

Το Πρόγραμμα συγχρηματοδοτείται
από την Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΤΠΑ)
και από Εθνικούς Πόρους
της Ελλάδας και της Κύπρου



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ



ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ



ΚΥΠΡΙΑΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ

Πρόγραμμα Διασυνοριακής Συνεργασίας “Ελλάδα-Κύπρος 2007-2013”



Πρόγραμμα Διασυνοριακής Συνεργασίας
Ελλάδα - Κύπρος 2007-2013
ΕΠΕΝΔΥΟΥΜΕ ΣΤΟ ΚΟΙΝΟ ΜΑΣ ΜΕΛΛΟΝ

Αξιολόγηση των Μέτρων Πληροφόρησης και Δημοσιότητας

Το Πρόγραμμα Διασυνοριακής Συνεργασίας «Ελλάδα-Κύπρος 2007-2013» συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΤΠΑ) και από Εθνικούς Πόρους

Περιεχόμενα

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ	3
2. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ	5
3. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ.....	8
4.ΒΑΣΙΚΑ ΒΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ	17
5.ΕΠΙΛΟΓΟΣ.....	21

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η «Αξιολόγηση των Μέτρων Πληροφόρησης και Δημοσιότητας» για το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Διασυνοριακής Συνεργασίας «Ελλάδα-Κύπρος 2007-2013» στόχο έχει την αξιολόγηση της εφαρμογής του Επικοινωνιακού Σχεδίου του Προγράμματος και των σχετικών ενεργειών, που αυτό προβλέπει.

Η αξιολόγηση αυτή απαιτείται από τον Κανονισμό της Ευρωπαϊκής Επιτροπής 1828/2006, ο οποίος θέτει τις γενικές αρχές για το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης, από το οποίο συγχρηματοδοτείται το Πρόγραμμα Διασυνοριακής Συνεργασίας «Ελλάδα-Κύπρος 2007-2013». Ο Κανονισμός ορίζει ότι «η ετήσια έκθεση υλοποίησης για το 2010 και η τελική έκθεση υλοποίησης περιλαμβάνουν κεφάλαιο, στο οποίο αξιολογούνται τα αποτελέσματα των μέτρων πληροφόρησης και δημοσιότητας όσον αφορά στην προβολή και την αναγνωρισιμότητα των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων και του ρόλου που διαδραματίζει η Κοινότητα..». Επιπλέον, αναφέρεται ότι το Επικοινωνιακό Σχέδιο πρέπει να συμπεριλαμβάνει *«μια ένδειξη του τρόπου με τον οποίο τα μέτρα πληροφόρησης και δημοσιότητας πρέπει να αξιολογούνται όσον αφορά την προβολή και την αναγνωρισιμότητα των επιχειρησιακών προγραμμάτων και του ρόλου που διαδραματίζει η Κοινότητα»*. Κατά συνέπεια, υπογραμμίζεται καθαρά η ανάγκη για αξιολόγηση της προβολής και της αναγνωρισιμότητας, με αποτίμηση των αποτελεσμάτων και των μέτρων δημοσιότητας και πληροφόρησης όπου καθορίζονται στο Επικοινωνιακό Σχέδιο.

Το Πρόγραμμα Διασυνοριακής Συνεργασίας «Ελλάδα-Κύπρος 2007-2013» συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης στο πλαίσιο του Στόχου «Ευρωπαϊκή Εδαφική Συνεργασία» (ΕΕΣ) κατά την προγραμματική περίοδο 2007-2013. Το Πρόγραμμα στοχεύει σε μία ισχυρότερη και περισσότερο αειφόρο οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη των επιλέξιμων περιοχών των δύο χωρών. Ο γενικός στρατηγικός στόχος του Προγράμματος ενσωματώνει τους στόχους και τις προτεραιότητες της Ατζέντας της Λισσαβώνας, της Ατζέντας του Γκέτεμποργκ και των Εθνικών Πολιτικών για την ευημερία και το μέλλον της επιλέξιμης περιοχής και των κατοίκων της. Ο στρατηγικός στόχος είναι, συνεπώς, *«η ανάδειξη της περιοχής ως πόλος αειφόρου ανάπτυξης στον ευρύτερο χώρο της Νοτιοανατολικής Μεσογείου στην κατεύθυνση ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας»*.

Η στρατηγική επικοινωνίας είναι, συνεπώς, ένα ουσιώδες τμήμα της εφαρμογής του Προγράμματος. Πέρα από την πρόκληση της αύξησης της αναγνωρισιμότητας από το γενικό κοινό, η στρατηγική επικοινωνίας πρέπει να συμπληρώνει και να υποστηρίζει τις επικοινωνιακές δραστηριότητες που είναι ουσιώδους σημασίας για τους κεντρικούς στόχους του Προγράμματος.

2. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

Όπως προαναφέρθηκε, ο Κανονισμός της Ευρωπαϊκής Επιτροπής 1828/2006 ορίζει ότι «η ετήσια έκθεση υλοποίησης για το 2010 και η τελική έκθεση υλοποίησης περιλαμβάνουν κεφάλαιο, στο οποίο αξιολογούνται τα αποτελέσματα των μέτρων πληροφόρησης και δημοσιότητας όσον αφορά στην προβολή και αναγνωρισιμότητα των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων και του ρόλου που διαδραματίζει η Κοινότητα..». Η αιτούμενη αξιολόγηση έρχεται σε χρονικό σημείο, όπου το Πρόγραμμα «Ελλάδα-Κύπρος» μόλις μπαίνει στη φάση πραγματικής υλοποίησής του. Σκοπός είναι να αξιολογηθούν τα μέτρα πληροφόρησης και δημοσιότητας που ελήφθησαν, καθώς και να γίνουν προτάσεις που θα βελτιώνουν την επικοινωνιακή στρατηγική. Πρέπει να σημειωθεί ότι η αξιολόγηση καλύπτει την περίοδο από την αποδοχή του Επικοινωνιακού Σχεδίου από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή στις 08/12/2008 μέχρι τις 31/12/2010

Με δεδομένο ότι η επιλογή των πρώτων έργων πραγματοποιήθηκε τον Απρίλιο του 2011, η Διαχειριστική Αρχή προέκρινε τη λύση της «ενδοϋπηρεσιακής» (in house) αξιολόγησης. Ο στόχος ήταν η αυτο-αξιολόγηση του Επικοινωνιακού Σχεδίου, ώστε να αποφασιστούν τα αναγκαία βήματα που πρέπει να ληφθούν στο άμεσο μέλλον, τόσο από τη Διαχειριστική Αρχή, όσο και από την Κοινή Τεχνική Γραμματεία. Επιπρόσθετα, υπάρχει μια «δια-προγραμματική» διάσταση στην παρούσα αξιολόγηση, καθώς ο βαθμός υλοποίησης του Επικοινωνιακού Σχεδίου – τουλάχιστον μέχρι ενός σημείου- και κάποια από τα ευρήματα ισχύουν και για τα άλλα Προγράμματα που διαχειρίζεται η ΔΑ. Η αξιολόγηση των δράσεων επικοινωνίας σχετίζεται με το βαθμό ενεργοποίησης και υλοποίησης του προγράμματος.

Η προσέγγιση που ακολουθήθηκε στην παρούσα εργασία βασίστηκε στην ανάλυση της Έρευνας Γραφείου. Για να διεξαχθεί η αξιολόγηση των μέτρων δημοσιότητας και επικοινωνίας, εξετάστηκαν κατά προτεραιότητα έγγραφα και υλικό, επιτρέποντας έτσι τη συγκριτική αξιολόγηση των αποτελεσμάτων με στόχους και μεθοδολογίες που περιγράφονται στο Επικοινωνιακό Σχέδιο.

Ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε στην ιστοσελίδα του Προγράμματος, ο οποίος αποτελεί το βασικό κανάλι επικοινωνίας. Όντας η βασική πύλη πληροφορίας για το πρόγραμμα, ο ιστότοπος είναι από μόνος του τόσο η βασική πλατφόρμα, όσο και η «ναυαρχίδα» του πληροφοριακού υλικού.

Τα αποτελέσματα των επικοινωνιακών δράσεων αξιολογήθηκαν με βάση τη χρήση κριτηρίων (δεικτών) που καθορίζονται τόσο στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα όσο και στο Επικοινωνιακό Σχέδιο και καλύπτουν ζητήματα σαφήνειας, προσβασιμότητας, οπτικής ταυτότητας, προβολής της ΕΕ και προσαρμογής στο κοινό-στόχο.

Το Επικοινωνιακό Σχέδιο του Προγράμματος Διασυνοριακής Συνεργασίας «Ελλάδα-Κύπρος 2007-2013» καθορίζει δύο γενικούς στόχους:

- **Ευαισθητοποίηση:** Ανάδειξη του ρόλου της Κοινότητας και των Διαρθρωτικών Ταμείων της Ευρωπαϊκής Ένωσης στο ευρύ κοινό και την προβολή της προστιθέμενης αξίας της κοινοτικής συμμετοχής στα συγχρηματοδοτούμενα έργα του Προγράμματος Διασυνοριακής Συνεργασίας «Ελλάδα-Κύπρος»
- **Διαφάνεια:** Διασφάλιση της διαφάνειας όσον αφορά στην πρόσβαση στη χρηματοδότηση των Ταμείων, δηλαδή οι μηχανισμοί χορήγησης των πόρων των συγχρηματοδοτούμενων προγραμμάτων να είναι διαφανείς στους δυνητικούς δικαιούχους .

Αυτοί οι στόχοι αναλύονται σε επιμέρους λεπτομερείς στόχους:

Όσον αφορά στην Ευαισθητοποίηση:

- Περαιτέρω προώθηση του Προγράμματος (στρατηγική, στόχοι κλπ)
- Προώθηση του ρόλου της Ευρωπαϊκής Ένωσης και των συμμετεχόντων κρατών μελών (Ελλάδα και Κύπρος) στην διασυνοριακή συνεργασία στην περιοχή.
- Προώθηση της σημασίας που έχει η Ευρωπαϊκή Εδαφική Συνεργασία στο δρόμο προς την ευρωπαϊκή ολοκλήρωση.

Όσον αφορά στη Διαφάνεια

- Η διασφάλιση στοχευμένης διάχυσης της πληροφορίας σε συγκεκριμένα οφέλη από τη συμμετοχή στο Πρόγραμμα για διαφορετικές ομάδες δυνητικών εταιρών, καθώς και για το ευρύ κοινό (ώστε να αναγνωρίσουν οι ίδιοι πώς μπορούν να ωφεληθούν από τη διασυνοριακή συνεργασία μεταξύ των δύο χωρών)
- Η παροχή συγκεκριμένης και επαρκούς πληροφόρησης για τους κανόνες και τις διαδικασίες του Προγράμματος προς τους δυνητικούς δικαιούχους (ώστε να διευκολυνθεί η συμμετοχή τους και να προωθηθούν έργα ποιότητας)
- Η «ενδυνάμωση» των δυνητικών δικαιούχων (ώστε να αναγνωρίσουν οι ίδιοι το ρόλο τους στην επιτυχή εφαρμογή του Προγράμματος και τη διασυνοριακή συνεργασία).

Αυτοί οι στόχοι θα επιτευχθούν μέσω της εφαρμογής του Επικοινωνιακού Σχεδίου σε τρεις φάσεις. Η πρώτη φάση παρέχει *«γενική πληροφόρηση για το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα και τις δράσεις του»*, η δεύτερη δημιουργεί *«γνώση για το Πρόγραμμα και τις δράσεις στις διάφορες κατηγορίες αποδεκτών, εύκολη πρόσβαση στις επιμέρους δράσεις και στις ευκαιρίες που προσφέρει, δημιουργία διάθεσης για συμμετοχή στις χρηματοδοτικές ευκαιρίες»*. Η τρίτη φάση *«διαδίδει τα επιτευχθέντα αποτελέσματα και οφέλη και αναδεικνύει τις Καλές Πρακτικές»*

Το Επικοινωνιακό Σχέδιο περιγράφει με λεπτομέρεια ποια μέσα/εργαλεία και ποια συγκεκριμένα μηνύματα θα πρέπει να χρησιμοποιηθούν και με ποιο τρόπο, ώστε να επιτευχθούν συγκεκριμένοι στόχοι. Επιπλέον, προβλέπει ότι οι τεχνικές λεπτομέρειες, όπως αυτές καθορίζονται από τους Κανονισμούς, θα γίνουν σεβαστές.

3. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

Η αξιολόγηση των μέτρων πληροφόρησης και δημοσιότητας γίνεται με βάση τους δείκτες, που προβλέπονται στο Επικοινωνιακό Σχέδιο του Προγράμματος «Ελλάδα-Κύπρος», όπως αυτό έγινε αποδεκτό από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή στις 08/12/2008.

Η αξιολόγηση ακολούθησε μία διπλή προσέγγιση

- **Αξιολόγηση των μηνυμάτων**, με στόχο να αξιολογηθεί η επίπτωση και η αποτελεσματικότητα των μηνυμάτων του Προγράμματος σε συμφωνία με την επικοινωνιακή στρατηγική του Προγράμματος
- **Αξιολόγηση των επικοινωνιακών εργαλείων**, με στόχο να εξεταστεί η αποτελεσματικότητα των επιλεγμένων εργαλείων επικοινωνίας του Προγράμματος, δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στον ιστότοπο και στις ενέργειες πρόωθησης

Επιπλέον, το Επικοινωνιακό Σχέδιο του Προγράμματος ξεκάθαρα ορίζει ότι η αξιολόγηση των δράσεων πληροφόρησης και δημοσιότητας «γίνεται με βάση τη συμβολή των ενεργειών στην επίτευξη των στόχων του Επικοινωνιακού Σχεδίου και σύμφωνα με ποιοτικούς και ποσοτικούς στόχους ανάλογα με τη φύση των ενεργειών». Ιδιαίτερως, οι δείκτες για την αξιολόγηση διακρίνονται σε **Δείκτες Υλοποίησης**, οι οποίοι καταγράφουν τις ενέργειες δημοσιότητας και σε **Δείκτες Αποτελέσματος**, οι οποίοι καταγράφουν τα αποτελέσματα των ενεργειών προς το εκάστοτε κοινό-στόχο.

Δείκτες Υλοποίησης

Δείκτης	Τιμή που επιτεύχθηκε μέχρι τις 31/12/2010	Σχόλια/Επεξηγήσεις
Αριθμός εκδηλώσεων (ημερίδες, συνέδρια, σεμινάρια, εκθέσεις)	Τρεις(3)	Ημερίδες ενημέρωσης δυνητικών δικαιούχων στο πλαίσιο της 1 ^{ης} πρόσκλησης (Χίος 18-09-2009, Ηράκλειο 26-11-2009, Λευκωσία 13-10-2009)
Αριθμός διαφημιστικών	Μια (1)	Δημοσίευση της

εκστρατειών στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (ΜΜΕ) (τηλεόραση, ραδιόφωνο, τύπος)		Πρόσκλησης για τη στελέχωση της ΚΤΓ
Συνεργασία με δημοσιογράφους και ΜΜΕ (συνεντεύξεις τύπου, Ημερίδες Ενημέρωσης)	Εννέα (9)	Δελτία Τύπου, που απεστάλησαν σε ΜΜΕ τοπικής, περιφερειακής και εθνικής εμβέλειας, καθώς στα εθνικά πρακτορεία ειδήσεων Ελλάδας και Κύπρου
Επικαιροποίηση ιστοσελίδας	Συνεχής επικαιροποίηση	Η ιστοσελίδα επικαιροποιείται συνεχώς με νέα, ενημέρωση για εκδηλώσεις, συχνές ερωτήσεις κτλ.
Είδη και αριθμός εντύπου υλικού	Τρία (3)	Ένα ενημερωτικό φυλλάδιο σε 500 αντίτυπα 2 μπάνερ Ενημερωτικό πληροφοριακό υλικό για την ημερίδα στη Κύπρο ((portfolio (180 τεμ.), writing pads (500 τεμ.), sticker notes (500 τεμ.), pens (500 τεμ.), USB (200 τεμ.)) Ένα ενημερωτικό φυλλάδιο σε 3.000 αντίτυπα 1 αφίσα 1 μπάνερ

**Στυλό και σημειωματάρια παρήχθησαν και διανεμήθηκαν στις εκδηλώσεις. Ωστόσο, έφεραν το λογότυπο της ΔΕ, καθώς το λογότυπο του Προγράμματος δεν ήταν ακόμη έτοιμο τη δεδομένη χρονική στιγμή*

Δείκτες Αποτελέσματος

Δείκτης	Τιμή που επιτεύχθηκε μέχρι τις 31/12/2010	Σχόλια/Επεξηγήσεις
Αριθμός συμμετεχόντων ανά ημερίδα	Εκατόν σαράντα δύο (142) Εκατόν είκοσι οκτώ (128) Εκατόν τριάντα τρεις (100)	Χίος 18-09-2009, Ηράκλειο 26-11-2009, Λευκωσία 13-10-2009
Αριθμός εμφανίσεων στον τύπο και τα ΜΜΕ	Τουλάχιστον δεκαπέντε (15) άρθρα σε εφημερίδες Άγνωστος αριθμός αναφορών στο διαδίκτυο	Η ΔΑ διαθέτει υπηρεσία αποδελτίωσης, που παρέχει καθημερινά πληροφορίες για τις αναφορές του Προγράμματος στον Τύπο. Ωστόσο, εκτιμάται πως ο πραγματικός αριθμός αναφορών είναι κατά πολύ μεγαλύτερος. Ο αριθμός αναφορών στο διαδίκτυο είναι άγνωστος, καθώς η αρχική είδηση αναπαράγεται συνεχώς από διάφορες ιστοσελίδες
Αριθμός εντύπων, που διακινήθηκαν	1.500 αντίγραφα του ενημερωτικού φυλλαδίου από τη Διαχειριστική Αρχή και 500 αντίγραφα από το Γραφείο Προγραμματισμού	

Αριθμός δελτίων τύπου, που δημοσιεύτηκαν κλπ.	Έξι (6)	
--	---------	--

Τα βασικά εργαλεία επικοινωνίας που επιλέχθηκαν, εστιάζουν κυρίως στον ιστότοπο του Προγράμματος, στα νέα (που δημοσιεύονται στον ιστότοπο), σε άλλες εκδόσεις (οι οποίες δεν παράγονται ανά τακτά χρονικά διαστήματα) και εκδηλώσεις προβολής, όπως σεμινάρια, συνέδρια κλπ.

Το Άρθρο 4 Παράγραφος 3 του Κανονισμού της Ευρωπαϊκής Επιτροπής 1828/2006 καθορίζει ότι «τα μέσα για την υλοποίηση, την παρακολούθηση και την αξιολόγηση του επικοινωνιακού σχεδίου είναι ανάλογα προς τα μέτρα πληροφόρησης και δημοσιότητας που ορίζονται στο επικοινωνιακό σχέδιο». Θα πρέπει να τονιστεί ότι το Επικοινωνιακό Σχέδιο υλοποιείται κατά τρόπο ανάλογο με την ανάγκη του Προγράμματος για άμεση ενεργοποίηση και επιτάχυνση. Λαμβάνοντας υπόψη ότι το Πρόγραμμα, όσον αφορά την έγκριση έργων από την Επιτροπή Επιλογής Πράξεων ενεργοποιήθηκε το πρώτο τετράμηνο του 2011, η υλοποίηση του Επικοινωνιακού Σχεδίου θα μπορούσε **αναλογικά** να χαρακτηριστεί ικανοποιητική.

Υπό την έννοια αυτή, η πρώτη φάση εφαρμογής του Επικοινωνιακού Σχεδίου έχει ολοκληρωθεί, ενώ η δεύτερη βρίσκεται σε εξέλιξη, αν και ένα μεγάλο μέρος των προβλεπόμενων δράσεων υλοποιείται.

Σύμφωνα με το Επικοινωνιακό Σχέδιο, το πρώτο στάδιο (**Γενική πληροφόρηση για το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα και τις δράσεις του, Εναρκτήρια Εκδήλωση**) αφορά στην παρουσίαση του αναπτυξιακού «οράματος» για τις επιλέξιμες περιοχές του Προγράμματος στη συνολική παρέμβαση στα όρια της επιλέξιμης περιοχής. Κατά τη διάρκεια του πρώτου αυτού σταδίου, ζητούμενο είναι η ενημέρωση του στοχοθετούμενου κοινού σχετικά με το Πρόγραμμα και το βασικό του περιεχόμενο του (γενικοί στόχοι, άξονες, στρατηγικά έργα, αναμενόμενα αποτελέσματα). Κατά τη φάση αυτή, που ξεκινά μετά την έγκρισή του Προγράμματος από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, η Διαχειριστική Αρχή μεριμνά (ενδεχομένως μέσω εξωτερικής υποστήριξης) για την διάδοση πληροφόρησης με απλό και κατανοητό τρόπο.

Κατά τη διάρκεια αυτού του σταδίου επικοινωνίας, το Επικοινωνιακό Σχέδιο προβλέπει μια σειρά ενδεικτικών ενεργειών, όπως:

- Υλοποίηση εναρκτήριας δραστηριότητας

- Ανάρτηση σημαίας Ευρωπαϊκής Ένωσης 9-16 Μαΐου
- Δημοσιοποίηση καταλόγου δικαιούχων
- Δημοσίευση εγκεκριμένων εγγράφων του Προγράμματος
- Δημοσίευση και αποστολή περίληψης του Προγράμματος, που θα αποτελεί τον ενημερωτικό οδηγό βασικών γνώσεων για το πρόγραμμα και για τη συμβολή των ταμείων της Ευρωπαϊκής Ένωσης
- Εντατική ενημέρωση δυνητικών δικαιούχων, ώστε να μπορούν να ενταχθούν στον κατάλογο των δικαιούχων
- Ενημερωτική αλληλογραφία, e-mails, ευρεία χρήση internet για διάχυση της πληροφόρησης
- Ενημερωτικές συναντήσεις, ημερίδες και συσκέψεις εργασίας, συνεντεύξεις Τύπου κλπ.
- Προώθηση του διασυνωριακού πνεύματος

Σχεδόν όλες αυτές οι δραστηριότητες υλοποιήθηκαν. Η ολοκλήρωση του πρώτου σταδίου έχει σχεδόν επιτευχθεί μέσω ενημερωτικών ημερίδων και σεμιναρίων. Η μεγάλη συμμετοχή και εκδήλωση ενδιαφέροντος σε αυτές, πριν αλλά και κατά τη διοργάνωσή τους (περισσότεροι από 400 συμμετέχοντες) αλλά και οι σχετικές με το Πρόγραμμα δημοσιεύσεις στα ΜΜΕ αποδεικνύουν ότι όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη και σε μεγάλο βαθμό το ευρύ κοινό έχουν λάβει την απαραίτητη πληροφόρηση για το Πρόγραμμα.

Η δεύτερη φάση του επικοινωνιακού σχεδίου αφορά τη **«Δημιουργία γνώσης για το πρόγραμμα και τις δράσεις του στις διάφορες κατηγορίες αποδεκτών, εύκολη πρόσβαση στις επιμέρους δράσεις και στις ευκαιρίες που προσφέρει, δημιουργία διάθεσης για συμμετοχή στις χρηματοδοτικές ευκαιρίες»**. Κατά τη διάρκεια αυτού του σταδίου το οποίο εκτείνεται χρονικά από το 2009 έως το 2012, ζητούμενο είναι η κινητοποίηση των κοινών-στόχος, οι ενεργοποίηση των φορέων των δύο χωρών, είτε για να συμμετάσχουν στο Πρόγραμμα είτε για να λειτουργήσουν ως πολλαπλασιαστές πληροφόρησης. Η φάση αυτή χαρακτηρίζεται από την παροχή πιο εξειδικευμένης γνώσης για το περιεχόμενο και την εξέλιξη του Προγράμματος, τα κριτήρια και τις διαδικασίες ένταξης διασυνωριακών παρεμβάσεων, τη διαχείριση και την παρακολούθηση των δράσεων του Προγράμματος, με στόχο την προετοιμασία και την ενεργοποίηση των δυνητικών δικαιούχων, για να έχουν πρόσβαση στις χρηματοδοτικές ευκαιρίες του Προγράμματος. Επίσης, στόχος της παρούσας φάσης είναι να ενημερώσει με απλό και κατανοητό τρόπο το ευρύ κοινό για την εξέλιξη των παρεμβάσεων του Προγράμματος.

Στη διάρκεια αυτού του σταδίου, η Διαχειριστική Αρχή λαμβάνει μέριμνα για τα ακόλουθα θέματα:

- Υλοποίηση ετήσιων δραστηριοτήτων
- Δημοσιοποίηση καταλόγου δικαιούχων
- Ανάρτηση σημαίας Ευρωπαϊκής Ένωσης 9-16 Μαΐου
- Ευρεία χρήση του διαδικτύου
- Έκδοση και διανομή ειδικών ενημερωτικών οδηγών
- Συστηματική οργάνωση θεματικών συναντήσεων και σεμιναρίων με τους δυνητικούς δικαιούχους και τους δικαιούχους
- Αξιοποίηση των διαθέσιμων δικτύων πληροφόρησης για την προσέγγιση των δυνητικών δικαιούχων
- Παρουσίαση καλών παραδειγμάτων και καλών πρακτικών
- Ειδικά ενημερωτικά δελτία και περιοδικά ενημερωτικά έντυπα
- Περιοδικές συνεντεύξεις Τύπου

Η Διαχειριστική Αρχή και η Κοινή Τεχνική Γραμματεία, σε συνεργασία με το Γραφείο Πληροφόρησης της Κύπρου, υλοποιούν αυτή τη στιγμή επαρκώς την παρούσα φάση των δραστηριοτήτων επικοινωνίας, ειδικά μετά τη δημοσίευση της 1^{ης} Πρόσκλησης Υποβολής Προτάσεων και την επιτάχυνση της επιλογής των πρώτων έργων. Η υλοποίηση κρίνεται ικανοποιητική, καθώς ο στόχος του δεύτερου σταδίου της επικοινωνίας έχει ουσιαστικά επιτευχθεί τόσο μέσω των ενημερωτικών ημερίδων όσο και της δημοσιότητας που δόθηκε κατά τη δημοσίευση της 1^{ης} πρόσκλησης υποβολής προτάσεων. Ο μεγάλος αριθμός προτάσεων έργων (213 προτάσεις), τα εταιρικά σχήματα που αναπτύχθηκαν στο πλαίσιο αυτών και η ποιότητα των προτάσεων αποδεικνύουν ότι το μήνυμα έχει μεταφερθεί επιτυχώς στους ενδιαφερόμενους φορείς. Επιπλέον, η παραγωγή και διανομή ενημερωτικού υλικού σχετικά με το πρόγραμμα, καθώς και το ενδιαφέρον των ΜΜΕ για το πρόγραμμα καταδεικνύει ότι το ευρύ κοινό έχει συνεχή ενημέρωση για τις δραστηριότητες του προγράμματος και τους στόχους του. Ωστόσο, πρέπει να επισημανθεί ότι αυτή η φάση της επικοινωνίας είναι ακόμη σε εξέλιξη, καθώς δεν έχουν ενεργοποιηθεί πλήρως όλοι οι πόροι του Προγράμματος.

Πρέπει επίσης να σημειωθεί ότι τα τρία στάδια επικοινωνίας που προβλέπονται στο Επικοινωνιακό Σχέδιο είναι κλιμακούμενης φύσεως. Αυτό σημαίνει ότι κάθε στάδιο αποτελεί συνέχεια, συμπλήρωση και εξειδίκευση του προηγούμενου σταδίου, ενίοτε με χρονική αλληλεπικάλυψη. Σε κάθε περίπτωση, μπορεί να γίνει παραδεκτό πως σε ότι αφορά την επικοινωνία, το Πρόγραμμα εξελίσσεται ικανοποιητικά, και οι

επικοινωνιακοί στόχοι θα επιτευχθούν πλήρως εντός του χρονοδιαγράμματος που περιλαμβάνεται στο Επικοινωνιακό Σχέδιο.

Σημαντικά θέματα ποιότητας κατά την εφαρμογή των μέτρων πληροφόρησης και δημοσιότητας

Έλλειψη εταιρικής ταυτότητας και αδύναμη οπτική επικοινωνία

Πρέπει να σημειωθεί ότι οι ελάχιστες υποχρεώσεις που καθορίζονται από τους Κανονισμούς (χρήση του εμβλήματος της ΕΕ, αναφορά στην ΕΕ, αναφορά στο συγχρηματοδοτούν Ταμείο) έχουν γίνει σεβαστές. Παρόλα αυτά η Διαχειριστική Αρχή και η Κοινή Τεχνική Γραμματεία αναγνωρίζουν το γεγονός ότι δεν υπάρχει επαρκώς ανεπτυγμένη εταιρική ταυτότητα, καθώς εξέλιπαν βασικά στοιχεία οπτικής αναγνώρισης, τουλάχιστον μέχρι το τέλος του 2010. Αυτό σημαίνει ότι γενικά δεν υπάρχει συνέπεια ως προς το γραφιστικό σκέλος στις εκδόσεις και τα έγγραφα του προγράμματος, με μία συνεπή χρήση γραμματοσειράς, φωτογραφιών και σχεδιασμού. Εντός του πρώτου εξαμήνου του 2011 έχει γίνει η ανάθεση σε εταιρεία δημιουργίας του logo του προγράμματος και ανάπτυξης της ιστοσελίδας του προγράμματος.

Κοινό-στόχος: δικαιούχοι έναντι άλλων κοινών- στόχων

Το Πρόγραμμα Διασυνοριακής Συνεργασίας «Ελλάδα-Κύπρος 2007-2013» έχει επιτυχώς έρθει σε επαφή με τον «εσωτερικό» κοινό-στόχο. Ο μεγάλος αριθμός συμμετεχόντων στις εκδηλώσεις, οι οποίες ήταν ειδικά σχεδιασμένες για δυνητικούς και τελικούς δικαιούχους, όπως και ο μεγάλος αριθμός (213) των προτάσεων που υποβλήθηκαν στο πλαίσιο της 1^{ης} πρόσκλησης υποβολής προτάσεων αποδεικνύει ότι **δυναμικοί και τελικοί δικαιούχοι είναι καλά πληροφορημένοι για τις ευκαιρίες** που παρουσιάζονται στο Πρόγραμμα. Αυτό ήταν μια ξεκάθαρη επιλογή που έγινε από πλευράς της Διαχειριστικής Αρχής, με στόχο να αντιμετωπιστεί η καθυστερημένη ενεργοποίηση του Προγράμματος και να περιοριστεί ο κίνδυνος της αποδέσμευσης πόρων.

Παρόλα αυτά, τόσο η Διαχειριστική Αρχή όσο και η Κοινή Τεχνική Γραμματεία αναγνωρίζουν το ότι το Πρόγραμμα δεν ήταν εξίσου επιτυχές στο να προσεγγίσει και άλλες ομάδες-στόχους οι οποίες αναφέρονταν στο Επικοινωνιακό Σχέδιο, όπως είναι τα τοπικά, περιφερειακά, εθνικά και ευρωπαϊκά, αλλά επίσης και εξειδικευμένα ΜΜΕ και το γενικό κοινό. Τα παραπάνω ακροατήρια προσεγγίστηκαν μεν, αλλά όχι σε εκτεταμένο βαθμό. Η προσέγγιση τους δε βασίστηκε σε μία καθαρά διατυπωμένη επικοινωνιακή στρατηγική, που εφαρμόστηκε από τους

φορείς του Προγράμματος, αλλά, μέχρι στιγμής, βασίστηκε στην προσωπική δικτύωση.

Αυτή η ανισορροπία μεταξύ «εσωτερικών» και «εξωτερικών» κοινών-στόχων θα αρχίσει να αντιμετωπίζεται μέσα στο 2011. Ένα καθαρό επικοινωνιακό προϊόν αναμένεται στο εγγύς μέλλον, το οποίο, όταν θα εφαρμοστεί, θα μπορέσει να δώσει αποτελεσματικό υλικό επικοινωνίας, προωθώντας το πρόγραμμα «Ελλάδα-Κύπρος» σε ένα ευρύτερο κοινό.

Κατάλληλα και αποτελεσματικά επικοινωνιακά εργαλεία

Ιδιαίτερη έμφαση έχει δοθεί στον ιστότοπο του Προγράμματος, ο οποίος αποτελεί το κύριο κανάλι επικοινωνίας, όπως, άλλωστε και σε όλα τα προγράμματα Ευρωπαϊκής Εδαφικής Συνεργασίας ανά την Ευρώπη. **Ο ιστότοπος παρέχει πολύ ουσιώδες περιεχόμενο και ανανεώνεται τακτικά.** Σε όρους παροχής πληροφορίας, δικτύωσης και επικοινωνιακών ευκαιριών, ο ιστότοπος είναι προφανώς ένας πολύ χρήσιμος πόρος για τελικούς και δυνητικούς δικαιούχους, όπως επίσης και για τα ΜΜΕ και το γενικό κοινό.

Παρά ταύτα, η όλη προσπάθεια παρεμποδίζεται από το γεγονός ότι δεν έχει υπάρξει μέχρι στιγμής ένας συγκεκριμένος ιστότοπος που να είναι αφιερωμένος αποκλειστικά στο Πρόγραμμα, αλλά μόνο τμήματα στον κεντρικό ιστότοπο της Διαχειριστικής Αρχής, όπου φιλοξενούνται πληροφορίες και για τα άλλα Προγράμματα, που διαχειρίζεται η Ειδική Υπηρεσία Διαχείρισης των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων του Στόχου «Ευρωπαϊκή Εδαφική Συνεργασία», αλλά και για όσα λειτουργεί ως εθνικός συντονιστής για την Ελλάδα, καθώς και στον ιστότοπο του Γραφείου Προγραμματισμού της Κύπρου. Επισημαίνεται ότι πλέον (2011) το Γραφείο Προγραμματισμού διαθέτει ξεχωριστό σύνδεσμο για τα Προγράμματα Ευρωπαϊκής Εδαφικής Συνεργασίας (www.structuralfunds.org.cy/edafikisynergasia) στην ιστοσελίδα. Από τη μία πλευρά, αυτό μπορεί να ωφελεί το χρήστη του ιστότοπου, καθώς έχει διαθέσιμη μια ποικιλία πληροφοριών, από την άλλη όμως, υπάρχει έλλειψη συνάφειας. Έτσι, η πλειάδα των μενού και των επιπέδων του ιστότοπου της Διαχειριστικής Αρχής καθιστά δύσκολη την εύρεση πληροφοριών, ειδικά για τους χρήστες που επισκέπτονται τον ιστότοπο για πρώτη φορά. Με δεδομένη λοιπόν την περιπλοκότητα του ιστότοπου και την ανάγκη των χρηστών να τον εξερευνήσουν, με στόχο να βρουν διαθέσιμες πληροφορίες, ο ιστότοπος με τη σημερινή του μορφή, μπορεί να δράσει απωθητικά και όχι προωθητικά για το Πρόγραμμα.

Όπως και με άλλες πτυχές, όσον αφορά στην υλοποίηση της επικοινωνιακής στρατηγικής, και ο ιστότοπος λειτουργεί προς όφελος των δικαιούχων (άμεσων ή δυνητικών), ενώ σε πολύ μικρό βαθμό στοχεύει σε ένα εξωτερικό κοινό. Έτσι, το ισοζύγιο του περιεχομένου καθιστά τον ιστότοπο περισσότερο έναν πόρο για δικαιούχους, παρά το δημόσιο πρόσωπο του Προγράμματος, που είναι εύκολα προσβάσιμο στους εξωτερικούς χρήστες.

Επιπλέον, δεν υπάρχει «Αρχική σελίδα» που θα έλξει τον εξωτερικό χρήστη και θα εισάγει το κοινό-στόχο στα οφέλη που το Πρόγραμμα θα μπορούσε να επιφέρει στις επιλέξιμες περιοχές.

Είναι η πρόσβαση του Προγράμματος στα ΜΜΕ ικανοποιητική?

Τα ΜΜΕ και ο Τύπος σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο έχουν καταγραφεί στο Επικοινωνιακό Σχέδιο του Προγράμματος ως «εξωτερικά» κοινά-στόχοι και πολλαπλασιαστές πληροφορίας. Στην πράξη, η πρόσβαση στα ΜΜΕ έχει βασιστεί σε Δελτία Τύπου, τα οποία δημοσιεύθηκαν και διανεμήθηκαν σε μεγάλη κλίμακα, αλλά δεν αποτελούσαν τμήμα μιας ευρύτερης εκστρατείας, η οποία θα δημιουργούσε ουσιώδη αντίκτυπο στη γενικότερη απήχηση του Προγράμματος στο ευρύ κοινό.

4.ΒΑΣΙΚΑ ΒΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ

Επί τη βάση των ευρημάτων, μια σειρά από βασικά βήματα για το μέλλον έχουν αναγνωρισθεί και αναπτυχθεί. Ιδιαίτέρως, οι συστάσεις εστιάζονται σε βελτιώσεις στα τρέχοντα επικοινωνιακά εργαλεία, σε ενοποίηση αυτών, στην καλύτερη στόχευση των κοινών - στόχων και στην ταύτιση των επικοινωνιακών δράσεων με όσα προβλέπονται στο Επιχειρησιακό Σχέδιο. Στην πραγματικότητα, ορισμένες από τις προτάσεις που εμφανίζονται σε αυτό το κεφάλαιο, έχουν ήδη ληφθεί υπόψη για το 2011. Κατά κάποιον τρόπο, αυτή ήταν και η προστιθέμενη αξία της «ενδο-υπηρεσιακής» αξιολόγησης, καθώς αυτή λειτούργησε σαν μία «συνεχιζόμενη? αξιολόγηση», ρίχνοντας φως σε αδυναμίες και βοηθώντας να επιταχυνθεί η επίλυση των προβλημάτων που αναγνωρίστηκαν.

Οι κυριότερες προτάσεις αναλύονται στις ακόλουθες:

- **Ιστότοπος:** Υπάρχει μια ξεκάθαρη ανάγκη για ένα νέο ιστότοπο, αφιερωμένο αποκλειστικά στο Πρόγραμμα Διασυνοριακής Συνεργασίας «Ελλάδα-Κύπρος 2007-2013». Επιπλέον, υπάρχει ανάγκη για αναδιοργάνωση του υλικού που ήδη προσφέρεται στον υπάρχοντα ιστότοπο, με στόχο να επιτευχθεί μεγαλύτερη οπτική ευκρίνεια, αλλά και για εισαγωγή νέου τύπου υλικού όπως φωτογραφίες κλπ. Αυτή η ανάγκη αναγνωρίζεται τόσο από τη ΔΑ όσο και από την ΚΤΓ ως ύψιστης σημασίας. Ο νέος ιστότοπος εκτιμάται ότι θα είναι λειτουργικός εντός του 2011. Ο πλήρης επανασχεδιασμός της αρχιτεκτονικής του υπάρχοντος ιστοτόπου είναι απολύτως αναγκαίος, καθώς η πληθώρα από τα επίπεδα και τις μπάρες των μενού καθιστά πολύ δύσκολη την αναζήτηση πληροφορίας. Κατά συνέπεια, η μπάρα πλοήγησης θα πρέπει να είναι ενιαία και παρούσα σε όλα τα τμήματα του ιστότοπου.

Η Αρχική Σελίδα του ιστοτόπου του Προγράμματος, όταν δημιουργηθεί, θα διασυνδεθεί με αντίστοιχες ιστοσελίδες σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο, δημιουργώντας με τον τρόπο αυτό ένα δίκτυο. Ο νέος ιστότοπος του Προγράμματος θα αποτελεί την κύρια πηγή πληροφόρησης, θα παίξει σημαντικό ρόλο στη διάχυση πληροφοριών για το Πρόγραμμα προς όλες ανεξαιρέτως τις ομάδες του στοχοθετούμενου κοινού. Παράλληλα, είναι δυνατό να παράσχει αναλυτικό κατάλογο των Τελικών Δικαιούχων, με λεπτομέρειες για τους Επικεφαλής Εταίρους, τους εταίρους, τον προϋπολογισμό και την απορροφητικότητα των έργων, καθώς και τους στόχους, την πρόοδο και τα αποτελέσματα των έργων. Η ιστοσελίδα θα μπορεί να απευθύνεται προς τους δυνητικούς δικαιούχους, παρέχοντας τη δυνατότητα αναζήτησης εταίρων,

πρόσβασης στο προγραμματικό κείμενο, νέα, πληροφοριακό υλικό, όπως αιτήσεις συμμετοχής, οδηγούς κτλ. Είναι εφικτό να χρησιμοποιηθεί το πλήρες εύρος ηλεκτρονικών εργαλείων, ώστε να ενισχυθεί η διάδραση μεταξύ των δυνητικών δικαιούχων και των διαχειριστών του Προγράμματος, π.χ. μέσω forums, σελίδων με διαβαθμισμένη ασφάλεια όπου οι ίδιοι οι Εταίροι θα μπορούν να παραθέτουν στοιχεία και να ανταλλάσσουν πληροφορίες για θέματα που αφορούν στην ορθή διαχείριση και υλοποίηση των έργων τους κτλ. Η εταιρεία ανάπτυξης ιστοτόπων που θα επιλεγεί θα αναπτύξει ένα σύστημα διαχείρισης περιεχομένου που θα επιτρέψει στο προσωπικό της ΚΤΓ να εισάγει πληροφορίες και να ενημερώνει τον ιστότοπο ταχύτατα με τις τελευταίες πληροφορίες και την πιο πρόσφατη τεκμηρίωση.

- **Εταιρική ταυτότητα:** Μια εταιρική ταυτότητα και βασικά στοιχεία οπτικής επικοινωνίας ήδη αναπτύσσονται, κατά τρόπον ώστε το πρόγραμμα να αποκτήσει μια ενιαία οπτική γραφική απεικόνιση. Τα βασικά χαρακτηριστικά οπτικής ταυτότητας θα προάγουν την ιδέα της εδαφικής συνεργασίας και θα περιέχουν ένα συμβολισμό της γεφύρωσης περιοχών και περιφερειών.
- **Ετήσιο Επιχειρησιακό Επικοινωνιακό Σχέδιο:** Η Κοινή Τεχνική Γραμματεία μπορεί να αναπτύξει ένα λεπτομερές Ετήσιο Επιχειρησιακό Επικοινωνιακό Σχέδιο με τον αντίστοιχο ετήσιο προϋπολογισμό. Αυτό μπορεί να βοηθήσει το Στέλεχος Επικοινωνίας της ΚΤΓ να προβληματιστεί για τα αποτελέσματα που είχαν οι δραστηριότητες του περασμένου έτους και να αναπροσαρμόσει τη στρατηγική του ανάλογα με τις ανάγκες που αλλάζουν. Το Σχέδιο αυτό θα πρέπει να θέτει με λεπτομέρεια στόχους, κοινό-στόχο, συγκεκριμένες δραστηριότητες και κανάλια διάχυσης πληροφοριών, βοηθώντας έτσι τη ΔΑ και την ΚΤΓ να υιοθετήσουν πιο ευφάνταστες προσεγγίσεις στην επικοινωνία. Επιπλέον, ένα σχέδιο προσέγγισης των ΜΜΕ μπορεί να κριθεί απαραίτητο, ενώ τα τοπικά ΜΜΕ, που ενδιαφέρονται για την εδαφική συνεργασία, θα μπορούσαν να προσεγγιστούν.
- **Επέκταση της επικοινωνίας και σε «εξωτερικές» ομάδες-στόχους:** Τα ΜΜΕ και ο Τύπος ιδιαίτερα σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο, διαμορφωτές άποψης, λήπτες αποφάσεων, εταίροι άλλων ευρωπαϊκών προγραμμάτων και ευρωπαϊκών θεσμών, καθώς και το γενικό κοινό, πρέπει να προσεγγισθούν με πιο «επιθετικό» τρόπο. Η ΚΤΓ και το γραφείο πληροφόρησης μπορεί να συμπεριλάβει στο Ετήσιο Επιχειρησιακό Επικοινωνιακό Σχέδιο ένα ξεχωριστό σχέδιο για τα ΜΜΕ, στο οποίο θα αναφέρεται ποια ΜΜΕ θα προσεγγισθούν, πότε και πως (βλ. παραπάνω). Η πρόσβαση στα ΜΜΕ πρέπει να παρακολουθείται κεντρικά. Τα τοπικά ΜΜΕ είναι πιθανότερο να ενδιαφέρονται για την εδαφική συνεργασία. (βλ. πρόταση παρακάτω)

- **Παρακολούθηση επιπτώσεων και δικτύωση:** Συνιστάται τόσο οι Δείκτες Υλοποίησης όσο και οι Δείκτες Αποτελέσματος να παρακολουθούνται στενότερα, δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στην αύξηση της αναγνωρισιμότητας. Οι δραστηριότητες δικτύωσης πρέπει επίσης να παρακολουθούνται από τη σκοπιά της επικοινωνίας και να παρακολουθείται η πρόοδός τους.
- **Ξεκάθαρη οριοθέτηση ευθυνών:** Η κατανομή των ευθυνών και των καθηκόντων ανάμεσα στη ΔΑ και την ΚΤΓ είναι ξεκάθαρα ορισμένη. Πρέπει, ωστόσο, να αναπτυχθεί περαιτέρω μέσω λεπτομερούς σχεδιασμού και ξεκάθαρης κατανομής καθηκόντων, όπως και μέσω της ανάπτυξης ενός Δικτύου Στελεχών Επικοινωνίας και Δημοσιότητας με τη συμμετοχή και των 5 προγραμμάτων που διαχειρίζεται η ΔΑ (όταν η στελέχωση των ΚΤΓ επιτρέψει κάτι τέτοιο). Η καλή οργάνωση είναι αναγκαία για να κινητοποιηθούν οι περιορισμένοι ανθρωπίνι πόροι που θα εργαστούν για την επιτυχία ενός φιλόδοξου επικοινωνιακού σχεδίου.
- Πρέπει να αποφεύγεται η χρήση **ακρωνύμων και εξειδικευμένης ορολογίας** σε κάθε καινούρια έκδοση, στα νέα ή στον επανασχεδιασμό του ιστοτόπου του Προγράμματος. Ένα γλωσσάριο της ευρωπαϊκής ορολογίας στα αγγλικά και ορισμένες άλλες εναλλακτικές μπορούν να βρεθούν στο σύνδεσμο http://ec.europa.eu/ipg/content/tips/tables/jargon_table_en.htm. Ελκυστικές, μικρές επικεφαλίδες και υπότιτλοι για τον ιστότοπο, καθώς και για τα νέα, αλλά και η χρήση εύληπτων τίτλων θα βοηθήσουν στην προσελκύση της προσοχής του χρήστη.
- **Ενσωμάτωση μηνυμάτων στο σύνολο της επικοινωνίας του Προγράμματος** –σε εισαγωγές, υπότιτλους, ενημερωτικά δελτία, μπροσούρες, εκδόσεις και στον ιστότοπο. Το Πρόγραμμα πρέπει να επωφεληθεί από την υποσυνείδητη επίδραση που επιτυγχάνεται από τη συνεχή επανάληψη βασικών φράσεων και λέξεων.
- **Χρήση τοπικών ΜΜΕ:** Το Πρόγραμμα «Ελλάδα-Κύπρος» θα μπορούσε να δώσει αφορμή για μία σειρά από αναλύσεις τοπικών δημοσιογράφων, οι οποίες θα ήταν δυνατό εν συνεχεία να αναρτηθούν στον ιστότοπο του Προγράμματος. Οι αναλύσεις θα δημιουργήσουν μια δεξαμενή ιδεών, που θα αφορά στα οφέλη του Προγράμματος στις επιλέξιμες περιοχές. Επίσης, άρθρα μπορούν να προβάλουν τη συνεισφορά της ΕΕ στην ανάπτυξη των περιφερειών.
- **Ο «κύκλος «Περιφέρειες – συνεργασία – άνθρωποι»:** Πρέπει να επιλέγονται χαρακτηριστικά οπτικά στοιχεία που να μεταφέρουν ένα μήνυμα. Στο πρώτο τετράμηνο του 2011 πρόκειται να εγκριθεί ένας σημαντικός αριθμός έργων που θα υλοποιήσουν τελικοί δικαιούχοι από όλες τις επιλέξιμες περιοχές

του Προγράμματος. Το Πρόγραμμα πρέπει να εκμεταλλευτεί το πλεονέκτημα της οπτικής επίπτωσης των δραστηριοτήτων του.

- Οι **Φωτογραφίες** δημιουργούν μια οπτική ταυτότητα του Προγράμματος και μεταφέρουν το μήνυμα αναφορικά στο τι είναι η Ευρωπαϊκή Εδαφική Συνεργασία: η πραγματική συνεργασία, που βελτιώνει τις ζωές πραγματικών ανθρώπων, καθώς και το περιβάλλον αυτών των ανθρώπων. Το Πρόγραμμα πρέπει να μπορεί να διηγηθεί μια ιστορία με μια φωτογραφία. Η ΔΑ/ΚΤΓ πρέπει να είναι σε θέση να ετοιμάσει «φωτοϊστορίες» και να τις χρησιμοποιήσει για την επικοινωνία της (ιστότοπος, ενημερωτικά δελτία, εκδόσεις) και να τις προσφέρει στους δικαιούχους για να τις έχουν στο δικό τους πληροφοριακό υλικό.
- **Στενότερη δικτύωση με τους δικαιούχους από επικοινωνιακής απόψεως:** Ξεκάθαροι κανόνες και κατευθυντήριες γραμμές που αφορούν την Πληροφόρηση και τη Δημοσιότητα για τους δικαιούχους βρίσκονται στο τελικό στάδιο εκπόνησης. Επιπλέον, όλα τα εργαλεία επικοινωνίας που μπορεί να έχουν ενδιαφέρον για ένα εξωτερικό ακροατήριο, θα μπορούσαν να προωθηθούν στους ιστότοπους περιφερειακών και τοπικών αρχών που συμμετέχουν στο Πρόγραμμα «Ελλάδα-Κύπρος»

5.ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Η Διαχειριστική Αρχή του Προγράμματος Διασυνοριακής Συνεργασίας «Ελλάδα-Κύπρος 2007-2013» επέλεξε την ενδοūπηρεσιακή «Αξιολόγηση των Μέτρων Επικοινωνίας και Δημοσιότητας», με στόχο να αυτοαξιολογήσει την εφαρμογή του Επικοινωνιακού Σχεδίου. Ο στόχος ήταν όχι μόνο να παρακολουθηθεί η εφαρμογή των επικοινωνιακών δραστηριοτήτων, αλλά και να αναγνωριστούν αδυναμίες, να γίνουν αντιληπτά τα βήματα που χρειάζεται να αναληφθούν στο μέλλον και να επιταχυνθεί η επίλυση των παρατηρηθέντων προβλημάτων. Η αξιολόγηση ήταν αντίστοιχη του βαθμού ενεργοποίησης και εφαρμογής του Προγράμματος.

Η Αξιολόγηση κατέληξε στο ότι το Επικοινωνιακό Σχέδιο εφαρμόστηκε με τρόπο που καθοδηγήθηκε από το βαθμό ενεργοποίησης και προόδου του Προγράμματος και την ανάγκη για ταχύτερη δράση σε προγραμματικό επίπεδο. Στο πλαίσιο αυτό η υλοποίηση του Επικοινωνιακού Σχεδίου μπορεί να θεωρηθεί αναλογικά ικανοποιητική. Δεδομένου ότι το Πρόγραμμα ενεργοποιήθηκε στην πράξη το 2011, με την επιλογή των πρώτων έργων, η πλήρης ενεργοποίηση του Επικοινωνιακού Σχεδίου μπορεί να θεωρείται βέβαιη εντός του 2011, αν και το πρώτο στάδιο εφαρμογής του Επικοινωνιακού Σχεδίου (γενικές πληροφορίες για το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα και τις δράσεις του, εναρκτήρια εκδήλωση) θα μπορούσε να θεωρηθεί πως ολοκληρώθηκε και το δεύτερο στάδιο (δημιουργία γνώσης για το πρόγραμμα και τις δράσεις του στις διάφορες κατηγορίες αποδεκτών, εύκολη πρόσβαση στις επιμέρους δράσεις και στις ευκαιρίες που προσφέρει, δημιουργία διάθεσης για συμμετοχή στις χρηματοδοτικές ευκαιρίες) βρίσκεται σε πλήρη εξέλιξη, αν και μεγάλο τμήμα του έχει υλοποιηθεί.

Γενικά, σε ότι αφορά στην επικοινωνία, το Πρόγραμμα κρίνεται ότι εξελίσσεται ικανοποιητικά και ότι οι επικοινωνιακοί στόχοι του θα επιτευχθούν πλήρως και εντός του χρονοδιαγράμματος που προβλέπεται στο Επικοινωνιακό Σχέδιο. Εν τούτοις έχει εντοπιστεί ένας αριθμός προβλημάτων και αδυναμιών (βλ. ανάλυση παραπάνω) και η ΔΑ/ΚΤΓ κινείται ήδη προς την επίλυση αυτών, ξεκινώντας από τη λήψη των βασικών ενεργειών που αναλύθηκαν παραπάνω.