



Επιτελική Σύνοψη

Μελέτη Αξιολόγησης της Στρατηγικής Επικοινωνίας του ΕΠ Κρήτη 2014-2020: Με το Βλέμμα στην Περίοδο 2021-2027

Έργο: Σύμβουλος Αξιολόγησης της Στρατηγικής Επικοινωνίας του ΕΠ Κρήτη 2014-2020



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Ταμείο
Περιφερειακής Ανάπτυξης



Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
ΚΡΗΤΗ 2014 - 2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ανάπτυξη - εργασία - αλληλεγγύη

Σύμβουλος Αξιολόγησης της Στρατηγικής Επικοινωνίας του ΕΠ Κρήτη 2014-2020

Μελέτη Αξιολόγησης της Στρατηγικής Επικοινωνίας του ΕΠ Κρήτη 2014-2020: Με το Βλέμμα στην Περίοδο 2021-2027

Επιτελική Σύνοψη

Ηράκλειο, Νοέμβριος 2023



© 2023, ΕΛΜΕΠΑ
Με επιφύλαξη παντός
δικαιώματος.
All rights reserved.

Ερευνητική Ομάδα

Δρ. Μάρκος Κουργιαντάκης, PhD
Δρ. Ειρήνη Παπαδάκη, PhD
Σοφία Μαραγκάκη, MSc
Ιωάννα Βισκαδουράκη, MSc
Κάλλια Χουστουλάκη, M.A., MSc

Στοιχεία Επικοινωνίας

Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων
& Τουρισμού
Εργαστήριο Τουρισμού &
Επιχειρηματικότητας
Εσταυρωμένος, 71004,
Ηράκλειο | Τηλ: 2810 - 379677



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Ταμείο
Περιφερειακής Ανάπτυξης



Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
ΚΡΗΤΗ 2014 - 2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΠΙΤΕΛΙΚΗ ΣΥΝΟΨΗ

Το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα (ΕΠ) Κρήτη 2014-2020 εγκρίθηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή το Δεκέμβριο του 2014 και συγχρηματοδοτήθηκε τόσο από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ), όσο και από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο (ΕΚΤ) σε ποσοστό 80%. Το όραμα του ΕΠ Κρήτη, στο πλαίσιο του ΕΣΠΑ 2014-2020, καθορίστηκε ως η «Δυναμική και Βιώσιμη Κρήτη» και στόχος του ΕΠ ήταν η δημιουργία προϋποθέσεων για τον αναπροσανατολισμό της τοπικής οικονομίας, την έξοδο από την κρίση και την ένταξη σε πορεία έξυπνης, βιώσιμης και χωρίς αποκλεισμούς ανάπτυξης. Οι παρεμβάσεις που συγχρηματοδοτήθηκαν αναφέρονται σε 7 Άξονες Προτεραιότητας, οι οποίοι αφορούν τα εξής:

1. Ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας, καινοτομίας και επιχειρηματικότητας της Κρήτης
2. Βιώσιμη Ανάπτυξη με αναβάθμιση του περιβάλλοντος και αντιμετώπιση των επιπτώσεων της κλιματικής αλλαγής στην Κρήτη
3. Ενίσχυση της εκπαίδευσης και της κοινωνικής συνοχής στην Κρήτη
4. Προώθηση της απασχόλησης και προσαρμογή των εργαζομένων στις αλλαγές
5. Προώθηση της Κοινωνικής Ένταξης και καταπολέμηση της φτώχειας στην Κρήτη
6. Τεχνική Βοήθεια ΕΤΠΑ
7. Τεχνική Βοήθεια ΕΚΤ

Το ΕΠ Κρήτης 2014-2020 ήταν ένα πολυσχιδές επιχειρησιακό πρόγραμμα, το οποίο περιλαμβάνει παρεμβάσεις που αφορούν στη βελτίωση της ποιότητας ζωής όλων των πολιτών της Κρήτης, περιλαμβάνοντας από μεγάλα έργα υποδομής (π.χ. οδικές υποδομές) έως δράσεις ευαισθητοποίησης σε κοινωνικά θέματα. Επίσης ήταν ένα τεράστιο οργανωτικό εγχείρημα, το οποίο απαιτεί συνεχώς πόρους, διαδικασίες και δράσεις



συντονισμού ποικίλων φορέων/οργανισμών, εσωτερικών και εξωτερικών συνεργατών για την εύρυθμη υλοποίησή του.

Αυτές ήταν συνοπτικά και οι επικοινωνιακές προκλήσεις του ΕΠ Κρήτης 2014-2020. Από τη μια πλευρά ήταν η προσέλκυση, η ευαισθητοποίηση, η παρότρυνση και η εμπλοκή πολλών και πολυάριθμων αποδεκτών (δυνητικών δικαιούχων, ωφελούμενων, ευρύ κοινού, κ.λπ.) σε διαφορετικά πεδία εφαρμογής του ΕΠ. Από την άλλη πλευρά ήταν ο σχεδιασμός, η υλοποίηση και ο συντονισμός επικοινωνιακών πρωτοβουλιών που απαιτούν την εμπλοκή πολλών συνεργατών που θα υποστηρίζουν πολυκαναλικά και ανά θεματική ή στοχοθετούμενη ομάδα, αποτελεσματικά μηνύματα με μακροπρόθεσμη επίδραση (impact) για το ΕΠ και τα οφέλη του.

Σκοπός του έργου με τίτλο «Σύμβουλος Αξιολόγησης της Στρατηγικής Επικοινωνίας του ΕΠ Κρήτη 2014-2020» είναι η αποτίμηση της αναγνωρισμότητας του ΕΠ Κρήτη 2014-2020, η αξιολόγηση της εφαρμογής της στρατηγικής επικοινωνίας του προγράμματος, καθώς και η διατύπωση προτάσεων για την ενσωμάτωσή τους στη Στρατηγική Επικοινωνίας του ΕΠ Κρήτη 2021-2027. Το τελικό παραδοτέο του έργου είναι η παρούσα μελέτη, η οποία περιλαμβάνει αναλυτική τεκμηρίωση και ευρήματα που ικανοποιούν τη στοχοθεσία του εν λόγω έργου.

Το πλαίσιο αξιολόγησης της επικοινωνίας

Για τον καθορισμό του πλαισίου αξιολόγησης της επικοινωνίας, στην παρούσα μελέτη καταγράφηκαν αναλυτικά οι απαιτήσεις του Οδηγού Επικοινωνίας ΕΣΠΑ 2014-2020 που χρειάστηκε να ικανοποιήσει το ΕΠ Κρήτη 2014-2020, οι διαφοροποιήσεις στις προδιαγραφές που εμπεριείχε ο Οδηγός Επικοινωνίας για την προγραμματική περίοδο 2021-2027, όπως και τα νέα πρότυπα αξιολόγησης της επικοινωνίας που ορίζει η Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ) μέσω της Γενικής Διεύθυνσης Επικοινωνίας της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.

Κύριος στόχος του Οδηγού Επικοινωνίας ΕΣΠΑ 2014-2020 ήταν η προσφορά ενός πλαισίου επικοινωνίας του ΕΣΠΑ, μέσω μίας κοινής εικόνας και ταυτότητας σε όλες τις δράσεις των Ευρωπαϊκών Ταμείων τα έτη 2014-2020, με απώτερο σκοπό οι πολίτες να γνωρίσουν καλύτερα το ρόλο των εθνικών αρχών και της ΕΕ στην υλοποίηση πλήθους δράσεων που σχετίζονται με την καθημερινότητά τους, την ποιότητα ζωής, αλλά και τη φυσιογνωμία της περιφέρειας στην οποία κατοικούν. Γενικά, πέραν από τις υποχρεωτικές οδηγίες



δημοσιότητας και επικοινωνίας, υπήρχε μία σχετική ευελιξία στην εφαρμογή του Οδηγού για κάθε ΕΠ, λαμβάνοντας υπόψη τόσο το περιεχόμενο του προγράμματος, όσο και την εμπλοκή των δικαιούχων, αλλά και την ανάλυση της τρέχουσας κοινωνικο-οικονομικής συγκυρίας. Σε ό,τι σχετίζεται με την υποστήριξη των δικαιούχων, οι διαχειριστικές αρχές είχαν την υποχρέωση να παρέχουν λεπτομερείς πληροφορίες σχετικά με την εφαρμογή των μέτρων πληροφόρησης και επικοινωνίας, σε όλους τους δικαιούχους μέσω του συντονισμού, της καθοδήγησης, της υποστήριξης και της παρακολούθησης.

Ο νέος Οδηγός Επικοινωνίας ΕΣΠΑ 2021-2027 διατηρεί το μεγαλύτερο μέρος των καλών πρακτικών του προηγούμενου (π.χ. επικοινωνία με αφηγηματικό τρόπο), βελτιώνοντας παράλληλα τις προϋποθέσεις επικοινωνίας, ενώ κύριο ζήτημα πλέον αποτελεί η δυνατότητα πρόσβασης στην πληροφορία σε άτομα με ειδικές δεξιότητες. Όμως στο νέο Οδηγό περιγράφεται ένα πιο αυστηρό πλαίσιο επικοινωνίας των έργων από τους δικαιούχους, το οποίο εμπλουτίζει τα επικοινωνιακά μέσα, μέσω διαφόρων επιμέρους δράσεων των δικαιούχων όπως η έντονη δραστηριότητα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Οι γενικές προδιαγραφές αποτελεσματικής επικοινωνίας της ΕΕ έγιναν πρόσφατα πιο απαιτητικές. Για την αξιολόγηση της στρατηγικής επικοινωνίας απαιτείται η αποτίμηση της φυσικής και της οικονομικής προόδου και των αρχικών αντιδράσεων του κοινού. Το μοντέλο αξιολόγησης επικοινωνιακών δράσεων της Ευρωπαϊκής Επιτροπής περιλαμβάνει έξι (6) στάδια που λαμβάνονται υπόψη στο σχεδιασμό, την παρακολούθηση και την αξιολόγηση των δράσεων επικοινωνίας: τις ανάγκες, τους στόχους, τους απαιτούμενους πόρους, τις δράσεις/ενέργειες, τις εκροές, τα αποτελέσματα και την επίδραση της γνώμης και της συμπεριφοράς του κοινού. Ενδεικτικά, υπάρχει η δυνατότητα ποσοτικής και ποιοτικής αξιολόγησης, ενώ οι κύριοι δείκτες στους οποίους μπορεί να βασιστεί είναι οι δείκτες υλοποίησης (output), οι δείκτες αποτελέσματος (result) και οι δείκτες επίπτωσης (impact).

Με βάση όλα τα παραπάνω, η ερευνητική/συντακτική ομάδα της παρούσας μελέτης διαμόρφωσε ένα συγκεκριμένο πλαίσιο για την αξιολόγηση και βελτίωση της επικοινωνίας του ΕΠ Κρήτη. Η αξιολόγηση του σχεδιασμού και της υλοποίησης του ΕΠ Κρήτης 2014-2020 πραγματοποιήθηκε λαμβάνοντας υπόψη τον Οδηγό Επικοινωνίας ΕΣΠΑ 2014-2020, ενώ οι προτάσεις βελτίωσης λαμβάνουν υπόψη τις απαιτήσεις του Οδηγού Επικοινωνίας ΕΣΠΑ 2021-2027 και των γενικότερων Ευρωπαϊκών προδιαγραφών. Επίσης, ανάλογα με τη διαθεσιμότητα των στοιχείων και με στόχο την αντικειμενικότητα και την πληρότητα, η αξιολόγηση βασίζεται στο τρίπτυχο αντικειμένων αξιολόγησης: α) υποχρεωτικές δράσεις/ενέργειες, β) ποσοτικοί δείκτες αξιολόγησης και γ) ποιοτικές εκτιμήσεις πεπραγμένων. Τέλος αναφορικά με το ύψος και την ευρύτερη φιλοσοφία, η αξιολόγηση



της επικοινωνίας του ΕΠ Κρήτης δεν έχει σε καμιά περίπτωση τον χαρακτήρα της αυστηρής κριτικής, αλλά της εποικοδομητικής ανάλυσης, ενώ οι προτάσεις βελτίωσης έχουν γενικό συμβουλευτικό χαρακτήρα και λειτουργούν επικουρικά στους υπεύθυνους του σχεδιασμού και υλοποίησης του ΕΠ Κρήτης 2021-2027.

Σχεδιασμός της Στρατηγικής Επικοινωνίας του ΕΠ Κρήτη 2014-2020

Η Στρατηγική Επικοινωνίας του ΕΠ Κρήτης 2014-2020 καθορίστηκε τον Ιούνιο του 2015, έχοντας δύο κεντρικούς σκοπούς: α) την ενημέρωση των δυνητικών δικαιούχων σχετικά με τις ευκαιρίες χρηματοδότησης στο πλαίσιο του ΕΠ και β) τη δημοσιοποίηση του ρόλου και των επιτευγμάτων της πολιτικής για τη συνοχή των Ταμείων στους πολίτες της ΕΕ, μέσω δράσεων πληροφόρησης και επικοινωνίας σχετικά με τα αποτελέσματα και τον αντίκτυπο του Συμφώνου Εταιρικής Σχέσης, των επιχειρησιακών προγραμμάτων και των επί μέρους δράσεων/έργων. Στόχος της ήταν η δημιουργία μιας σαφούς εικόνας για τα έργα και τις δράσεις που υλοποιούνται, τις ευκαιρίες συμμετοχής που υπάρχουν και τις θετικές επιπτώσεις που θα δημιουργηθούν. Η ομάδα στόχος – κοινό προσδιορίστηκε σε τρεις μεγάλες κατηγορίες, τους δυνητικούς δικαιούχους και δικαιούχους, το ευρύ κοινό και τους πολλαπλασιαστές ενημέρωσης. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι ορίστηκαν επιμέρους επικοινωνιακοί στόχοι και μέσα επικοινωνίας για κάθε κοινό στόχο. Στα μέσα επικοινωνίας περιλαμβάνονται ιστοσελίδα, έντυπα – οδηγοί, εκδηλώσεις – σεμινάρια, τεχνικές συναντήσεις, γραφείο πληροφόρησης, newsletter, προβολή στα ΜΜΕ και κοινωνικά δίκτυα.

Στη σχεδιασμένη μεθοδολογία υλοποίησης, η Στρατηγική Επικοινωνίας ενσωματώνει όλες τις παραμέτρους και προδιαγραφές που αναφέρει ο Οδηγός Επικοινωνίας ΕΣΠΑ 2014-2020, όπως ο σχεδιασμός με βάση τη γνώση, η αξιοποίηση της αναγνωρισιμότητας του ΕΣΠΑ 2007-2013, η ενιαία στρατηγική, η επίτευξη επικοινωνιακών στόχων, το αφήγημα (storytelling), η απλοποιημένη γλώσσα, κ.λπ. Η ΕΥΔ Περιφέρειας Κρήτης όρισε έναν υπεύθυνο δημοσιότητας και τον αναπληρωτή του, έχοντας μεταξύ άλλων την ευθύνη της διαμόρφωσης και παρακολούθησης του πλαισίου επικοινωνίας, της παροχής οδηγιών και κατευθύνσεων στους δυνητικούς δικαιούχους του ΕΠ, καθώς και στα στελέχη της ΕΥΔ. Η Στρατηγική Επικοινωνίας επίσης τεκμηρίωσε την επιλογή των βασικών επικοινωνιακών δράσεων (διαδίκτυο, Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, έντυπα, κ.λπ.) και ανέδειξε ικανοποιητικά τις ελάχιστες υποχρεώσεις της ΕΥΔ και των δικαιούχων βάσει του Κανονισμού 1303/2013 (όπως αυτές περιγράφονται στον Οδηγό Επικοινωνίας ΕΣΠΑ 2014-2020).



Όπως απαιτείται, στη Στρατηγική Επικοινωνίας πραγματοποιήθηκε εκτίμηση του κόστους των επικοινωνιακών δράσεων. Ο συνολικός αρχικός, αλλά ενδεικτικός προϋπολογισμός των μέτρων και δράσεων επικοινωνίας για το σύνολο της περιόδου εκτιμήθηκε περίπου στο ένα εκατομμύριο ευρώ με περίπου το μισό του προϋπολογισμού να αφορά δαπάνες σε ΜΜΕ (τηλεόραση, ραδιόφωνο, κ.λπ.), περίπου το 40% σε προωθητικές ενέργειες (συνέδρια, ημερίδες, κ.λπ.) και το υπόλοιπο σε άλλες ενέργειες (παραγωγή μακετών, spots, έρευνες γνώμης, κ.λπ.).

Συνολικά, ο σχεδιασμός της Στρατηγικής Επικοινωνίας για το ΕΠ Κρήτης 2014-2020 κρίνεται άκρως ικανοποιητικός και απολύτως συνεπής με τις προδιαγραφές του Οδηγού Επικοινωνίας ΕΣΠΑ 2014-2020. Πραγματοποιήθηκε εγκαίρως και περιλαμβάνει όλες τις απαραίτητες ενότητες που χρειάζεται να έχει ένα σχέδιο επικοινωνίας και ακολουθεί στο μέγιστο βαθμό, τη λογική και τη φιλοσοφία που αποτυπώνεται στον Οδηγό Επικοινωνίας ΕΣΠΑ 2014-2020. Μικρή υστέρηση εμφανίστηκε σε δυο σημεία: α) ο αρχικός προϋπολογισμός θα μπορούσε να είναι περισσότερο αναλυτικός σε επίπεδο κόστους ανά δράση επικοινωνίας, και β) ενώ στο σχεδιασμό γίνεται αναφορά στη μέτρηση δεικτών υλοποίησης, αποτελέσματος και επιπτώσεων, δεν υπάρχουν καταγεγραμμένοι δείκτες σε κάθε κατηγορία δεικτών και ούτε τίθεται η στάθμη των δεικτών που θα προσδιορίζει ή όχι την επιτυχία των προς υλοποίηση δράσεων. Και τα δυο σημεία σχετίζονται με τις δυνατότητες ποσοτικής αξιολόγησης της επικοινωνιακής στρατηγικής κατά τη διάρκεια και κατά τη λήξη του ΕΠ Κρήτης.

Ο παρακάτω πίνακας περιέχει αναλυτικά τα σημεία αξιολόγησης της Στρατηγικής Επικοινωνίας για το ΕΠ Κρήτης 2014-2020.



Σημεία Αξιολόγησης Σχεδίου Στρατηγικής Επικοινωνίας ΕΠ Κρήτης 2014-2020

Σημείο Αξιολόγησης	Αξιολόγηση
Αποτύπωση Κανονιστικού Πλαισίου	100%
Αποτύπωση Γενικών Στόχων Επικοινωνίας	100%
Αποτύπωση Επιμέρους Στόχων Επικοινωνίας	80%
Αποτύπωση και Περιγραφή Στοχοθετούμενου Κοινού	100%
Αποτύπωση Μέσων που θα χρησιμοποιηθούν	100%
Κατηγοριοποίηση επιμέρους επικοινωνιακών στόχων και μέσων ανά κοινό-στόχο	100%
Προδιαγραφές / μέθοδος επικοινωνίας σύμφωνα με τον Οδηγό Επικοινωνίας ΕΣΠΑ 2014-2020 (ενιαία στρατηγική, απλή γλώσσα, αφήγημα, αξιοποίηση επωνυμίας ΕΣΠΑ, κ.λπ.)	100%
Πρόβλεψη δικτύου φορέων που θα δράσουν ως πολλαπλασιαστές πληροφόρησης	100%
Υποχρεωτικές δράσεις επικοινωνίας	100%
Υποχρεώσεις Δικαιούχων	100%
Προβλεπόμενος Προϋπολογισμός Επικοινωνίας	90%
Οργάνωση Στρατηγικής- Συνεργασίες	100%
Σχεδιασμός Αξιολόγησης	80%
Πρόβλεψη και περιγραφή Ετήσιων Σχεδίων Επικοινωνίας	100%

Η Επίδραση της Στρατηγικής Επικοινωνίας

Στα πλαίσια του ΕΠ Κρήτης υλοποιήθηκαν δύο πρωτογενείς έρευνες κοινού, σε συνεργασία με μεγάλη εταιρεία ερευνών γνώμης. Τα στοιχεία και τα ευρήματα αυτών των ερευνών καταδεικνύουν σε κάποιο βαθμό την επίπτωση (impact) της Στρατηγικής Επικοινωνίας του ΕΠ Κρήτης 2014-2020 στο ευρύ κοινό και βοηθάνε στην τεκμηρίωση της αξιολόγησης των επικοινωνιακών δράσεων / ενεργειών του ΕΠ Κρήτης 2014-2020 που ακολουθεί.

Γενικά παρατηρείται μία σημαντική αύξηση στην αναγνωρισιμότητα του ΕΠ Κρήτη 2014-2020 σε σύγκριση με το προηγούμενο ΕΠ, ενώ η συντριπτική πλειοψηφία αυτών που το αναγνωρίζουν έχει μέτρια προς καλή γνώση για αυτό. Κύρια πηγή ενημέρωσης φαίνεται να είναι η τοπική τηλεόραση και οι ενημερωτικές ιστοσελίδες. Σχετικά με την κατανόηση των στόχων, των αναμενόμενων αποτελεσμάτων και των ωφελειών των έργων του



προγράμματος, όπως και με την κατανόηση της συμβολής της Ευρωπαϊκής Πολιτικής Συνοχής στην υλοποίηση αναπτυξιακών έργων, 80% των συμμετεχόντων δήλωσαν ότι η μοναδική πηγή χρηματοδότησης του ΕΠ Κρήτης 2014-2020 είναι η ΕΕ, όπως επίσης η πλειοψηφία αξιολόγησε τη χρησιμότητα του ΕΠ Κρήτη 2014-2020 ως μεγάλη/πολύ μεγάλη. Παρόλα αυτά, τέσσερις στους δέκα φαίνεται να μην έχουν ξεκάθαρη εικόνα των έργων που υλοποιούνται και χρηματοδοτούνται μέσω ΕΣΠΑ 2014-2020.

Αξιολόγηση της Εφαρμογής της Στρατηγικής Επικοινωνίας του ΕΠ Κρήτη 2014-2020

Κατά τη διάρκεια του ΕΠ Κρήτης 2014-2020, χρησιμοποιήθηκε πλήθος επικοινωνιακών μέσων, με στόχο την τακτική και διαρκή ενημέρωση του στοχοθετούμενου κοινού για την εξέλιξη των δράσεων του προγράμματος. Τα μέσα αυτά διαχωρίζονται σε πέντε βασικές κατηγορίες, οι οποίες αξιολογήθηκαν διακριτά για τη συμβολή τους ως μέσα προσέγγισης των κοινών στόχων. Έτσι, αξιολογήθηκε η διοργάνωση εκδηλώσεων (συνέδρια, ημερίδες, σεμινάρια, τεχνικές συναντήσεις), η προβολή μέσω των ΜΜΕ (τηλεόραση, ραδιόφωνο, εφημερίδες κτλ.), η παρουσία στο διαδίκτυο μέσω της ιστοσελίδας του ΕΠ Κρήτης 2014-2020 και των social media, η συμβολή της δημιουργίας του Γραφείου Πληροφόρησης και του Εκθεσιακού Περιπτέρου και τα έντυπα, οι εκδόσεις και το λοιπό υλικό που χρησιμοποιήθηκε στα πλαίσια της προώθησης.

Σχετικά με τις **εκδηλώσεις**, συνολικά πραγματοποιήθηκαν τέσσερις εναρκτήριες εκδηλώσεις για την ενημέρωση του προγράμματος, δέκα σεμινάρια προς τους δυνητικούς δικαιούχους, 174 τεχνικές συναντήσεις με σκοπό την προβολή των ευκαιριών χρηματοδότησης, τις επιδιωκόμενες στρατηγικές και την παρουσίαση των επιτευγμάτων του επιχειρησιακού προγράμματος, καθώς και την ενεργοποίηση των δυνητικών δικαιούχων για την προώθηση και την υλοποίηση των δράσεων και πλήθος ενημερωτικών ημερίδων και συνεδρίων. Θα πρέπει να αναφερθεί ότι κάποιες από τις εκδηλώσεις που είχαν προγραμματιστεί, δεν ήταν δυνατό να υλοποιηθούν λόγω των μέτρων περιορισμού της πανδημίας Covid-19. Ωστόσο, η ΕΥΔ συμμετείχε στην καμπάνια της Ευρωπαϊκής Επιτροπής «Europe in My Region» και «Open EU Project Days 2016» με σκοπό την ευρεία ενημέρωση των πολιτών για τα έργα και τις αναπτυξιακές παρεμβάσεις με τη συμβολή των ΕΔΤ, όπως επίσης και σε διάφορες άλλες εκδηλώσεις (ΚΡΗΤΗ- ΕΥΡΩΠΗ- Χθες, Σήμερα, Αύριο, InnoDays 2022 κ.ά.). Συνολικά πραγματοποιήθηκαν 273 εκδηλώσεις με συνολικό αριθμό συμμετεχόντων δια ζώσης μεγαλύτερο από 10.000, αριθμοί που κρίνονται άκρως ικανοποιητικοί. Σε επίπεδο εκδηλώσεων φαίνεται ότι πραγματοποιήθηκαν όλες οι



ελάχιστες υποχρεωτικές ενέργειες βάσει του κανονισμού 1303/2013. Μέσω των εκδηλώσεων προσεγγίστηκε σε ικανοποιητικό βαθμό το κοινό στόχος και παράλληλα μέσω των σεμιναρίων υπήρξε καλύτερη δυνατή προσέγγιση και επιμόρφωση των δικαιούχων των έργων. Η συγκεκριμένη κατηγορία χαρακτηρίζεται από υψηλό βαθμό αποτελεσματικότητας και αποδοτικότητας, ενώ ιδιαίτερα σημαντική κρίνεται η συμβολή της συμμετοχής της ΕΥΔ στην καμπάνια Europe in My Region, στα πλαίσια της οποίας υλοποιήθηκαν πλήθος εκδηλώσεων με ποικίλους σκοπούς.

Στα πλαίσια του ΕΠ Κρήτης 2014-2020, πραγματοποιήθηκαν μεταδόσεις και καταχωρήσεις σε όλα τα δημοφιλή ΜΜΕ (Τηλεόραση, Ραδιόφωνο, Τύπο και Διαδίκτυο) με στόχο την ανάδειξη του ρόλου της ΕΕ στην ανάπτυξη της Περιφέρειας Κρήτης, την εδραίωση του μηνύματος της από κοινού συνεισφοράς της ΕΕ και της Ελλάδας και την αύξηση της αναγνωρισιμότητας των δράσεων του ΕΠ Κρήτη 2014-2020. Το κοινό-στόχος σε αυτήν την επικοινωνιακή πρωτοβουλία ήταν το ευρύ κοινό, οι δυνητικοί δικαιούχοι και οι δικαιούχοι. Παραδείγματα αποτελούν η δημοσίευση υλικού (βίντεο, φωτογραφίες κ.λπ.) από τις εκδηλώσεις που διοργάνωσε η ΕΥΔ, τηλεοπτικά σποτ, ραδιοφωνικά μηνύματα, διαφημιστικά με τη μορφή πλασιών (banners) σε ενημερωτικές διαδικτυακές πύλες κ.ά. Όπως και προηγουμένως, πραγματοποιήθηκαν όλες οι ελάχιστες υποχρεωτικές ενέργειες βάσει του κανονισμού 1303/2013 (λογότυπα, ηχητικές αναφορές στη συγχρηματοδότηση ΕΕ και Ελλάδος, λεζάντες υπότιτλων σε ελληνικά και αγγλικά κτλ.). Η προβολή στα ΜΜΕ ξεκίνησε έγκαιρα και θεωρείται ότι συνέβαλε επιτυχώς στην προσέγγιση του κοινού και μετέπειτα στην επίτευξη των επικοινωνιακών στόχων της δεύτερης και τρίτης φάσης της στρατηγικής επικοινωνίας. Το ενιαίο περιεχόμενο και η ενιαία εικόνα στα προωθητικά μηνύματα συνέβαλαν στην καλύτερη κατανόηση των μηνυμάτων και ιδιαίτερα επιτυχημένο θεωρείται το σλόγκαν «Εμείς στην Κρήτη». Η προβολή στα ΜΜΕ βοήθησε σημαντικά και τις άλλες επικοινωνιακές δράσεις και τα μέσα που χρησιμοποιήθηκαν κάλυψαν κατάλληλα τη γεωγραφική διασπορά των κοινών στόχων. Η αποτελεσματικότητα/αποδοτικότητα της προβολής στα ΜΜΕ κρίνεται πολύ ικανοποιητική σε όλους τους δείκτες που έχουν σχέση με τις μεταδόσεις μηνυμάτων σε όλα τα ΜΜΕ, τόσο σε συνολικά απόλυτα μεγέθη, όσο και στους ετήσιους μέσους όρους. Ωστόσο, προκύπτουν θέματα προς βελτίωση, τα οποία αφορούν κυρίως τη συστηματική καταγραφή των μεγεθών, αλλά και τη δημιουργία περισσότερων δεικτών αποδοτικότητας και επίδρασης.

Ο δικτυακός τόπος «perkriti.gr» δημιουργήθηκε εγκαίρως, με σκοπό να αποτελεί σημείο αναφοράς που περιέχει πλούσια και ποικίλη πληροφορία σχετικά με το ΕΠ Κρήτης 2014-2020. Πρόκειται για ένα δυναμικό δικτυακό τόπο με σύγχρονο διαχειριστικό σύστημα



(wordpress) και δυνατότητες ανάγνωσής του από ΑΜΕΑ, που συμβαδίζει σε επίπεδο εικόνας με την επικοινωνιακή ταυτότητα του ΕΠ. Επιπλέον περιέχει πλήρες υλικό με λίστα των ενταγμένων έργων, ειδική σελίδα δημοσιότητας, καθώς και σελίδα που αναφέρεται στις υποχρεώσεις (δημοσιότητας) των δικαιούχων και δομή που βοηθάει τον χρήστη να περιηγηθεί. Χαρακτηρίζεται επαρκής, με μοναδικό ζήτημα την απουσία του newsletter, η οποία θα έδινε τη δυνατότητα μεγαλύτερης αλληλεπίδρασης. Όσον αφορά στο περιεχόμενο και στους δείκτες χρηστών, προβολών σελίδων και περιόδων σύνδεσης η αποτελεσματικότητα/αποδοτικότητα του δικτυακού τόπου κρίνεται από πολύ έως πάρα πολύ ικανοποιητική. Λιγότερο ικανοποιητικά θεωρούνται τα αποτελέσματα των δεικτών σχετικά με τη «διάρκεια περιόδου σύνδεσης» και το «ποσοστό εγκατάλειψης». Παρότι προσέλκυσε κοινό τόσο από την Κρήτη, όσο και από την υπόλοιπη Ελλάδα, θεωρείται ότι θα μπορούσε να προσελκύσει και ξενόγλωσσο κοινό, εάν υπήρχε μία συνοπτική έκδοση στα αγγλικά.

Το 2018 δημιουργήθηκαν **λογαριασμοί** του ΕΠ Κρήτης 2014-2020 στα **μέσα κοινωνικής δικτύωσης** Facebook, Youtube και Instagram (ΕΥΔ Προγράμματος 'Κρήτη') με σκοπό την αμφίδρομη επικοινωνία με το κοινό. Συνολικά έγιναν 110 αναρτήσεις στο Facebook, 43 αναρτήσεις στο Instagram και 37 βίντεο στο Youtube. Παρότι οι παραπάνω λογαριασμοί θα μπορούσαν να έχουν δημιουργηθεί νωρίτερα, υπερκαλύπτουν τις επικοινωνιακές ανάγκες. Σε επίπεδο περιεχομένου, οι αναρτήσεις και τα βίντεο έχουν τεχνικά ποιοτικά χαρακτηριστικά, όμως θα μπορούσαν να περιέχουν πιο εμπλουτισμένο υλικό. Σχετικά με το Facebook η αποτελεσματικότητα/αποδοτικότητα της σελίδας κρίνεται ικανοποιητική στους δείκτες «συνολική απήχηση» και «επισκέψεις σελίδας», μερικώς ικανοποιητική σε δείκτες όπως ο αριθμός των αναρτήσεων, ο αριθμός των συνδρομητών και των ατόμων που έχουν κάνει like στη σελίδα, ενώ υστερεί σε δείκτες που έχουν σχέση με την εμπλοκή (engagement) των χρηστών, όπως αριθμός των “μου αρέσει”, των σχολίων και των κοινοποιήσεων στις αναρτήσεις, ωστόσο μπορεί να συνεισφέρει σημαντικά στην αναγνωρισιμότητα του ΕΠ Κρήτης. Στο Youtube η χρήση της αφήγησης (Storytelling) θεωρείται πολύ σύγχρονη, απουσιάζουν όμως περιγραφές, καθώς και χρήση #hashtags όπως #ΕΥΔ_ΕΠ_Περιφέρειας_Κρήτης και #περιφερεια_κρητης που θα βοηθούσαν στη μεγαλύτερη διάχυση των βίντεο. Η αποτελεσματικότητα/αποδοτικότητα του καναλιού κρίνεται από ικανοποιητική έως πολύ ικανοποιητική σε δείκτες όπως αριθμός videos, προβολές videos και χρόνος παρακολούθησης και φαίνεται να υστερεί σε δείκτες που έχουν σχέση με την εμπλοκή (engagement) των χρηστών, όπως αριθμός συνδρομητών, μέση διάρκεια προβολής και αλληλεπίδραση. Σχετικά με την επίδραση (impact) του καναλιού στην ευρύτερη στοχοθεσία επικοινωνίας του ΕΠ Κρήτης, από την έρευνα κοινού του 2023 φαίνεται ότι το κανάλι αυτό μπορεί να συνεισφέρει σημαντικά στην



αναγνωρισιμότητα του ΕΠ Κρήτης σε νεανικές ομάδες ενδιαφέροντος, ιδιαίτερα όταν συνδυαστεί με άλλες δράσεις (π.χ. παράλληλη προβολή διαφημιστικού video σε τοπική τηλεόραση και youtube/social media). Τέλος, όσον αφορά το Instagram ο λογαριασμός χρησιμοποιήθηκε μερικώς, όπου η διαφορά στον αριθμό αναρτήσεων σε Facebook και Instagram δείχνει ότι μάλλον δεν έχουν συνδεθεί / συσχετιστεί όπως μπορούν, για να υπάρχουν ταυτόχρονες αναρτήσεις. Σε διαχειριστικό επίπεδο, τα post που αναρτήθηκαν είναι τεχνικά άρτια και τα περισσότερα συνοδεύονται από συνδέσμους και hashtags, ωστόσο η αποτελεσματικότητα/αποδοτικότητα του συγκεκριμένου μέσου κρίνεται μερικώς ικανοποιητική σε όλους τους σχετικούς δείκτες και ιδιαίτερα στους δείκτες που έχουν σχέση με την εμπλοκή των χρηστών, όπως αριθμός των “μου αρέσει”, των σχολίων και των κοινοποιήσεων στις αναρτήσεις. Ανεξάρτητα από το μέσο, φαίνεται ότι και τα τρία μπορούν να συνεισφέρουν σημαντικά στην αναγνωρισιμότητα του ΕΠ Κρήτης.

Επιπρόσθετα, θα πρέπει να αναφερθεί η σημαντική συνεισφορά στην επικοινωνιακή στρατηγική από την υλοποίηση της δράσης ROAD TRIP τον Ιανουάριο του 2023 με τίτλο «Crete Future Van, Οδικό Ταξίδι στα Έργα που Αλλάζουν την Κρήτη: ΠΕΠ 2014-2020», όπου δημιουργήθηκαν videos που προβλήθηκαν σε τηλεοπτικά κανάλια και στο κανάλι του Youtube, ενώ σχεδιάστηκε και εξειδικευμένος ιστότοπος ο οποίος περιέχει περισσότερες σχετικές πληροφορίες.

Από το 2015 δημιουργήθηκε **Γραφείο Πληροφόρησης**, για τη διασφάλιση της δυνατότητας για τη δια ζώσης επικοινωνία με το κοινό, με στόχο την ενημέρωση, υποστήριξη και καθοδήγησή του, στους ίδιους τομείς που προαναφέρθηκαν και την ενεργοποίηση των δυνητικών δικαιούχων για την πρόωθηση και την υλοποίηση των δράσεων του επιχειρησιακού προγράμματος. Μέσω του Γραφείου, όλοι οι ενδιαφερόμενοι είχαν τη δυνατότητα να επικοινωνούν με τους εκπροσώπους της ΕΥΔ, ώστε να αναζητήσουν διευκρινήσεις και επιμέρους πληροφορίες.

Γενικά στο πλαίσιο υλοποίησης διαφόρων δράσεων και ενημερωτικών εκστρατειών, δημιουργήθηκε ποικίλο **προωθητικό υλικό** όπως αφίσες, φωτογραφίες, θεματικές ταινίες και ηχητικά σποτ, t-shirts, powerbanks, επαναχρησιμοποιούμενα μπουκάλια κ.λπ. Γενικά, το έντυπο υλικό που αναπτύχθηκε, έγινε σύμφωνα με τους Ευρωπαϊκούς Κανονισμούς και τον Επικοινωνιακό Οδηγό ΕΣΠΑ 2014-2020 (χρήση κατάλληλων λογοτύπων, κ.ά.) και χρησιμοποιήθηκε βέλτιστα στις εκδηλώσεις του ΕΠ Κρήτης 2014-2020 και στις εγκαταστάσεις της ΕΥΔ.

Σχετικά με τον **προϋπολογισμό** και το κόστος της στρατηγικής επικοινωνίας, η συνολική δαπάνη για την εφαρμογή της Στρατηγικής Επικοινωνίας ανέρχεται περίπου στο 0,35% του



συνολικού προϋπολογισμού του ΕΠ Κρήτης 2014-2020, ποσοστό που θεωρείται φυσιολογικό στο πλαίσιο μεγάλων επιχειρησιακών προγραμμάτων. Επιπλέον, παρότι φαίνεται να υπήρξε υπέρβαση από τον αρχικό προϋπολογισμό επικοινωνίας, μπορεί να θεωρηθεί φυσιολογική, λόγω του εύρους και της ποιότητας των δράσεων που υλοποιήθηκαν. Επιπλέον η προβολή στα ΜΜΕ είναι εξ'ορισμού ιδιαίτερα κοστοβόρα και ειδικά στην περίπτωση ενός πολυετούς προγράμματος κατά τη διάρκεια του οποίου μπορεί να παρουσιαστούν και αυξήσεις στις τιμές. Παρόλα αυτά, όπως αποδεικνύεται, τελικά η δαπάνη αυτή είχε σημαντικότερη επίδραση στην απήχηση του ΕΠ Κρήτης 2014-2020.

Η **επικοινωνιακή στρατηγική των δικαιούχων** των έργων του ΕΠ Κρήτης έχει σημαντικό ρόλο στην αναγνώριση των έργων και στην αύξηση της γνώσης της συνεισφοράς των ευρωπαϊκών ταμείων, για αυτό το λόγο η ΕΥΔ επιχείρησε μέσω της συνεχούς επικοινωνίας, του ελέγχου και της εκπαίδευσης, να ενημερώσει και να παρακινήσει τους δικαιούχους για την ορθή εφαρμογή των επικοινωνιακών τους υποχρεώσεων. Ωστόσο από την πρωτογενή έρευνα που έγινε στο πλαίσιο της παρούσας μελέτης, φαίνεται ότι το διαδικτυακό επικοινωνιακό αποτύπωμα των δικαιούχων του ΕΠ Κρήτης 2014-2020 δεν είναι το βέλτιστο, με την έννοια ότι οι δικαιούχοι θα μπορούσαν να έχουν προωθήσει περισσότερο σε επικοινωνιακό επίπεδο το έργο που ανέλαβαν.

Με βάση τα παραπάνω και την ενδελεχή ανάλυση της αποτελεσματικότητας / αποδοτικότητας των επιμέρους δράσεων επικοινωνίας μέσω ποσοτικών δεικτών που αναλύονται και παρουσιάζονται στη μελέτη, **η εφαρμογή της Στρατηγικής Επικοινωνίας για το ΕΠ Κρήτης 2014-2020 αξιολογείται ιδιαίτερα θετικά**, καθώς:

Σε επίπεδο **αποτελεσματικότητας**:

- Έχουν πραγματοποιηθεί όλες οι Υποχρεωτικές Ενέργειες Επικοινωνίας για τις οποίες είχε δεσμευτεί η ΕΥΔ
- Έχουν πραγματοποιηθεί όλες οι προβλεπόμενες οργανωτικές διαδικασίες του Σχεδίου Επικοινωνίας (π.χ. ο ορισμός Υπεύθυνης Επικοινωνίας από την ΕΥΔ, η σύνταξη Ετήσιων Απολογιστικών Αναφορών)
- Έχει υλοποιηθεί η συντριπτική πλειοψηφία των προσχεδιασμένων δράσεων επικοινωνίας από το σχέδιο της Στρατηγικής Επικοινωνίας, με εξαίρεση το ενημερωτικό δελτίο (newsletter).



- Η χρονική υλοποίηση των δράσεων και το περιεχόμενο των δράσεων, καταδεικνύουν ότι ακολουθήθηκε επιτυχώς ο σχεδιασμός των τριών φάσεων επικοινωνίας που αναφέρει η Στρατηγική Επικοινωνίας.
- Οι δείκτες υλοποίησης είναι ιδιαίτερα υψηλοί και οι δείκτες αποτελέσματος από αρκετά έως πολύ ικανοποιητικοί για κάθε επικοινωνιακό μέσο που χρησιμοποιήθηκε. Ωστόσο παρατηρείται υστέρηση στην καταγραφή δεικτών επίπτωσης.
- Φαίνεται ότι προσεγγίστηκαν ικανοποιητικά τα κοινά-στόχος, όπως είχαν οριστεί στη Στρατηγική Επικοινωνίας.

Σε επίπεδο **αποδοτικότητας**:

- Δεδομένης της πληθώρας των επικοινωνιακών δράσεων, ο τελικός καταμερισμός των δαπανών για τη Στρατηγική Επικοινωνίας είναι συνεπής με το μέγεθος του ΕΠ και τις ανάγκες για επικοινωνία που προέκυψαν την περίοδο 2014-2020.
- Διαφαίνεται ότι η ΕΥΔ κατέβαλλε τη μέγιστη δυνατή προσπάθεια να συντονίσει τόσο τις δικές της επικοινωνιακές δράσεις, όσο και εκείνες των εξωτερικών συνεργατών επικοινωνίας, αλλά και των δικαιούχων του ΕΠ.

Σε επίπεδο **βιωσιμότητας**:

- Στα ίδια μέσα επικοινωνίας (δικτυακός τόπος, κοινωνικά δίκτυα, Γραφείο Πληροφόρησης) έχει δημιουργηθεί μια βιώσιμη υποδομή για την ΕΥΔ, ενώ για τις υπόλοιπες δράσεις/μέσα (εκδηλώσεις, προβολή ΜΜΕ, κ.λπ.) έχει βελτιωθεί η τεχνογνωσία σχεδιασμού και υλοποίησης.

Ο παρακάτω πίνακας δίνει μια συνοπτική παρουσίαση των ευρημάτων της αξιολόγησης της Επικοινωνίας του ΕΠ Κρήτης και καταδεικνύει την επιτυχία της Στρατηγικής που υλοποιήθηκε.



Σημεία Αξιολόγησης Εφαρμογής της Στρατηγικής Επικοινωνίας του ΕΠ Κρήτη 2014-2020.

Σημείο Αξιολόγησης Βασικών Παραμέτρων Στρατηγικής Επικοινωνίας	Συνοπτικές Διαπιστώσεις	Αξιολόγηση
Υποχρεωτικές Ενέργειες Α) Κύρια διοργάνωση μιας σημαντικής ενημερωτικής δραστηριότητας για τη δημοσιοποίηση της έναρξης του ΕΠ Β) Διοργάνωση μίας σημαντικής ενημερωτικής δραστηριότητας ετησίως. Γ) Προβολή του εμβλήματος της Ένωσης στις εγκαταστάσεις της Διαχειριστικής Αρχής. Δ) Ηλεκτρονική δημοσίευση του καταλόγου των πράξεων. Ε) Παρουσίαση παραδειγμάτων πράξεων στο διαδικτυακό τόπο του ΕΠ. ΣΤ) Επικαιροποίηση των στοιχείων σχετικά με την υλοποίηση του ΕΠ. Ζ) Επικοινωνία με Δικαιούχους Η) Επικοινωνία για άτομα με αναπηρία.	Α) Έγιναν 4 εκδηλώσεις για την έναρξη του ΕΠ Β) Υπήρχε τουλάχιστον μια ετήσια σημαντική εκδήλωση Γ) Ενδεδειγμένη προβολή της ΕΕ στις εγκαταστάσεις της ΕΥΔ Δ, Ε & ΣΤ) Υπήρχαν στο δικτυακό τόπο του ΕΠ και σε συνεργαζόμενα portal όπως το espa.gr Ζ) Υλοποιήθηκε μέσω οδηγών, Γραφείου Πληροφόρησης, Σεμιναρίων, κ.ά. Η) Πραγματοποιήθηκαν (π.χ. site με προδιαγραφές για ΑΜΕΑ, υπότιτλοι σε videos)	100%
Επίτευξη γενικών στόχων Α) η ενημέρωση των δυνητικών δικαιούχων σχετικά με τις ευκαιρίες χρηματοδότησης στο πλαίσιο του ΕΠ Β) η δημοσιοποίηση του ρόλου και των επιτευγμάτων της πολιτικής για τη συνοχή των Ταμείων	Επίτευξη γενικών στόχων Α) Εκ του αποτελέσματος, ο στόχος επετεύχθη Β) Με βάση τα ευρήματα των ερευνών κοινού, ο στόχος επετεύχθη σε πολύ ικανοποιητικό βαθμό	90-100%
Επίτευξη γενικών στόχων Όπως περιγράφονται στην ενότητα 3.1.	Επίτευξη γενικών στόχων Από τα αποτελέσματα των ερευνών κοινού και την ανάλυση των επικοινωνιακών δράσεων, αποδεικνύεται ότι οι επιμέρους στόχοι έχουν επιτευχθεί. Μικρή υστέρηση παρουσιάζει ο επιμέρους στόχος που αφορά την ενημέρωση και τη δέσμευση των δικαιούχων σχετικά με την τήρηση αρχών δημοσιότητας	90-100%
Προσέγγιση Στοχοθετούμενου Κοινού	Από τα αποτελέσματα των ερευνών κοινού και την ανάλυση των επικοινωνιακών δράσεων, φαίνεται ότι προσεγγίστηκαν ικανοποιητικά και τα τρία κοινά	90-100%



	στόχοι (ευρύ κοινό, δικαιούχοι/ Δυνητικοί δικαιούχοι, πολλαπλασιαστές γνώμης).	
Προδιαγραφές / μέθοδος επικοινωνίας (ενιαία εικόνα, απλή γλώσσα, αφήγημα, αξιοποίηση επωνυμίας ΕΣΠΑ, κ.λπ.)	Αποτυπώνεται η επιτυχία τήρησης των ορισθέντων προδιαγραφών σε όλα τα επικοινωνιακά μέσα που χρησιμοποιήθηκαν.	100%
Φάσεις Πληροφόρησης	Εφαρμόστηκαν και οι τρεις προβλεπόμενες (Α' Φάση: Γενική πληροφόρηση, Β' Φάση: Εξειδικευμένη πληροφόρηση για το ΕΠ, Γ' Φάση: Διάδοση)	100%
Οργάνωση Στρατηγικής Επικοινωνίας Α) Υπεύθυνος Επικοινωνίας από ΕΥΔ Β) Δίκτυο Φορέων Γ) Ετήσιες Εκθέσεις Αξιολόγησης Επικοινωνίας Δ) Έρευνες Κοινού	Υλοποιήθηκαν σύμφωνα με την τεκμηρίωση στις προηγούμενες ενότητες. Βελτίωση μέσω του ανασχεδιασμού (π.χ. καλύτερη μέτρηση δεικτών, επιπλέον έρευνες, κ.λπ.)	90-100%
Μείγμα Επικοινωνιακών Δράσεων / Μέσων Ιστοσελίδα Έντυπα – Οδηγοί Εκδηλώσεις - Σεμινάρια Τεχνικές Συναντήσεις Γραφείο Πληροφόρησης Newsletter Προβολή στα ΜΜΕ Κοινωνικά Δίκτυα	Υλοποιήθηκαν όλα με εξαίρεση το newsletter. Όμως χρησιμοποιήθηκαν περισσότερα κοινωνικά δίκτυα από τα προβλεπόμενα και επηρεαστές γνώμης.	90%-100%

Προτάσεις βελτίωσης της Στρατηγικής Επικοινωνίας για το ΕΠ Κρήτη 2021-2027

Η διαμόρφωση των προτάσεων βελτίωσης για τη Στρατηγική Επικοινωνίας στο ΕΠ Κρήτη 2021-2027 βασίζονται τόσο στην εμπειρία και την αξιολόγηση του ΕΠ Κρήτη 2014-2020, όσο και στα νέα χαρακτηριστικά της πολιτικής επικοινωνίας που απαιτούνται από την ΕΕ και τη διαχειριστική αρχή του ΕΣΠΑ για τη νέα προγραμματική περίοδο. Κάποιες σημαντικές προτάσεις βελτίωσης είναι:

Σε επίπεδο σχεδιασμού της Στρατηγικής επικοινωνίας, αρχικά προτείνεται στην επόμενη προγραμματική περίοδο να γίνει μία πιο αναλυτική περιγραφή της τρέχουσας κοινωνικο-οικονομικής κατάστασης της Κρήτης ώστε να τεκμηριωθούν καλύτερα οι νέες στρατηγικές επιλογές και να ικανοποιηθούν παράλληλα οι απαιτήσεις του νέου Οδηγού Επικοινωνίας. Η στοχοθεσία να βασίζεται στη διαμόρφωση των επιμέρους επικοινωνιακών στόχων (SMART) ανά μέσο πληροφόρησης και δημοσιότητας με σκοπό τον καθορισμό των



κατάλληλων δεικτών σε όλες τις κατηγορίες, όπως και η ετήσια αξιολόγηση της πορείας τους. Γενικά, η σταθερή απόκτηση/ανάκτηση στοιχείων αποδοτικότητας των επικοινωνιακών δράσεων, συνεισφέρει σε μεγάλο βαθμό στη μείωση του φόρτου εργασίας κατά την περιοδική / τελική αξιολόγηση του προγράμματος.

Σε οργανωτικό επίπεδο προτείνεται η ενίσχυση της ομάδας των υπεύθυνων επικοινωνίας της ΕΥΔ είτε με προσθήκη στελεχών, είτε με διαφορετικό επιμερισμό αρμοδιοτήτων, ώστε να γίνουν αποδοτικότερες οι διαδικασίες διαχείρισης του σχεδιασμού, της παρακολούθησης και του ελέγχου των δράσεων επικοινωνίας της ΕΥΔ και των δικαιούχων των έργων στο ΕΠ Κρήτη 2021-2027. Μια από τις σημαντικότερες προτάσεις βελτίωσης είναι η συνεργασία, καθ' όλη τη διάρκεια του ΕΠ Κρήτης, με εξωτερικό Τεχνικό Σύμβουλο Επικοινωνίας (άτομο ή ομάδα) που διαθέτει τις απαραίτητες γνώσεις και ικανότητες για το σχεδιασμό, την οργάνωση, υλοποίηση και αξιολόγηση επικοινωνιακών δράσεων, έχοντας συμβουλευτικό ή και επικουρικό ρόλο, συμβάλλοντας σημαντικά στη συνολική οπτική και συνεχή επαναξιολόγηση της Στρατηγικής Επικοινωνίας. Επίσης, αν και δεν επιβάλλεται στην προγραμματική περίοδο 2021-2027, προτείνεται να συνεχιστεί η πρακτική της εκπόνησης Ετήσιων Σχεδίων Επικοινωνίας και των Ετήσιων Απολογιστικών Εκθέσεων.

Για τη μέτρηση της επίπτωσης (impact) της Στρατηγικής Επικοινωνίας στην τοπική / περιφερειακή κοινωνία, προτείνεται η πρόβλεψη και οριστικοποίηση δεικτών επιπτώσεων, η δημιουργία ενός κοινού ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου αξιολόγησης των επικοινωνιακών δράσεων, για όλες τις δράσεις του ΕΠ Κρήτης, η διαφοροποίηση των ερευνών κοινού σε επίπεδο σχεδιασμού και υλοποίησης, ώστε να ανταποκρίνονται πιο αποτελεσματικά στην αξιολόγηση και η παράλληλη διεξαγωγή ποιοτικής έρευνας μέσω focus groups.

Για τη μέγιστη συνεισφορά των επικοινωνιακών δράσεων των δικαιούχων στη Στρατηγική Επικοινωνίας του ΕΠ Κρήτη 2021-2027, προτείνεται μεταξύ άλλων ο καθορισμός προϋποθέσεων και του τρόπου καταγραφής των τεκμηρίων επικοινωνίας κάθε έργου στο νέο ΕΠ Κρήτη, η δημιουργία ηλεκτρονικού αρχείου που θα έχει τη μορφή λίστας ελέγχου (checklist) για τις επικοινωνιακές υποχρεώσεις των δικαιούχων, η εκπόνηση ενός απλοποιημένου ενημερωτικού Οδηγού Δημοσιότητας σε μορφή video για την υποστήριξη των δικαιούχων που υλοποιούν συγχρηματοδοτούμενες πράξεις, καθώς και η πραγματοποίηση ετήσιου δειγματοληπτικού ελέγχου στα ηλεκτρονικά μέσα των δικαιούχων, με σκοπό την επαλήθευση της τήρησης των κανόνων δημοσιότητας/ επικοινωνίας.



Για την υλοποίηση των δράσεων επικοινωνίας στο ΕΠ Κρήτη 2021-2027 προτείνεται μια μεγάλη σειρά προτάσεων ανά είδος δράσης. Ενδεικτικά προτείνονται η διαδικτυακή μετάδοση εκδηλώσεων, η υλοποίηση εκδηλώσεων σε συγκεκριμένους χώρους με σκοπό την προσέλκυση συγκεκριμένων ομάδων στόχου, η δημιουργία newsletter, ο προσδιορισμός συγκεκριμένων hashtags τα οποία θα πρέπει να προστίθενται σε κάθε ανάρτηση σχετική με το ΕΠ Κρήτης, η δημιουργία ημερολόγιου αναρτήσεων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, κ.ά.

Αξιοποίηση των αποτελεσμάτων της παρούσας μελέτης

Στην παρούσα μελέτη προτείνεται επίσης ένα πλάνο διάδοσης των συμπερασμάτων και των συστάσεων της αξιολόγησης του ΕΠ Κρήτη 2014-2020. Είναι σημαντικό να υλοποιηθούν κάποιες από τις προτεινόμενες δράσεις διάδοσης, ώστε από τη μια πλευρά να κοινοποιηθεί η γενικά επιτυχής εφαρμογή της Στρατηγικής Επικοινωνίας από την ΕΥΔ την προηγούμενη προγραμματική περίοδο και από την άλλη πλευρά να γνωστοποιηθούν σε όλους τους εμπλεκόμενους στο ΕΠ Κρήτη 2021-2027 οι πιθανές επικοινωνιακές προκλήσεις και οι προτάσεις που θα βελτιστοποιήσουν την επικοινωνιακή στρατηγική στη νέα προγραμματική περίοδο.





EXECUTIVE SUMMARY

In December 2014, European Commission approved the Crete Operational Programme (OP) 2014-2020 that was co-financed by 80%, by both the European Regional Development Fund (ERDF) and the European Social Fund (ESF). In the context of the National Strategic Reference Framework (NSRF) 2014-2020, the vision of the OP Crete 2014-2020 defined as "Dynamic and Sustainable Crete" and the objective of the OP was to create conditions for the reorientation of the local economy, the exit from the crisis and the integration into a path of smart, sustainable and inclusive growth.

The aim of the project entitled "Evaluation Consultant of the Communication Strategy of OP Crete 2014-2020" is to assess the recognition of OP Crete 2014-2020, to evaluate the implementation of the communication strategy of the programme and to formulate proposals for their incorporation in the Communication Strategy of OP Crete 2021-2027.

Evaluation of the design of the OP Crete 2014-2020 Communication Strategy

The Communication Strategy of the OP Crete 2014-2020 defined in June 2015 and it had two main objectives: a) to inform potential beneficiaries about funding opportunities under the OP and b) to communicate the role and achievements of the Cohesion Policy of the European Funds to EU citizens, through information and communication actions about the results and the impact of the Partnership Agreement, the Operational Programmes and the individual actions/projects.

Overall, the design of the Communication Strategy for the OP Crete 2014-2020 considered as highly satisfactory and fully consistent with the specifications of the NSRF's Communication Guide 2014-2020. It carried out on time and includes all the necessary



modules that a communication plan needs to have and it also follows, to the maximum extent possible, the logic and the philosophy reflected in the NSRF's Communication Guide 2014-2020. A slight shortcoming appeared in two points: a) the initial budget could be more analytic (detailed), in terms of cost per action and b) although the communication plan refers to the measurement of implementation, result and impact indicators, there are no recorded indicators in each category of indicators and neither is the level of the indicators that will determine or not the success of the actions to be implemented. Both points are related to the possibilities of quantitative evaluation of the communication strategy during and at the end of the OP Crete.

Evaluation of the implementation of the OP Crete 2014-2020 Communication Strategy

Based on the thorough analysis of the effectiveness/efficiency of the individual communication actions through quantitative indicators analysed and presented in the study, **the implementation of the Communication Strategy for the OP Crete 2014-2020 is evaluated very positively**, as:

In terms of **effectiveness**:

- All the Mandatory Communication Actions for which the Special Managing Authority for the Operational Programme 'Crete (SMA for OP Crete) had committed itself, have been implemented.
- All the prescribed organizational procedures of the Communication Plan have been implemented (e.g. the identification of a Communication Officer by the SMA for OP Crete, the preparation of Annual Progress Reports).
- The vast majority of the pre-planned communication actions from the Communication Strategy plan, have been implemented, with the exception of the newsletter.
- The timing and the content of the actions show that the three phases of the communication plan mentioned in the Communication Strategy have been successfully followed.



- The implementation indicators are very high and the result indicators are from fair to very satisfactory for each of the communication tools used. However, there is a gap in the recording of impact indicators.
- It appears that the target audiences were reached satisfactorily, as defined in the Communication Strategy.

In terms of **effectiveness**:

- Given the multiplicity of communication actions, the final cost allocation for the Communication Strategy is consistent with the size of the OP and the communication needs that arose in 2014-2020.
- It is evident that the SMA for OP Crete made maximum effort to coordinate both its own communication activities and those of external communication partners and beneficiaries of the OP.

In terms of **sustainability**:

- A sustainable infrastructure has been created for the SMA for OP Crete in its own communication tools (website, social networks, Information Office), while for the other actions/tools (events, media projection, etc.) the design and implementation expertise has been improved.

Proposals to improve the Strategic Communication for the OP Crete 2021-2027

The formulation of the proposals for the improvement of the Communication Strategy in OP Crete 2021-2027 based on the experience and evaluation of OP Crete 2014-2020, as well as on the new characteristics of the communication policy required by the EU and the managing authority of the NSRF for the new programming period. Some important suggestions for improvement are:

At the level of designing the Communication Strategy, it is initially proposed that a more detailed description of the current socio-economic situation of Crete should be made in the next programming period, in order to better document the new strategic choices and at the same time meet the requirements of the new Communication Guide. The target setting should be based on the formulation of individual communication objectives



(SMART) by information and publicity media, with a view to defining appropriate indicators in all categories, as well as an annual evaluation of their progress. In general, the constant acquisition/obtaining of data on the effectiveness of communication actions contributes greatly to reducing the workload during the periodic/final evaluation of the programme.

At the organisational level, it is proposed to strengthen the team of communication managers of the SMA for OP Crete either by adding staff or by different division of responsibilities, in order to make the management processes of planning, monitoring and control of communication actions of the SMA for OP Crete and project beneficiaries in OP Crete 2021-2027 more efficient. One of the most important improvement proposals is the cooperation, with an external Technical Communication Consultant (individual or team), who has the necessary knowledge and skills for the design, organization, implementation and evaluation of communication actions, having an advisory or supporting role, contributing significantly to the overall perspective and continuous re-evaluation of the Communication Strategy. In addition, although that it is not imposed in the 2021-2027 programming period, it is proposed to continue the practice of preparing Annual Communication Plans and Annual Progress Reports.

In order to measure the impact of the Communication Strategy on the local/regional society, it is proposed to predict and finalize impact indicators, to create a common electronic questionnaire for the evaluation of communication actions for all the actions of the OP Crete, to differentiate the public surveys at the level of planning and implementation, in order to respond more effectively to the evaluation and to conduct qualitative research through focus groups.

In order to maximize the contribution of the beneficiaries' communication actions to the Communication Strategy of OP Crete 2021-2027, it is proposed, among other things, to define the conditions and the way of recording the communication documents of each project in the new OP Crete 2021-2027, to create an electronic file in the form of a checklist for the beneficiaries' communication obligations, to prepare a simplified informative Publicity Guide in video format to support beneficiaries implementing co-funded operations, and to carry out a communication strategy for the beneficiaries of the new OP Crete 2021-2027.

For the implementation of the communication actions in OP Crete 2021-2027 a wide range of proposals per type of action is proposed. Indicatively, some of the proposals are the webcasting of events, the implementation of events in specific venues in order to attract specific target groups, the creation of a newsletter, the definition of specific hashtags that



should be added to every post related to the OP Crete, the creation of a time schedule for posts in social media, etc.

Exploitation of this study's results

This study also proposes a dissemination plan for the conclusions and recommendations of the evaluation of the OP Crete 2014-2020. It is important to implement some of the proposed dissemination actions in order to communicate the generally successful implementation of the Communication Strategy by the SMA for OP Crete in the previous programming period and to inform all stakeholders in the OP Crete 2021-2027 about the potential communication challenges and the proposals that will optimize the communication strategy in the new programming period.