1067
Ανδρες	49%	523
Γυναίκες	51%	544

Δ) Ποσοτική έρευνα στους ωφελούμενους του προγράμματος

Τα ανωνυμοποιημένα προσωπικά στοιχεία του συνόλου ωφελούμενων επιλεγμένων δράσεων του Προγράμματος παρασχέθηκαν από την Αναθέτουσα Αρχή με βάση τις λίστες των ωφελούμενων των Δικαιούχων και δόθηκαν στο Σύμβουλο.

Από το σύνολο των 112.000 επαφών δημιουργήθηκε μια λίστα με λίγο πάνω από 5.000 τυχαίες εγγραφές (short list). Η λίστα δημιουργήθηκε με χρήση ποσοτώσεων σε φύλο, ηλικία και γεωγραφική κατανομή.

Η επιστολή που διαμόρφωσε ο Σύμβουλος απεστάλη, μέσω της εφαρμογής της MRB, στους ωφελούμενους της λίστας.

Στόχος ήταν η συλλογή 385 απαντημένων ερωτηματολογίων. Η τυποποίηση που χρησιμοποιήθηκε για τον υπολογισμό του μεγέθους του δείγματος είναι:

$$\text{Μέγεθος δείγματος} = \frac{\frac{z^2 * p * (1 - p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 * p * (1 - p)}{e^2 N}\right)}$$

Όπου Z η τιμή του Z-score (Κανονικής Κατανομής) για συγκεκριμένο επίπεδο εμπιστοσύνης, N το μέγεθος του πληθυσμού, e το περιθώριο σφάλματος και p το degree of variability.

Για την συγκεκριμένη διαδικασία επιλέγεται διάστημα εμπιστοσύνης 95% και εξετάζονται ποσοστά σφάλματος με μέγιστη δυνατή αποδεκτή τιμή = 0,05. Δεδομένης της απουσίας περισσότερων πληροφοριών για τον πληθυσμό το κριτήριο της μορφής του δείγματος (sample proportion- degree of variability) λαμβάνει τιμή 0,5, ώστε να υπολογιστεί το μεγαλύτερο δυνατό δείγμα. Η κατανομή στο δείγμα είναι αναλογική με τα ποσοστά των ωφελούμενων από τις δομές.

Η έρευνα έκλεισε στις 18/7/2023 με 435 απαντημένα ερωτηματολόγια υπερκαλύπτοντας το στόχο.

Στο σύνολο των απαντημένων ερωτηματολογίων από τους ωφελούμενους διασφαλίστηκε η προστασία των προσωπικών δεδομένων των συμμετεχόντων. Για τη διασφάλιση αυτή, οι συμμετέχοντες δηλώνουν τη συναίνεσή τους για τη συμμετοχή.

Ε) Ποσοτική Έρευνα στους Δικαιούχους που υλοποιούν δράσεις δημοσιότητας

Η Αναθέτουσα Αρχή όρισε τη λίστα των Δικαιούχων που προσκλήθηκαν να συμμετέχουν στην έρευνα. Ο Σύμβουλος σύνταξε επιστολή προσκαλώντας τα στελέχη των Δικαιούχων να συμμετέχουν στην έρευνα. Η επιστολή απεστάλη από την Αναθέτουσα Αρχή. Εν συνέχεια ο Σύμβουλος απέστειλε email υπενθύμισης στους συμμετέχοντες και προσέφερε τηλεφωνική υποστήριξη για τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου.

Το ερωτηματολόγιο για τους Δικαιούχους (προσωποποιημένο ερωτηματολόγιο) στάλθηκε και σε 9 Φορείς:

α/α	ΦΟΡΕΑΣ	Όνοματεπώνυμο υπευθύνου	Τηλέφωνο	E-mail
1	ΕΠΙΤΕΛΙΚΗ ΔΟΜΗ ΕΣΠΑ ΥΠΟΥΡΓΕΙΟΥ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	Γεωργία Βικάτου	2105271316	gvikatou@mou.gr
		Ιωάννα Παπαϊωάννου	2105271150	ipapaioannou@mou.gr
		Πηνελόπη Αγγελοπούλου	2103256640	paggelopoulou@mou.gr
2	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΤΟΠΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ (ΕΕΤΑΑ)	Γεωργίου Αλέξανδρος	2131320762	ageo@eetaa.gr
3	ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ- ΑΑΔΕ	Σταμάτης Θεοχάρης	213 13 39 410	t.stamatis@minfin.gr
4	ΔΥΠΑ	Μαρία Ξένου	2109989115	mxenou@dypa.gov.gr
5	ΙΝΕΔΙΒΙΜ	Βικτωρία Τράκη	2131314406	tm-dimosiotitas@inedivim.gr
6	ΕΠΙΤΕΛΙΚΗ ΔΟΜΗ ΕΣΠΑ ΥΠΟΥΡΓΕΙΟΥ ΠΑΙΔΕΙΑΣ	Ελένη Θανασουλοπούλου	2103443332	ethanas@minedu.gov.gr
7	ΥΠΑΙΘ	Ανδρέας Κωνσταντάρας	2103442428	akonstantaras@minedu.gov.gr
8	ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΝΑΥΤΙΛΙΑΣ & ΝΗΣΙΩΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ, ΕΠΙΤΕΛΙΚΗ ΔΟΜΗ ΕΣΠΑ	Κάντζαλης Γεώργιος	2131371423, 2104224400	georgios.kantzalis@hcg.gr
		Γρίβα Αθανασία	2131374753, 2104224400	agriva@hcg.gr
9	ΙΚΥ	Ειρήνη Ντρούτσα	2103726323	edroutsa@iky.gr

Στην πρόσκληση ανταποκρίθηκαν 6 Φορείς, συμπληρώνοντας το ψηφιακό ερωτηματολόγιο.

12. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β – Καταγραφή Ευρημάτων Ποιοτικής Έρευνας

12.1. Κύρια Ευρήματα Ποιοτικής Έρευνας (Συνεντεύξεις-Ομάδες Εστίασης)

ΗΜΙ-ΔΟΜΗΜΕΝΕΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ – ΟΜΑΔΕΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ	
ΚΥΡΙΑ ΕΥΡΗΜΑΤΑ ΠΟΙΟΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	
ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ / ΟΜΑΔΑ ΕΣΤΙΑΣΗΣ ΜΕ ΣΤΕΛΕΧΗ ΤΗΣ ΕΥΔ ΕΠ ΑΝΑΔΕΔΒΜ	<ul style="list-style-type: none">▪ Η Στρατηγική Επικοινωνίας στήθηκε στην αρχή του ΕΠ όταν ακόμα δεν υπήρχε πλήρης εικόνα και αντίληψη των αναγκών, χωρίς στη συνέχεια να αναθεωρηθεί.▪ Οι σχεδιαζόμενες δράσεις του ΕΠ φαίνεται να ανταποκρίνονται στις ανάγκες των ωφελούμενων και η στόχευση των τελευταίων χαρακτηρίζεται ως επαρκής.▪ Ο σχεδιασμός των δράσεων δημοσιότητας επικεντρώθηκε κατά κύριο λόγο στα φεστιβάλ. Τα αφιερώματα ήταν δωρεάν για το κοινό ενώ υπήρχε η υποχρέωση πρόσβασης σε ΑμεΑ. Η προβολή μέσω των φεστιβάλ σταμάτησε το 2019.▪ Η εμφάνιση του Covid19 περιόρισε δραματικά τις δράσεις επικοινωνίας του Προγράμματος.▪ Ασυνέχεια τόσο στις προτεραιότητες προβολής όσο και σε διαδικασίες σταθερού σχεδιασμού λόγω των αλλαγών ηγεσίας αλλά και των εσωτερικών αλλαγών στην εκάστοτε Υπηρεσία-δικαιούχο δράσης επικοινωνίας.▪ Ο σχεδιασμός στρατηγικής επικοινωνίας πρέπει να γίνει πιο ανταγωνιστικός και ελκυστικός, μεταβάλλεται συνεχώς η εμπιστοσύνη και η προτίμηση στα κανάλια επικοινωνίας.
ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ ΜΕ ΔΙΚΑΙΟΥΧΟΥΣ ΠΟΥ ΑΣΧΟΛΟΥΝΤΑΙ ΜΕ ΣΗΜΑΝΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥ ΕΠ	<ul style="list-style-type: none">▪ Ανάγκη αναθεώρησης των δράσεων δημοσιότητας προς την ψηφιοποίηση,▪ Απουσία Συμβούλου Δημοσιότητας σε ορισμένες δράσεις, δεν υπήρχε σχετική πρόβλεψη για όλες τις Πράξεις. Όσες Πράξεις συμβασιοποίησαν Σύμβουλο Δημοσιότητας, το έκαναν με χρονική καθυστέρηση.▪ Ασυνέχεια τόσο στις προτεραιότητες προβολής όσο και σε διαδικασίες σταθερού σχεδιασμού λόγω των αλλαγών ηγεσίας αλλά και των εσωτερικών αλλαγών στην εκάστοτε Υπηρεσία-δικαιούχο δράσης επικοινωνίας.▪ Ανάγκη επιμόρφωσης του προσωπικού που σχεδιάζει και υλοποιεί δράσεις επικοινωνίας. Οι δικαιούχοι φορείς δράσεων επικοινωνίας και δημοσιότητας έχουν βρεθεί να επωμίζονται την στρατηγική επικοινωνίας αλλά και να προκηρύσσουν διαγωνισμούς

ΗΜΙ-ΔΟΜΗΜΕΝΕΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ – ΟΜΑΔΕΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ	
ΚΥΡΙΑ ΕΥΡΗΜΑΤΑ ΠΟΙΟΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	
	<p>για αναδόχους επικοινωνίας χωρίς να έχουν την κατάρτιση να περιγράψουν το φυσικό αντικείμενο των σχετικών διαγωνιστικών διαδικασιών¹⁹.</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Καθυστερήσεις στις διαγωνιστικές διαδικασίες: δεν προβλέπονται στο χρονοδιάγραμμα οι καθυστερήσεις πχ προσυμβατικοί έλεγχοι/ενστάσεις/άγονοι διαγωνισμοί/έλλειψη προσωπικού
ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΜΕ ΣΥΜΒΟΥΛΟ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ	<ul style="list-style-type: none">▪ Στόχος ήταν η απλούστευση της γλώσσας, η εκλαΐκευση▪ Ασχολήθηκε με το στήσιμο της ιστοσελίδας, την προβολή των δράσεων στα social media (Facebook), τη δημιουργία επεξηγηματικών videos, infographics, διαφημίσεων
ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΜΕ ΩΦΕΛΟΥΜΕΝΟΥΣ	<ul style="list-style-type: none">▪ Αναγκαία η ψηφιοποίηση των διαδικασιών για τους νέους ωφελούμενους (18-30 ετών).▪ Η διάχυση της πληροφορίας για την ύπαρξη χρηματοδοτούμενων προγραμμάτων κρίνεται μη επαρκής.▪ Τα κοινωνικά δίκτυα που εμπιστεύονται οι νέοι για την ενημέρωσή τους είναι το Instagram, το Facebook, το YouTube και το LinkedIn²⁰. / Η παραδοσιακή διαφήμιση φαίνεται να μην έχει πλέον απήχηση▪ Ορισμένες δράσεις έκαναν καλύτερη παροχή πληροφοριών προς τους ωφελούμενους ως προς τις διαδικασίες (αμειβόμενες πρακτικές ασκήσεις) σε αντίθεση με άλλες όπως λ.χ Σεμινάρια / μαθήματα γενικής επιμόρφωσης μέσω των Κέντρων Δια Βίου Μάθησης▪ Οι ωφελούμενοι δε βρίσκουν κατανοητό το σκοπό και τα ωφέλη των δράσεων

¹⁹ ΟΜΑΔΑ ΕΣΤΙΑΣΗΣ ΔΙΚΑΙΟΥΧΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ, 12/07/2023

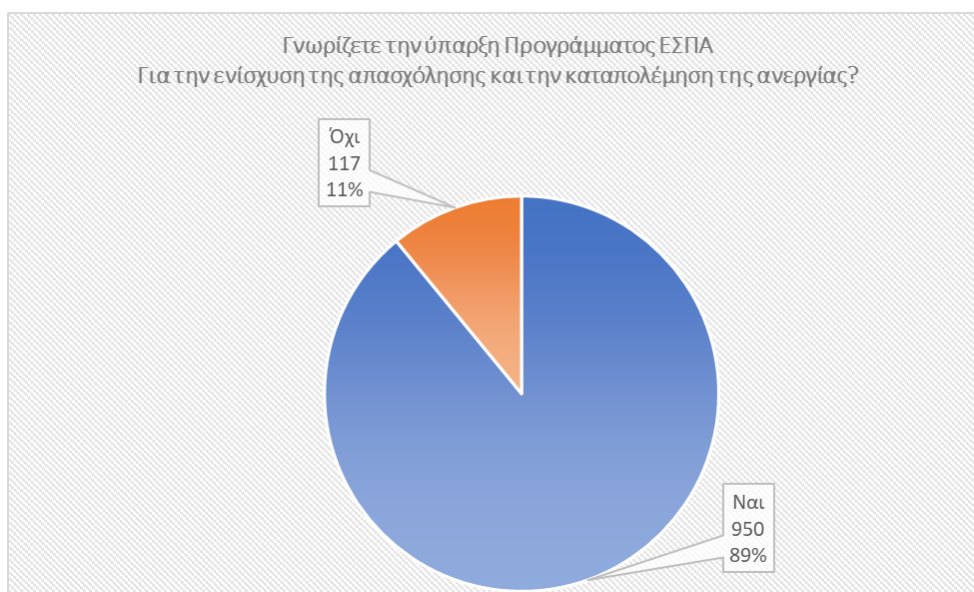
²⁰ ΟΜΑΔΑ ΕΣΤΙΑΣΗΣ ΩΦΕΛΟΥΜΕΝΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ, 14/07/2023

13. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Γ – Κύρια ευρήματα της ποσοτικής έρευνας ανά ομάδα στόχο

13.1. Κύρια ευρήματα της ποσοτικής έρευνας στο Γενικό Κοινό

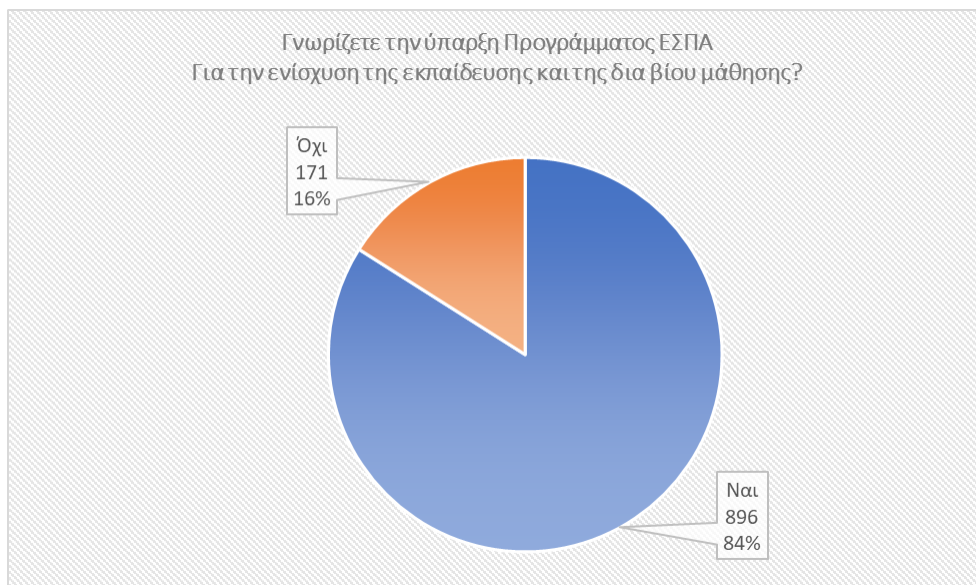
Η έρευνα έγινε σε δείγμα 1067 ατόμων με συμπλήρωση ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου.

13.1.1. Γνώση για τα Προγράμματα «Απασχόλησης» και «Δια Βίου Μάθησης»



Γράφημα 4 - Γνωρίζετε την ύπαρξη Προγράμματος ΕΣΠΑ για την ενίσχυση της απασχόλησης και την καταπολέμηση της ανεργίας

Το 89% του δείγματος γνωρίζει την ύπαρξη προγράμματος ΕΣΠΑ για την απασχόληση και την ανεργία και αυτό κρίνεται ως σημαντικό στοιχείο για την επιτυχία της δημοσιότητας του προγράμματος.



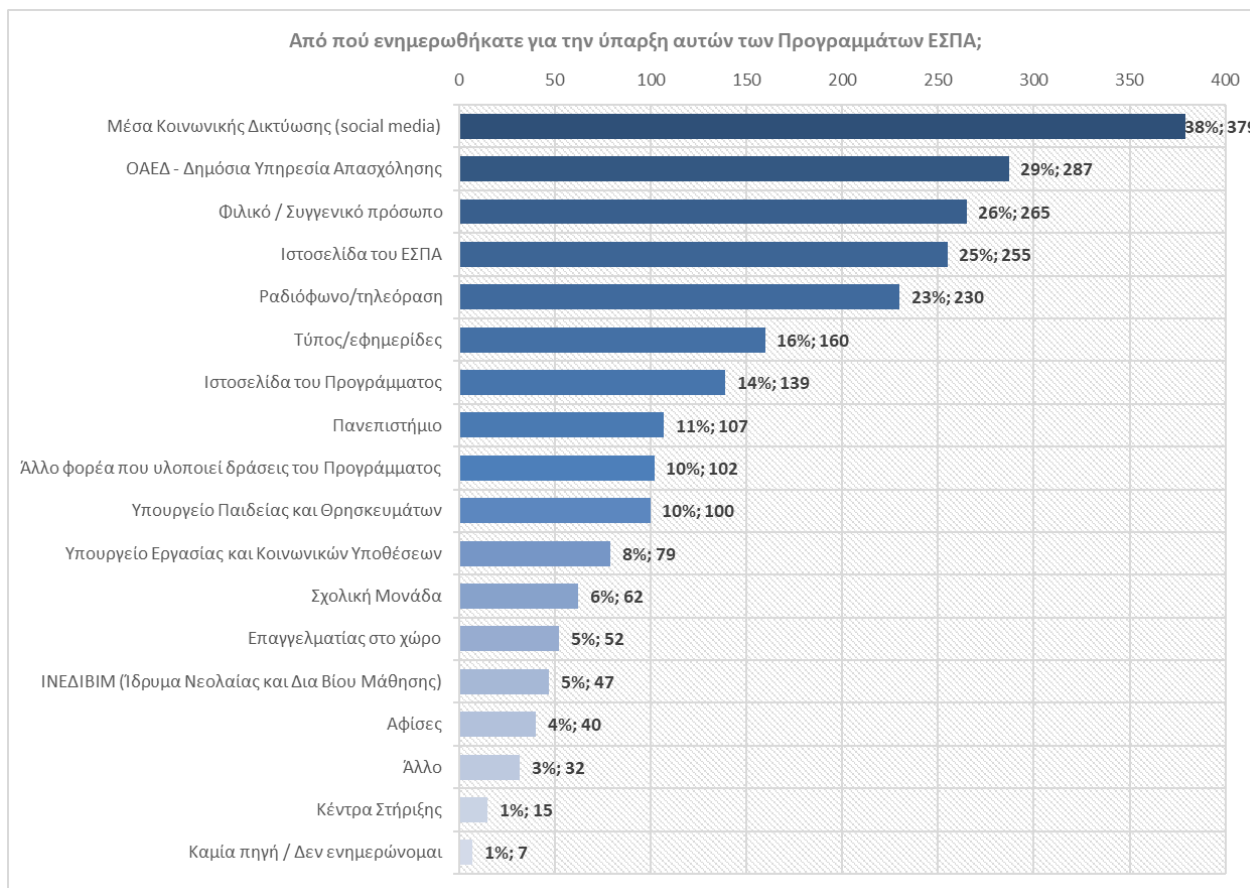
Γράφημα 5 - Γνωρίζετε την ύπαρξη Προγράμματος ΕΣΠΑ για την ενίσχυση της εκπαίδευσης και της δια βίου μάθησης

Αντίστοιχα το 84% του δείγματος γνωρίζει την ύπαρξη Προγράμματος ΕΣΠΑ για την εκπαίδευση και τη δια βίου μάθηση, που επίσης θεωρείται ικανοποιητικό.

Η γνώση της ύπαρξης και για τα δύο προγράμματα, δεν εξαρτάται από το φύλο με το οποίο δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική σχέση.

Αντίθετα η γνώση για την ύπαρξη και για τα δύο προγράμματα έχει στατιστικά σημαντική σχέση με το εκπαιδευτικό επίπεδο των ερωτώμενων. Συγκεκριμένα οι απόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης και ΙΕΚ έχουν μικρότερη γνώση από τους πτυχιούχους τριτοβάθμιας, οι οποίοι με τη σειρά τους έχουν μικρότερη γνώση από τους κατόχους μεταπτυχιακών τίτλων και διδακτορικών.

Οι 1002 που γνωρίζουν τουλάχιστον το ένα πρόγραμμα ρωτήθηκαν από που έχουν ενημερωθεί για το/τα πρόγραμμα/τα που γνωρίζουν με δυνατότητα επιλογής πολλών απαντήσεων.



Γράφημα 6 - . Από πού ενημερωθήκατε για την ύπαρξη αυτών των Προγραμμάτων ΕΣΠΑ

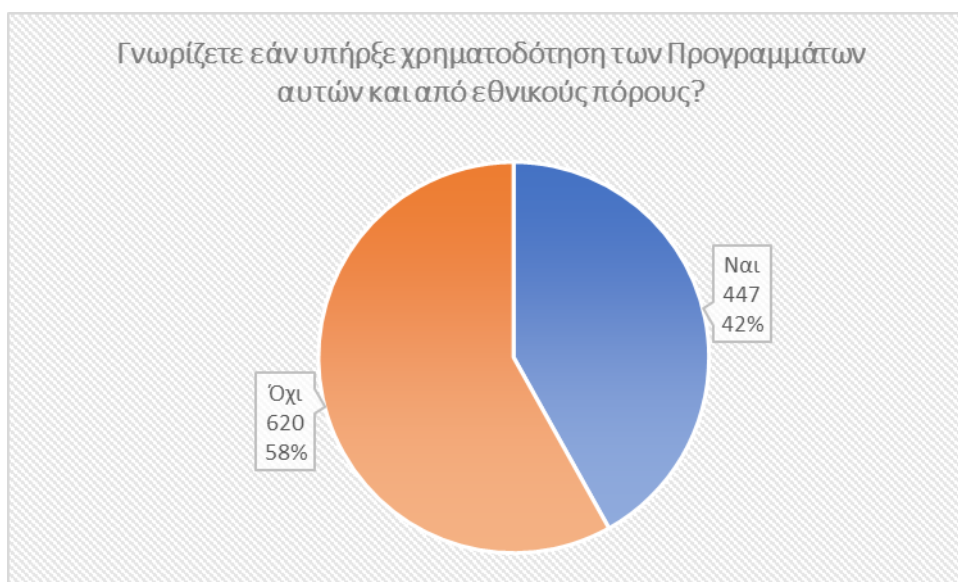
Το 38% αυτών που γνωρίζουν τουλάχιστον ένα από τα προγράμματα, έχει ενημερωθεί από τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (social media), 29% από την ΔΥΠΑ-ΟΑΕΔ και το 26% από Φιλικό/Συγγενικό πρόσωπο και την ιστοσελίδα του ΕΣΠΑ (25,4%).

Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι στις δύο από τις τρεις πρώτες θέσεις βρίσκονται οι «άτυποι» δίαυλοι ενημέρωσης (συγγενικό και φιλικό περιβάλλον) και οι νέοι δίαυλοι που είναι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Σε υψηλές θέσεις όμως είναι και τα κλασικά μέσα ενημέρωσης (ραδιόφωνο/τηλεόραση) καθώς και ο γνωστότερος δημόσιος οργανισμός που είναι η ΔΥΠΑ-ΟΑΕΔ.

13.1.2. Χρηματοδότηση



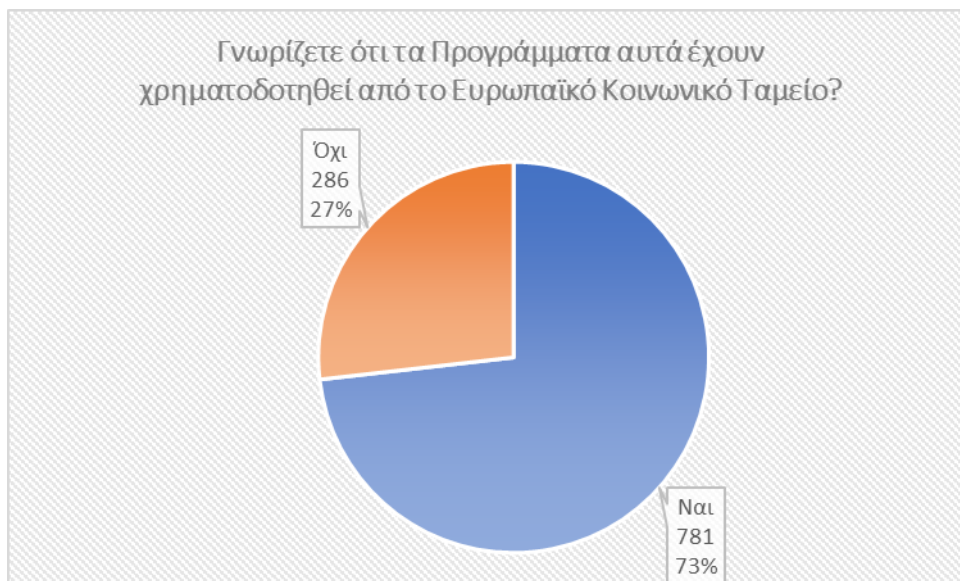
Γράφημα 7 - χρηματοδότηση από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή



Γράφημα 8 – χρηματοδότηση από εθνικούς πόρους

Σχετικά με τη χρηματοδότηση των προγραμμάτων του ΕΠ μόνο το 61% γνωρίζει ότι χρηματοδοτούνται από την «Ευρωπαϊκή Επιτροπή» και ακόμη μικρότερο ποσοστό 42% γνωρίζει ότι χρηματοδοτούνται και από εθνικούς πόρους.

Πιο αναλυτικά το 33% απαντάει σωστά ότι υπάρχει συγχρηματοδότηση από ευρωπαϊκούς και εθνικούς πόρους. Το 28% γνωρίζει για χρηματοδότηση μόνο από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και αντίστοιχα το 9% γνωρίζει μόνο για χρηματοδότηση από εθνικούς πόρους. Τέλος πολύ σημαντικό ποσοστό 31% δεν γνωρίζει τίποτε για τη χρηματοδότηση των συγκεκριμένων προγραμμάτων ούτε από ευρωπαϊκές πηγές χρηματοδότησης αλλά ούτε και για χρηματοδότηση από εθνικούς πόρους.

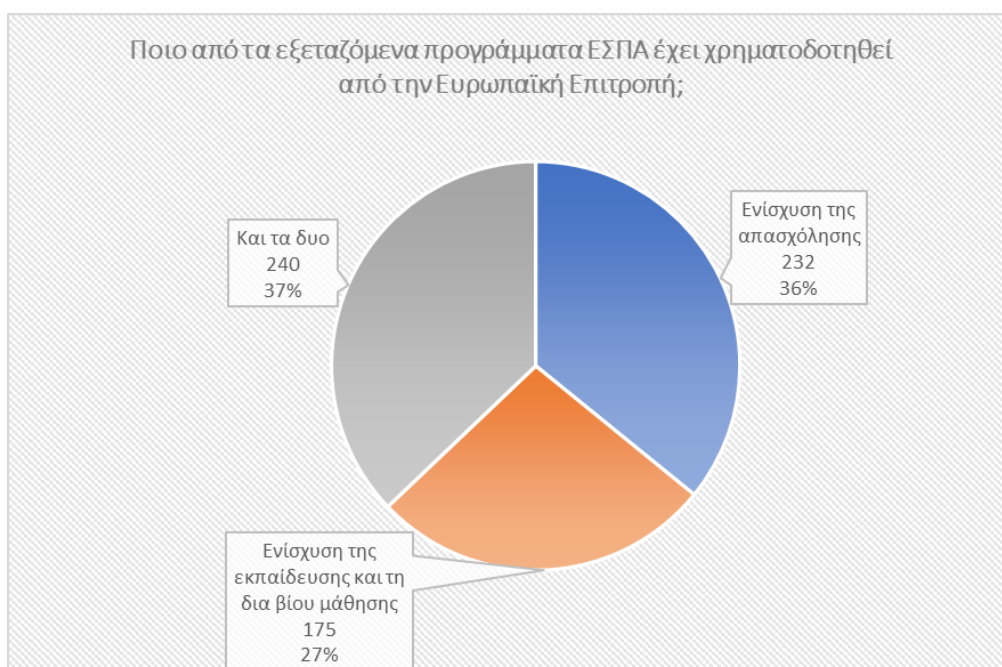


Γράφημα 9 – Χρηματοδότηση από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο

Στην επόμενη ερώτηση αν γνωρίζουν οι ερωτώμενοι ότι αυτά τα Προγράμματα έχουν χρηματοδοτηθεί από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο, εμφανίζεται η αντίφαση το 73,2% να απαντάει θετικά ενώ μόνο το 60,6% έχει απαντήσει θετικά στη χρηματοδότηση από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή.

Για την ανίχνευση της συγκεκριμένης αντίφασης συσχετίστηκαν τα δεδομένα των δύο μεταβλητών με αποτέλεσμα να προσδιοριστούν 256 ερωτώμενοι (24% του συνόλου του δείγματος) που απάντησαν αντιφατικά σε σχέση με την ευρωπαϊκή χρηματοδότηση. Πιο συγκεκριμένα 61 ερωτώμενοι από το δείγμα (5,7%) απαντούν ότι έχουν χρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή αλλά όχι από το ΕΚΤ και επίσης 195 ερωτώμενοι (18,3% του δείγματος) απαντούν αντίστροφα, ότι έχουν χρηματοδοτηθεί από το ΕΚΤ αλλά όχι από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή.

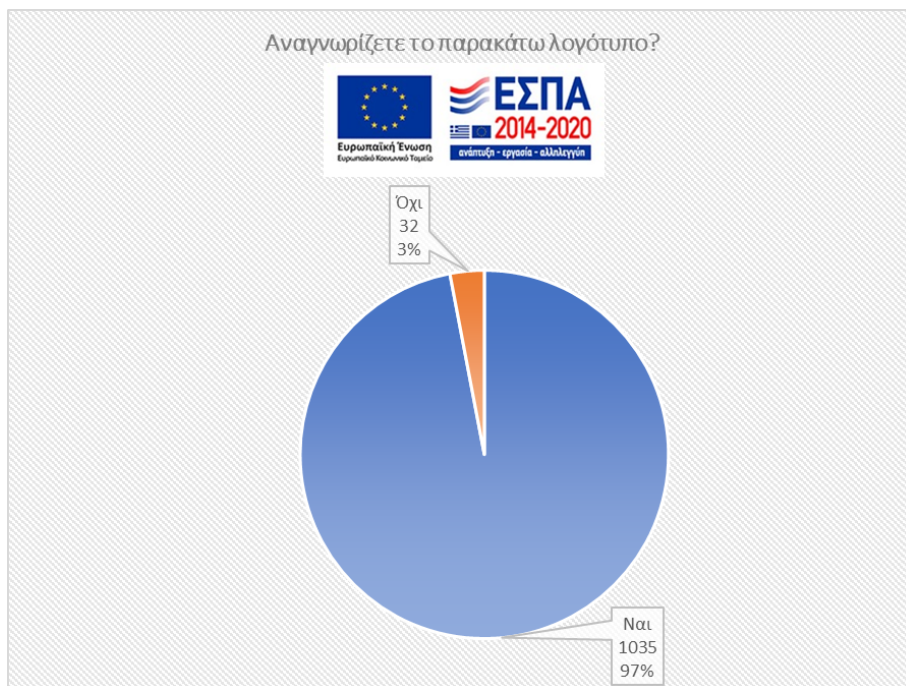
Μία λογική ερμηνεία θα ήταν ότι το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο είναι ευρύτερα γνωστό για παρεμβάσεις τέτοιου τύπου και η ονομασία του τις σηματοδοτεί, ενώ η «Ευρωπαϊκή Επιτροπή» είναι λιγότερο γνωστή και η ονομασία της είναι «ασαφής» για το ευρύ κοινό μεταξύ των ευρωπαϊκών θεσμών.



Γράφημα 10 - Χρηματοδότηση από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή

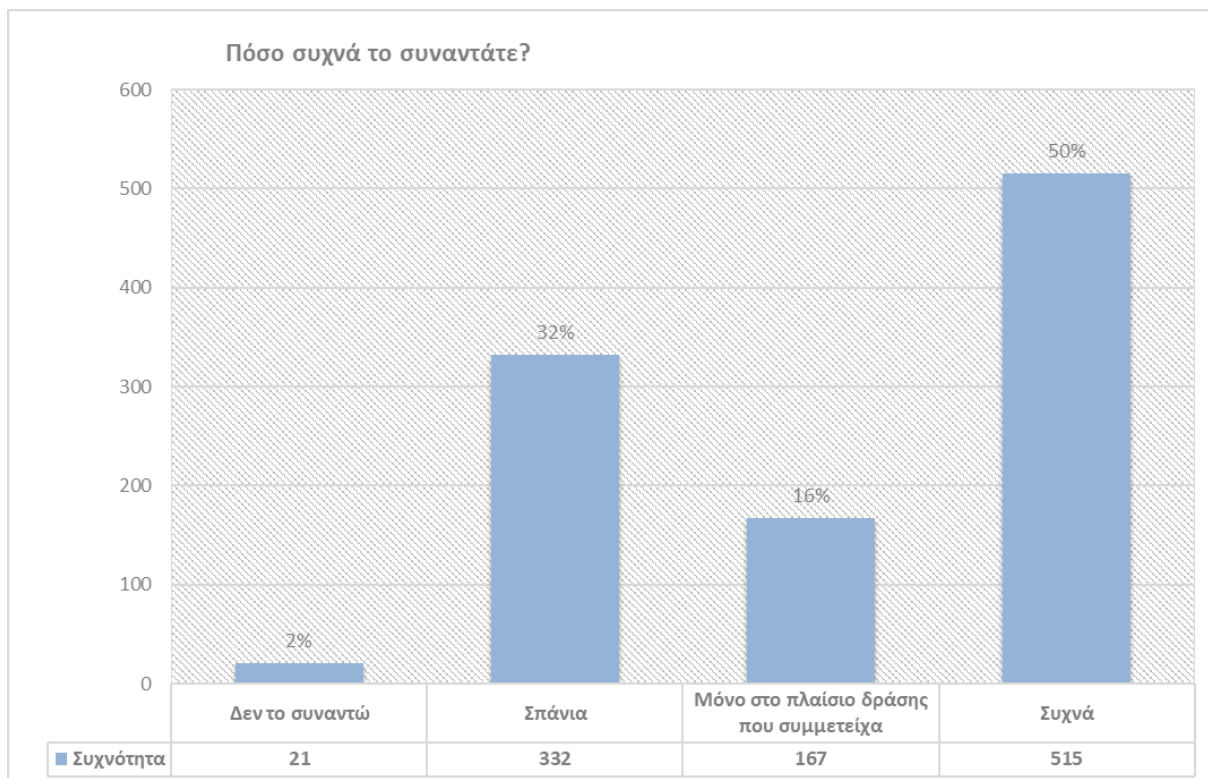
Εξειδικεύοντας τη γνώση των ερωτώμενων για τη χρηματοδότηση των δύο συγκεκριμένων προγραμμάτων συνολικά τα αποτελέσματα είναι ότι το 40% του συνόλου δεν γνωρίζει για χρηματοδότηση από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Από τους υπόλοιπους το 36% γνωρίζει μόνο για χρηματοδότηση του προγράμματος της Απασχόλησης, το 27% γνωρίζει μόνο για το πρόγραμμα εκπαίδευσης και περίπου το 37% (αντιστοιχεί μόνο στο 20% του συνόλου) γνωρίζει για χρηματοδότηση και των δύο από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, που είναι και το σωστό.

13.1.3. Αναγνώριση του λογότυπου



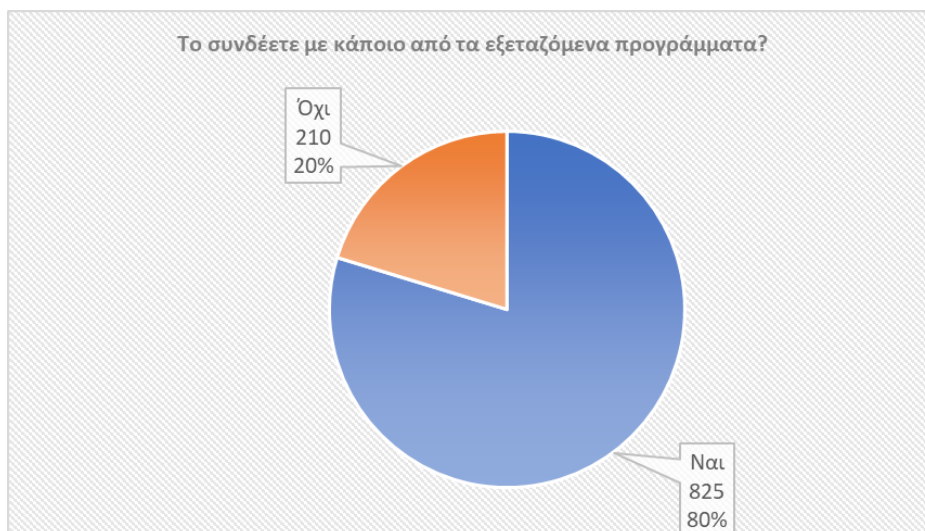
Γράφημα 11 - Αναγνωρίζετε το λογότυπο.

Το τεράστιο ποσοστό αναγνώρισης του συγκεκριμένου λογότυπου (μόνο 32 στους 1067 δεν το αναγνώρισαν) οφείλεται πιθανόν στην τεράστια διάδοση του λογότυπου του ΕΣΠΑ συνολικά στη χώρα τα τελευταία χρόνια και όχι κατ' ανάγκη στην αναφορά στο Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο που υπάρχει αριστερά στο λογότυπο.



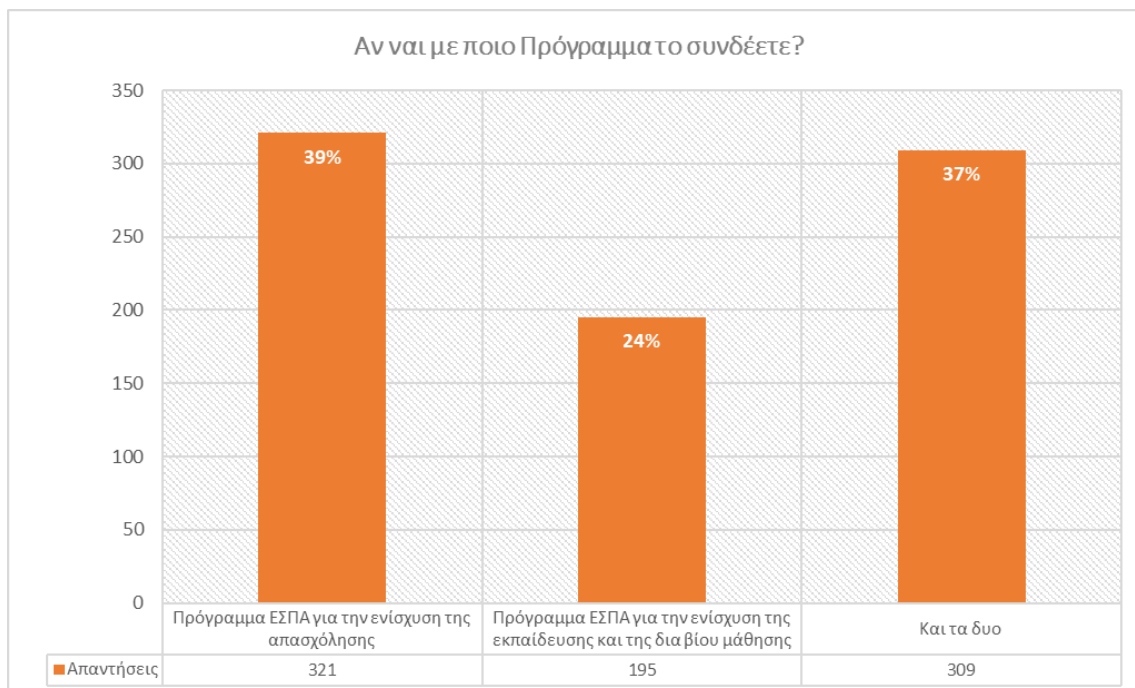
Γράφημα 12 - Πόσο συχνά συναντάτε το λογότυπο.

Είναι αξιοσημείωτο ότι περίπου το 50% του δείγματος συναντάει «Συχνά» το λογότυπο



Γράφημα 13 - Συνδέετε το λογότυπο με κάποιο από τα εξεταζόμενα προγράμματα.

Το 80% συνδέει το λογότυπο με τα συγκεκριμένα προγράμματα απασχόλησης και εκπαίδευσης.



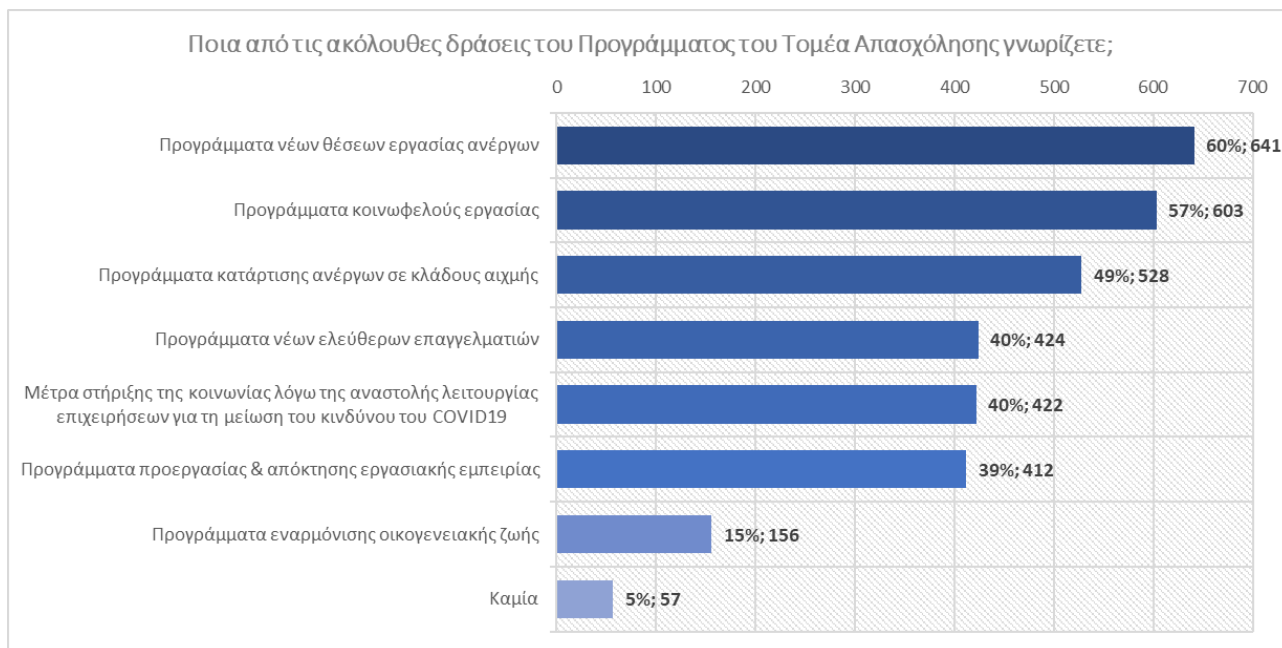
Γράφημα 14 - Με ποιο Πρόγραμμα συνδέετε το λογότυπο.

Τα ανωτέρω ποσοστά δίνονται ως προς τους 825 που συνδέουν το λογότυπο με κάποιο από τα προγράμματα.

Η μεγαλύτερη σύνδεση του λογότυπου με την απασχόληση είναι σύμφωνη και με το ότι από τις ερωτήσεις που ακολουθούν προκύπτει ότι υπάρχει πιο εκτεταμένη γνώση για το πρόγραμμα απασχόλησης από το πρόγραμμα εκπαίδευσης.

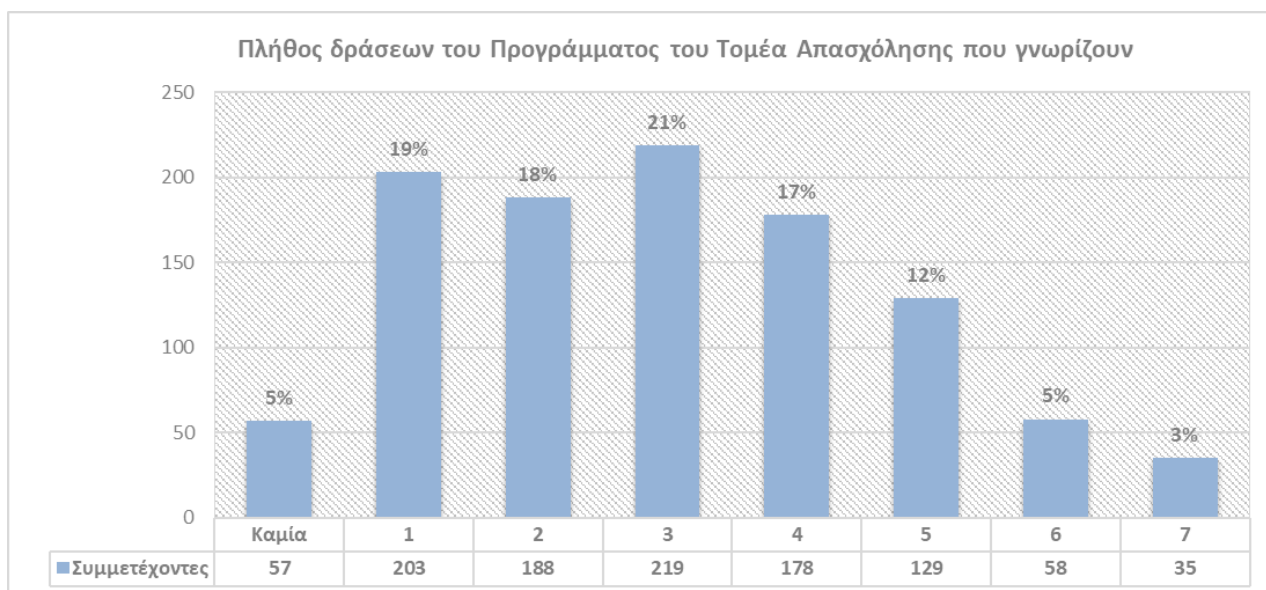
13.1.4. Γνώση επιμέρους δράσεων του Προγράμματος Απασχόληση

Η γνώση, από πλευράς των ερωτώμενων, των επί μέρους δράσεων του προγράμματος απασχόλησης, διερευνήθηκε με μία δέσμη ερωτήσεων για τη γνώση κάθε μίας από τις επί μέρους δράσεις του προγράμματος. Επίσης υπήρχε και η καταγραφή όσων δεν γνώριζαν καμία από τις επί μέρους δράσεις με την αντίστοιχη ερώτηση. Οι ερωτήσεις δεν είχαν περιορισμό πλήθους απαντήσεων και ο κάθε ερωτώμενος μπορούσε να απαντήσει, θετικά ή αρνητικά, για κάθε μία από τις υποερωτήσεις.



Γράφημα 15 - Δράσεις του Προγράμματος του Τομέα Απασχόλησης.

Στο παραπάνω γράφημα παρουσιάζονται οι επί μέρους απαντήσεις για κάθε μία δράση κατά φθίνουσα σειρά απαντήσεων. Οι πιο γνωστές δράσεις είναι τα προγράμματα νέων θέσεων απασχόλησης, της κοινωφελούς εργασίας και τα προγράμματα κατάρτισης σε κλάδους αιχμής που απαντούν ότι τα γνωρίζει η πλειονότητα των ερωτώμενων (ποσοστά από 50%-60%). Αντίθετα το λιγότερο «γνωστό» πρόγραμμα είναι το πρόγραμμα εναρμόνισης οικογενειακής ζωής με μόλις 15% να το γνωρίζει, ενώ το 5% δεν γνωρίζει καμία δράση.



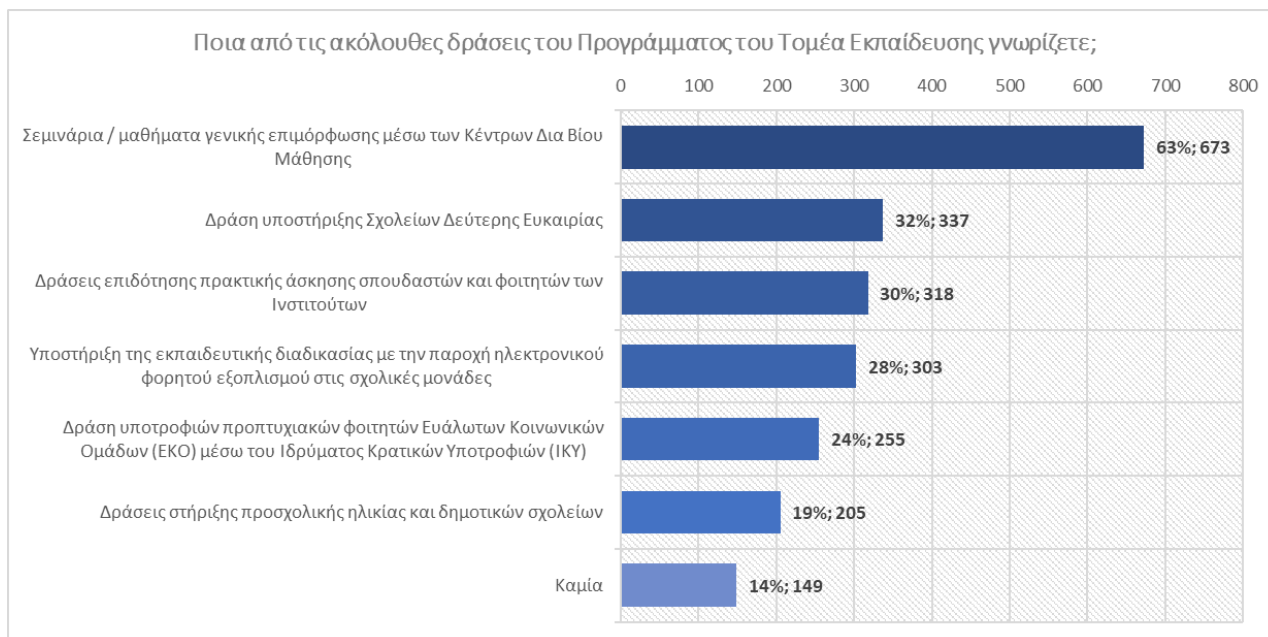
Γράφημα 16 - Πλήθος δράσεων του Προγράμματος του Τομέα Απασχόλησης που γνωρίζει κάθε ερωτώμενος.

Το πλήθος των δράσεων του προγράμματος απασχόλησης που γνωρίζουν οι ερωτώμενοι είναι ανεξάρτητο τόσο από το φύλο όσο και από το εκπαιδευτικό τους επίπεδο.

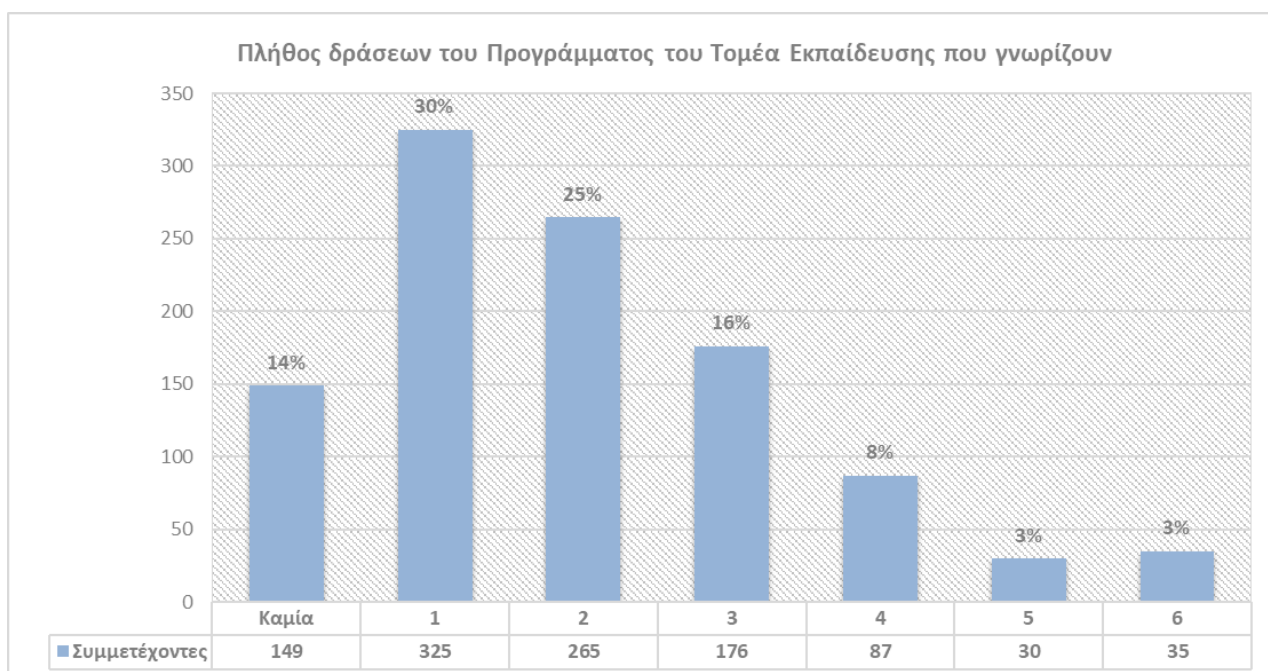
13.1.5. Γνώση επιμέρους δράσεων του Προγράμματος Εκπαίδευση

Η δέση ερωτήσεων για τη γνώση, από πλευράς των ερωτώμενων, των επί μέρους δράσεων του προγράμματος εκπαίδευσης, διερευνήθηκε με μία δέση ερωτήσεων για τη γνώση κάθε μίας από τις επί μέρους δράσεις του προγράμματος. Επίσης υπήρχε και η καταγραφή όσων δεν γνώριζαν καμία από τις επί μέρους δράσεις με τη

αντίστοιχη ερώτηση. Οι ερωτήσεις δεν είχαν περιορισμό πλήθους απαντήσεων και ο κάθε ερωτώμενος μπορούσε να απαντήσει, θετικά ή αρνητικά, για κάθε μία από τις υποερωτήσεις.



Γράφημα 17 - Δράσεις του Προγράμματος του Τομέα Εκπαίδευσης.



Γράφημα 18 - Πλήθος δράσεων του Προγράμματος του Τομέα Εκπαίδευσης που γνωρίζει κάθε ερωτώμενος.

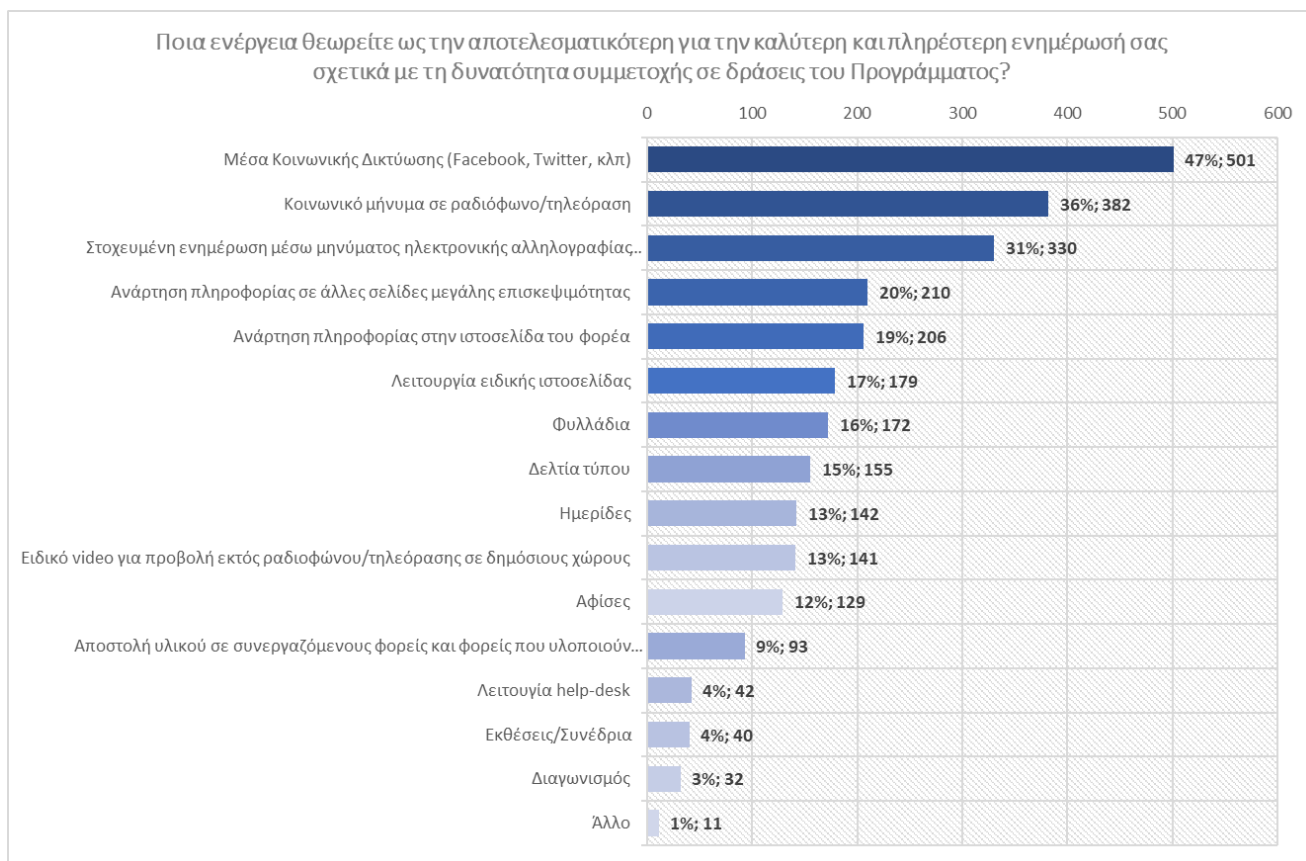
Συμπερασματικά και για τα δύο προγράμματα (απασχόληση και κατάρτιση) οι πιο γνωστές δράσεις, σε επίπεδο περίπου 60%, είναι οι δράσεις κατάρτισης σε ΚΔΒΜ, νέες θέσεις εργασίας και κοινωνικής εργασίας.

13.1.6. Αποτελεσματικότητα των ενεργειών ενημέρωσης.

Η αποτελεσματικότητα των ενεργειών ενημέρωσης, ερευνήθηκε με την παράθεση στους ερωτώμενους 13 εναλλακτικών ενεργειών (εργαλείων/μέσων) που μπορούν να χρησιμοποιηθούν, για την ενημέρωση των εν

δυνάμει ενδιαφερομένων για τα προαναφερθέντα προγράμματα. Κάθε ερωτώμενος είχε τη δυνατότητα να επιλέξει μέχρι 3 επιλογές με κριτήριο την αποτελεσματικότητα της κάθε μίας ενέργειας σε σύγκριση με τις υπόλοιπες, ως προς την καλύτερη και πληρέστερη ενημέρωση του ίδιου του ερωτώμενου.

Στην ερώτηση απάντησαν όλοι οι ερωτώμενοι (N=1067) με 1-3 επιλογές ο καθένας.



Γράφημα 19 - Πηγές ενημέρωσης, γενικό κοινό.

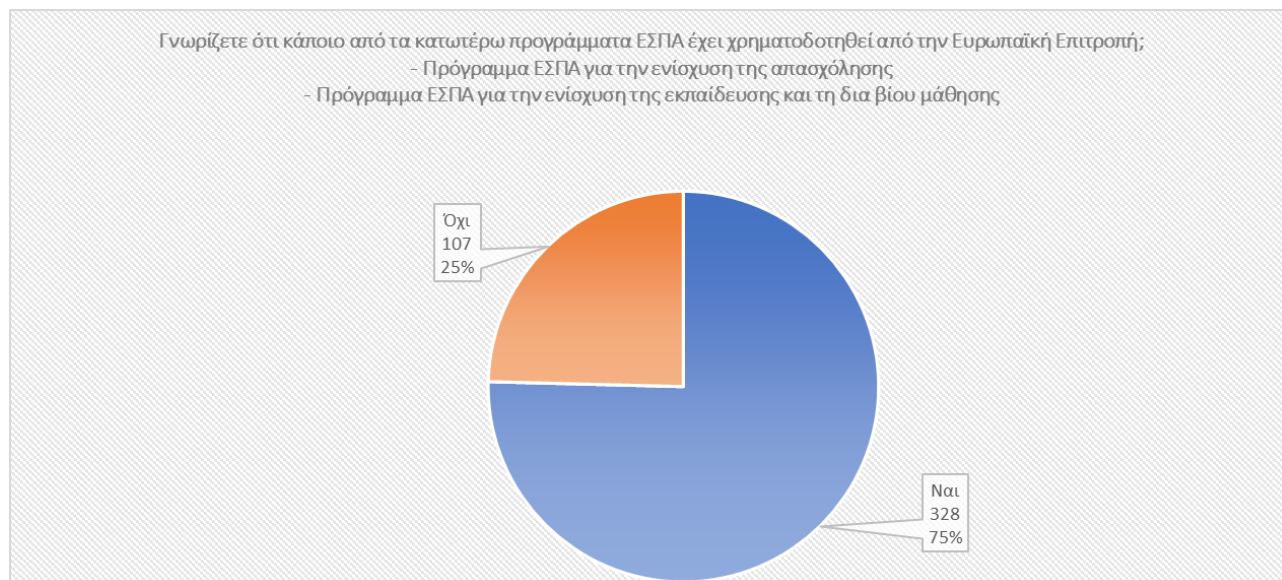
Είναι εμφανές ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Facebook, Twitter κλπ) αποτελούν για τους μισούς περίπου από τους ερωτώμενους, τα αποτελεσματικότερα μέσα για την ενημέρωσή τους, με μεγάλη διαφορά από τη δεύτερη επιλογή (47% έναντι 36%) που είναι τα κοινωνικά μηνύματα σε ραδιόφωνο και τηλεόραση. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι η ερώτηση απευθυνόταν προσωπικά στον κάθε ερωτώμενο («..για την καλύτερη και πληρέστερη ενημέρωσή σας ...») και αυτό είναι σημαντικό διότι η αντιπροσωπευτικότητα του δείγματος και η απάντηση με βάση το πρόσωπο του καθενός (και όχι ποια είναι γενικά η γνώμη σας) προσθέτουν ιδιαίτερο βάρος στην ιεράρχηση των επιλογών που προκύπτει.

Επίσης πρέπει να σημειωθεί ότι οι πρώτες έξι (από τις 15+1 ενέργειες) που θεωρούνται πιο αποτελεσματικές, είναι όλες ψηφιακές ενημερώσεις, παρά το ότι μεταξύ τους και μάλιστα στη δεύτερη θέση είναι τα κοινωνικά μηνύματα σε πιο παραδοσιακά μέσα όπως το ραδιόφωνο και η τηλεόραση. Οι πιο παραδοσιακές ενέργειες όπως φυλλάδια, εκθέσεις, ημερίδες κλπ αξιολογούνται επί της ουσίας μη αποτελεσματικές με βάση τα σημερινά τεχνολογικά και κοινωνικά δεδομένα.

13.2. Κύρια ευρήματα της ποσοτικής έρευνας στους Ωφελούμενους

Συμπληρώθηκαν 435 ηλεκτρονικά ερωτηματολόγια.

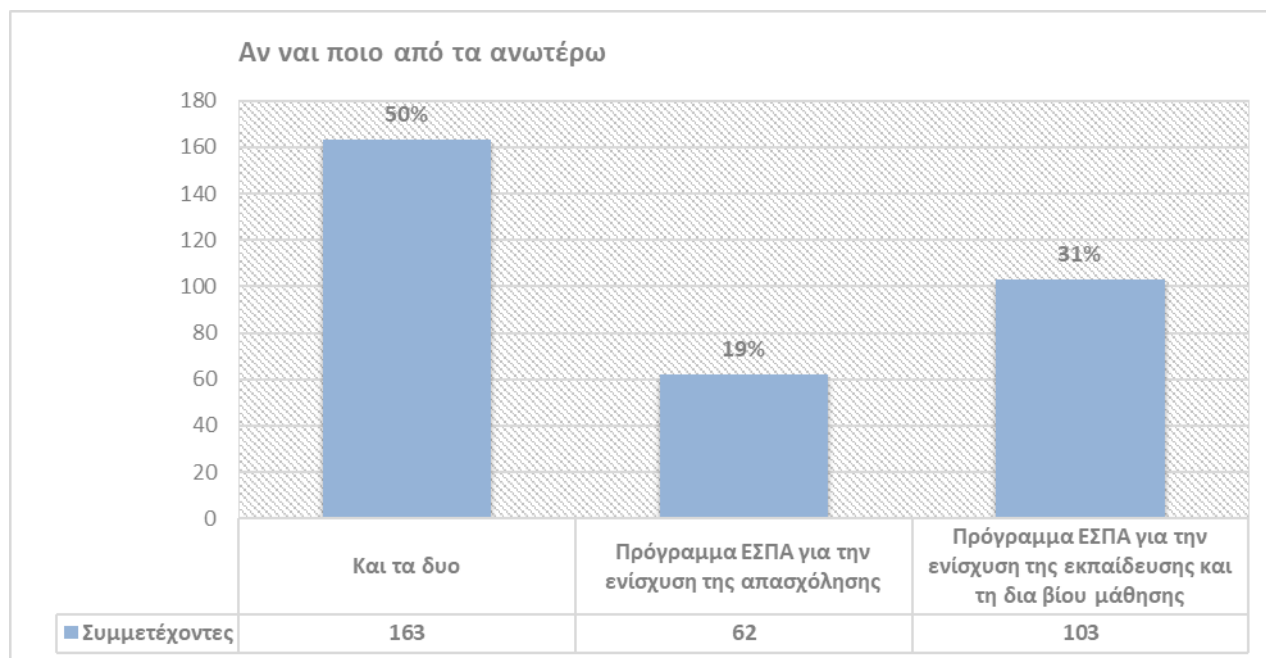
13.2.1. Γνώση για τα Προγράμματα «Απασχόλησης» και «Δια Βίου Μάθησης»



Γράφημα 20 - Γνώση των Προγραμμάτων.

Το 75% του δείγματος γνωρίζει την ύπαρξη τουλάχιστον ενός από τα εξεταζόμενα Προγράμματα.

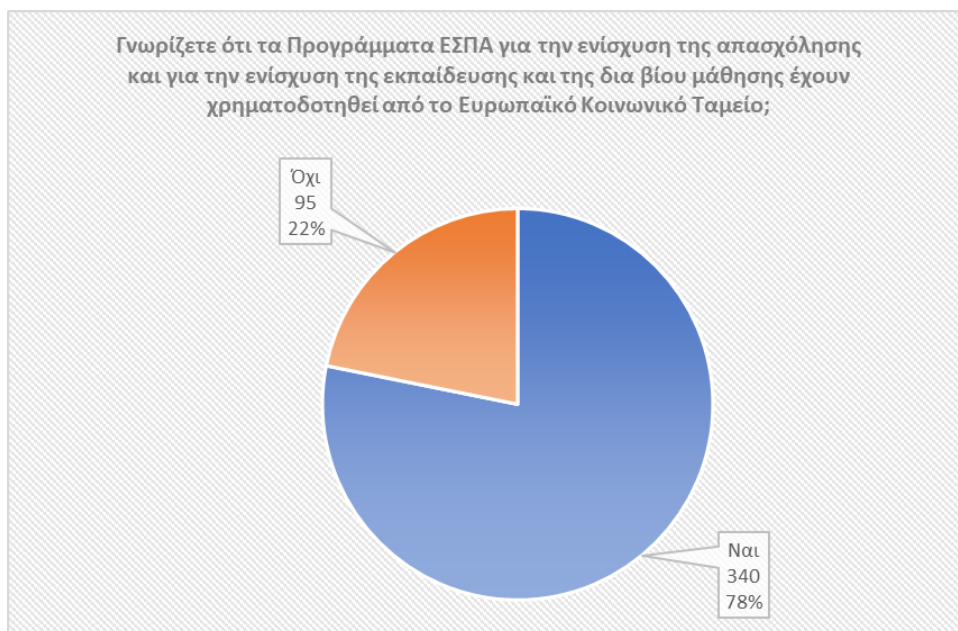
Οι 328 που γνωρίζουν κάποιο από τα προγράμματα κλήθηκαν να προσδιορίσουν ποιο.



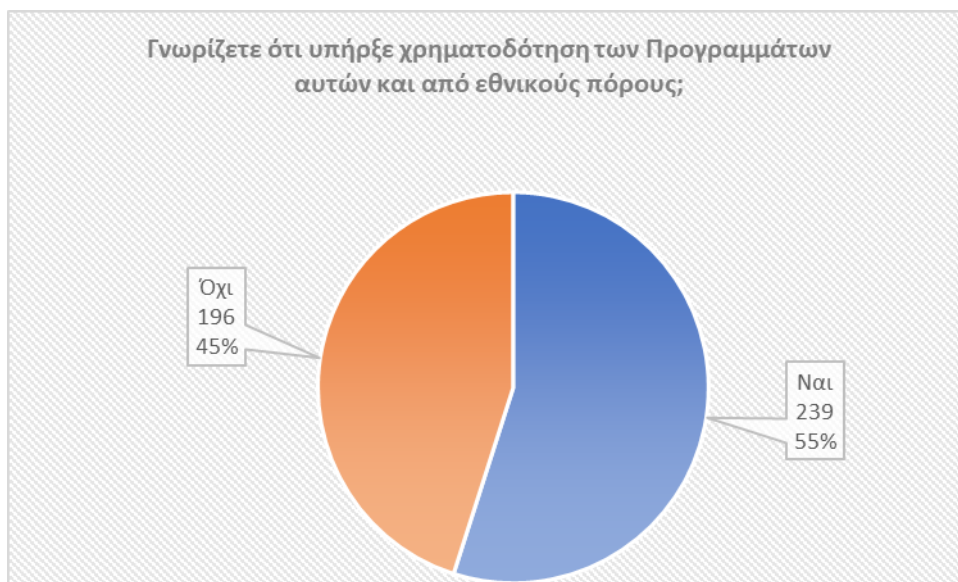
Γράφημα 21 – Ποιο πρόγραμμα γνωρίζετε

Το 50% του δείγματος γνωρίζει και τα 2 Προγράμματα ΕΣΠΑ. Σε αντίθεση με το ερωτηματολόγιο του γενικού κοινού, εδώ περισσότεροι ωφελούμενοι αναγνωρίζουν το Πρόγραμμα για την Εκπαίδευση και τη διά βίου μάθηση από αυτό για την Απασχόληση.

13.2.2. Χρηματοδότηση



Γράφημα 22 - Χρηματοδότηση από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο.



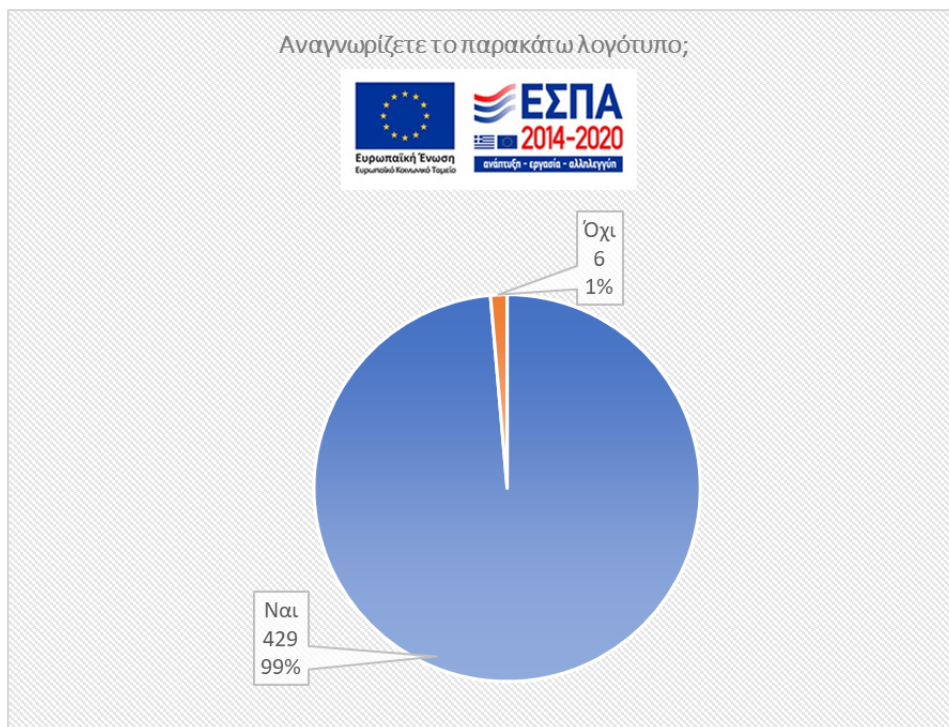
Γράφημα 23 - Χρηματοδότηση από εθνικούς πόρους.

Σχετικά με τη χρηματοδότηση των προγραμμάτων του ΕΠ το 78% γνωρίζει ότι χρηματοδοτούνται από το «ΕΚΤ» και μόνο το 55% γνωρίζει ότι χρηματοδοτούνται και από εθνικούς πόρους.

Πιο αναλυτικά το 49% απαντάει σωστά ότι υπάρχει συγχρηματοδότηση από ευρωπαϊκούς και εθνικούς πόρους. Το 29% γνωρίζει για χρηματοδότηση μόνο από το ΕΚΤ και αντίστοιχα το 6% γνωρίζει μόνο για χρηματοδότηση από εθνικούς πόρους. Τέλος ένα σχετικά σημαντικό ποσοστό 16%, μια και οι ερωτώμενοι έχουν συμμετάσχει σε

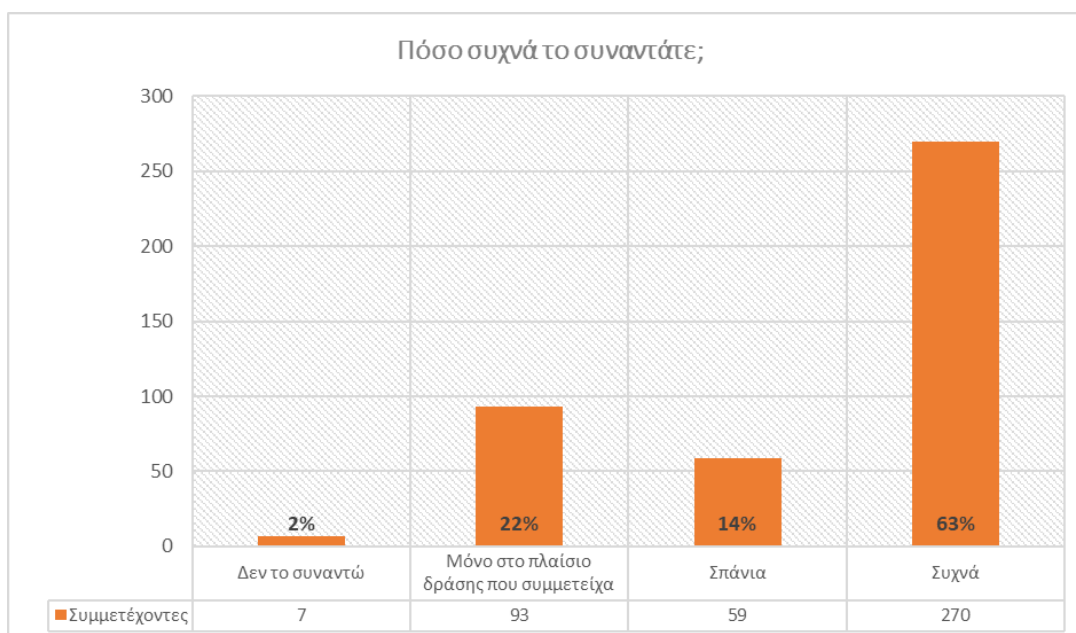
κάποια σχετική δράση, δεν γνωρίζει τίποτε για τη χρηματοδότηση των συγκεκριμένων προγραμμάτων ούτε από το ΕΚΤ αλλά ούτε και για χρηματοδότηση από εθνικούς πόρους.

13.2.3. Αναγνώριση του λογότυπου



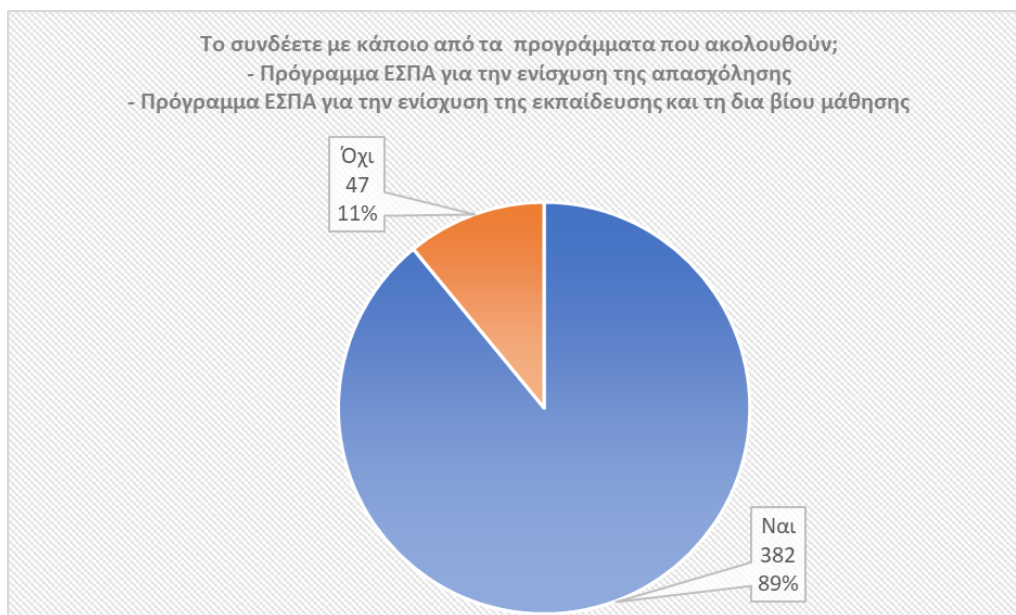
Γράφημα 24 - Αναγνωρίζετε το λογότυπο.

Το τεράστιο ποσοστό αναγνώρισης του συγκεκριμένου λογότυπου επιβεβαιώνει το αντίστοιχο ποσοστό από την έρευνα του γενικού κοινού.



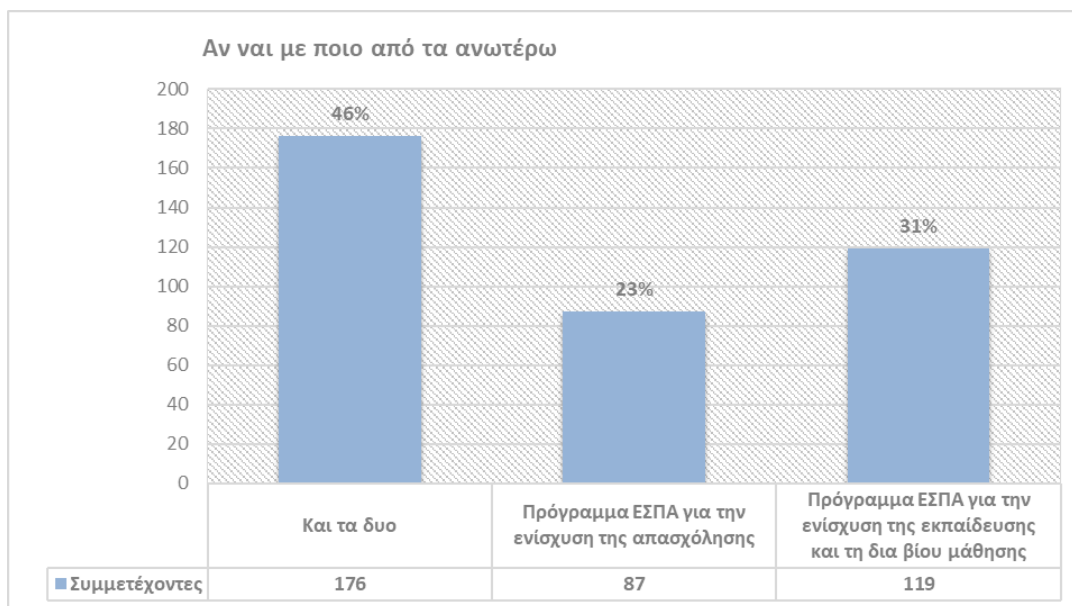
Γράφημα 25 - Πόσο συχνά συναντάτε το λογότυπο.

Είναι αξιοσημείωτο ότι πάνω από το 60% του δείγματος συναντάει «Συχνά» το λογότυπο



Γράφημα 26 - Συνδέετε το λογότυπο με κάποιο από τα εξεταζόμενα προγράμματα.

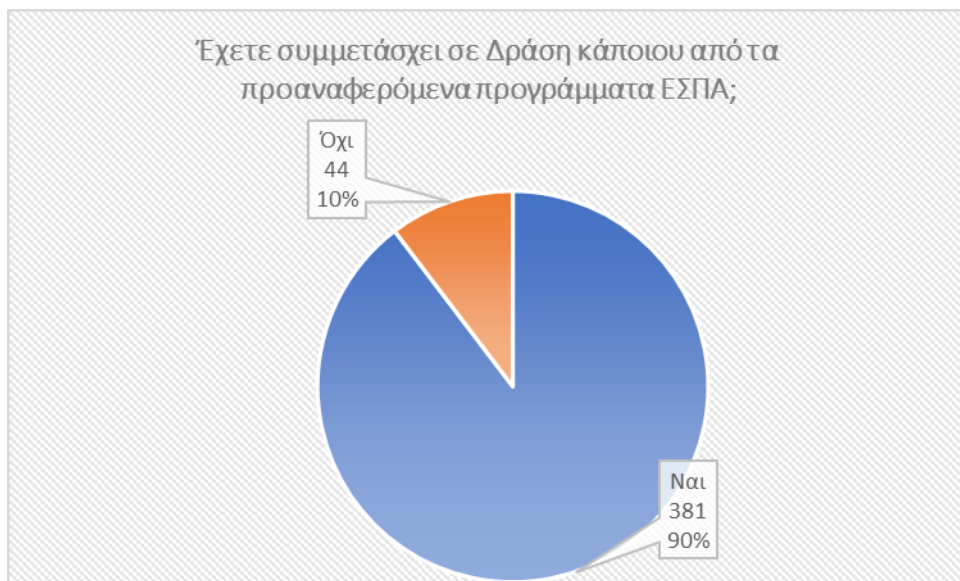
Σχεδόν το 90% συνδέει το λογότυπο με τα συγκεκριμένα προγράμματα απασχόλησης και εκπαίδευσης.



Γράφημα 27 - Με ποιο Πρόγραμμα συνδέετε το λογότυπο.

Τα ανωτέρω ποσοστά δίνονται ως προς τους 382 που συνδέουν το λογότυπο με κάποιο από τα προγράμματα.

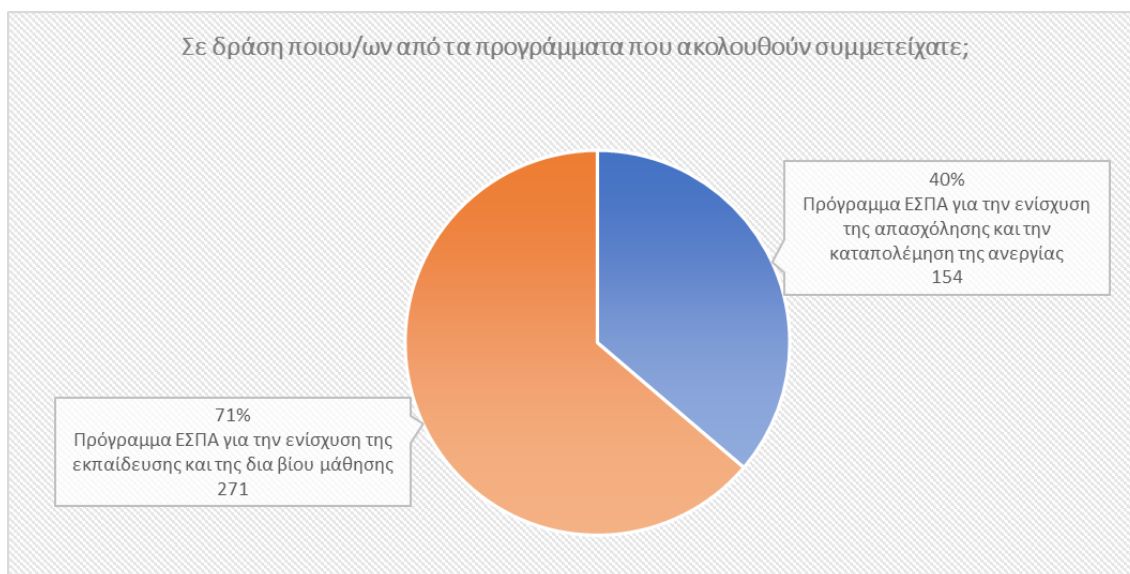
13.2.4. Συμμετοχή σε Πρόγραμμα



Γράφημα 28 - Συμμετοχή σε Πρόγραμμα.

Το 10% των ωφελομένων που απάντησαν δε γνωρίζει ότι συμμετείχε σε Δράση κάποιου από τα 2 προγράμματα. Εδώ πρέπει να σημειωθεί ότι στην αρχική απάντηση που έδωσαν το ποσοστό αυτό έφτανε στο 28% και μόνο αφού τους υποδείχθηκε ότι έχουν επιλεγεί ακριβώς επειδή συμμετείχαν σε κάποια σχετική Δράση το μεγαλύτερο μέρος από αυτούς έκανε την απαραίτητη συσχέτιση και διόρθωσε την απάντηση του.

Στη συμπλήρωση του υπόλοιπου μέρους του ερωτηματολογίου συνέχισαν οι 381 που δήλωσαν ότι συμμετείχαν σε σχετική Δράση.



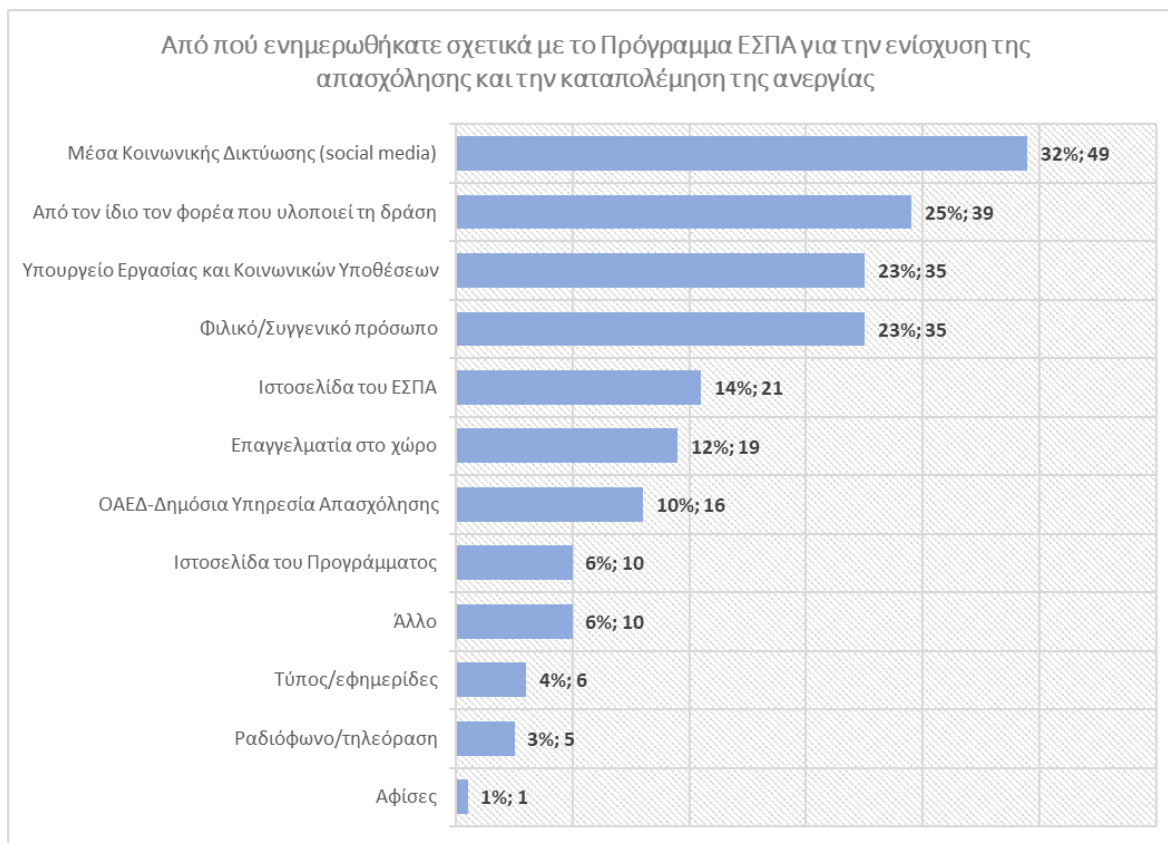
Γράφημα 29 - Συμμετοχή σε ποιο Πρόγραμμα.

Το μεγαλύτερο ποσοστό συμμετοχής των ερωτώμενων σε Δράσεις του Προγράμματος για την ενίσχυση της εκπαίδευσης και της δια βίου μάθησης (71%) σε σχέση με αυτό του Προγράμματος για την ενίσχυση της απασχόλησης και την καταπολέμηση της ανεργίας (40%) εξηγεί και τη μεγαλύτερη αναγνωρισιμότητα του Προγράμματος για την Εκπαίδευση ανάμεσα στους ωφελομένους σε αντίθεση με το γενικό κοινό.

Τα σχετικά ποσοστά αθροίζουν πάνω από 100 γιατί 34 από τους ωφελομένους συμμετείχαν σε δράσεις και των δύο Προγραμμάτων.

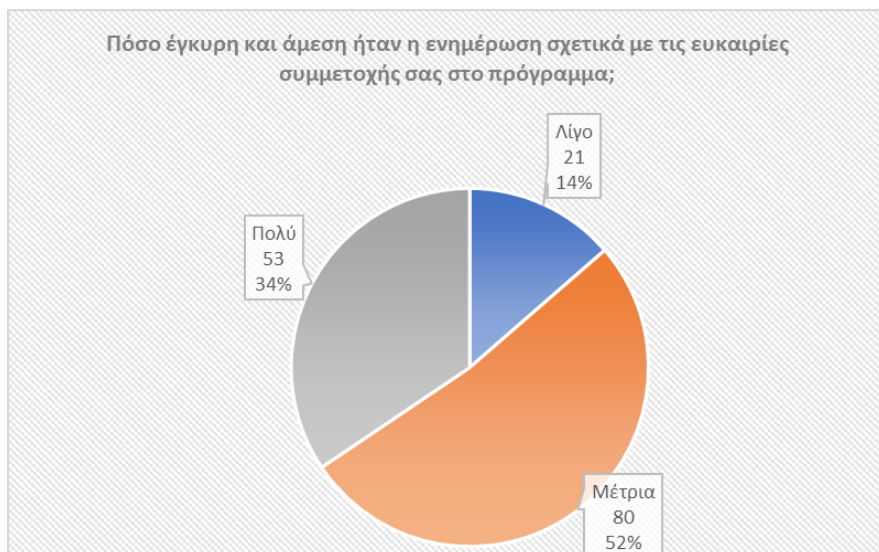
13.2.5. Δέση ερωτήσεων προς συμμετέχοντες σε δράσεις του Προγράμματος Απασχόλησης - Δημοσιότητα

Διερευνήθηκαν οι πηγές από τις οποίες ενημερώθηκαν οι ωφελούμενοι για το Πρόγραμμα ΕΣΠΑ για την ενίσχυση της απασχόλησης και την καταπολέμηση της ανεργίας. Υπήρχε δικαίωμα επιλογής περισσότερων της μίας απαντήσεων.

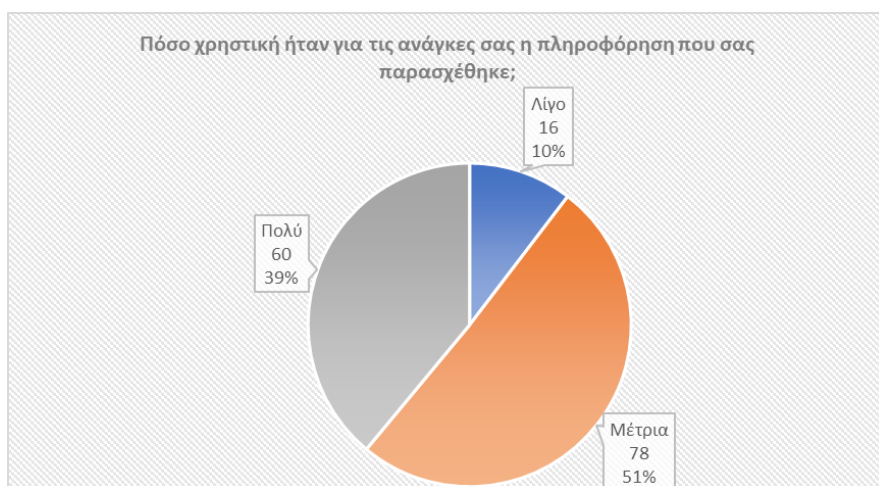


Γράφημα 30 - Πηγές ενημέρωσης του Προγράμματος του Τομέα Απασχόλησης.

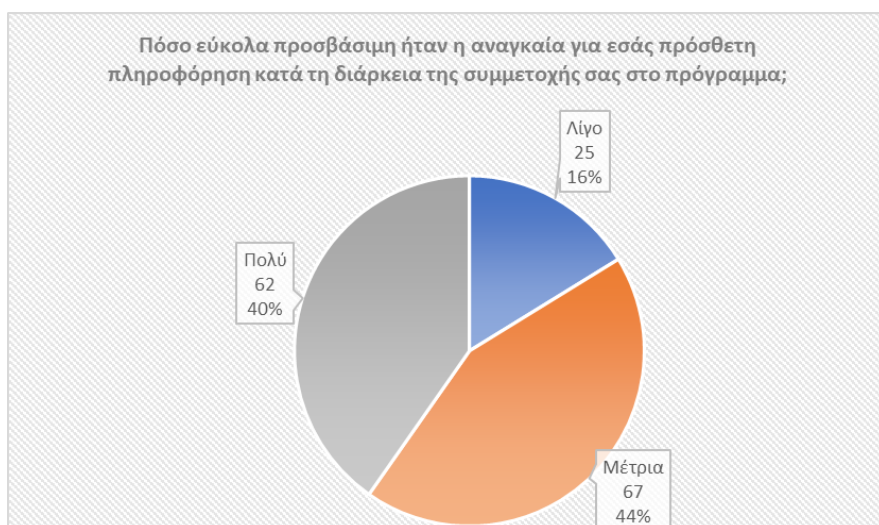
Είναι εμφανές ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Facebook, Twitter κλπ) αποτελούν για το 1/3 των συμμετεχόντων τα αποτελεσματικότερα μέσα για την ενημέρωσή τους, με μεγάλη διαφορά από τη δεύτερη επιλογή. Ακολουθεί ο Φορέας υλοποίησης της δράσης και το αντίστοιχο Υπουργείο. Η ενημέρωση μέσω προσωπικής επαφής (Φιλικό/Συγγενικό πρόσωπο) κατέχει ιδιαίτερα υψηλή θέση.



Γράφημα 31 - Έγκυρη και άμεση ενημέρωση.

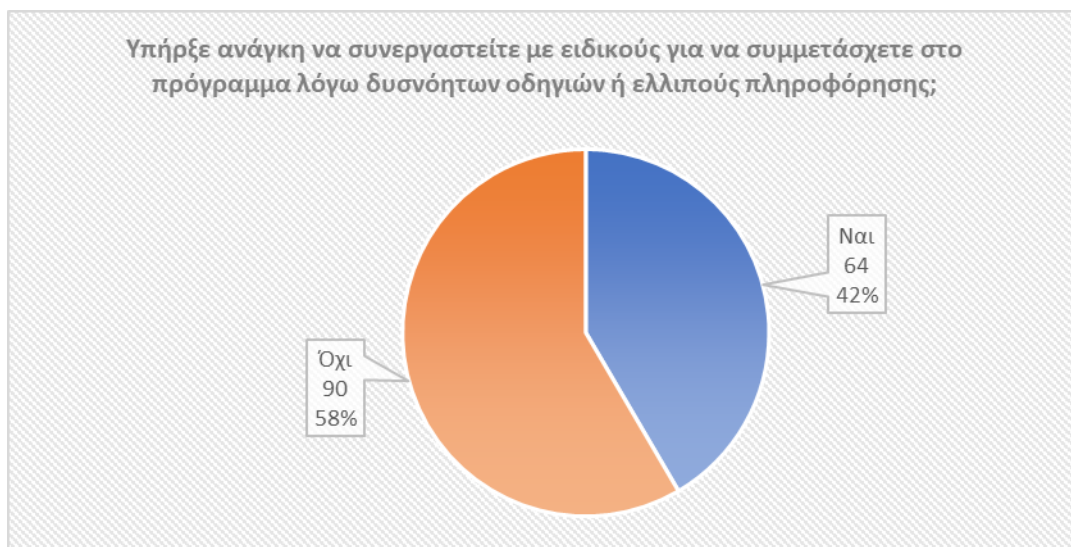


Γράφημα 32 - Χρηστική πληροφόρηση.



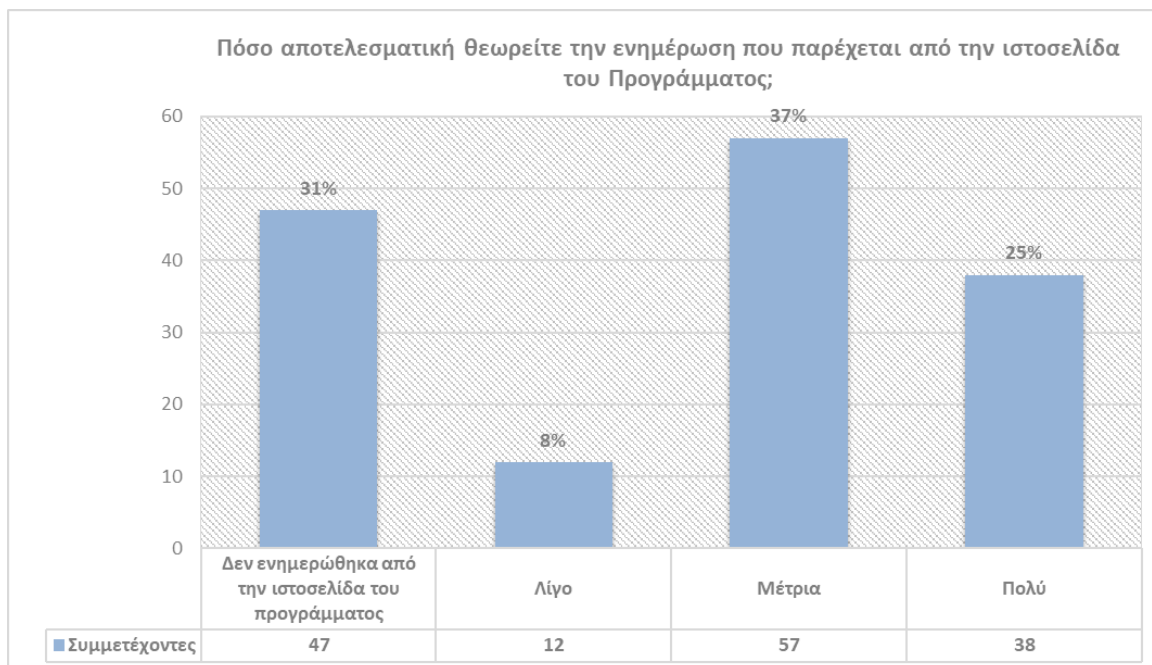
Γράφημα 33 - Ευκολία πρόσβασης στην πληροφόρηση.

Παρατηρείται ότι σε μεγάλο βαθμό η πληροφόρηση πριν και κατά τη διάρκεια συμμετοχής των ωφελούμενων σε Δράσεις του Προγράμματος κρίνεται ως ικανοποιητική ως προς την εγκυρότητα, τη χρηστικότητα και την προσβασιμότητα της.

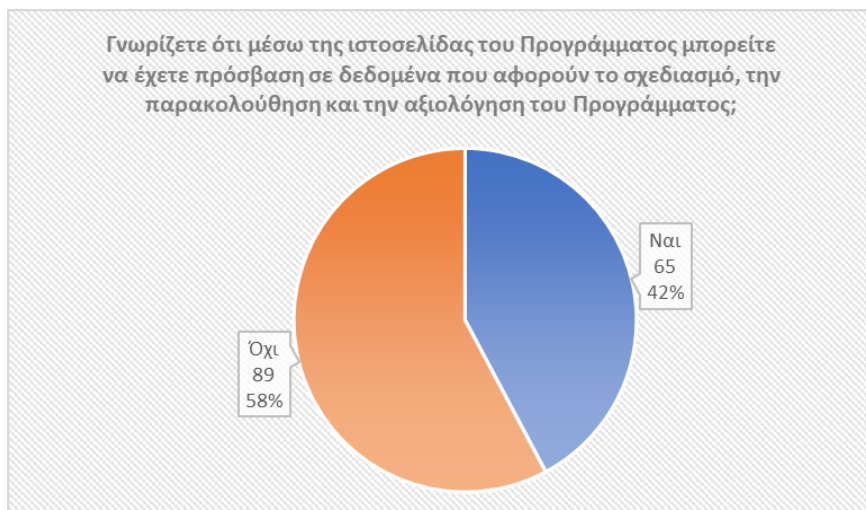


Γράφημα 34 - Ανάγκη συνεργασίας με ειδικό.

Παρόλη τη σχετική ικανοποίηση των ωφελούμενων από το επίπεδο πληροφόρησης τους το ποσοστό που αναγκάστηκε να συνεργαστεί με ειδικό είναι σχετικά υψηλό. Αυτό μπορεί να υποδεικνύει υψηλό βάθμο διαχειριστικού φόρτου για τον ωφελούμενο.

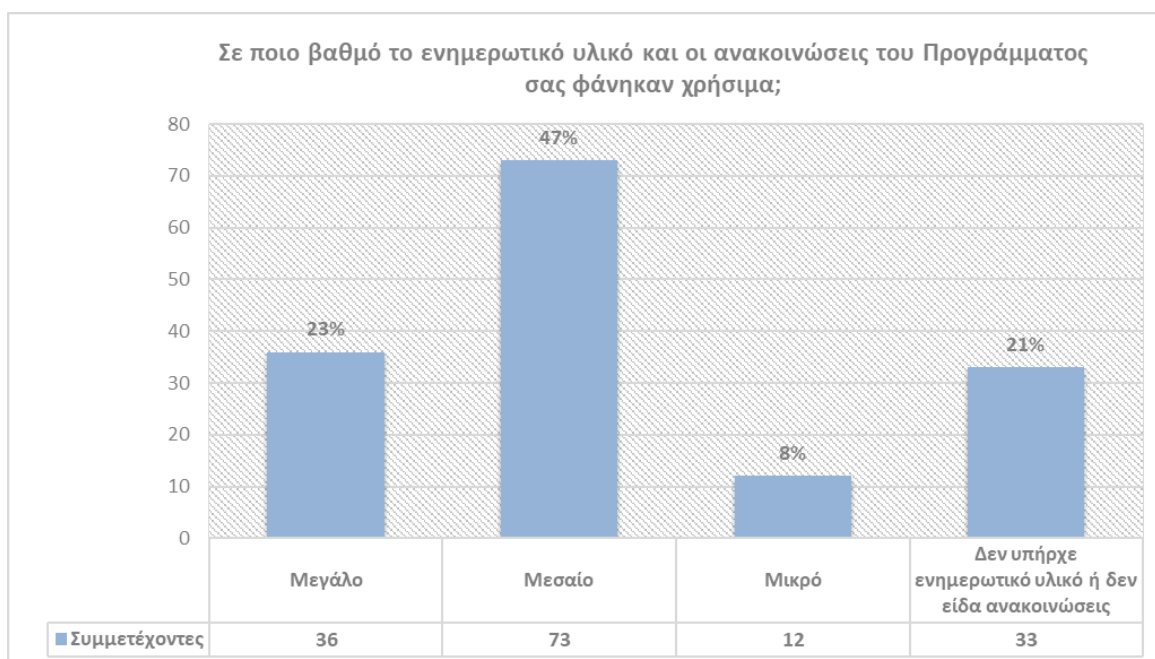


Γράφημα 35 - Αποτελεσματικότητα ενημέρωσης από την ιστοσελίδα του Προγράμματος.



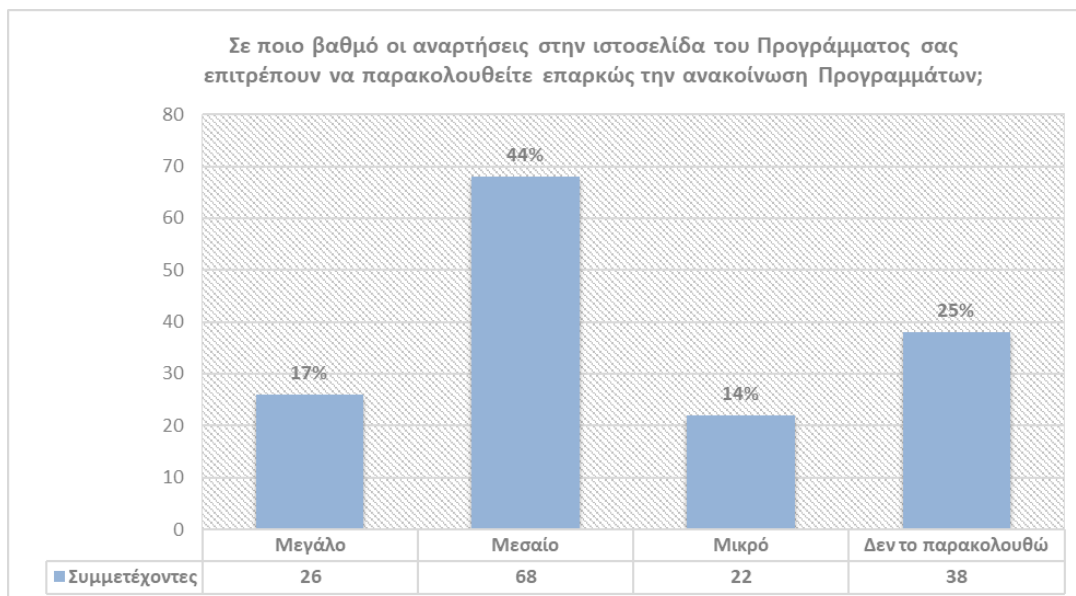
Γράφημα 36 - Περιεχόμενο ενημέρωσης από την ιστοσελίδα του Προγράμματος.

Παρόλο που το 62% των συμμετεχόντων αξιολογεί, λίγο έως πολύ, θετικά την αποτελεσματικότητα της ενημέρωσης που παρέχεται από την ιστοσελίδα του Προγράμματος μόνο το 42% γνωρίζει σε ικανοποιητικό βαθμό της παρεχόμενες από αυτή πληροφορίες.



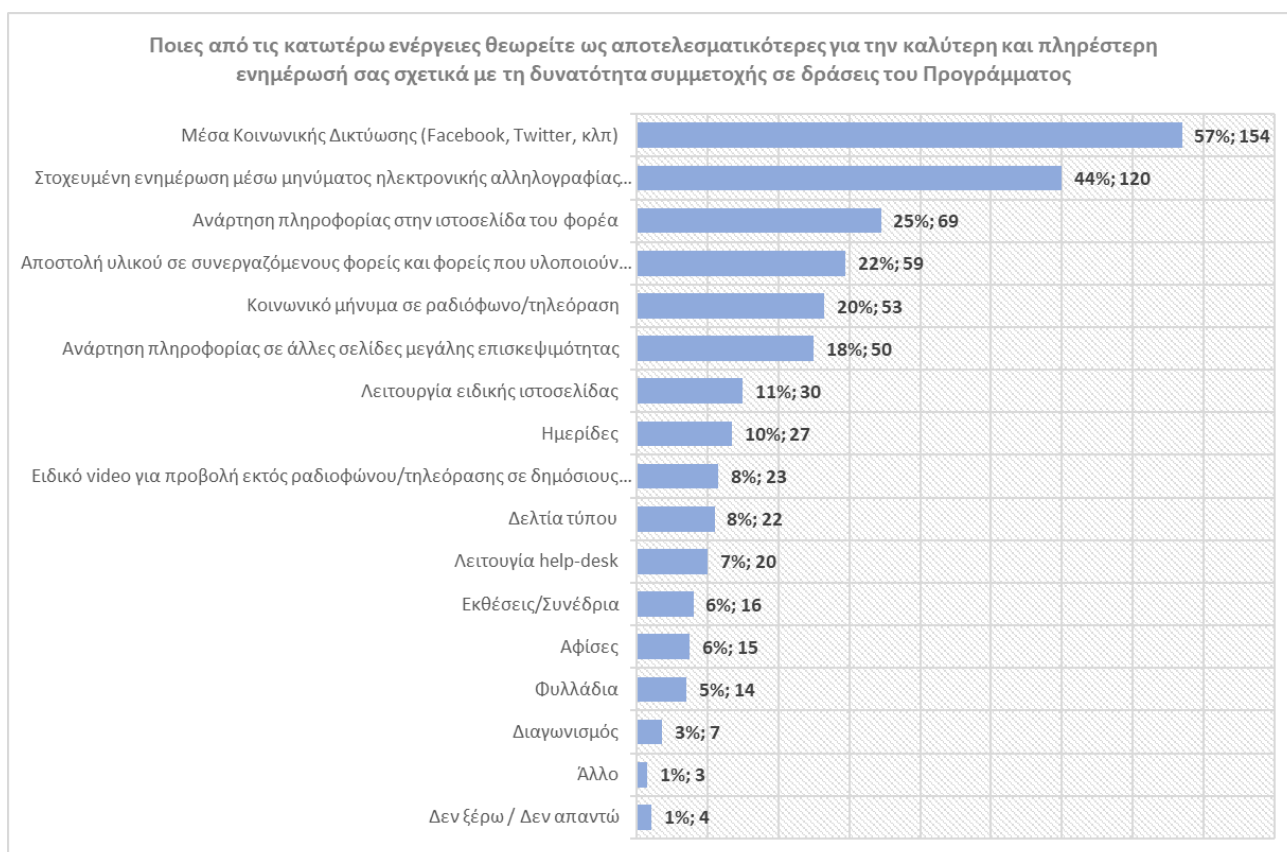
Γράφημα 37 - Χρησιμότητα ενημερωτικού υλικού.

Ένα σημαντικό ποσοστό θεωρεί ότι δεν υπήρχε ενημερωτικό υλικό ή δηλώνει ότι δεν είδε ανακοινώσεις. Η χρησιμότητα του ενημερωτικού υλικού και των ανακοινώσεων αναγνωρίζεται από το 70% των συμμετεχόντων.



Γράφημα 38 - Χρησιμότητα ενημερωτικού υλικού.

Το 75% των συμμετεχόντων παρακολουθεί την ανακοίνωση προγραμμάτων από την ιστοσελίδα του Προγράμματος το 61% είναι τουλάχιστον σχετικά ικανοποιημένο.



Γράφημα 39 - Ενέργειες δημοσιότητας.

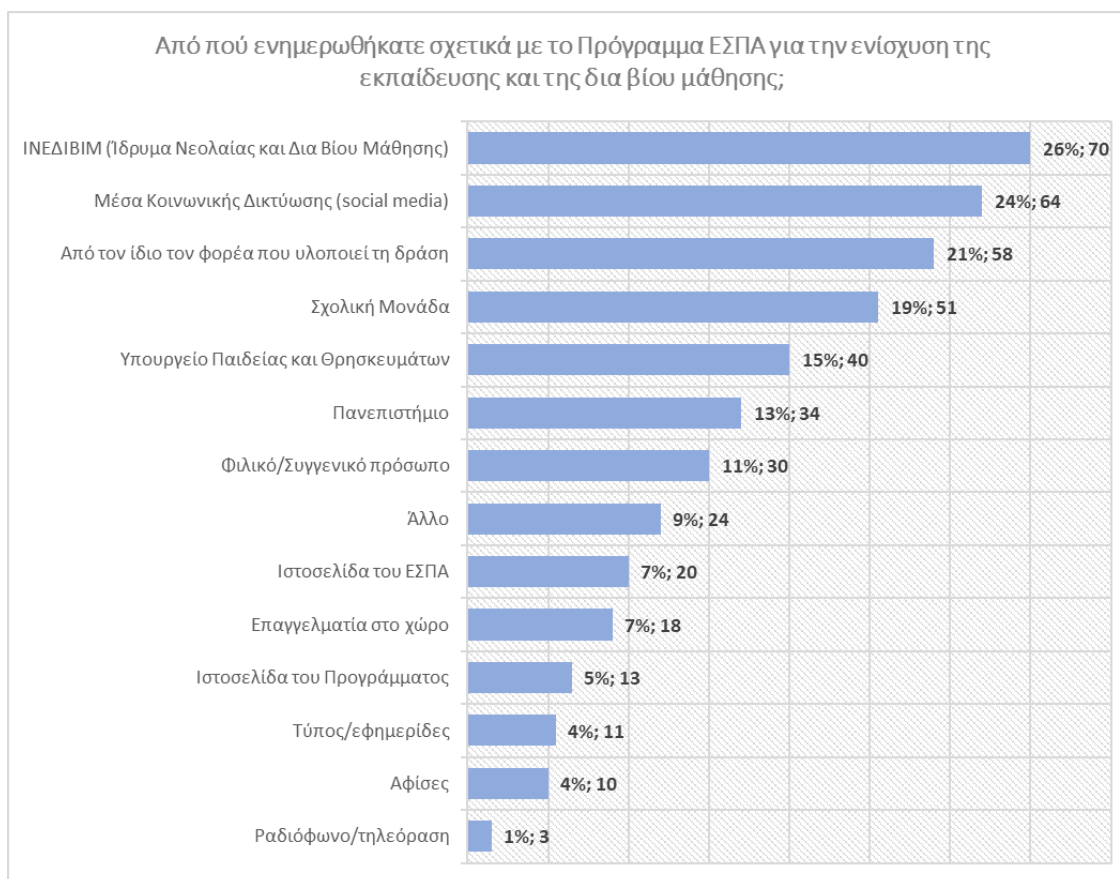
Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Facebook, Twitter κλπ) αποτελούν για τους περισσότερους από τους ερωτώμενους, τα αποτελεσματικότερα μέσα για την ενημέρωσή τους, με σχετικά μεγάλη διαφορά από τη δεύτερη επιλογή (57% έναντι 44%).

Οι πρώτες τρεις ενέργειες που θεωρούνται πιο αποτελεσματικές, είναι όλες ψηφιακές ενημερώσεις.

Οι πιο παραδοσιακές ενέργειες όπως φυλλάδια, εκθέσεις, αφίσες κλπ αξιολογούνται επί της ουσίας μη αποτελεσματικές με βάση τα σημερινά τεχνολογικά και κοινωνικά δεδομένα.

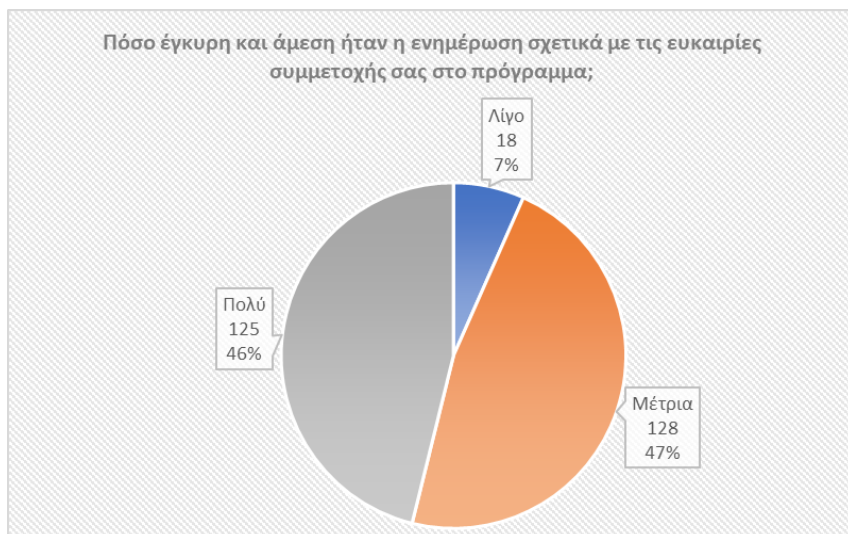
13.2.6. Δέσμη ερωτήσεων προς συμμετέχοντες σε δράσεις του Προγράμματος Εκπαίδευσης - Δημοσιότητα

Διερευνήθηκαν οι πηγές από τις οποίες ενημερώθηκαν οι ωφελούμενοι για το Πρόγραμμα ΕΣΠΑ για την ενίσχυση της εκπαίδευσης και της δια βίου μάθησης. Υπήρχε δικαίωμα επιλογής περισσότερων της μίας απαντήσεων.



Γράφημα 40 - Πηγές ενημέρωσης του Προγράμματος του Τομέα Εκπαίδευσης.

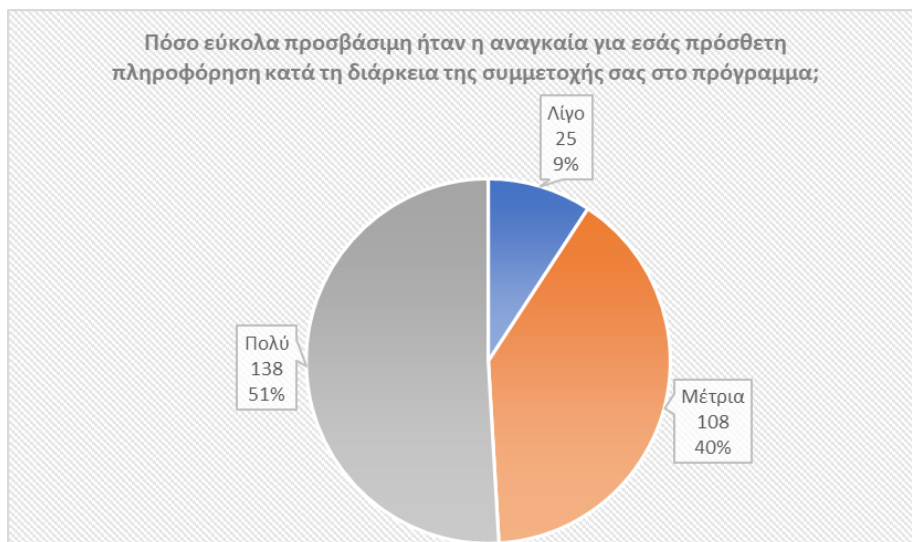
Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Facebook, Twitter κλπ) εξακολουθούν να αποτελούν μία πολύ αποτελεσματική πηγή ενημέρωσης αλλά στον τομέα της Εκπαίδευσης στην πρώτη θέση βρίσκεται το Ίδρυμα Νεολαίας και Δια Βίου Μάθησης. Στην Τρίτη θέση βρίσκεται η ενημέρωση από το Φορέα υλοποίησης.



Γράφημα 41 - Έγκυρη και άμεση ενημέρωση.

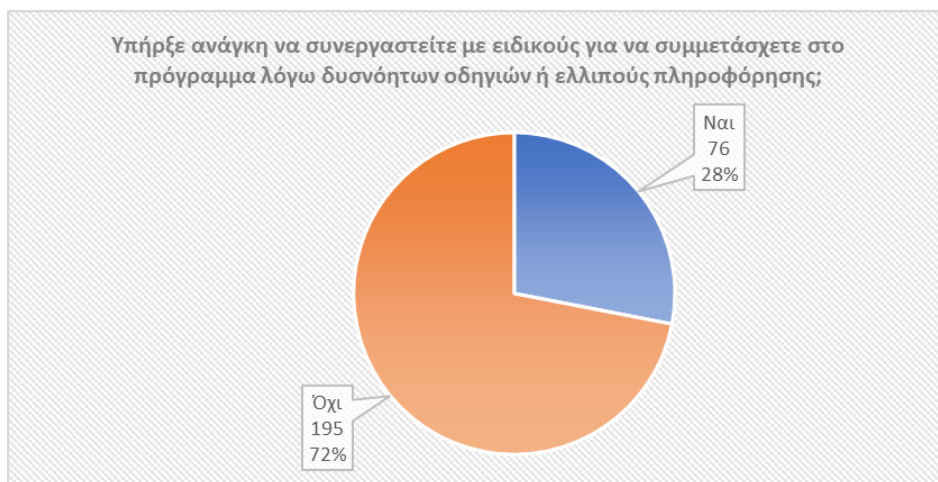


Γράφημα 42 - Χρηστική πληροφόρηση.



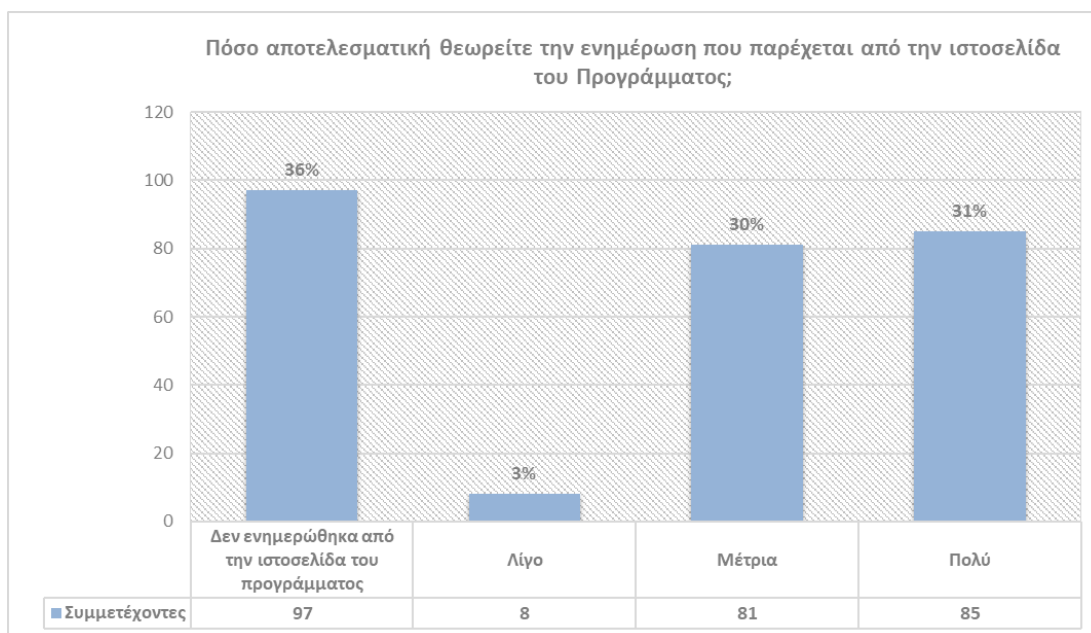
Γράφημα 43 - Ευκολία πρόσβασης στην πληροφόρηση.

Παρατηρείται ότι σε μεγάλο βαθμό η πληροφόρηση πριν και κατά τη διάρκεια συμμετοχής των ωφελούμενων σε Δράσεις του Προγράμματος κρίνεται ως ικανοποιητική ως προς την εγκυρότητα, τη χρηστικότητα και την προσβασιμότητα της.

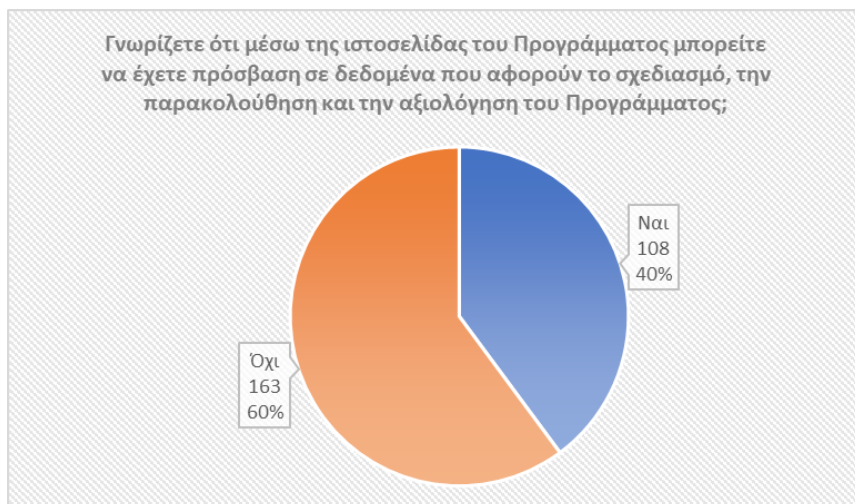


Γράφημα 44 - Ανάγκη συνεργασίας με ειδικό.

Περίπου τα $\frac{3}{4}$ των ωφελούμενων δε χρειάστηκε να συνεργαστεί με ειδικό.

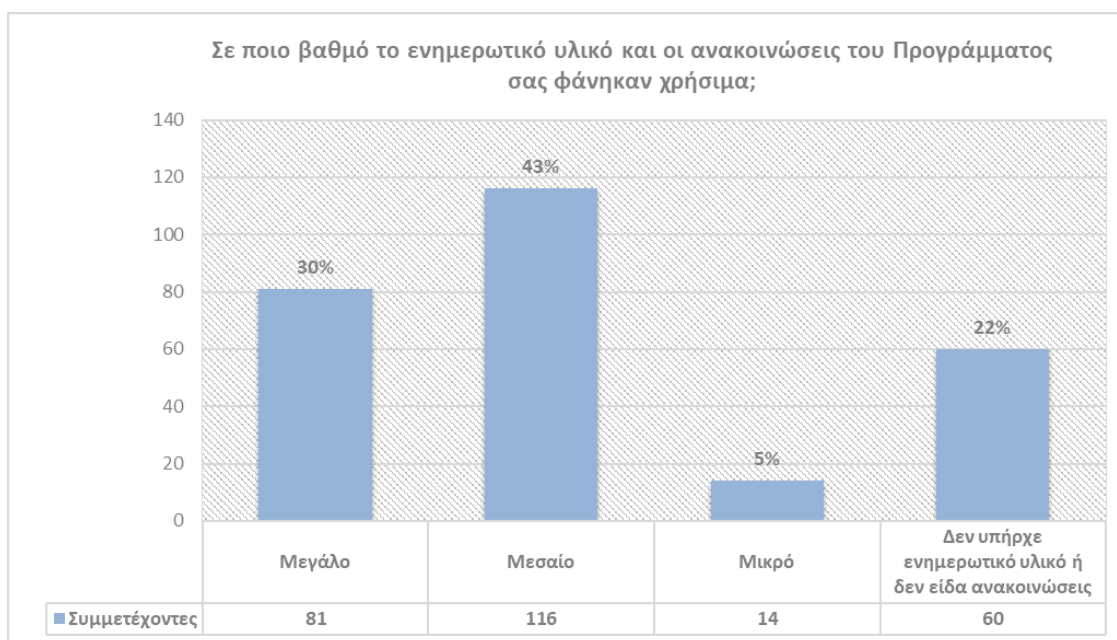


Γράφημα 45 - Αποτελεσματικότητα ενημέρωσης από την ιστοσελίδα του Προγράμματος.



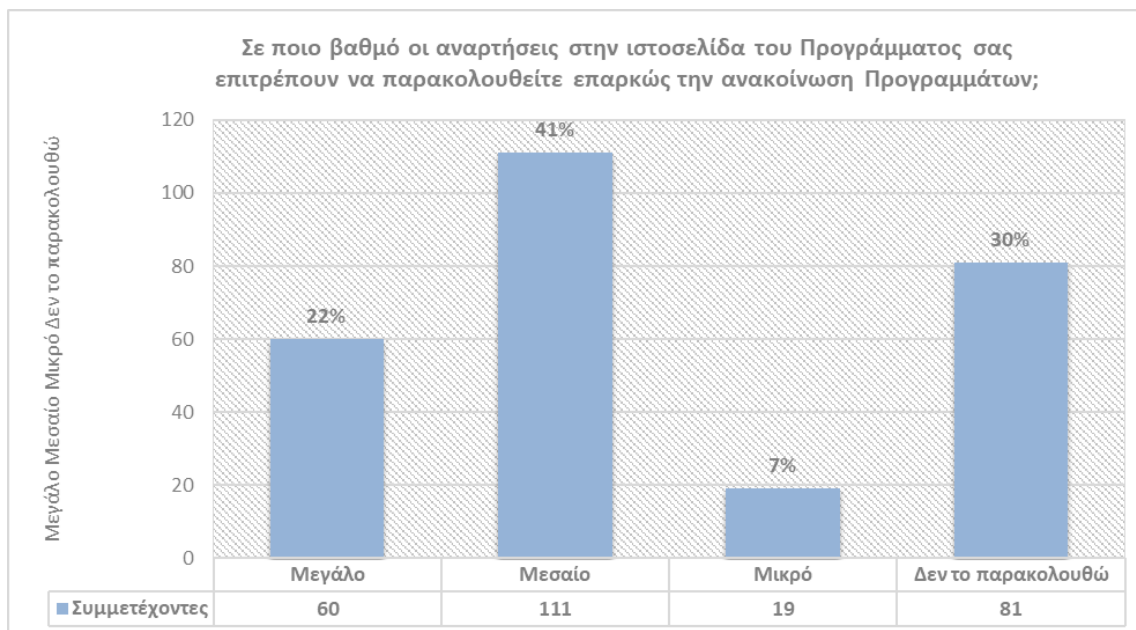
Γράφημα 46 - Περιεχόμενο ενημέρωσης από την ιστοσελίδα του Προγράμματος.

Παρόλο που το 61% των συμμετεχόντων αξιολογεί, λίγο έως πολύ, θετικά την αποτελεσματικότητα της ενημέρωσης που παρέχεται από την ιστοσελίδα του Προγράμματος μόνο το 40% γνωρίζει σε ικανοποιητικό βαθμό της παρεχόμενες από αυτή πληροφορίες.



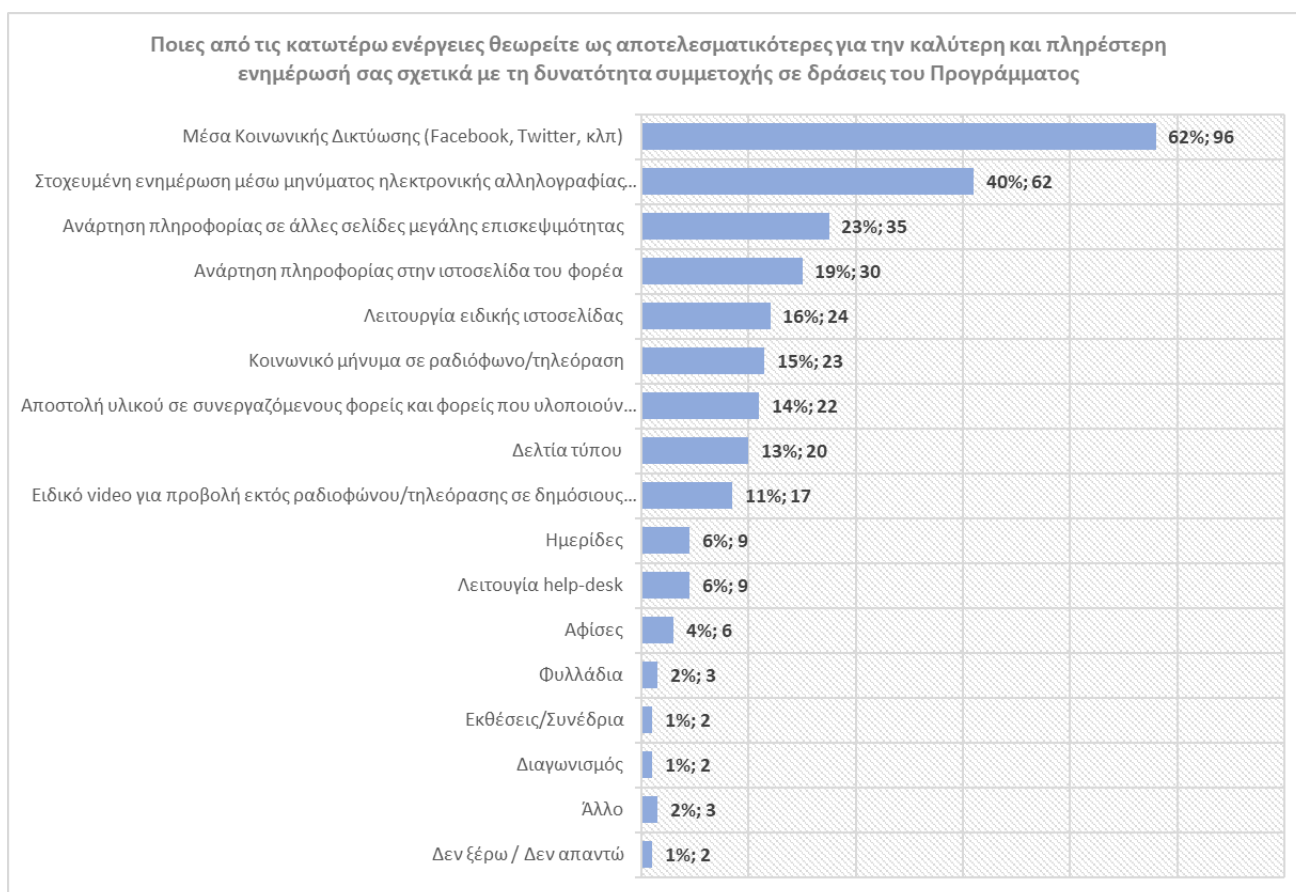
Γράφημα 47 - Χρησιμότητα ενημερωτικού υλικού.

Ένα σημαντικό ποσοστό θεωρεί ότι δεν υπήρχε ενημερωτικό υλικό ή δηλώνει ότι δεν είδε ανακοινώσεις. Η χρησιμότητα του ενημερωτικού υλικού και των ανακοινώσεων αναγνωρίζεται από το 73% των συμμετεχόντων.



Γράφημα 48 - Χρησιμότητα ενημερωτικού υλικού.

Το 70% των συμμετεχόντων παρακολουθεί την ανακοίνωση προγραμμάτων από την ιστοσελίδα του Προγράμματος και το 61% είναι τουλάχιστον σχετικά ικανοποιημένο.



Γράφημα 49 - Ενέργειες δημοσιότητας.

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Facebook, Twitter κλπ) αποτελούν για τους περισσότερους από τους ερωτώμενους, τα αποτελεσματικότερα μέσα για την ενημέρωσή τους, με μεγάλη διαφορά από τη δεύτερη επιλογή (62% έναντι 40%).

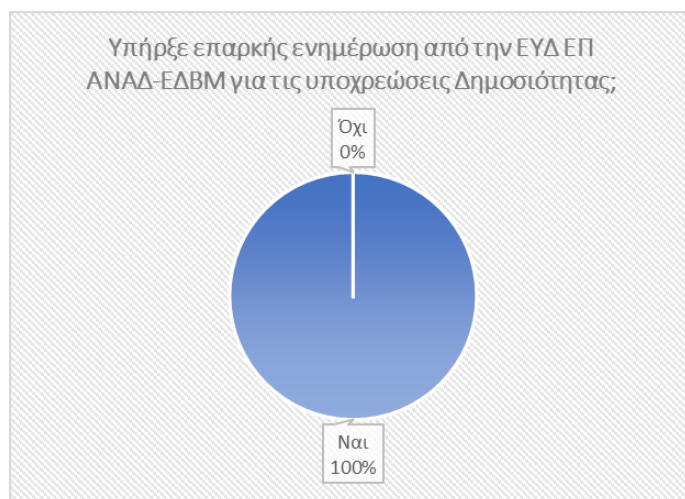
Αξίζει να σημειωθεί ότι οι πρώτες πέντε ενέργειες που θεωρούνται πιο αποτελεσματικές, είναι όλες ψηφιακές ενημερώσεις.

Οι πιο παραδοσιακές ενέργειες όπως φυλλάδια, εκθέσεις, αφίσες κλπ αξιολογούνται επί της ουσίας μη αποτελεσματικές με βάση τα σημερινά τεχνολογικά και κοινωνικά δεδομένα.

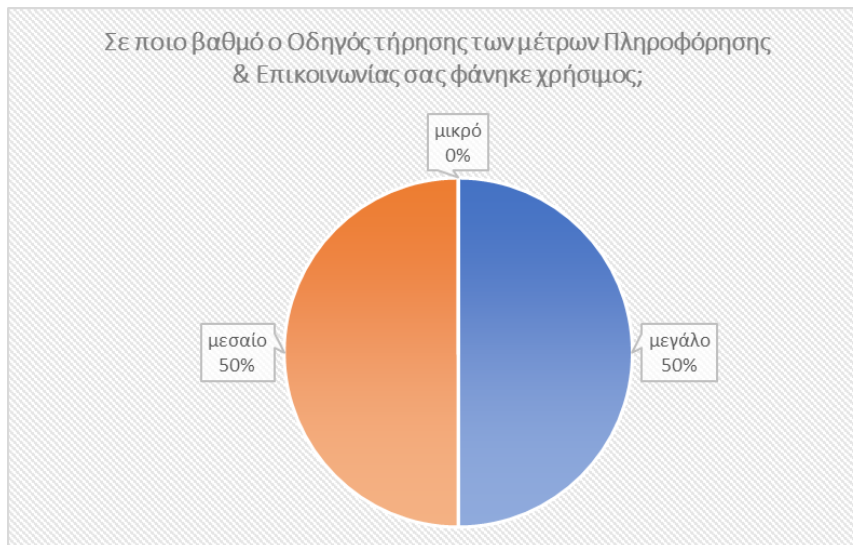
13.3. Κύρια ευρήματα της ποσοτικής έρευνας στους Δικαιούχους φορείς που υλοποιούν δράσεις ενημέρωσης

Ψηφιακά συμπληρωμένα ερωτηματολόγια από τους έξι (6) εκ των εννέα (9) Φορέων που προσκλήθηκαν να συμμετάσχουν.

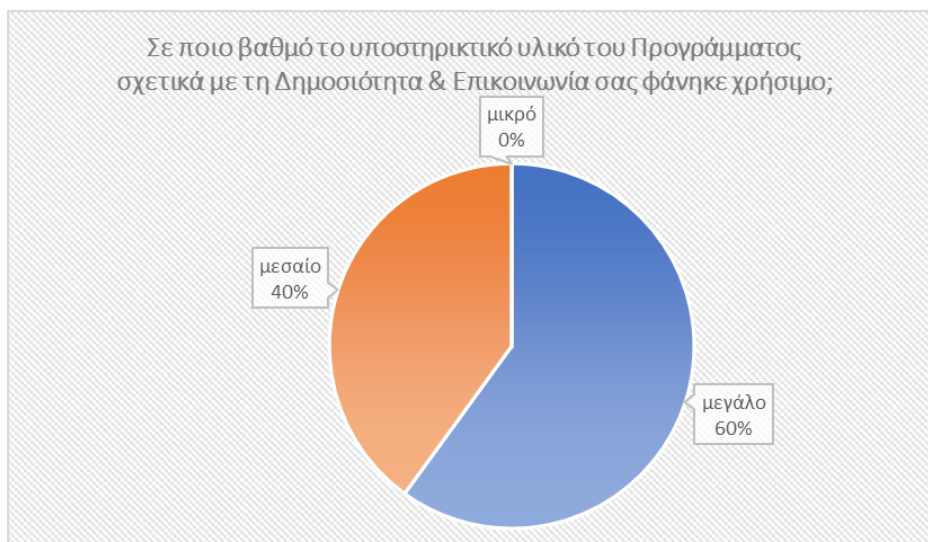
Λόγο του, εκ των πραγμάτων, μικρού μεγέθους του δείγματος εδώ δεν έχουμε στατιστική ανάλυση αλλά καταγραφή των απαντήσεων.



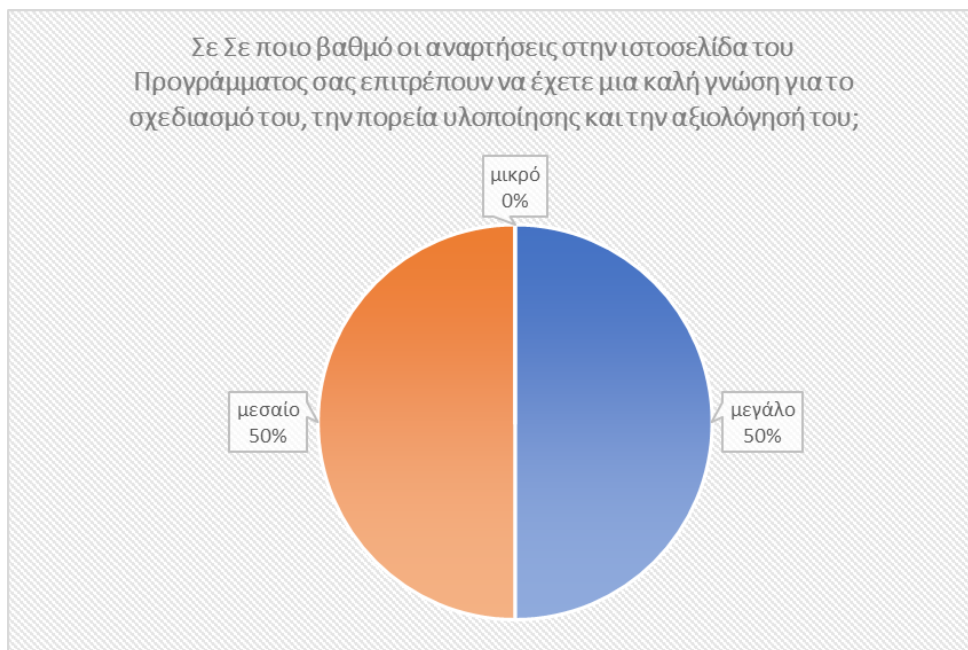
Γράφημα 50 - Επαρκής ενημέρωση από την ΕΥΔ για τις υποχρεώσεις Δημοσιότητας;



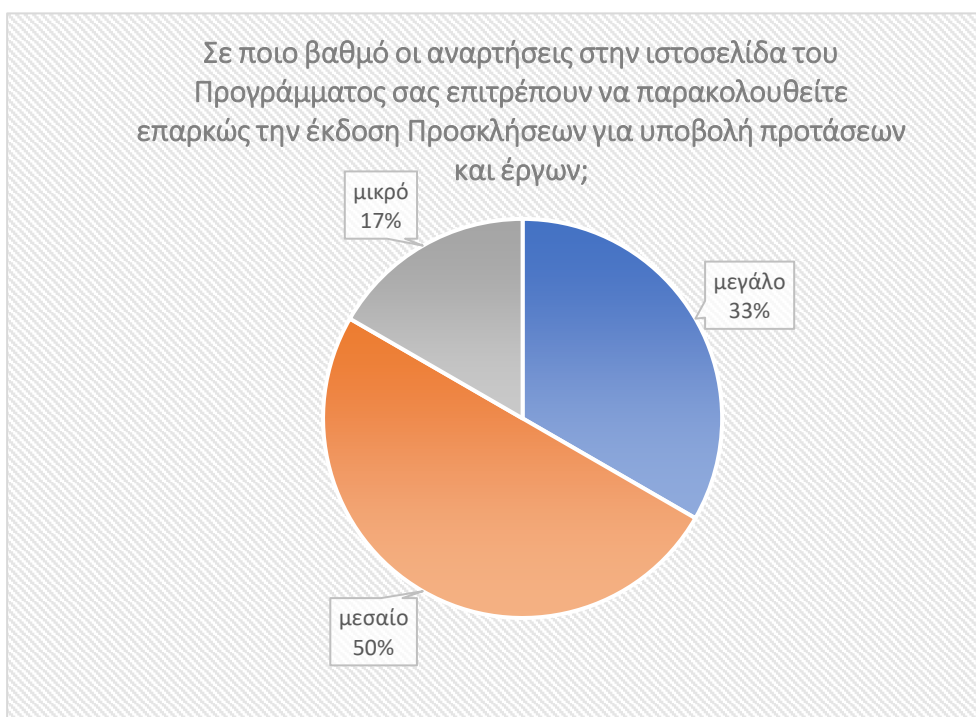
Γράφημα 51 - Χρησιμότητα Οδηγού τήρησης των μέτρων Πληροφόρησης & Επικοινωνίας



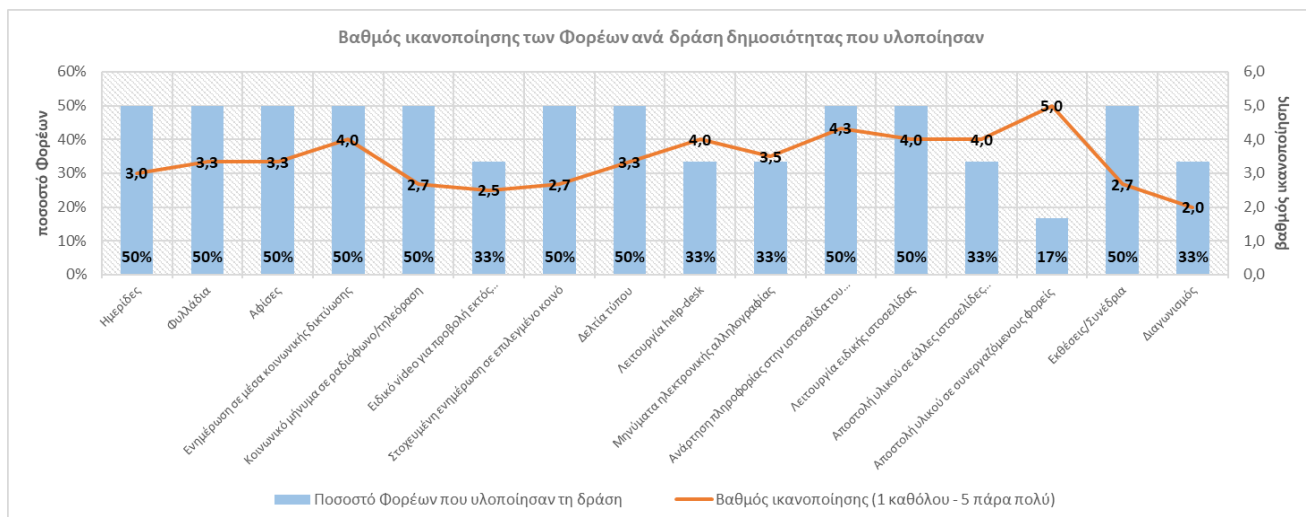
Γράφημα 52 - Χρησιμότητα του υποστηρικτικού υλικού του Προγράμματος σχετικά με τη Δημοσιότητα & Επικοινωνία



Γράφημα 53 - Ιστοσελίδα, του Προγράμματος γνώση για το σχεδιασμό του, την πορεία υλοποίησης και την αξιολόγησή του

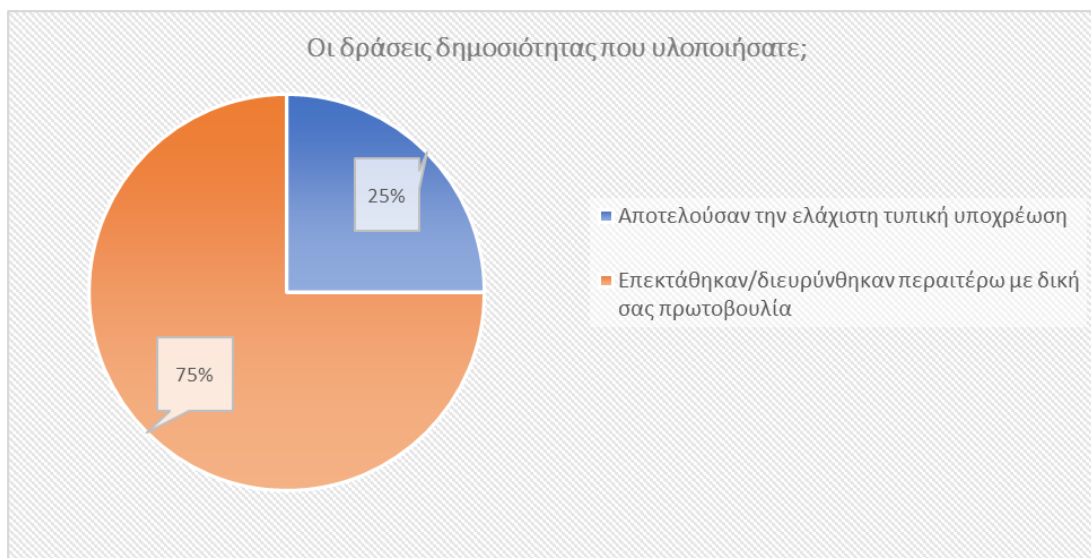


Γράφημα 54 - Ιστοσελίδα του Προγράμματος γνώση για την έκδοση Προσκλήσεων για υποβολή προτάσεων και έργων

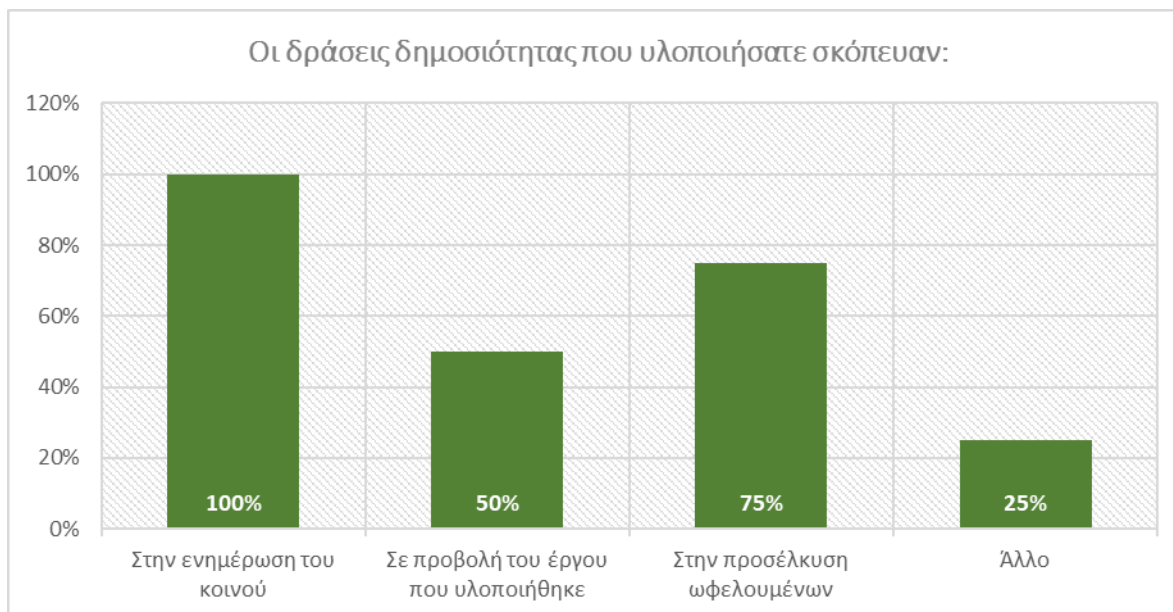


Γράφημα 55 - Βαθμός ικανοποίησης των Φορέων ανά δράση δημοσιότητας που υλοποίησαν

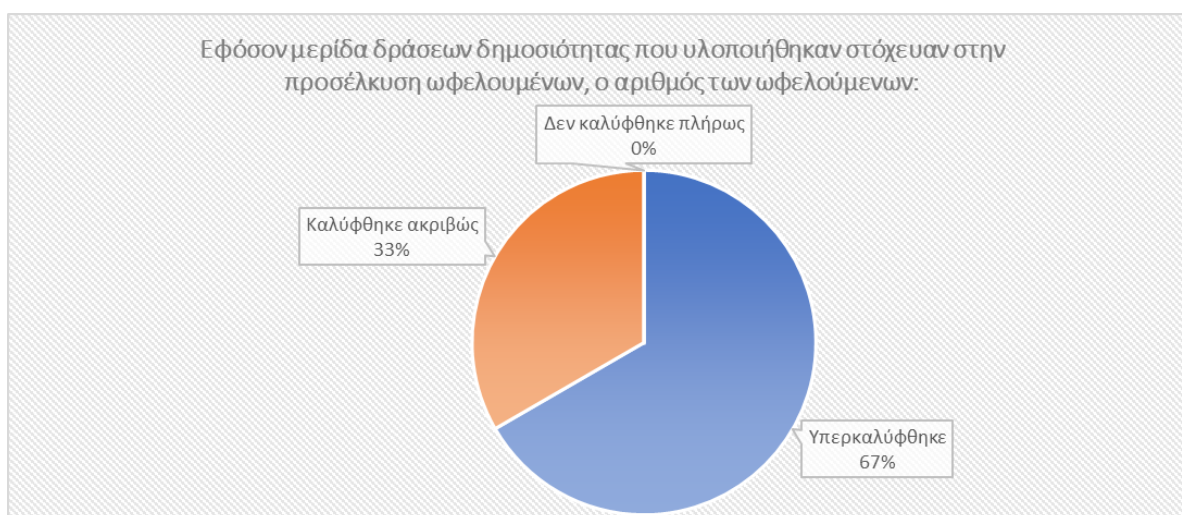
Για κάθε δράση απαντούν μόνο οι Φορείς που την υλοποίησαν. Ο βαθμός ικανοποίησης ανά δράση αντιστοιχεί στο μέσο όρο του βαθμού που έβαλαν οι Φορείς που την υλοποίησαν.



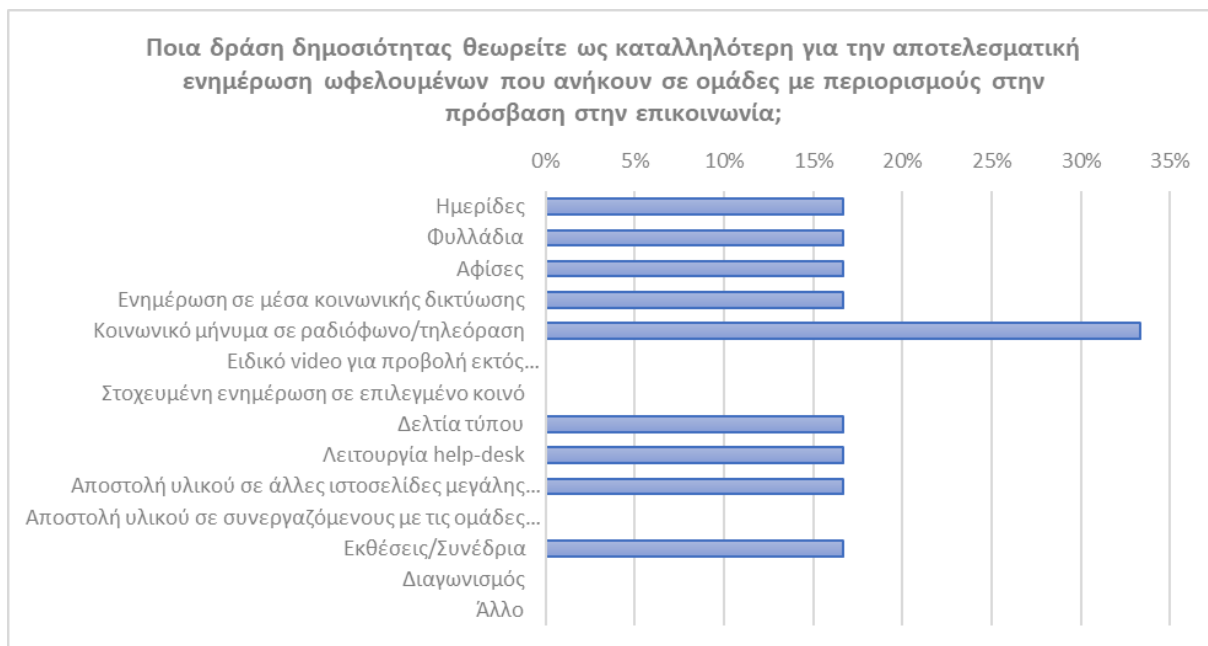
Γράφημα 56 - Επέκταση ή μη της τυπικής υποχρέωσης για δράσεις δημοσιότητας



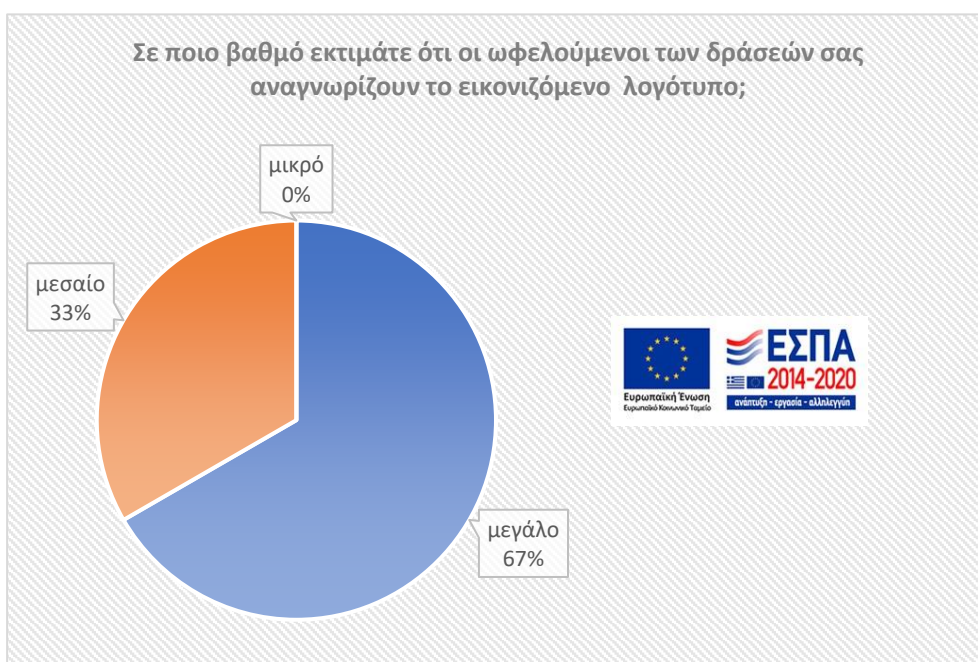
Γράφημα 57 - Σκοπός των δράσεων δημοσιότητας



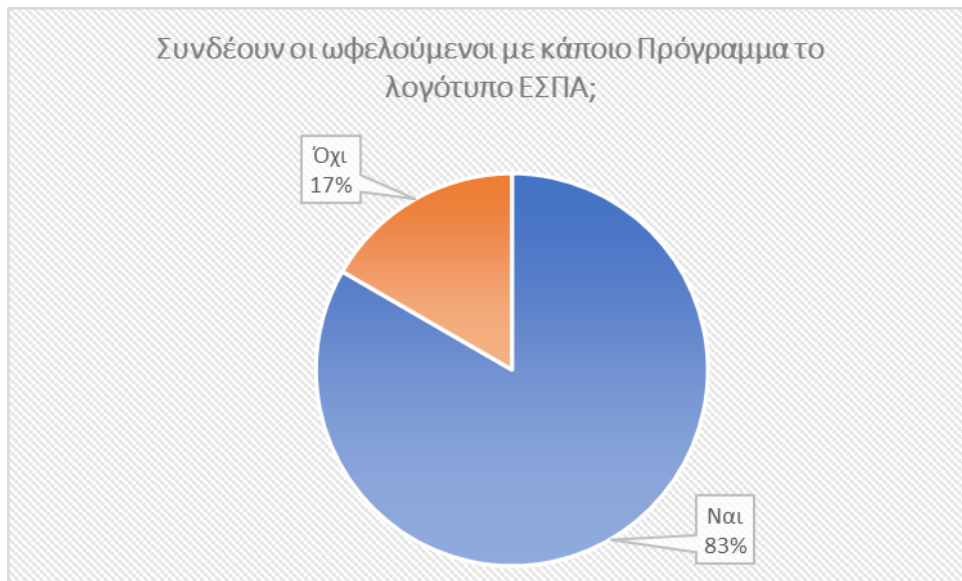
Γράφημα 58 - Κάλυψη αριθμού ωφελούμενων



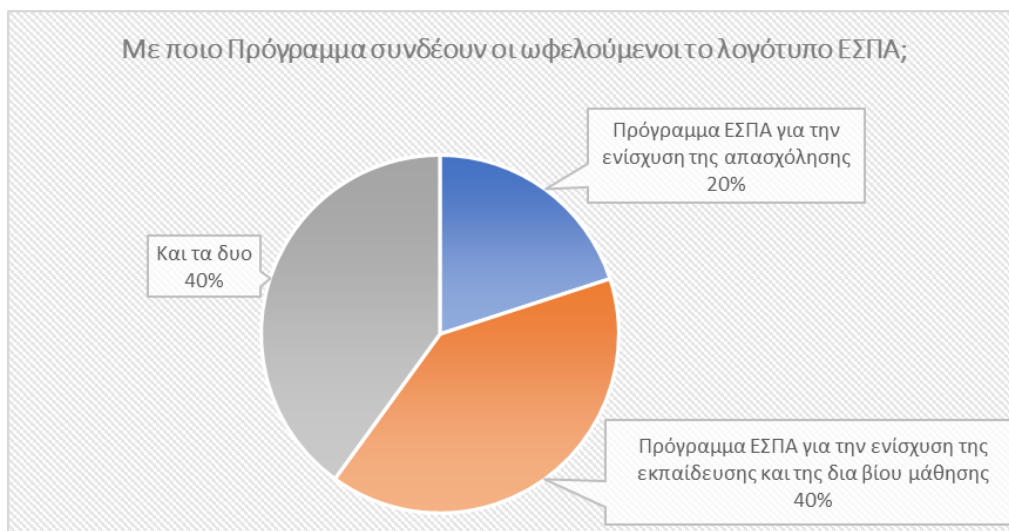
Γράφημα 59 - Καταλληλότερες δράσεις δημοσιότητας



Γράφημα 60 - Αναγνώριση του λογότυπου



Γράφημα 61 - Συνδέουν οι ωφελούμενοι με κάποιο Πρόγραμμα το λογότυπο ΕΣΠΑ;



Γράφημα 62 - Με κάποιο Πρόγραμμα συνδέουν το λογότυπο ΕΣΠΑ;

14. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Δ - ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ

Ημι-δομημένες συνεντεύξεις (1/2) – άξονες και ερωτήματα συζήτησης: ΕΥΔ ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ

Συνάφεια και καταλληλότητα

1. Προσδιορίστηκαν όλες οι ομάδες στόχοι στο στάδιο του σχεδιασμού των δράσεων δημοσιότητας;
2. Προσδιορίστηκαν επαρκώς οι κατάλληλες δράσεις δημοσιότητας για αυτούς; Η στόχευση ήταν ουσιαστική;
3. On-going, πως μεταβλήθηκε ο αρχικός σχεδιασμός για μεγιστοποίηση των αποτελεσμάτων δημοσιότητας, προβολής και ενημέρωσης;
4. Η Στρατηγική ήταν πλήρης ως προς την κάλυψη όλων των ομάδων;
5. Η Στρατηγική ήταν επαρκής ως προς το εύρος των δράσεων;
6. Με ποια κριτήρια σχεδιάστηκαν οι δράσεις; Ποια τα δυνατά και αδύναμα σημεία κατά το σχεδιασμό και την υλοποίηση των δράσεων;
7. Πόσο αποτελεσματική υπήρξε η παροχή συγκεκριμένων οδηγιών και κατευθύνσεων για την τήρηση των κανόνων δημοσιότητας;
8. Πόσο επαρκείς υπήρξαν οι προδιαγραφές των δράσεων;
9. Πως σχεδιάστηκε εξ' αρχής η συνδυασμένη υλοποίηση για την ενίσχυση της πολλαπλασιαστικότητας;

Αποτελεσματικότητα, Αποτελέσματα και Επιπτώσεις

1. Ποια η συμβολή των δράσεων δημοσιότητας στην αναγνωρισιμότητα του Επιχειρησιακού Προγράμματος και της συνεισφοράς της Ένωσης;
2. Υλοποιήθηκαν ή όχι οι παρεμβάσεις σύμφωνα με το σχεδιασμό; Υπάρχουν προτάσεις βελτίωσης;
3. Σε ποιο βαθμό επιτεύχθηκαν οι στόχοι των δράσεων δημοσιότητας; Ποιοι παράγοντες λειτούργησαν για θετικά ή αρνητικά; Ποιοι είναι οι λόγοι επίτευξης ή μη των τεθέντων στόχων;
1. Σε ποιο βαθμό οι δράσεις είχαν (ή όχι) θετικό αντίκτυπο; Πως επηρέασε μετασχηματιστικά η πανδημία COVID-19 τις δράσεις αυτές;
4. Πόσο μεγάλη ήταν η συμμετοχή του κοινού σε αυτές;
5. Πως αξιολογείται η συνεργασία με τους αναδόχους δημοσιότητας;
6. Ποια τα προβλήματα που αντιμετώπισαν οι ανάδοχοι κατά την υλοποίηση των δράσεων;

Αποδοτικότητα

1. Ποιο είναι το οικονομικό κόστος υλοποίησης των δράσεων;
2. Ποιο ήταν το μοναδιαίο κόστος ανά δράση; Ήταν ρεαλιστικό;
3. Ήταν οι δράσεις αποδοτικές σε όρους ανάλυσης κόστους – οφέλους;
4. Υπήρξαν καθυστερήσεις κατά την υλοποίηση και πως επέδρασαν στο κόστος των δράσεων;
5. Υπήρξαν υπερβάσεις προϋπολογισμών;
6. Ο μηχανισμός συντονισμού, παρακολούθησης και αξιολόγησης των δράσεων υπήρξαν επαρκείς;

Προστιθέμενη Αξία

1. Αναγνωρίστηκαν καλές πρακτικές δημοσιότητας, προβολής, ενημέρωσης;

Λοιπές Δράσεις του ΕΠ που δεν υλοποιήθηκαν (εφόσον αφορά)

1. Για ποιο λόγο δράσεις που αρχικά είχαν περιληφθεί στο ΕΠ δεν υλοποιήθηκαν

- α. Δεν ήταν επίκαιρες
 - β. Δεν υπήρχε επαρκής βαθμός ωριμότητας
 - γ. Δεν κρίθηκαν ως δράσεις προτεραιότητας
 - δ. Διαπιστώθηκαν προβλήματα κατά την εξειδίκευση και εφαρμογή
2. Μερικές από τις δράσεις αυτές φαίνεται ότι θα προχωρήσουν στην επόμενη προγραμματική περίοδο. Με τι σχεδιασμό;

Ημι-δομημένες συνεντεύξεις (2/2) – άξονες και ερωτήματα συζήτησης: Δικαιούχοι που υλοποίησαν σημαντικές δράσεις δημοσιότητας και επιλεγμένοι άλλοι φορείς δικαιούχοι

Πόσο επιτυχημένος ήταν ο σχεδιασμός και η υλοποίηση δράσεων δημοσιότητας στο πλαίσιο έργων που υλοποίησαν;

2. Πόσο επιτυχής ήταν η στόχευση σε σχέση με τις ανάγκες ενημέρωσης των ωφελούμενων;
3. Πόσο επιτυχής ήταν η στόχευση σε σχέση με την ευρύτερη προβολή και διάχυση των αποτελεσμάτων του έργου/παρέμβασης;
4. Ποια τα δυνατά και αδύναμα σημεία κατά το σχεδιασμό των δράσεων;
5. Ποια τα δυνατά και αδύναμα σημεία κατά την υλοποίηση των δράσεων;
6. Ποιοι παράγοντες επέδρασαν θετικά ή αρνητικά στην υλοποίηση; Πως επηρέασε μετασχηματιστικά η πανδημία COVID-19 τις δράσεις αυτές;
7. Ο Οδηγός και το υποστηρικτικό υλικό που παρασχέθηκε από την ΕΥΔ ήταν χρήσιμα;
8. Αναγνωρίστηκαν καλές πρακτικές;

Άλλες Δράσεις που κρίνονται αναγκαίες

9. Ποιες άλλες νέες ή/και καινοτόμες δράσεις πρέπει να σχεδιαστούν για να καλύψουν τις ανάγκες ενημέρωσης των ωφελούμενων;
10. Ποιες άλλες νέες ή/και καινοτόμες δράσεις πρέπει να σχεδιαστούν για να καλύψουν τις ανάγκες προβολής και αναγνωρισιμότητας του έργου και του Προγράμματος;

Ομάδες Εστίασης (1/3) – Θέματα προς συζήτηση: ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ και Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης: στοχεύοντας στους νέους

Τα αξιολογικά ερωτήματα που θα αξιοποιηθούν στην Ομάδα Εστίασης είναι τα ακόλουθα (ενδεικτικά και όχι περιοριστικά και θα βασιστούν στα αποτελέσματα της έρευνας πεδίου για την ηλικιακή ομάδα 18-29):

1. Ενδιαφέρονται οι νέοι για το ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ; Το γνωρίζουν;
2. Πως προσεγγίζονται οι νέοι μέσα από τις δράσεις δημοσιότητας του Προγράμματος;
3. Τα εργαλεία που αξιοποιούνται είναι αυτά με τα οποία οι νέοι επικοινωνούν;
4. Ποια η αποτελεσματικότητα των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης που αξιοποιούνται από το Πρόγραμμα σε σχέση με τους νέους; Ποια η απήχησή τους;
5. Παρατηρούνται ανάγκες προσαρμογής;
6. Υπάρχουν προτάσεις για ενσωμάτωση νέων προσεγγίσεων στη δημοσιότητα του Προγράμματος προς την κατεύθυνση αυτή;

Ομάδες Εστίασης (2/3) – Θέματα προς συζήτηση: Καλές πρακτικές δημοσιότητας και προβολής του ΕΠ

Τα αξιολογικά ερωτήματα που θα αξιοποιηθούν στην Ομάδα Εστίασης είναι τα ακόλουθα (ενδεικτικά και όχι περιοριστικά):

1. Πόσο επιτυχημένος ήταν ο σχεδιασμός και η υλοποίηση δράσεων δημοσιότητας (από την Αναθέτουσα Αρχή ή από τους Δικαιούχους);
 - i. Πόσο επιτυχής ήταν η στόχευση σε σχέση με τις ανάγκες ενημέρωσης των ωφελούμενων;
 - ii. Πόσο επιτυχής ήταν η στόχευση σε σχέση με την ευρύτερη προβολή και διάχυση των αποτελεσμάτων του έργου/παρέμβασης;
2. Υπήρξαν καινοτόμες δράσεις ή δράσεις δημοσιότητας που χρειάστηκε να προσαρμοστούν με βάση εξωτερικές συνθήκες για να αποδώσουν καλύτερα (π.χ. δράσεις δημοσιότητας και ΤΠΕ κατά την περίοδο της πανδημίας του COVID-19);
3. Αναγνωρίστηκαν καλές πρακτικές; Ποια τα χαρακτηριστικά τους; Ποια η προστιθέμενη αξία τους;
4. Οι καλές πρακτικές συγκλίνουν σε κοινό πλαίσιο σχεδιασμού;
5. Πως προτείνεται να ενσωματωθούν στην Προγραμματική περίοδο 2021-2027;

Ομάδες Εστίασης (3/3) – Θέματα προς συζήτηση: Δικαιούχοι που υλοποίησαν δράσεις δημοσιότητας

Τα αξιολογικά ερωτήματα που θα αξιοποιηθούν στην Ομάδα Εστίασης είναι τα ακόλουθα (ενδεικτικά και όχι περιοριστικά):

6. Πόσο επιτυχημένος ήταν ο σχεδιασμός και η υλοποίηση δράσεων δημοσιότητας στο πλαίσιο έργων που υλοποίησαν οι δικαιούχοι;
 - iii. Πόσο επιτυχής ήταν η στόχευση σε σχέση με τις ανάγκες ενημέρωσης των ωφελούμενων;
 - iv. Πόσο επιτυχής ήταν η στόχευση σε σχέση με την ευρύτερη προβολή και διάχυση των αποτελεσμάτων του έργου/παρέμβασης;
7. Ποια τα δυνατά και αδύναμα σημεία κατά το σχεδιασμό και την υλοποίηση των δράσεων δημοσιότητας;
11. Ποιοι παράγοντες επέδρασαν θετικά ή αρνητικά στην υλοποίηση; Πως επηρέασε μετασχηματιστικά η πανδημία COVID-19 τις δράσεις αυτές;
8. Ποιες δράσεις κρίθηκαν ως οι πλέον αποτελεσματικές;

Άλλες Δράσεις που κρίνονται αναγκαίες

9. Ποιες άλλες νέες ή/και καινοτόμες δράσεις πρέπει να σχεδιαστούν για να καλύψουν τις ανάγκες ενημέρωσης των ωφελούμενων;
10. Ποιες άλλες νέες ή/και καινοτόμες δράσεις πρέπει να σχεδιαστούν για να καλύψουν τις ανάγκες προβολής και αναγνωρισιμότητας του έργου και του Προγράμματος;

Ποσοτική έρευνα πεδίου (1/3)- Ερωτηματολόγιο: Γενικό κοινό

1. **Φύλο**
 - Άνδρας
 - Γυναίκα
 - Μη δυαδικό (non-binary)
 - Άλλο
2. **Σε ποια ηλικιακή ομάδα ανήκετε;**
 - 18-29
 - 30-34
 - 35-44
 - 45-54
 - 55-64
 - 65 και άνω
3. **Ποιο είναι το μορφωτικό σας επίπεδο;**
 - Απόφοιτος Δημοτικού
 - Απόφοιτους Γυμνασίου
 - Απόφοιτος Λυκείου
 - Απόφοιτος ΙΕΚ
 - Πτυχιούχος ΤΕΙ/ΑΤΕΙ
 - Πτυχιούχος ΑΕΙ
 - Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου Σπουδών
 - Κάτοχος Διδακτορικού
 - Δεν έχω λάβει κανενός είδους εκπαίδευση
4. **Σε ποια γεωγραφική περιοχή μένετε;**
 - Ανατολική Μακεδονία και Θράκη
 - Αττική
 - Βόρειο Αιγαίο
 - Δυτική Ελλάδα
 - Δυτική Μακεδονία
 - Ήπειρος
 - Θεσσαλία
 - Ιόνιοι Νήσοι
 - Κεντρική Μακεδονία

- Κρήτη
- Νότιο Αιγαίο
- Πελοπόννησος
- Στερεά Ελλάδα

5. Γνωρίζετε την ύπαρξη Προγράμματος ΕΣΠΑ:

A. Για την ενίσχυση της απασχόλησης και την καταπολέμηση της ανεργίας;

- Ναι
- Όχι

B. Για την ενίσχυση της εκπαίδευσης και της δια βίου μάθησης;

- Ναι
- Όχι

(Αν ναι σε 5A ή 5B) από πού ενημερωθήκατε;

Υπάρχει δυνατότητα επιλογής πολλαπλών απαντήσεων

- Υπουργείο Εργασίας και Κοινωνικών Υποθέσεων
- Υπουργείο Παιδείας και Θρησκευμάτων
- ΟΑΕΔ-Δημόσια Υπηρεσία Απασχόλησης
- Σχολική Μονάδα
- Πανεπιστήμιο
- Άλλο φορέα που υλοποιεί δράσεις του Προγράμματος
- ΙΝΕΔΙΒΙΜ (Ίδρυμα Νεολαίας και Δια Βίου Μάθησης)
- Ιστοσελίδα του Προγράμματος
- Ιστοσελίδα του ΕΣΠΑ
- Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (social media)
- Ραδιόφωνο/τηλεόραση
- Τύπος/εφημερίδες
- Αφίσες
- Κέντρα Στήριξης
- Φιλικό/Συγγενικό πρόσωπο
- Επαγγελματίας στο χώρο
- Άλλο
- Καμία πηγή/δεν ενημερώνομαι

6. Γνωρίζετε αν κάποιο από αυτά τα προγράμματα ΕΣΠΑ έχει χρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή;

- Ναι
- Όχι

Αν ναι ποιο;

- Πρόγραμμα ΕΣΠΑ για την ενίσχυση της απασχόλησης
- Πρόγραμμα ΕΣΠΑ για την ενίσχυση της εκπαίδευσης και τη δια βίου μάθησης
- Και τα δυο

7. Αναγνωρίζετε το παρακάτω λογότυπο;



- Ναι
- Όχι

(Αν ναι σε ερ. 7)

8. Πόσο συχνά το συναντάτε;

- Δεν το συναντώ
- Σπάνια
- Μόνο στο πλαίσιο δράσης που συμμετέχω/συμμετείχα
- Συχνά

9. Το συνδέετε με κάποιο από τα παραπάνω προγράμματα;

- Ναι
- Όχι

Αν ναι με ποιο Πρόγραμμα το συνδέετε;

- Πρόγραμμα ΕΣΠΑ για την ενίσχυση της απασχόλησης
- Πρόγραμμα ΕΣΠΑ για την ενίσχυση της εκπαίδευσης και της δια βίου μάθησης
- Και τα δυο

10. Γνωρίζετε ότι τα Προγράμματα αυτά έχουν χρηματοδοτηθεί από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο;

- Ναι
- Όχι

11. Γνωρίζετε εάν υπήρξε χρηματοδότηση των Προγραμμάτων αυτών και από εθνικούς πόρους;

- Ναι
- Όχι

12. Ποια από τις ακόλουθες δράσεις του Προγράμματος γνωρίζετε;

Υπάρχει δυνατότητα επιλογής πολλαπλών απαντήσεων

Τομέας Απασχόλησης:

- Προγράμματα κοινωφελούς εργασίας
- Προγράμματα εναρμόνισης οικογενειακής ζωής
- Μέτρα στήριξης της κοινωνίας λόγω της αναστολής λειτουργίας επιχειρήσεων για τη μείωση του κινδύνου διασποράς του COVID19
- Προγράμματα κατάρτισης ανέργων σε κλάδους αιχμής
- Προγράμματα νέων θέσεων εργασίας ανέργων
- Προγράμματα νέων ελεύθερων επαγγελματιών
- Προγράμματα προεργασίας & απόκτησης εργασιακής εμπειρίας
- Καμία

Τομέας Εκπαίδευσης:

- Δράση υποτροφιών προπτυχιακών φοιτητών Ευάλωτων Κοινωνικών Ομάδων (ΕΚΟ) μέσω του Ιδρύματος Κρατικών Υποτροφιών (ΙΚΥ)
- Σεμινάρια / μαθήματα γενικής επιμόρφωσης μέσω των Κέντρων Δια Βίου Μάθησης
- Δράση υποστήριξης Σχολείων Δεύτερης Ευκαιρίας
- Δράσεις επιδότησης πρακτικής άσκησης σπουδαστών και φοιτητών των Ινστιτούτων Επαγγελματικής Κατάρτισης (ΙΕΚ), Ανωτάτων Εκπαιδευτικών Ιδρυμάτων (ΑΕΙ) και Ακαδημιών Εμπορικού Ναυτικού (ΑΕΝ)
- Δράσεις στήριξης προσχολικής ηλικίας και δημοτικών σχολείων
- Υποστήριξη της εκπαιδευτικής διαδικασίας με την παροχή ηλεκτρονικού φορητού εξοπλισμού στις σχολικές μονάδες
- Καμία

13. Ποιες ενέργειες θεωρείτε ως πιο αποτελεσματικές για την καλύτερη και πληρέστερη ενημέρωσή σας σχετικά με τη δυνατότητα συμμετοχής σε δράσεις του Προγράμματος;

Υπάρχει δυνατότητα επιλογής έως και 3 απαντήσεων

- Ημερίδες
- Φυλλάδια
- Αφίσες
- Κοινωνικό μήνυμα σε ραδιόφωνο/τηλεόραση
- Ειδικό video για προβολή εκτός ραδιοφώνου/τηλεόρασης σε δημόσιους χώρους
- Στοχευμένη ενημέρωση μέσω μηνύματος ηλεκτρονικής αλληλογραφίας (newsletter)
- Δελτία τύπου

- Λειτουργία help-desk
- Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (Facebook, Twitter, κλπ)
- Ανάρτηση πληροφορίας στην ιστοσελίδα του φορέα
- Λειτουργία ειδικής ιστοσελίδας
- Ανάρτηση πληροφορίας σε άλλες σελίδες μεγάλης επισκεψιμότητας
- Αποστολή υλικού σε συνεργαζόμενους φορείς και φορείς που υλοποιούν δράσεις του Προγράμματος
- Εκθέσεις/Συνέδρια
- Διαγωνισμός
- Άλλο

Ποσοτική έρευνα πεδίου (2/3)- Ερωτηματολόγιο: Ωφελούμενοι

1. Φύλο

- Άνδρας
- Γυναίκα
- Μη δυαδικό (non-binary)
- Άλλο

2. Σε ποια ηλικιακή ομάδα ανήκετε;

- 18-29
- 30-34
- 35-44
- 45-54
- 55-64
- 65 και άνω

3. Ποιο είναι το μορφωτικό σας επίπεδο;

- Απόφοιτος Δημοτικού
- Απόφοιτους Γυμνασίου
- Απόφοιτος Λυκείου
- Απόφοιτος ΙΕΚ
- Πτυχιούχος ΤΕΙ/ΑΤΕΙ
- Πτυχιούχος ΑΕΙ
- Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου Σπουδών
- Κάτοχος Διδακτορικού
- Δεν έχω λάβει κανενός είδους εκπαίδευση

4. Σε ποια γεωγραφική περιοχή μένετε;

- Ανατολική Μακεδονία και Θράκη
- Αττική
- Βόρειο Αιγαίο
- Δυτική Ελλάδα
- Δυτική Μακεδονία
- Ήπειρος
- Θεσσαλία
- Ιόνιοι Νήσοι
- Κεντρική Μακεδονία
- Κρήτη
- Νότιο Αιγαίο
- Πελοπόννησος

- Στερεά Ελλάδα

5. Έχετε συμμετάσχει σε:

A. Πρόγραμμα ΕΣΠΑ για την ενίσχυση της απασχόλησης και την καταπολέμηση της ανεργίας;

- Ναι
- Όχι

Αν ναι από πού ενημερωθήκατε;

- Υπουργείο Εργασίας και Κοινωνικών Υποθέσεων
- ΟΑΕΔ-Δημόσια Υπηρεσία Απασχόλησης
- Από τον ίδιο τον φορέα που υλοποιεί τη δράση
- Ιστοσελίδα του Προγράμματος
- Ιστοσελίδα του ΕΣΠΑ
- Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (social media)
- Ραδιόφωνο/τηλεόραση
- Τύπος/εφημερίδες
- Αφίσες
- Φιλικό/Συγγενικό πρόσωπο
- Επαγγελματίας στο χώρο
- Άλλο

B. Πρόγραμμα για την ενίσχυση της εκπαίδευσης και της δια βίου μάθησης;

- Ναι
- Όχι

Αν ναι από πού ενημερωθήκατε;

- Υπουργείο Παιδείας και Θρησκευμάτων
- Σχολική Μονάδα
- Πανεπιστήμιο
- Από τον ίδιο τον φορέα που υλοποιεί τη δράση
- ΙΝΕΔΙΒΙΜ (Ίδρυμα Νεολαίας και Δια Βίου Μάθησης)
- Ιστοσελίδα του Προγράμματος
- Ιστοσελίδα του ΕΣΠΑ
- Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (social media)
- Ραδιόφωνο/τηλεόραση
- Τύπος/εφημερίδες
- Αφίσες
- Φιλικό/Συγγενικό πρόσωπο
- Επαγγελματία στο χώρο

Άλλο

6. Γνωρίζετε ότι κάποιο από τα ανωτέρω προγράμματα έχει χρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή;

Ναι

Όχι

Αν ναι ποιο;

Πρόγραμμα ΕΣΠΑ για την ενίσχυση της απασχόλησης

Πρόγραμμα ΕΣΠΑ για την ενίσχυση της εκπαίδευσης και τη δια βίου μάθησης

Και τα δυο

7. Αναγνωρίζετε το παρακάτω λογότυπο;



Ναι

Όχι

8. Πόσο συχνά το συναντάτε;

Δεν το συναντώ

Σπάνια

Μόνο στο πλαίσιο της δράσης που συμμετέχω/συμμετείχα

Συχνά

9. Το συνδέετε με κάποιο από τα παραπάνω προγράμματα;

Ναι

Όχι

Αν ναι με ποιο;

Πρόγραμμα ΕΣΠΑ για την ενίσχυση της απασχόλησης

Πρόγραμμα ΕΣΠΑ για την ενίσχυση της εκπαίδευσης και της δια βίου μάθησης

Και τα δυο

10. Γνωρίζετε ότι τα Προγράμματα αυτά έχουν χρηματοδοτηθεί από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο;

Ναι

Όχι

11. Γνωρίζετε ότι υπήρξε χρηματοδότηση των Προγραμμάτων αυτών και από εθνικούς πόρους;

Ναι

Όχι

- 12. Πόσο έγκυρη και άμεση ήταν η ενημέρωση σχετικά με τις ευκαιρίες συμμετοχής σας στο πρόγραμμα;**
- Λίγο
 - Μέτρια
 - Πολύ
- 13. Πόσο χρηστική ήταν για τις ανάγκες σας η πληροφόρηση που σας παρασχέθηκε;**
- Λίγο
 - Μέτρια
 - Πολύ
- 14. Πόσο εύκολα προσβάσιμη ήταν η αναγκαία για εσάς πρόσθετη πληροφόρηση κατά τη διάρκεια της συμμετοχής σας στο πρόγραμμα;**
- Λίγο
 - Μέτρια
 - Πολύ
- 15. Υπήρξε ανάγκη να συνεργαστείτε με ειδικούς (επαγγελματίες του χώρου, κλπ) για να συμμετάσχετε στο πρόγραμμα λόγω δυσνόητων οδηγιών ή ελλιπούς πληροφόρησης;**
- Ναι
 - Όχι
- 16. Πόσο αποτελεσματική θεωρείτε την ενημέρωση που παρέχεται από την ιστοσελίδα του Προγράμματος;**
- Λίγο
 - Μέτρια
 - Πολύ
 - Δεν ενημερώθηκα από την ιστοσελίδα του προγράμματος
- 17. Γνωρίζετε ότι μέσω της ιστοσελίδας του Προγράμματος μπορείτε να έχετε πρόσβαση σε δεδομένα που αφορούν το σχεδιασμό, την παρακολούθηση και την αξιολόγηση του Προγράμματος;**
- Ναι
 - Όχι
- 18. Σε ποιο βαθμό το ενημερωτικό υλικό και οι ανακοινώσεις του Προγράμματος σας φάνηκαν χρήσιμα;**
- Μικρό
 - Μεσαίο
 - Μεγάλο
 - Δεν υπήρχε ενημερωτικό υλικό ή δεν είδα ανακοινώσεις

19. Σε ποιο βαθμό οι αναρτήσεις στην ιστοσελίδα του Προγράμματος σας επιτρέπουν να παρακολουθείτε επαρκώς την ανακοίνωση Προγραμμάτων για συμμετοχή σας σε αυτά;

- Μικρό
- Μεσαίο
- Μεγάλο
- Δεν το παρακολουθώ

20. Ποιες ενέργειες θεωρείτε ως πιο αποτελεσματικές για την καλύτερη και πληρέστερη ενημέρωσή σας σχετικά με τη δυνατότητα συμμετοχής σε δράσεις του Προγράμματος;

- Ημερίδες
- Φυλλάδια
- Αφίσες
- Κοινωνικό μήνυμα σε ραδιόφωνο/τηλεόραση
- Ειδικό video για προβολή εκτός ραδιοφώνου/τηλεόρασης σε δημόσιους χώρους
- Στοχευμένη ενημέρωση μέσω μηνύματος ηλεκτρονικής αλληλογραφίας (newsletter)
- Δελτία τύπου
- Λειτουργία help-desk
- Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (Facebook, Twitter, κλπ)
- Ανάρτηση πληροφορίας στην ιστοσελίδα του φορέα
- Λειτουργία ειδικής ιστοσελίδας
- Ανάρτηση πληροφορίας σε άλλες σελίδες μεγάλης επισκεψιμότητας
- Αποστολή υλικού σε συνεργαζόμενους φορείς και φορείς που υλοποιούν δράσεις του Προγράμματος
- Εκθέσεις/Συνέδρια
- Διαγωνισμός
- Άλλο

Ποσοτική έρευνα πεδίου (3/3)- Ερωτηματολόγιο: Δικαιούχοι

1. Φορέας

- Κεντρικής Κυβέρνησης
- Εποπτευόμενος Φορέας Κεντρικής Κυβέρνησης
- Επιτελική Δομή
- Περιφέρεια
- Δήμος
- Εποπτευόμενος Φορέας Τοπικής Αυτοδιοίκησης
- Φορέας Πάροχος Εκπαίδευσης
- Φορέας Πάροχος Κατάρτισης
- Άλλο

2. Σε ποια πεδίο δραστηριοποιείστε;

Απασχόληση:

- Ενίσχυση της απασχόλησης & καταπολέμηση της ανεργίας
- Ανάπτυξη δεξιοτήτων και επαγγελματική κατάρτιση
- Κοινωνική ένταξη ευπαθών και ευάλωτων ομάδων
- Άλλο

Εκπαίδευση:

- Προσχολική εκπαίδευση
- Α-βαθμια εκπαίδευση
- Β-βαθμια εκπαίδευση
- Γ-βαθμια εκπαίδευση
- Ειδική Αγωγή
- Τεχνική και επαγγελματική εκπαίδευση και αρχική επαγγελματική κατάρτιση.
- Δια βίου μάθηση
- Σχεδιασμός εκπαιδευτικών προγραμμάτων και ανάπτυξη εκπαιδευτικού υλικού
- Άλλο

3. Σε ποια γεωγραφική περιοχή δραστηριοποιείστε;

- Σε εθνικό επίπεδο
- Ανατολική Μακεδονία και Θράκη
- Αττική
- Βόρειο Αιγαίο
- Δυτική Ελλάδα
- Δυτική Μακεδονία
- Ήπειρος

- Θεσσαλία
- Ιόνιοι Νήσοι
- Κεντρική Μακεδονία
- Κρήτη
- Νότιο Αιγαίο
- Πελοπόννησος
- Στερεά Ελλάδα

4. Στο πλαίσιο του ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ τι είδους δράσεις υλοποιήσατε/υλοποιείτε;

Απασχόληση:

- Ενίσχυση της απασχόλησης & καταπολέμηση της ανεργίας
- Ανάπτυξη δεξιοτήτων και κατάρτιση
- Ένταξη ευπαθών και ευάλωτων ομάδων πληθυσμού
- Ενίσχυση της απασχόλησης των Νέων
- Ενίσχυση της απασχόλησης των Γυναικών
- Ενίσχυση της Δημόσιας Υπηρεσίας Απασχόλησης (Δ.ΥΠ.Α)
- Εργασιακή ένταξη ατόμων σε κίνδυνο φτώχειας
- Προώθηση της κοινωνικής οικονομίας
- Συμφιλίωση επαγγελματικής και οικογενειακής ζωής
- Άλλο

Εκπαίδευση:

- Ενίσχυση των σχολικών δομών για την προώθηση της εκπαίδευσης
- Πιλοτικά εκπαιδευτικά Προγράμματα
- Καταπολέμηση της πρόωρης εγκατάλειψης του σχολείου
- Αναβάθμιση επαγγελματικής εκπαίδευσης και κατάρτισης.
- Προώθηση της έγκαιρης ολοκλήρωσης των σπουδών στην τριτοβάθμια εκπαίδευση
- Ενίσχυση της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης μέσω της προώθησης της έρευνας και της καινοτομίας
- Αναβάθμιση του συστήματος διά βίου μάθησης
- Ανάπτυξη εκπαιδευτικού υλικού
- Πρακτική άσκηση φοιτητών
- Άλλο

5. Υπήρξε επαρκής ενημέρωση από την ΕΥΔ ΕΠ ΑΝΑΔ-ΕΔΒΜ για τις υποχρεώσεις Δημοσιότητας;

- Ναι

Όχι

6. Σε ποιο βαθμό ο Οδηγός τήρησης των μέτρων Πληροφόρησης & Επικοινωνίας σας φάνηκε χρήσιμος;

- μικρό
- μεσαίο
- μεγάλο

Αν σε μικρό βαθμό, για ποιο λόγο;

.....

7. Σε ποιο βαθμό το υποστηρικτικό υλικό του Προγράμματος σχετικά με τη Δημοσιότητα & Επικοινωνία σας φάνηκε χρήσιμο;

- μικρό
- μεσαίο
- μεγάλο

Αν σε μικρό βαθμό, για ποιο λόγο;

.....

8. Σε ποιο βαθμό οι αναρτήσεις στην ιστοσελίδα του Προγράμματος σας επιτρέπουν να έχετε μια καλή γνώση για το σχεδιασμό του, την πορεία υλοποίησης και την αξιολόγησή του;

- μικρό
- μεσαίο
- μεγάλο

9. Σε ποιο βαθμό οι αναρτήσεις στην ιστοσελίδα του Προγράμματος σας επιτρέπουν να παρακολουθείτε επαρκώς την έκδοση Προσκλήσεων για υποβολή προτάσεων και έργων;

- μικρό
- μεσαίο
- μεγάλο

10. Στο πλαίσιο δράσεων για τις οποίες ήσασταν δικαιούχος, υλοποιήσατε δράσεις δημοσιότητας, πέραν της απλής σήμανσης και χρήσης του λογότυπου του Προγράμματος;

- Ναι
- Όχι

[αν όχι συνεχίστε με την ερώτηση 15]

11. Τι είδους δράσεις υλοποιήσατε;

Ημερίδες

Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την υλοποίηση;(κλίμακα 1-5)

1. Καθόλου 2. Λίγο 3. Αρκετά 4. Πολύ 5. Πάρα πολύ

Φυλλάδια

Πόσο αποτελεσματικά την υλοποιήσατε;(κλίμακα 1-5)

1. Καθόλου 2. Λίγο 3. Αρκετά 4. Πολύ 5. Πάρα πολύ

Αφίσες

Πόσο αποτελεσματικά την υλοποιήσατε;(κλίμακα 1-5)

1. Καθόλου 2. Λίγο 3. Αρκετά 4. Πολύ 5. Πάρα πολύ

Ενημέρωση σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Πόσο αποτελεσματικά την υλοποιήσατε;(κλίμακα 1-5)

1. Καθόλου 2. Λίγο 3. Αρκετά 4. Πολύ 5. Πάρα πολύ

Κοινωνικό μήνυμα σε ραδιόφωνο/τηλεόραση

Πόσο αποτελεσματικά την υλοποιήσατε;(κλίμακα 1-5)

1. Καθόλου 2. Λίγο 3. Αρκετά 4. Πολύ 5. Πάρα πολύ

Ειδικό video για προβολή εκτός ραδιοφώνου/τηλεόρασης

Πόσο αποτελεσματικά την υλοποιήσατε;(κλίμακα 1-5)

1. Καθόλου 2. Λίγο 3. Αρκετά 4. Πολύ 5. Πάρα πολύ

Στοχευμένη ενημέρωση σε επιλεγμένο κοινό

Πόσο αποτελεσματικά την υλοποιήσατε;(κλίμακα 1-5)

1. Καθόλου 2. Λίγο 3. Αρκετά 4. Πολύ 5. Πάρα πολύ

- Δελτία τύπου

Πόσο αποτελεσματικά την υλοποιήσατε;(κλίμακα 1-5)

1. Καθόλου 2. Λίγο 3. Αρκετά 4. Πολύ 5. Πάρα πολύ

- Λειτουργία help-desk

Πόσο αποτελεσματικά την υλοποιήσατε;(κλίμακα 1-5)

1. Καθόλου 2. Λίγο 3. Αρκετά 4. Πολύ 5. Πάρα πολύ

- Μηνύματα ηλεκτρονικής αλληλογραφίας

Πόσο αποτελεσματικά την υλοποιήσατε;(κλίμακα 1-5)

1. Καθόλου 2. Λίγο 3. Αρκετά 4. Πολύ 5. Πάρα πολύ

- Ανάρτηση πληροφορίας στην ιστοσελίδα του φορέα

Πόσο αποτελεσματικά την υλοποιήσατε;(κλίμακα 1-5)

1. Καθόλου 2. Λίγο 3. Αρκετά 4. Πολύ 5. Πάρα πολύ

- Λειτουργία ειδικής ιστοσελίδας

Πόσο αποτελεσματικά την υλοποιήσατε;(κλίμακα 1-5)

1. Καθόλου 2. Λίγο 3. Αρκετά 4. Πολύ 5. Πάρα πολύ

- Ανάρτηση πληροφορίας σε άλλες σελίδες μεγάλης επισκεψιμότητας

Πόσο αποτελεσματικά την υλοποιήσατε;(κλίμακα 1-5)

1. Καθόλου 2. Λίγο 3. Αρκετά 4. Πολύ 5. Πάρα πολύ

- Αποστολή υλικού σε συνεργαζόμενους φορείς

Πόσο αποτελεσματικά την υλοποιήσατε;(κλίμακα 1-5)

1. Καθόλου 2. Λίγο 3. Αρκετά 4. Πολύ 5. Πάρα πολύ

- Εκθέσεις/Συνέδρια

Πόσο αποτελεσματικά την υλοποιήσατε;(κλίμακα 1-5)

1. Καθόλου 2. Λίγο 3. Αρκετά 4. Πολύ 5. Πάρα πολύ

- Διαγωνισμός

Πόσο αποτελεσματικά την υλοποιήσατε;(κλίμακα 1-5)

1. Καθόλου 2. Λίγο 3. Αρκετά 4. Πολύ 5. Πάρα πολύ

- Άλλο

Πόσο αποτελεσματικά την υλοποιήσατε;(κλίμακα 1-5)

1. Καθόλου 2. Λίγο 3. Αρκετά 4. Πολύ 5. Πάρα πολύ

12. Ποια δράση δημοσιότητας θεωρείτε ως καταλληλότερη για την αποτελεσματική ενημέρωση ωφελουμένων που ανήκουν σε ομάδες με περιορισμούς στην πρόσβαση στην επικοινωνία (έως τρεις απαντήσεις);

- Ημερίδες
- Φυλλάδια
- Αφίσες
- Ενημέρωση σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης
- Κοινωνικό μήνυμα σε ραδιόφωνο/τηλεόραση
- Ειδικό βίντεο για προβολή εκτός ραδιοφώνου/τηλεόρασης σε δημόσιους χώρους
- Στοχευμένη ενημέρωση σε επιλεγμένο κοινό
- Δελτία τύπου
- Λειτουργία help-desk
- Ανάρτηση πληροφορίας σε άλλες σελίδες μεγάλης επισκεψιμότητας
- Αποστολή υλικού σε συνεργαζόμενους με τις ομάδες φορείς
- Εκθέσεις/Συνέδρια
- Διαγωνισμός
- Άλλο

13. Οι δράσεις δημοσιότητας που υλοποιήσατε;

- Ήταν η ελάχιστη τυπική υποχρέωση;
- Επεκτάθηκαν/διευρύνθηκαν περαιτέρω με δική σας πρωτοβουλία;
- Σκόπευαν στην ενημέρωση του κοινού;
- Σκόπευαν σε προβολή του έργου που υλοποιήθηκε;
- Σκόπευαν στην προσέλκυση ωφελουμένων;
- Άλλο

14. Εφόσον μερίδα δράσεων δημοσιότητας που υλοποιήθηκαν στόχευαν στην προσέλκυση ωφελουμένων, ο αριθμός των ωφελούμενων:

- Δεν καλύφθηκε πλήρως
- Καλύφθηκε ακριβώς
- Υπερκαλύφθηκε

Αν δεν καλύφθηκε πλήρως, για ποιο λόγο έγινε αυτό;

.....

15. Σε ποιο βαθμό εκτιμάτε ότι οι ωφελούμενοι των δράσεών σας αναγνωρίζουν το παρακάτω λογότυπο;



- μικρό
- μεσαίο
- μεγάλο

16. Το συνδέουν με κάποιο Πρόγραμμα;

- Ναι
- Όχι

Αν ναι με ποιο Πρόγραμμα το συνδέουν;

- Πρόγραμμα ΕΣΠΑ για την ενίσχυση της απασχόλησης
- Πρόγραμμα ΕΣΠΑ για την ενίσχυση της εκπαίδευσης και της δια βίου μάθησης
- Και τα δυο

