



**ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ**  
**ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ**  
**ΑΛΙΕΙΑΣ & ΘΑΛΑΣΣΑΣ**  
**«ΕΠΑΛΘ» 2014 - 2020**



## ΓΕΝΙΚΑ

Βάσει του άρθρου 97 του Καν 508/2014 η Διαχειριστική Αρχή του Επιχειρησιακού Προγράμματος οφείλει να διασφαλίζει δημοσιότητα στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα ενημερώνοντας :

α) τους δυνητικούς δικαιούχους, τις επαγγελματικές οργανώσεις, τους οικονομικούς και κοινωνικούς εταίρους, , τους φορείς που ασχολούνται με την προώθηση της ισότητας μεταξύ ανδρών και γυναικών, και τις εμπλεκόμενες μη κυβερνητικές οργανώσεις, συμπεριλαμβανομένων των περιβαλλοντικών οργανώσεων, για τις δυνατότητες που παρέχει το πρόγραμμα και τους κανόνες πρόσβασης στη χρηματοδότηση του προγράμματος·

γ) τους δικαιούχους για τη συνεισφορά της Ένωσης και το ευρύ κοινό για το ρόλο που διαδραματίζει η Ένωση στο πρόγραμμα.

Για την κατάρτιση της παρούσας Στρατηγικής Δημοσιότητας, με την έννοια των ενεργειών πληροφόρησης και ενημέρωσης ,λήφθηκαν υπόψη :

- το άρθρο 119 και το παράρτημα V του Καν 508/2014, για το Ευρωπαϊκό Ταμείο Θάλασσας και Αλιείας
- ο Καν 763/2014 «για τη θέσπιση κανόνων εφαρμογής του κανονισμού (ΕΕ) αριθ. 508/2014, όσον αφορά τα τεχνικά χαρακτηριστικά των μέτρων πληροφόρησης και δημοσιότητας καθώς και οδηγίες για τη δημιουργία εμβλήματος της Ένωσης
- ο Οδηγός για την κατάρτιση της Στρατηγικής Επικοινωνίας των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων ΕΣΠΑ 2014-2020 (που εκδόθηκε από το Υπ. Οικονομίας , Ανάπτυξης & Τουρισμού),
- το αναπτυξιακό όραμα του ΕΠΑΛΘ 2014-2020καθώς και η φύση & το είδος των προς χρηματοδότηση πράξεων και
- η εμπειρία που αποκτήθηκε από την υλοποίηση των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων Αλιείας κατά τις προηγούμενες Προγραμματικές Περιόδους.

### 1. Στόχοι και στοχοθετούμενο κοινό

**A** Το στοχοθετούμενο κοινό για το ΕΠΑΛΘ 2014 - 2020 περιλαμβάνει τις ακόλουθες γενικές κατηγορίες :

- δυνητικοί δικαιούχοι,
- δικαιούχοι,
- πολλαπλασιαστές πληροφόρησης,



- ευρύ κοινό

**B.** Οι ανωτέρω κατηγορίες στοχοθετούμενου κοινού συγκεκριμενοποιούνται στον ακόλουθο συνοπτικό και μη εξαντλητικό κατάλογο :

- **Δυνητικοί δικαιούχοι & Δικαιούχοι του ΕΠΑΛΘ 2014-2020:**

- επαγγελματίες αλιείς
- οργανώσεις των επαγγελματιών αλιέων
- υδατοκαλλιεργητές
- οργανώσεις των υδατοκαλλιεργητών
- μεταποιητές αλιευτικών προϊόντων
- οργανώσεις των μεταποιητών
- έμποροι – διακινητές αλιευτικών προϊόντων καθώς και οι οργανώσεις τους
- κάτοικοι αλιευτικών περιοχών (κατά την έννοια του κεφαλαίου III του Κανονισμού (ΕΚ) 508 / 2014)
- περιφερειακές, τοπικές και λοιπές αρμόδιες Δημόσιες αρχές
- λοιπές επαγγελματικές οργανώσεις και οικονομικοί κύκλοι
- οργανώσεις για την προώθηση της ισότητας των δύο φύλων
- περιβαλλοντικές οργανώσεις
- οργανώσεις που εκπροσωπούν τις επιχειρήσεις (επιμελητήρια, κλπ)
- εκπαιδευτικά ιδρύματα και ινστιτούτα
- μη κυβερνητικοί οργανώσεις

- **πολλαπλασιαστές πληροφόρησης,**

MME, αναπτυξιακοί φορείς, εθνικά & ευρωπαϊκά δίκτυα πληροφόρησης κλπ

- **ευρύ κοινό**

λοιπός πληθυσμός της Χώρας

## **2 Επικοινωνιακές φάσεις**

Για την υλοποίηση των μέτρων και δράσεων πληροφόρησης και δημοσιότητας του ΕΠΑΛΘ 2014-2020 προβλέπεται μια αλληλουχία επικοινωνιακών φάσεων κλιμακούμενου χαρακτήρα.



Διακρίνονται τρεις βασικές επικοινωνιακές φάσεις :

- A. Γενική πληροφόρηση για το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα και τις δράσεις του κατά την έναρξη υλοποίησής του.
- B. Σαφής και λεπτομερής πληροφόρηση σχετικά με τις ευκαιρίες χρηματοδότησης, τη διαδικασία και τους όρους επιλεξιμότητας καθ'όλη τη διάρκεια υλοποίησης του Επιχειρησιακού Προγράμματος.
- Γ. Πληροφόρηση και δημοσιότητα για τα επιτευχθέντα αποτελέσματα από τις πράξεις που ολοκληρώθηκαν στα πλαίσια του Επιχειρησιακού Προγράμματος.

### **3. Επικοινωνιακά μέσα & εργαλεία**

Αναλόγως του κοινού - στόχου , του επικοινωνιακού στόχου και του διατιθέμενου προϋπολογισμού θα χρησιμοποιηθούν τα εξής επικοινωνιακά μέσα και εργαλεία (με διαφοροποιούμενο συνδυασμό) :

- Κέντρο πληροφόρησης των ενδιαφερομένων στη ΔΑ
- Διαδικτυακός τόπος του Προγράμματος
- Λογαριασμοί στα Κοινωνικά Δίκτυα
- ΜΜΕ
- Έκδοση ενημερωτικών εντύπων & παραγωγή διαφημιστικού και λοιπού υλικού όπως ημερολόγια, αφίσες, banners, videos κλπ
- Ηλεκτρονικό ενημερωτικό δελτίο
- Διοργάνωση εκδηλώσεων & ημερίδων – συμμετοχή σε εκθέσεις και εκδηλώσεις άλλων φορέων
- Στοχευμένη ενημέρωση δυνητικών δικαιούχων (πχ με αποστολή επιστολών)

### **4. Ενέργειες πληροφόρησης και δημοσιότητας**

Το παρόν σχέδιο περιλαμβάνει τις ακόλουθες ενέργειες πληροφόρησης και δημοσιότητας:

- A. Υποχρεωτικές ενέργειες σύμφωνα με το άρθρο 119 και το παράρτημα V του Καν 508/2014 :



- α) διοργάνωση μιας μεγάλης ενημερωτικής εκδήλωσης για τη δημοσιοποίηση της έναρξης του προγράμματος·
- β) διοργάνωση ,τουλάχιστον δύο φορές κατά τη διάρκεια της προγραμματικής περιόδου, μεγάλης ενημερωτικής εκστρατείας που προβάλλει τις ευκαιρίες χρηματοδότησης και τις επιδιωκόμενες στρατηγικές και παρουσιάζει τα επιτεύγματα του επιχειρησιακού προγράμματος·
- γ) προβολή της σημαίας ή του εμβλήματος, αναλόγως, της Ένωσης εμπρός από το κοινό ή σε σημείο ορατό από αυτό, στις εγκαταστάσεις της Διαχειριστικής Αρχής·
- δ) ηλεκτρονική δημοσίευση του καταλόγου των πράξεων ο οποίος θα ενημερώνεται κάθε έξι μήνες
- ε) παρουσίαση παραδειγμάτων πράξεων, του επιχειρησιακού προγράμματος, στον δικτυακό τόπο του επιχειρησιακού προγράμματος · τα παραδείγματα πρέπει να παρουσιάζονται σε μία ευρέως ομιλούμενη επίσημη γλώσσα της Ένωσης εκτός από την επίσημη γλώσσα ή γλώσσες του οικείου κράτους μέλους·
- στ) διασφάλιση ότι ειδικό τμήμα του δικτυακού τόπου παρέχει μια σύνοψη των πράξεων στον τομέα της καινοτομίας και της οικολογικής καινοτομίας·
- ζ) ενημέρωση των στοιχείων σχετικά με την εφαρμογή του επιχειρησιακού προγράμματος, περιλαμβανομένων των βασικών επιτευγμάτων του, στον δικτυακό τόπο του επιχειρησιακού προγράμματος
- η) διάθεση στο κοινό ενός συνοπτικού καταλόγου των μέτρων για την εξασφάλιση της συμμόρφωσης με τους κανόνες της ΚΑΛΠ, συμπεριλαμβανομένων των περιπτώσεων μη συμμόρφωσης από κράτη μέλη ή δικαιούχους, καθώς και των επανορθωτικών δράσεων, όπως δημοσιονομικές διορθώσεις, που έχουν αναληφθεί.
- B. Κύρια μέτρα πληροφόρησης
- Σχεδιασμός, δημιουργία και λειτουργία υποδομής και συστήματος επικοινωνίας
  - Προβολή μέσω των μέσων μαζικής ενημέρωσης (ΜΜΕ)
  - Προωθητικές ενέργειες
  - Δράσεις άμεσης επικοινωνίας



Όλα τα μέτρα πληροφόρησης και δημοσιότητας περιλαμβάνουν το επιλεγμένο σύνθημα «**Επένδυση στην αιεφόρο αλιεία**», που προβάλλει την προστιθέμενη αξία της κοινοτικής παρέμβασης.

Ακολουθεί περιγραφή των κύριων μέτρων πληροφόρησης.

#### B.1. Σχεδιασμός, δημιουργία και λειτουργία υποδομής και συστήματος επικοινωνίας

Στο μέτρο περιλαμβάνονται:

- Η λειτουργία Κέντρου Πληροφόρησης στην Διαχειριστική Αρχή, προσανατολισμένου στην αμφίδρομη επικοινωνία και εξυπηρέτηση όλων των ενδιαφερομένων και στην καταγραφή των ερωτήσεων και προτάσεων του κοινού.
- Η λειτουργία ενός άτυπου δικτύου συνεργαζόμενων φορέων που μπορεί να περιλαμβάνει στελέχη της Διαχειριστικής Αρχής και κοινωνικούς ή οικονομικούς εταίρους που να συνεργάζονται ώστε να πληροφορούν και να ενημερώνουν το ευρύ κοινό γύρω από προσκλήσεις, προκηρύξεις, κριτήρια επιλεξιμότητας, κλπ.
- Ο συνεχής εμπλουτισμός και ανανέωση της ιστοσελίδας του επιχειρησιακού προγράμματος αλιείας, βασικού επικοινωνιακού εργαλείου καθ' όλη τη διάρκεια της προγραμματικής περιόδου 2014-2020.

Επιπλέον των ανωτέρω, προβλέπεται και η διενέργεια έρευνας για τη διακρίβωση της δημοσιοποίησης του Επιχειρησιακού Προγράμματος Αλιείας και την εξαγωγή συμπερασμάτων σε σχέση με τις ανάγκες προσαρμογής του παρόντος σχεδίου δημοσιότητας.

#### B.2. Προβολή μέσω των μέσων μαζικής ενημέρωσης (ΜΜΕ)

Στο μέτρο περιλαμβάνονται :

- η παραγωγή και προβολή καταχωρήσεων τύπου για το σύνολο του Προγράμματος καθώς και των βασικών προτεραιοτήτων και μέτρων του με στόχο την ευρεία προβολή τους σε τοπικό και εθνικό επίπεδο,
- η συμμετοχή των ΜΜΕ σε εκδηλώσεις και δράσεις σχετικές με το πρόγραμμα κατόπιν σχετικής πρόσκλησης από την Διαχειριστική Αρχή στα πλαίσια κυρίως ενημερωτικών συναντήσεων και ημερίδων,



- η αποστολή ενημερωτικών δελτίων προς τα ΜΜΕ με στόχο την προβολή των αποτελεσμάτων από την υλοποίηση του προγράμματος.

Τα ΜΜΕ – συμπεριλαμβανομένου του τοπικού και ειδικού τύπου – αποτελούν σημαντικό εργαλείο, καθώς συμβάλλουν σε μεγάλο βαθμό στη διάχυση της πληροφόρησης. Τα ΜΜΕ λειτουργούν ως πολλαπλασιαστές των μηνυμάτων και διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στη συνεχή, έγκυρη και έγκαιρη πληροφόρηση του ευρύ κοινού και των δυνητικών δικαιούχων.

### B.3. Πρωθητικές Ενέργειες

Στο μέτρο περιλαμβάνονται:

- ο σχεδιασμός, η παραγωγή και διανομή έντυπου υλικού σχετικά με το συνολικό Πρόγραμμα και τις επί μέρους Προτεραιότητες και Μέτρα με στόχο την ενημέρωση του κοινού,
- η ηλεκτρονική αποστολή ενημερωτικού υλικού προς επιλεγμένο στοχοθετούμενο κοινό για ενημέρωση και προτροπή σε συμμετοχή στο πρόγραμμα,
- συνεντεύξεις τύπου και δελτία τύπου στα πλαίσια ημερίδων και λοιπών εκδηλώσεων.

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

### B.4. Δράσεις Άμεσης Επικοινωνίας

Οι δράσεις άμεσης επικοινωνίας περιλαμβάνουν την διοργάνωση ημερίδων και συνεδρίων, την συμμετοχή σε εκθέσεις, ενημερωτικές συναντήσεις και λοιπές εκδηλώσεις και λειτουργούν συμπληρωματικά στις υπόλοιπες δράσεις επικοινωνίας.

Οι ενημερωτικές ημερίδες ανάλογα με τους στόχους, απευθύνονται σε εξειδικευμένο ή σε ευρύ κοινό και με τις κατάλληλες επικοινωνιακές μεθόδους δύναται να εξασφαλίζεται η συμμετοχή των πραγματικά ενδιαφερομένων.

Η συμμετοχή σε εκθέσεις εξασφαλίζει την προσωπική επαφή των στελεχών της Διαχειριστικής Αρχής με τους ενδιαφερόμενους και το εξειδικευμένο κοινό, ενώ παράγει περαιτέρω δημοσιότητα, καθώς το ίδιο το κοινό γίνεται πολλαπλασιαστής του επικοινωνιακού μηνύματος.



Η συμμετοχή σε εκδηλώσεις (π.χ. γιορτές τοπικών προϊόντων) αφενός συνιστά συμπληρωματικό μέσο για τη διανομή εντύπου προωθητικού υλικού και αφετέρου αποτελεί σημείο συνάντησης με τον ντόπιο πληθυσμό με στόχο την παροχή στοχευμένης πληροφόρησης σχετικά με τις δυνατότητες του Προγράμματος.

Στο Παράρτημα II παρουσιάζονται οι ενέργειες πληροφόρησης και δημοσιότητας όσον αφορά το κοινό στο οποίο αυτές απευθύνονται.

Επίσης, στο Παράρτημα III περιλαμβάνεται ένας ενδεικτικός τρόπος αξιολόγησης των ανωτέρω μέτρων όσον αφορά την προβολή του επιχειρησιακού προγράμματος και του ρόλου που διαδραματίζει η Ε.Ε.





## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι

### Στόχοι σχεδίου δράσης ανά στοχοθετούμενο κοινό

Στοχοθετούμενο κοινό	Στόχοι επικοινωνίας
Δυνητικοί δικαιούχοι	Σαφής και λεπτομερής πληροφόρηση σχετικά με τις ευκαιρίες χρηματοδότησης, τους όρους επιλεξιμότητας, τα κριτήρια επιλογής και, τη διαδικασία χρηματοδότησης
Δικαιούχοι	- Ενημέρωση και δέσμευση σχετικά με την τήρηση αρχών δημοσιότητας και αποδοχής της εγγραφής τους στον κατάλογο των πράξεων που δημοσιοποιούνται
Περιφερειακές, τοπικές και λοιπές δημόσιες αρχές	Ενημέρωση και κινητοποίηση των τοπικών κοινωνιών μέσω των φορέων της αυτοδιοίκησης
Οι επαγγελματικές και κλαδικές οργανώσεις του τομέα της αλιείας	Εξασφάλιση συμπληρωματικότητας ενεργειών πληροφόρησης και δημοσιότητας
Οικονομικοί και κοινωνικοί εταίροι	Αξιοποίηση όλων των δυνατών στρατηγικών συνεργιών με τους διάφορους εταίρους
Ευρύ κοινό	- Εδραίωση του μηνύματος της από κοινού συνεισφοράς της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της Ελλάδας - Προβολή των προτεραιοτήτων του προγράμματος μέσω καλών παραδειγμάτων - Προβολή των αποτελεσμάτων και των κοινωνικών και οικονομικών επιπτώσεων του προγράμματος



## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ

### Σύνδεση ενεργειών δημοσιότητας με ομάδες στόχου

Ενέργειες	Κοινό Στόχος		
	Δυνητικοί δικαιούχοι	Δικαιούχοι	Ευρύ κοινό
<b>Υποχρεωτικές</b>			
Εναρκτήρια εκδήλωση			√
Ετήσια εκδήλωση			√
Ανάρτηση σημαίας ΕΕ			√
Δημοσιοποίηση ενταγμένων πράξεων			√
<b>Βασικές (ενδεικτικές και όχι περιοριστικές)</b>			
Κέντρο πληροφόρησης	√	√	
Δίκτυο συνεργαζόμενων φορέων	√	√	
Ιστοσελίδα	√	√	
Καταχωρήσεις τύπου	√		
Προβολή στα ΜΜΕ	√		√
Έντυπο και ηλεκτρονικό υλικό	√	√	
Δελτία και συνεντεύξεις τύπου			√
Ημερίδες	√		√
Συμμετοχή σε εκθέσεις και συνέδρια			√



### ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙΙ

#### Ενδεικτικός τρόπος αξιολόγησης

Ενέργειες	Δείκτης υλοποίησης	Δείκτης αποτελέσματος
Σχεδιασμός, δημιουργία και λειτουργία υποδομής και συστήματος επικοινωνίας	<ul style="list-style-type: none"><li>- Υλοποίηση και τακτή ενημέρωση του κέντρου πληροφόρησης</li><li>- Υλοποίηση και επικαιροποίηση ιστοσελίδας</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- καταγραφή ερωτημάτων και τηλεφωνικών κλήσεων</li><li>- αριθμός επισκέψεων, χρηστών</li></ul>
Προβολή μέσω των ΜΜΕ	<ul style="list-style-type: none"><li>- αριθμός διαφημιστικών καταχωρήσεων</li><li>- αριθμός συνεντεύξεων τύπου</li><li>- αριθμός ενημερωτικών δελτίων</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- αριθμός εμφανίσεων στον τύπο και τα ΜΜΕ</li><li>- κυκλοφορία, γεωγραφική κάλυψη και αναγνωσιμότητα</li><li>- αριθμός δελτίων που δημοσιεύτηκαν</li></ul>
Πρωθητικές ενέργειες	<ul style="list-style-type: none"><li>- αριθμός εντύπων</li><li>- αριθμός ηλεκτρονικών μηνυμάτων</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- αριθμός εντύπων που διακινήθηκαν</li><li>- αριθμός μηνυμάτων που απεστάλησαν ηλεκτρονικά</li></ul>
Δράσεις άμεσης επικοινωνίας	<ul style="list-style-type: none"><li>- αριθμός εκδηλώσεων</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- αριθμός προσκεκλημένων</li><li>- αριθμός συμμετεχόντων</li><li>- αριθμός αιτημάτων για περισσότερες πληροφορίες</li></ul>