

# **ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 2.2.1 – ΣΧΕΔΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ**

**(Deliverable 2.2.1 - The Project's Communication Policy)**

**του έργου:**

**“Support of Entrepreneurship in the Field of In-House Processing of  
Quality Farm Products in the Districts of Evros, Haskovo, Smolyan  
and Kardzhali” - “QUALFARM”**

*Με την συγχρηματοδότηση του Διασυνοριακού*

*Προγράμματος Συνεργασίας*

*Interreg V-A “Ελλάδα – Βουλγαρία 2014-2020”*

**2023**

## Περιεχόμενα

1.	ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	3
2.	ΠΛΑΙΣΙΟ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΣΤΟ ΕΡΓΟ QUALFARM.....	10
3.	ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ.....	13
4.	ΣΧΕΔΙΟ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ.....	27
5.	ΟΜΑΔΕΣ ΣΤΟΧΟΥ ΚΑΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΔΙΑΔΟΣΗΣ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ .....	30
6.	ΜΕΤΡΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΤΩΝ ΔΥΝΗΤΙΚΩΝ ΔΙΚΑΙΟΥΧΩΝ .....	32
7.	ΜΕΘΟΔΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ .....	34
8.	ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΚΑΙ ΔΡΑΣΕΙΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ .....	35
9.	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ.....	59
10.	ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	69
11.	ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΔΡΑΣΕΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ.....	71
12.	ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ.....	73
13.	ΠΡΟΤΥΠΑ ΕΓΓΡΑΦΑ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟ ΥΛΙΚΟ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ .....	75
14.	ΕΝΤΑΞΗ ΤΗΣ ΔΙΑΣΤΑΣΗΣ ΤΗΣ ΑΝΑΠΗΡΙΑΣ ΚΑΙ ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	79
15.	ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΣΧΕΔΙΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ .....	82

## 1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

### Γενικές Πληροφορίες για το Πρόγραμμα Interreg “Ελλάδα – Βουλγαρία 2014 – 2020”

Το Ευρωπαϊκό Εδαφικό Πρόγραμμα Συνεργασίας «Ελλάδα – Βουλγαρία 2014 – 2020» εγκρίθηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή στις 09/09/2015 με την Απόφαση C(2015)6283.

Ο συνολικός προϋπολογισμός (ΕΤΠΑ και Εθνική συνεισφορά) για το Ευρωπαϊκό Εδαφικό Πρόγραμμα Συνεργασίας «Ελλάδα – Βουλγαρία 2014 – 2020» ανέρχεται σε 130.262.836,00 ευρώ. Η συνολική χρηματοδότηση αποτελείται από 110.723.408 € (85%) χρηματοδότηση από το ΕΤΠΑ και 19.539.428 € (15%) Εθνική συνεισφορά.

Η επιλέξιμη περιοχή του Προγράμματος αποτελείται από την Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης (Νομοί Έβρου, Καβάλας, Ξάνθης, Ροδόπης και Δράμας) και η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας (Ν. Θεσσαλονίκης και Σερρών) στην Ελλάδα και η Περιφέρεια Νοτίου-Κεντρικού Σχεδιασμού και η Περιφέρεια Νοτίου-Δυτικού Σχεδιασμού Περιφέρεια (περιοχές Blagoevgrad, Smolyan, Kardjali και Haskovo) στη Βουλγαρία.



---

*Διασυνοριακή Περιοχή Συνεργασίας Ελλάδας – Βουλγαρίας της Προγραμματικής Περιόδου  
2014 - 2020*

Ο χώρος διασυνοριακής συνεργασίας Ελλάδας-Βουλγαρίας για την προγραμματική περίοδο 2014-2020 είναι πανομοιότυπος με το τρέχον πρόγραμμα ETC. Εκτείνεται σε 40.202 km<sup>2</sup> και έχει συνολικό πληθυσμό 2,7 εκατομμύρια κατοίκους. Καλύπτει τέσσερις εδαφικές ενότητες σε επίπεδο NUTS II (Περιφέρειες) και 11 εδαφικές μονάδες σε επίπεδο NUTS III (Περιφερειακές Ενότητες). Η επιλέξιμη περιοχή εκτείνεται σε όλα τα Ελληνοβουλγαρικά σύνορα και γειτνιάζει με την Τουρκία (ανατολικά) και την Δημοκρατία της Βόρειας Μακεδονίας (δυτικά), δύο χώρες που φιλοδοξούν να αποκτήσουν πρόσβαση στην ΕΕ. Αποτελεί τμήμα της πιο νοτιοανατολικής μη νησιωτικής περιοχής της ΕΕ και βρίσκεται ανάμεσα σε τρεις θάλασσες: τη Μαύρη Θάλασσα, τη Μεσόγειο Θάλασσα και το Ιόνιο-Αδριατική Θάλασσα. Τέλος, βρίσκεται στο σταυροδρόμι στρατηγικών αγωγών ορυκτών καυσίμων που τροφοδοτούν την αγορά της ΕΕ και τους ευρωπαϊκούς άξονες μεταφορών.

Η οικιστική δομή της περιοχής χαρακτηρίζεται από την παρουσία 10 μεσαίων-μεγάλων πόλεων (>50.000 κάτοικοι) που συγκεντρώνουν το 38,2% του συνολικού πληθυσμού και 25 μικρών πόλεων (10.000-50.000 κάτοικοι).

Παρά τα ιστορικά σχετικά μικρά ποσά των κονδυλίων που διατέθηκαν, υπάρχει μακρά ιστορία συνεργασίας στην επιλέξιμη περιοχή, η οποία ξεκίνησε με την κοινοτική πρωτοβουλία INTERREG I (1989-1993).

Οι άξονες προτεραιότητας του Προγράμματος είναι:

ΑΠ 1: Προώθηση της ανταγωνιστικότητας και της επιχειρηματικότητας στην διασυνοριακή περιοχή

ΑΠ 2: Βιώσιμη και κλιματικά προσαρμόσιμη διασυνοριακή περιοχή

ΑΠ 3: Καλύτερη διασύνδεση στην διασυνοριακή περιοχή

ΑΠ 4: Διασυνοριακή περιοχή χωρίς κοινωνικούς αποκλεισμούς

ΑΠ 5: Τεχνική Βοήθεια

## Το έργο “QUALFARM” και οι κύριοι στόχοι του

Ο γενικός και κύριος στόχος του έργου είναι να ενεργοποιήσει την καινοτόμο επιχειρηματικότητα στον τομέα της ποιοτικής επεξεργασίας αγροτικών προϊόντων, με ιδιαίτερη έμφαση στην «in-house» επεξεργασία, δηλαδή σε αγροκτήματα ή μικρά εργαστήρια. Αυτό θα επιτευχθεί μέσω της παροχής εκπαίδευσης, κατάρτισης και προσωπικής καθοδήγησης σε θέματα καινοτομίας, μάρκετινγκ, ασφάλειας τροφίμων και branding από εξειδικευμένες δομές υποστήριξης επιχειρήσεων που θα δημιουργηθούν στις εγκαταστάσεις των δικαιούχων του έργου QUALFARM.

Η καινοτομία και ο διασυνοριακός χαρακτήρας του έργου έγκειται στα ακόλουθα:

(α) Δημιουργεί εξειδικευμένες δομές υποστήριξης.

(β) Υιοθετεί μια συγκεκριμένη διασυνοριακή προσέγγιση σε μια προσπάθεια να δημιουργήσει μια ξεχωριστή ταυτότητα όσον αφορά τα ποιοτικά αγροτικά προϊόντα.

(γ) Υιοθετεί μια βιώσιμη προσέγγιση στη στήριξη των επιχειρήσεων μέσω της δημιουργίας του διασυνοριακού δικτύου QUALFARM.

(δ) Υιοθετεί την προσέγγιση LEADER, η οποία συνδέεται με την τοπική ενδυνάμωση μέσω της ανάπτυξης τοπικής στρατηγικής και της κατανομής πόρων.

Το κύριο εργαλείο για την εφαρμογή της προσέγγισης LEADER στη χωρική ανάπτυξη και τη συμμετοχή τοπικών εκπροσώπων στη λήψη αποφάσεων είναι οι Τοπικές Ομάδες Δράσης (ΤΟΔ). Προς το σκοπό αυτό, το δίκτυο QUALFARM θα επιδιώξει την ενεργό συμμετοχή όλων των ενδιαφερομένων, θα εμπλέξει όλα τα τμήματα της τοπικής κοινότητας και θα δημιουργήσει ένα μακροπρόθεσμο αναπτυξιακό σχέδιο και συνεργασία για την “in-house” επεξεργασία αγροτικών προϊόντων στην διασυνοριακή περιοχή QUALFARM και θα δημιουργήσει τέσσερα Γραφεία Υποστήριξης Επιχειρήσεων εντός των εγκαταστάσεων των τεσσάρων δικαιούχων του έργου. Οι δραστηριότητες του έργου καλύπτουν τις αγροτικές περιοχές του Έβρου (Ελλάδα), του Χάσκοβο, του Σμόλιαν και του Κάρτζαλι (Βουλγαρία). Οι παραπάνω δομές υποστήριξης θα είναι υπεύθυνες για την παροχή καθοδήγησης, κατάρτισης και συνεχούς υποστήριξης, με στόχο την ενεργοποίηση της καινοτόμου επιχειρηματικότητας και την υποστήριξη της υπάρχουσας στον τομέα της μεταποίησης γεωργικών προϊόντων, με ιδιαίτερη έμφαση στη μικρής κλίμακας “in-house” επεξεργασία τοπικών ποιοτικών προϊόντων, που παράγονται από μικρές εκμεταλλεύσεις και από τα πιο δυναμικά τμήματα του αγροτικού πληθυσμού (γυναίκες, νέοι πτυχιούχοι κ.λπ.). Οι τελικοί χρήστες των δραστηριοτήτων του έργου περιλαμβάνουν αγρότες και μέλη αγροτικών νοικοκυριών, καθώς και ΜΜΕ που δραστηριοποιούνται στον αγροδιατροφικό κλάδο. Η βασική ιδέα του έργου και η εταιρική σχέση αναπτύχθηκαν με βάση την εμπειρία των συμμετεχόντων (στο QUALFARM) Τοπικών Ομάδων Δράσης (ΤΟΔ), οι οποίες έδειξαν ότι η

---

επιχειρηματικότητα στις αγροτικές περιοχές παρεμποδίζεται από ορισμένες κοινές προκλήσεις, και συγκεκριμένα:

- (α) Δυσκολίες στην απόκτηση χρηματοδότησης
- (β) Περιορισμένη πρόσβαση των επιχειρηματιών στην επιχειρηματική τεχνογνωσία
- (γ) Περιορισμένη πρόσβαση σε πληροφορίες και επαφές
- (δ) Έλλειψη υπηρεσιών υποστήριξης
- (ε) Έλλειψη πρόσβασης/τεχνογνωσίας σχετικά με τεχνολογίες εξοικονόμησης κόστους και
- (στ) Ανεπαρκείς δεξιότητες.

---

## Οι ειδικοί στόχοι του έργου “QUALFARM”

Οι ειδικοί στόχοι του έργου περιλαμβάνουν:

- Την ενίσχυση των δεξιοτήτων των αγροτών και των υφιστάμενων οικιακών επιχειρήσεων μεταποίησης γεωργικών προϊόντων στους τομείς της ποιότητας, της καινοτομίας και του μάρκετινγκ.
- Την περαιτέρω τόνωση της επιχειρηματικότητας στον τομέα της “in-house” επεξεργασίας αγροτικών προϊόντων μέσω καθοδήγησης και εξατομικευμένης υποστήριξης.
- Τη δημιουργία και προώθηση μιας ξεχωριστής διασυνοριακής αγοράς γεωργικών προϊόντων.
- Τη δημιουργία μόνιμων δομών υποστήριξης για τον αγροδιατροφικό τομέα και ιδιαίτερα τον τομέα της εσωτερικής μεταποίησης αγροτικών προϊόντων.
- Την ευαισθητοποίηση του γενικού πληθυσμού σε θέματα ποιότητας και ασφάλειας των τροφίμων.
- Την ανταλλαγή βέλτιστων πρακτικών σε διασυνοριακό επίπεδο και τη διευκόλυνση της βιώσιμης συνεργασίας μεταξύ των ενδιαφερομένων μερών του έργου.
- Την συμβολή στην επίτευξη των στόχων των Εθνικών Προγραμμάτων Αγροτικής Ανάπτυξης στην Ελλάδα και τη Βουλγαρία.
- Την υποστήριξη στην επίτευξη των στόχων των Προγραμμάτων Περιφερειακής Ανάπτυξης στις περιοχές των δικαιούχων του έργου.

## Τα αναμενόμενα αποτελέσματα και παραδοτέα του έργου “QUALFARM”

Τα κύρια παραδοτέα του έργου που θα αναπτυχθούν με βάση τις δράσεις του έργου (εξαιρουμένης της διαχείρισης και της επικοινωνίας) είναι τα ακόλουθα:

- Τέσσερα (4) Τοπικά Γραφεία Υποστήριξης Επιχειρήσεων (Ορεστιάδα, Προβατώνας, Harmanli, Kirkovo)
- Ένας (1) Οδηγός προώθησης και μάρκετινγκ για εσωτερικά επεξεργασμένα αγροτικά προϊόντα.
- Μία (1) Μελέτη του Ιστορικού και των Προοπτικών της διασυνοριακής περιοχής για την “in-house” επεξεργασία Αγροτικών Προϊόντων.
- Ένας (1) Οδηγός για αρχάριους για την “in-house” επεξεργασία αγροτικών προϊόντων.
- Ένας (1) διασυνοριακός Οδηγός για τα εσωτερικά επεξεργασμένα γεωργικά προϊόντα.
- Τέσσερις (4) Συνεχείς Συμβουλευτικές Συνεδρίες για Επιχειρήσεις στα Τοπικά Γραφεία Υποστήριξης Επιχειρήσεων (Ορεστιάδα, Προβατώνας, Harmanli, Kirkovo).
- Τέσσερις (4) Συνεχείς Συνεδρίες Καθοδήγησης για την έναρξη “in-house” Επεξεργασίας Αγροτικών Προϊόντων (Ορεστιάδα, Προβατώνας, Harmanli, Kirkovo).
- Τέσσερις (4) Εκπαιδευτικές Συνεδρίες σε Θέματα Καινοτομίας (Ορεστιάδα, Προβατώνας, Harmanli, Zlatograd).
- Τέσσερις (4) Εκπαιδευτικές Συνεδρίες σε Θέματα Ποιότητας (Ορεστιάδα, Προβατώνας, Harmanli, Zlatograd).
- Τέσσερα (4) Τοπικά Σεμινάρια Ευαισθητοποίησης (Ορεστιάδα, Προβατώνας, Harmanli, Kirkovo).
- Ένα (1) Εναρκτήριο Συνέδριο στην Ορεστιάδα.
- Ένα (1) Τελικό Συνέδριο στο Kirkovo.
- Μία (1) διασυνοριακή Αγορά Αγροτών QUALFARM στο Harmanli.
- Μία (1) διασυνοριακή Αγορά Αγροτών QUALFARM στην Ορεστιάδα.
- Δύο (2) Επισκέψεις Μελέτης Βούλγαρων Αγροτών στην Ελλάδα (Ορεστιάδα και Προβατώνα).
- Δύο (2) Επισκέψεις Μελέτης Ελλήνων Αγροτών στη Βουλγαρία (Harmanli και Kirkovo - Zlatograd).

Το κύριο αποτέλεσμα του έργου είναι η δημιουργία των τεσσάρων (4) Τοπικών Γραφείων Υποστήριξης Επιχειρήσεων, αποτέλεσμα που συνδέεται άμεσα με τον κύριο στόχο του έργου, που είναι η ανάπτυξη καινοτόμου και ποιοτικής επιχειρηματικότητας στον τομέα της μεταποίησης αγροτικών προϊόντων, με ιδιαίτερη έμφαση στην “in-house” επεξεργασία αγροτικών προϊόντων, δηλαδή σε αγροκτήματα ή μικρά εργαστήρια.



### Το εταιρικό σχήμα του έργου «QUALFARM»

Η σύμπραξη του Έργου περιλαμβάνει τέσσερις (4) δικαιούχους που προέρχονται από δύο (2) χώρες (Ελλάδα και Βουλγαρία). Η σύμπραξη «QUALFARM» φαίνεται στον παρακάτω πίνακα:

Χώρα	Σήμανση Δικαιούχου Έργου	Ταυτότητα Δικαιούχων Έργου
Ελλάδα	LB	Εταιρεία Έρευνας και Ανάπτυξης Βορείου Έβρου
	PB2	Δημοσυνεταιριστική Έβρου
Βουλγαρία	PB3	LAG Harmanli
	PB4	LAG Kirkovo -Zlatograd

## 2. ΠΛΑΙΣΙΟ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΣΤΟ ΕΡΓΟ QUALFARM

### Η γενική επικοινωνιακή στρατηγική του Έργου

Οι δραστηριότητες επικοινωνίας και διάδοσης είναι εκείνες που σχετίζονται με την εμφάνιση του Έργου στον «έξω κόσμο». Επικοινωνία σημαίνει παροχή πληροφοριών για το έργο σε πολλαπλά κοινά, ενώ διάδοση σημαίνει παροχή πληροφοριών σχετικά με τα αποτελέσματα του έργου σε συγκεκριμένα κοινά. Η επικοινωνία του Έργου πρέπει να βασίζεται σε μια γενική επικοινωνιακή στρατηγική, η οποία αναπτύσσεται στην ενότητα αυτή.

Μια επικοινωνιακή στρατηγική είναι η βίβλος του σχεδίου επικοινωνίας. Εξασφαλίζει ότι οι προσπάθειες επικοινωνίας βοηθούν στην επίτευξη των στόχων του Έργου και ότι είναι συντονισμένες και αποτελεσματικές. Βοηθάει, επίσης, να διευκρινιστεί τι απαιτείται από πλευράς προσωπικού, χρόνου και πόρων, καθώς και τον τρόπο χρήσης τους.

Μια επικοινωνιακή στρατηγική παρέχει, επίσης, μια συνολική άποψη για επικοινωνιακούς στόχους και πώς το Έργο σχεδιάζει να τους επιτύχει, ενώ το Σχέδιο Επικοινωνίας περιγράφει πώς, πότε και από ποιόν θα υλοποιηθούν οι δραστηριότητες που ορίζονται στη επικοινωνιακή στρατηγική.

Η ανάπτυξη της επικοινωνιακής στρατηγικής του Έργου περιλαμβάνει τα εξής βήματα:

- Βήμα 1<sup>ο</sup>: Προσδιορισμός και ανάλυση των ομάδων – στόχων του Σχεδίου Επικοινωνίας, όπως ενδεικτικά:
  - Πραγματικοί ή δυνητικοί ωφελούμενοι του Έργου
  - Δικαιούχοι του Έργου
  - Τοπικές, Περιφερειακές και Εθνικές αρχές και Ευρωπαϊκοί θεσμοί
  - Οργανισμοί και φορείς δικτύωσης
  - Γενικό κοινό (πολίτες)
  - Ακαδημαϊκοί φορείς, φορείς καινοτομίας και τεχνολογικής ανάπτυξης
  - Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις, οργανώσεις της Κοινωνίας των Πολιτών κτλ
  - Φορείς όπως η Κοινή Γραμματεία και η Διαχειριστική Αρχή του Προγράμματος κ.ά.

Είναι επίσης σημαντικό, να γίνει διάκριση μεταξύ των πρωταρχικών ομάδων – στόχων του Σχεδίου Επικοινωνίας και των δευτερευόντων ομάδων – στόχων.

- Βήμα 2<sup>ο</sup>: Καθορισμός των βασικών στόχων του Σχεδίου Επικοινωνίας, όπως ενδεικτικά:

- Ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας και των γνώσεων των δυνητικών ωφελουμένων του Έργου για τις δράσεις και τις διαδικασίες συμμετοχής τους σε αυτές
- Ενίσχυση των απαιτούμενων γνώσεων και δεξιοτήτων των δικαιούχων του Έργου για την επιτυχημένη υλοποίηση των δράσεών του
- Ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας του Έργου στον γενικό πληθυσμό και της συμβολής της Ευρωπαϊκής Ένωσης στην ανάπτυξη και υποστήριξη της περιοχής παρέμβασης του Έργου
- Βήμα 3<sup>ο</sup>: Καθορισμός των καναλιών επικοινωνίας, όπως ενδεικτικά:
  - Ιστοσελίδα και μέσα κοινωνικής δικτύωσης του Έργου
  - Τοπικός και Εθνικός τύπος και ΜΜΕ
  - Διανομή έντυπου ενημερωτικού/προωθητικού υλικού

Η εξειδίκευση των παραπάνω βημάτων δίνεται αναλυτικά στα κεφάλαια που ακολουθούν.

Οι δραστηριότητες επικοινωνίας θα πρέπει να σχεδιάζονται σωστά και η επικοινωνία πρέπει να επικεντρωθεί στην ανάδειξη του ρόλου της Ευρωπαϊκής Ένωσης ως Δικαιούχου και στα επιτεύγματα και τον αντίκτυπο των δράσεων που πραγματοποιούνται. Οι διοικητικές ή διαδικαστικές ενέργειες στο πλαίσιο του Έργου δεν θεωρούνται ως επικοινωνιακές δραστηριότητες. Προκειμένου να μεγιστοποιηθεί ο αντίκτυπο των επικοινωνιακών δραστηριοτήτων, θα πρέπει να ληφθούν υπόψη τα ακόλουθα:

- Οι επικοινωνιακές δραστηριότητες πρέπει να είναι έγκαιρες.
- Οι πληροφορίες που χρησιμοποιούνται πρέπει να είναι ακριβείς.
- Οι δραστηριότητες πρέπει να στοχεύουν στο σωστό κοινό.
- Τα μηνύματα πρέπει να είναι ενδιαφέροντα για το κοινό - στόχο.
- Οι δραστηριότητες θα πρέπει να είναι κατάλληλες σε ότι αφορά τους πόρους που δαπανώνται και τον αναμενόμενο αντίκτυπο.

Ωστόσο, θα πρέπει επίσης να υπάρχει περιθώριο σε οποιοδήποτε σχέδιο πληροφόρησης και δημοσιότητας για να αδράξουμε μια καλή ευκαιρία. Μια καλή επικοινωνιακή στρατηγική αντανάκλα την ικανότητα χρήσης απροσδόκητων ευκαιριών προς όφελος του Έργου. Σε ορισμένες περιπτώσεις, αυτές οι ευκαιρίες μπορεί να είναι εξίσου σημαντικές με τις προγραμματισμένες/προγραμματισμένες ενέργειες και μπορεί επίσης να είναι δωρεάν. Όπου, λοιπόν, προκύπτουν τέτοιες ευκαιρίες, πρέπει να αξιοποιούνται.

Ένα ειδικό Πακέτο Εργασίας (ΠΕ2) στα Έργα του Προγράμματος Συνεργασίας Interreg V-A «Ελλάδα – Βουλγαρία 2014 – 2020» προβλέπει την εκπόνηση μια στρατηγικής πληροφόρησης και δημοσιότητας, με τα εξής ειδικά αντικείμενα:

- 1) τη βασική δομή του Σχεδίου Επικοινωνίας του Έργου (χρονοδιάγραμμα, ορόσημα κ.λπ.),
- 2) τις ενέργειες ενημέρωσης και δημοσιότητας του Έργου που πρέπει να πραγματοποιηθούν (όπως ιστοσελίδα, εκδηλώσεις, διαφημιστικό υλικό κ.λπ.),
- 3) τα μέσα επικοινωνίας που θα χρησιμοποιηθούν για τη διάδοση των παραδοτέων, των αποτελεσμάτων και των επιτευγμάτων του Έργου (όπως μέσα κοινωνικής δικτύωσης, φυλλάδια, διαφημιστικό υλικό κ.λπ.) και
- 4) την καταγραφή του τρόπου με τον οποίο τα αναμενόμενα αποτελέσματα του Έργου θα προβληθούν σε εθνικό ή/και σε περιφερειακό επίπεδο.

Με βάση τα παραπάνω, οι κατάλληλες ενέργειες πληροφόρησης και δημοσιότητας θα σχεδιαστούν, συμπεριλαμβανομένων των υποχρεωτικών αποτελεσμάτων του Έργου, όπως περιγράφεται παρακάτω. Ωστόσο, οι δράσεις πληροφόρησης και δημοσιότητας πρέπει να είναι σε αναλογία με το επίπεδο της διαθέσιμης χρηματοδότησης και το επίπεδο λεπτομέρειας πρέπει να είναι προσαρμοσμένο στην φύση, την έκταση και το κόστος των προβλεπόμενων επικοινωνιακών δράσεων.

Η στρατηγική πληροφόρησης και δημοσιότητας εγγυάται ότι η πληροφόρηση και η δημοσιότητα αποτελούν αναπόσπαστο μέρος οποιουδήποτε Έργου που χρηματοδοτείται από το Πρόγραμμα Συνεργασίας Interreg V-A «Ελλάδα – Βουλγαρία 2014 – 2020» σε όλη τη διάρκεια του κύκλου ζωής του Έργου. Οι δικαιούχοι του Έργου θα σχεδιάσουν τη διάθεση των σχετικών ανθρώπινων και οικονομικών πόρων και θα τους καταναείμουν τις σχετικές αρμοδιότητες μεταξύ των δικαιούχων,

Ο στόχος της στρατηγικής πληροφόρησης και δημοσιότητας είναι να αυξήσει την ευαισθητοποίηση του ευρύτερου κοινού ή/και ειδικού κοινού που ανήκει στις ομάδες στόχους του Έργου. Επιπλέον, η διαφάνεια των δράσεων που υλοποιούνται και τα κεφάλαια της Ευρωπαϊκής Ένωσης που χρησιμοποιούνται για χρηματοδότηση είναι εγγυημένα. Τέλος, η εφαρμογή μιας στρατηγικής πληροφόρησης και δημοσιότητας διασφαλίζει ότι τα επιτευχθέντα αποτελέσματα διαχέονται ευρέως και κεφαλαιοποιούνται από τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής και τους ενδιαφερόμενους φορείς στην επιλέξιμη περιοχή. Εκτός από τους παραπάνω γενικούς στόχους, το Έργο μπορεί να καθορίζει ειδικούς στόχους στη δική του Στρατηγική Πληροφόρησης και Επικοινωνίας, σύμφωνα με τα περιεχόμενα του Έργου.

Για οποιεσδήποτε διευκρινίσεις σε όλα τα στάδια, συνιστάται να συμβουλευόμαστε τον Υπεύθυνο Επικοινωνίας του Προγράμματος Συνεργασίας Interreg V-A Πρόγραμμα Συνεργασίας «Ελλάδα – Βουλγαρία 2014 – 2020».

### 3. ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ

#### Τοποθέτηση, βασικές έννοιες και μηνύματα του έργου “QUALFARM”

##### a) Τοποθέτηση και βασικές έννοιες της επικοινωνίας

Η τοποθέτηση της επικοινωνίας του έργου είναι η βάση πάνω στην οποία θα οικοδομηθεί η επικοινωνιακή στρατηγική και θα καθοριστούν τα επιμέρους χαρακτηριστικά των δράσεων δημοσιότητας. Πιο συγκεκριμένα:

- Η Οικοτεχνία παρέχει τη δυνατότητα σε παραγωγούς και κτηνοτρόφους να ενισχύσουν την προστιθέμενη αξία των προϊόντων τους μέσα από την μεταποίηση και τυποποίησή τους.
- Η εκπαίδευση, κατάρτιση και προσωποποιημένη καθοδήγηση των νέων αγροτών, των γυναικών και των νέων πτυχιούχων της διασυνοριακής περιοχής σε θέματα οργάνωσης και καινοτομίας των οικοτεχνικών μονάδων, είναι πολύ σημαντικός και κρίσιμος παράγοντας για την ανάπτυξη της Οικοτεχνίας στις περιοχές παρέμβασης του έργου “Qualfarm”.
- Το έργο “Qualfarm” στοχεύει στην προσέλκυση ενδιαφερομένων και την υποστήριξή τους για την αντιμετώπιση παραγόντων που δυσχεραίνουν τη δραστηριοποίησή τους στον κλάδο της Οικοτεχνίας, όπως η δυσκολία στην πρόσβαση χρηματοδότησης, η περιορισμένη πρόσβαση σε επιχειρηματική τεχνογνωσία και πληροφόρηση, η έλλειψη σχετικών δεξιοτήτων κτλ.
- Το έργο “Qualfarm” θα δημιουργήσει σταθερές δομές υποστήριξης των ενδιαφερομένων σε θέματα Οικοτεχνίας και θα δημιουργήσει υλικό υποστήριξης και εκπαίδευσης σε αντίστοιχα θέματα.
- Το έργο “Qualfarm” θα δημιουργήσει ένα δίκτυο οικοτεχνικών επιχειρήσεων, τοπικών φορέων και επιχειρήσεων και ενδιαφερομένων για δραστηριοποίηση στον κλάδο της οικοτεχνίας στην διασυνοριακή περιοχή.

Θα πρέπει να προετοιμαστεί ένας αριθμός βασικών Ερωτήσεων και Απαντήσεων (Q&A) σχετικά με την οικοτεχνία, το υφιστάμενο θεσμικό πλαίσιο για την δραστηριοποίηση στον κλάδο της οικοτεχνίας και τις προοπτικές – δυνατότητες που παρουσιάζονται, υπογραμμίζοντας την αναγκαιότητα και την αξία του έργου. Η γλώσσα που θα χρησιμοποιηθεί σε όλο το υλικό επικοινωνίας θα είναι απλή και εύκολα κατανοητή, χωρίς περίπλοκους επιστημονικούς όρους και με δημοφιλείς, ήπιες εκφράσεις και θετικά μηνύματα, που ενισχύουν την αποδοχή και την προθυμία συμμετοχής.

Τα μηνύματα θα επικεντρωθούν στα οφέλη που προκύπτουν από το έργο για όλους αλλά και ειδικά για τους δυνητικούς ενδιαφερόμενους (αγρότες γενικά, γυναίκες, νέους αγρότες και επιστήμονες κτλ) στη διασυνοριακή περιοχή. Ο σχεδιασμός όλου του υλικού

επικοινωνίας θα πρέπει να είναι απλός, καθαρός, μοντέρνος με οικολογικά χαρακτηριστικά (χρώματα, γραμματοσειρές κ.λπ.).

Η βασική ιδέα της επικοινωνίας του έργου είναι η ανάδειξη της αξίας της οικοτεχνίας και των προοπτικών – δυνατοτήτων του κλάδου: ***Δώσε αξία στα προϊόντα σου, αξιοποίησε τα σύγχρονα εργαλεία για την παραγωγή και την προώθησή τους, δημιούργησε μια επιτυχημένη παραγωγική μονάδα!***

#### b) Μηνύματα Επικοινωνίας

Ένα μήνυμα είναι μια απλή και σαφής ιδέα που λειτουργεί ως κατευθυντήρια αρχή για όλα τα είδη επικοινωνίας – από το περιεχόμενο αφισών, φυλλαδίων, φυλλαδίων και ιστοσελίδων μέχρι την ατζέντα για μια συνέντευξη στα μέσα ενημέρωσης, μέχρι συνομιλίες με ενδιαφερόμενα μέρη κ.λπ. Ο προσδιορισμός και η εισαγωγή του βασικού μηνύματος, γύρω από το οποίο θα εξελιχθούν οι επικοινωνιακές δραστηριότητες, είναι μια σημαντική πρόκληση για το Σχέδιο Επικοινωνίας και Διάδοσης. Αυτό συμβαίνει γιατί ένα μήνυμα πρέπει να είναι:

- Σύντομο
- Ελκυστικό
- Εύκολο στην ανάκληση
- Σύμφωνο με το πραγματικό αντικείμενο του έργου.

Λαμβάνοντας υπόψη όλες αυτές τις προϋποθέσεις, έχουν επινοηθεί τρία πιθανά βασικά μηνύματα για την επικοινωνία του έργου “QUALFARM”:

- Βασικό μήνυμα επικοινωνίας: ***“Δώσε αξία στα προϊόντα σου! Δημιούργησε μια επιτυχημένη οικοτεχνική μονάδα!”*** στα Ελληνικά. Αυτό το μήνυμα υπογραμμίζει τους γενικούς στόχους του έργου και στέλνει ένα σαφές μήνυμα για την προστιθέμενη αξία του έργου για τους ενδιαφερόμενους και τους εμπλεκόμενους στην οικοτεχνία στη διασυνοριακή περιοχή
- Δευτερεύοντα μηνύματα επικοινωνίας:
  - ***“Καινοτομία και εκσυγχρονισμός στην υπηρεσία της οικοτεχνίας”***
  - ***“Μικρή παραγωγή, μεγάλη υπεραξία!”*** Τα δευτερεύοντα μηνύματα υπογραμμίζουν την αξία της εισαγωγής καινοτόμων και σύγχρονων μεθόδων παραγωγής και προώθησης των προϊόντων των οικοτεχνικών μονάδων στην βελτιστοποίηση της υπεραξίας τους και την επιτυχημένη και βιώσιμη ανάπτυξή τους.

## Οπτική ταυτότητα έργου “Qualfarm”

### Το λογότυπο του Προγράμματος Interreg:

Η δημιουργία μιας οπτικής ταυτότητας αυξάνει την προβολή και την αναγνώριση κάθε Έργου. Αυτή η οπτική ταυτότητα περιλαμβάνει π.χ. τον ορισμό συμβόλων, μορφών, χρωμάτων και άλλων στοιχείων ενός διακριτικού τίτλου όπως ένα λογότυπο, ένα αρκτικόλεξο που σχετίζεται με το πλήρες όνομα του Έργου και σε ορισμένες περιπτώσεις επίσης ένα μότο (δηλαδή μια σύντομη δήλωση για την έκφραση της κύριας ιδέας του Έργου). Το λογότυπο του Έργου αποτελεί ουσιαστικό μέρος της οπτικής ταυτότητας και θα χρησιμοποιείται σε όλα τα παραδοτέα και τα αποτελέσματα του Έργου. Η χρήση ενός μότο είναι προαιρετική, ωστόσο συνιστάται έντονα.

Τα προγράμματα Ευρωπαϊκής Εδαφικής Συνεργασίας έχουν ενώσει τις ενέργειές τους υπό ένα εναρμονισμένο οπτικό σήμα και μια κοινή επωνυμία που μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε κάθε γλώσσα: Interreg. Το Interreg είναι πλέον ο διακριτικός τίτλος για την Ευρωπαϊκή Εδαφική Συνεργασία και πρέπει να χρησιμοποιείται δημόσια όσο το δυνατόν ευρύτερα.

Αυτό επιτρέπει στους εμπλεκόμενους φορείς στο Interreg να επωφεληθούν ο ένας από τον άλλο στην επικοινωνία τους, τόσο για να προσελκύσουν δικαιούχους των έργων, όσο και να κάνουν ορατά τα έργα. Ο ενιαίος διακριτικός τίτλος “Interreg” προσφέρει μεγαλύτερη ορατότητα για το ίδιο το Interreg σε όλα τα επίπεδα και στο ευρύτερο κοινό, αποδεικνύοντας ότι το Interreg κάνει την διαφορά τόσο σε τοπικό όσο και σε ευρωπαϊκό επίπεδο, παρέχοντας μεγάλης κλίμακας αποδείξεις ότι η συνεργασία στην Ευρώπη φέρνει τους ανθρώπους πιο κοντά, κάνει τις οικονομίες πιο δυνατές και συμβάλλει στην καλύτερη διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος.

Στο πλαίσιο αυτό, για την προγραμματική περίοδο 2014 – 2020, το Πρόγραμμα Συνεργασίας Interreg V-A «Ελλάδα – Βουλγαρία 2014 – 2020» έχει υιοθετήσει ένα λογότυπο του Προγράμματος που έχει σχεδιαστεί σύμφωνα με το Εγχειρίδιο Σχεδίασης Επωνυμίας του Interreg.



## Το λογότυπο του Έργου “QUALFARM”:

Τα έργα που χρηματοδοτούνται στο πλαίσιο του Προγράμματος Συνεργασίας Interreg V-A «Ελλάδα – Βουλγαρία 2014 – 2020» πρέπει επίσης να ακολουθούν την κοινή διαδικασία επωνυμίας, ακολουθώντας τις οδηγίες που δίνονται στο Εγχειρίδιο Manual Interreg Brand Design (<https://rb.gy/ppf1pj>)

Τα έργα μπορούν να χρησιμοποιήσουν μία από τις ακόλουθες δύο επιλογές για τα λογότυπά τους:

α) την απλοποιημένη έκδοση του λογότυπου του έργου



**Βασική μονάδα:** Η βασική μονάδα που χρησιμοποιείται για τον ορισμό της σύνθεσης του λογότυπου είναι το πλάτος του γράμματος “e”.

**Σημαία Ευρωπαϊκής Ένωσης:** Ο χώρος μεταξύ του λογότυπου και της ευρωπαϊκής σημαίας ισούται με τα 3/4 της βασικής μονάδας. Το ύψος της σημαίας είναι το ίδιο με το γράμμα “i”.

**Όνομα προγράμματος (Programme Name):** Για τις προδιαγραφές ονόματος προγράμματος, ανατρέξτε στην ενότητα 2.2.1 αυτού του εγχειριδίου Information and Publicity Guidebook for Project Beneficiaries του Προγράμματος Συνεργασίας Interreg “Ελλάδα – Βουλγαρία 2014 – 2020”.

**Όνομα Έργου (Project Name):** Το όνομα του Έργου (ακρωνύμιο) αναγράφεται κάτω από το όνομα του Προγράμματος σε γραμματοσειρά Montserrat Regular, σε ύψος που είναι ίδιο με το όνομα του προγράμματος με περιθώριο γραμμάτων -20. Η απόσταση από τη γραμμή βάσης του ονόματος Προγράμματος έως το ύψος του ανώτατου ορίου του ονόματος Έργου είναι το 1/2 της βασικής μονάδας. Το χρώμα του ονόματος του Έργου (ακρωνύμιο) πρέπει



να ταιριάζει με το χρώμα του κύριου θεματικού στόχου του Έργου, όπως προσδιορίζεται στον πίνακα παρακάτω.

	Thematic objective	Pantone	CMYK	HEX	RGB
	Research and innovation	109 U	0/24/93/0	#fdc608	253/198/8
	Information and communication technologies	2716 U	41/30/0/0	#a3add8	163/173/216
	Competitiveness of SMEs	3115 U	71/0/19/0	#1cb8cf	28/184/207
	Low-carbon economy	347 U	81/13/76/1	#159961	21/153/97
	Combating climate change	206 U	4/86/43/0	#e34063	227/64/99
	Environment and resource efficiency	382 U	49/0/99/0	#98c222	152/194/34
	Sustainable transport	Cool Gray U 9	46/37/34/15	#8a898c	138/137/140
	Employment and mobility	1665 U	2/71/72/0	#ea6647	234/102/71
	Better education, training	515 U	11/44/0/0	#e0a6cc	224/166/204
	Social inclusion	513 U	43/70/12/0	#a36298	163/98/152
	Better public administration	3145 U	87/32/35/16	3c7486	60/116/134

**ΕΤΠΑ (ERDF – European Regional Development Fund):** Το λογότυπο υπάρχει και σε έκδοση με γραμμένο το κείμενο «Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης» κάτω από αυτό. Το ύψος αυτής της γραμμής είναι το ίδιο όπως για την «Ευρωπαϊκή Ένωση» κάτω από τη σημαία. Αυτή η έκδοση του λογότυπου πρέπει να επιλεγεί εάν η διατύπωση «Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης» δεν αναγράφεται πουθενά αλλού στη σελίδα όπου εμφανίζεται το λογότυπο. Συνιστάται τα έργα να χρησιμοποιούν αυτήν την έκδοση του λογότυπου για να εξασφαλίσουν την αναφορά στο ΕΤΠΑ.

**Ελεύθερος χώρος:** Γύρω από το λογότυπο πρέπει να υπάρχει ένας ελεύθερος χώρος τουλάχιστον μιας βασικής μονάδας σε ύψος και πλάτος. Σε αυτήν την περιοχή δεν πρέπει να τοποθετούνται άλλα γραφιστικά στοιχεία ή λογότυπα. Ομοίως, το ½ αυτής της ζώνης πρέπει να τηρείται για την απόσταση τοποθέτησης από τα περιθώρια της σελίδας. Αυτή η

περιοχή καθαρού χώρου είναι ο ελάχιστος ελεύθερος χώρος – συνιστάται να αυξάνεται αυτός ο χώρος όπου είναι δυνατόν.

β) τη συνδυασμένη έκδοση ενός λογότυπου έργου επιπλέον του λογότυπου Interreg.



**Βασική μονάδα:** Η βασική μονάδα που χρησιμοποιείται για τον ορισμό των χώρων είναι το πλάτος του γράμματος "e" στο λογότυπο Interreg. Αυτό το μέτρο χρησιμοποιείται για τον καθορισμό του χώρου μεταξύ των διαφόρων στοιχείων καθώς και του ελεύθερου χώρου γύρω από το λογότυπο.

**Σχετικό μέγεθος του λογότυπου του Έργου (Project Logo):** Το λογότυπο του έργου (project logo) μπορεί να τοποθετηθεί δεξιά ή κάτω από το λογότυπο του προγράμματος Interreg. Θα πρέπει να τοποθετηθεί σε απόσταση μίας βασικής μονάδας από το λογότυπο του προγράμματος Interreg.

Εάν τοποθετηθεί κάτω από το λογότυπο του προγράμματος Interreg, θα πρέπει να έχει το ίδιο ύψος με τη σημαία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (h) και το ίδιο πλάτος όπως η λέξη "Interreg" στο λογότυπο του προγράμματος Interreg.



Εάν τοποθετηθεί στα δεξιά του λογοτύπου του προγράμματος Interreg, θα πρέπει να έχει το ίδιο πλάτος με την σημαία της Ευρωπαϊκής Ένωσης και δεν θα πρέπει να είναι ψηλότερο από το τριπλάσιο του ύψους της σημαίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Εάν το λογότυπο του Έργου είναι μεγαλύτερο από οποιαδήποτε από τις παραπάνω προδιαγραφές, μια πρόσθετη σημαία της Ευρωπαϊκής Ένωσης θα πρέπει να προστεθεί, σε μέγεθος που να ανταποκρίνεται στις προδιαγραφές που ορίζονται εφαρμοστικό Κανονισμό της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (ΕΕ) αριθ. 821/2014 (άρθρο 4 § 5).




**ΣΗΜΕΙΩΣΗ:** Σε όλες τις περιπτώσεις το λογότυπο του Έργου δεν πρέπει να είναι ψηλότερο από τη μεγαλύτερη σημαία της Ευρωπαϊκής Ένωσης που τοποθετείται σε οποιαδήποτε σελίδα.

**ΕΤΠΑ (ERDF – European Regional Development Fund):** Το λογότυπο υπάρχει και σε έκδοση με γραμμένο το κείμενο «Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης» κάτω από αυτό. Το ύψος αυτής της γραμμής είναι το ίδιο όπως για την «Ευρωπαϊκή Ένωση» κάτω από τη σημαία. Αυτή η έκδοση του λογοτύπου πρέπει να επιλεγεί εάν η διατύπωση «Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης» δεν αναγράφεται πουθενά αλλού στη σελίδα όπου εμφανίζεται το λογότυπο. Συνιστάται τα έργα να χρησιμοποιούν αυτήν την έκδοση του λογότυπου για να εξασφαλίσουν την αναφορά στο ΕΤΠΑ.

**Ελεύθερος χώρος:** Γύρω από το λογότυπο πρέπει να υπάρχει ένας ελεύθερος χώρος τουλάχιστον μιας βασικής μονάδας σε ύψος και πλάτος. Σε αυτήν την περιοχή δεν πρέπει να τοποθετούνται άλλα γραφιστικά στοιχεία ή λογότυπα. Ομοίως, αυτή η ζώνη πρέπει να τηρείται για την απόσταση τοποθέτησης από τα περιθώρια της σελίδας.





## Χρήση των λογοτύπων



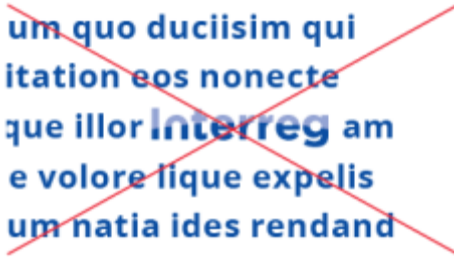


### Ορθή χρήση των λογοτύπων

<p>Τυπικό λογότυπο</p>	<p>Το τυπικό λογότυπο είναι η πλήρης έγχρωμη έκδοση. Αυτή η έκδοση θα πρέπει να χρησιμοποιείται όποτε και όπου είναι δυνατόν. Ιδανικά θα πρέπει να χρησιμοποιείται μόνο σε λευκό φόντο. Η χρήση το λογότυπου σε έγχρωμο φόντο είναι δυνατή μόνο αν δεν υπάρχει εναλλακτική, αλλά πρέπει να είναι πολύ ελαφρύ φόντο.</p>	
<p>Λογότυπο σε αποχρώσεις του γκρι</p>	<p>Για αναπαραγωγές ενός χρώματος, θα πρέπει να χρησιμοποιηθεί μια έκδοση του λογότυπου σε αποχρώσεις του γκρι. Αυτή η έκδοση θα πρέπει να χρησιμοποιείται μόνο όταν η χρήση του τυπικού λογότυπου (έγχρωμη έκδοση) δεν είναι δυνατή.</p>	
<p>Ασπρόμαυρο λογότυπο</p>	<p>Το ασπρόμαυρο λογότυπο θα πρέπει να χρησιμοποιείται μόνο εάν δεν υπάρχει δυνατότητα χρήσης της έκδοσης του λογότυπου σε αποχρώσεις του γκρι.</p>	

**Σημείωση:** Σύμφωνα με τους κανονισμούς της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η σημαία της Ευρωπαϊκής Ένωσης πρέπει πάντα να έχει ένα λευκό περίγραμμα γύρω από το ορθογώνιο της σημαίας, αν τοποθετηθεί σε έγχρωμο φόντο. Το πλάτος του περιγράμματος πρέπει να είναι το 1/25 του ύψους του ορθογωνίου της σημαίας.

**Μη ορθή χρήση λογοτύπου**

1.	Μην χρησιμοποιείτε άλλα τυπογραφικά στοιχεία επιπλέον του λογοτύπου στην ίδια γραμμή. Επιτρέπεται η χρήση ονομάτων προγραμμάτων και έργων στις γραμμές κάτω από το λογότυπο μόνο σύμφωνα με τους κανόνες που καθορίζονται στο εγχειρίδιο Information and Publicity Guidebook For Project Beneficiaries v.3.1 (November 2020).	
2.	Μην παραμορφώνετε, τεντώνετε, κλίνετε ή τροποποιείτε το λογότυπο με κανέναν τρόπο.	
3.	Μη κόβετε το λογότυπο.	
4.	Μην περιστρέφετε το λογότυπο.	

5.	Μην διαχωρίζετε τη σημαία από το λογότυπο ή αλλάζετε με οποιαδήποτε τρόπο τα στοιχεία της σύνθεσης του λογότυπου. Είναι αμετάβλητα.	
6.	Μην χρησιμοποιείτε περιγράμματα γύρω από το λογότυπο	
7.	Μην χρησιμοποιείτε το λογότυπο στο σώμα του κειμένου. Αντίθετα, στο σώμα του κειμένου χρησιμοποιήστε μόνο τη λέξη Interreg ή το ακρωνύμιο του Έργου στη γραμματοσειρά του σώματος κειμένου.	
8.	Μην αναστρέψετε το λογότυπο και μην χρησιμοποιείτε το λογότυπο σε οποιοδήποτε άλλο χρώμα από την τυπική πλήρη έγχρωμη έκδοση ή την έκδοση σε αποχρώσεις του γκρι σε μονόχρωμες εφαρμογές.	
9.	Αποφύγετε το έγχρωμο φόντο όσο το δυνατόν περισσότερο – μόνη εξαίρεση είναι τα πολύ ανοιχτά χρώματα φόντου, όπως αναφέρθηκε παραπάνω. Εάν το λογότυπο πρέπει να τοποθετηθεί σε σκοτεινό φόντο, πρέπει να χρησιμοποιηθεί λευκό ορθογώνιο περίγραμμα, σε μέγεθος ίσο τουλάχιστον με τον ελεύθερο χώρο, όπως καθορίστηκε παραπάνω. Η καλύτερη λύση είναι να	

	<p>δημιουργήσετε ένα κατακόρυφο ή οριζόντιο λευκό πλαίσιο εντός του οποίου να εισαγάγετε το λογότυπο.</p>	
--	---	--

### **Μέγεθος λογοτύπου:**

Η εμφάνιση και το μέγεθος του λογοτύπου ποικίλλει σημαντικά ανάλογα με τα μέσα στα οποία χρησιμοποιείται. Επομένως, ελάχιστα μεγέθη για την χρήση του λογοτύπου για εκτύπωση, οθόνη και βίντεο πρέπει να καθοριστούν. Το λογότυπο δεν πρέπει να χρησιμοποιείται σε μέγεθος μικρότερο από το ελάχιστο μέγεθος λογοτύπου που καθορίζεται παρακάτω:



**38,1 mm**  
**smallest Logo width**

Στον παρακάτω πίνακα δίνονται τα ελάχιστα μεγέθη και τα ιδανικά μεγέθη που πρέπει να χρησιμοποιούνται για το λογότυπο, ανάλογα με την εφαρμογή:



Media		smallest logo width	ideal logo width
Print A4 portrait	210*279 mm	38,1 mm	80,4 mm
Print A4 landscape	279*210 mm	38,1 mm	80,4 mm
Print A4 portrait	148*210 mm	38,1 mm	38,1 mm
Print Business card	85*55 mm	35,1 mm	35,1 mm
Print Sign (Plaque) portrait	Any large format (A2+)	short side/6 mm	short side/5 mm
Print Sign (Plaque) landscape	Any large format (A2+)	long side/6 mm	long side/5 mm
Screen Smartphone	960*640 px	240 px	300 px
Screen Tablet	1024*768 px	240 px	300 px
Screen Laptop/Desktop	1920*1080 px 2560*1440 px	300 px	400 px
Powerpoint 16:9	254*142,88 mm	32,6 mm	68,8 mm
Video FullHD & HD	1920*1080 px 1280*720 px	300 px	400 px
Video SD	1050*576 px	240 px	300 px

**ΣΗΜΕΙΩΣΗ:** Συνιστάται στους δικαιούχους του Έργου να διαβάσουν προσεκτικά το Εγχειρίδιο “Manual Interreg Brand Design” πριν την ανάπτυξη του λογοτύπου του Έργου και να το αποστείλουν στον Υπεύθυνο Επικοινωνίας του Προγράμματος για έλεγχο πριν την οριστικοποίησή του.

Το λογότυπο του Έργου θα χρησιμοποιείται σε όλο το επικοινωνιακό υλικό (έντυπο, ηλεκτρονικό, προβολή σε εκδηλώσεις). Θα τοποθετηθεί σε κεντρική και ορατή θέση οποιουδήποτε παραγόμενου υλικού και δεν θα είναι ποτέ μικρότερο από οποιοδήποτε άλλο λογότυπο που περιλαμβάνεται στο ίδιο υλικό (π.χ. εάν χρησιμοποιούνται λογότυπα συνεργατών). Όλα τα γραπτά παραδοτέα έργου θα τοποθετήσουν το λογότυπο του έργου

στην επάνω δεξιά γωνία. Το ελάχιστο χρησιμοποιήσιμο μέγεθος του λογότυπου είναι 38,1 mm. Το κύριο λογότυπο του έργου είναι:



#### 4. ΣΧΕΔΙΟ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ

##### Το Σχέδιο Επικοινωνίας του Έργου “Qualfarm”

Το Σχέδιο Επικοινωνίας θα αναπτυχθεί με κύριο στόχο τη βελτιστοποίηση της επικοινωνίας, την προώθηση και τη διάδοση των δράσεων και των αποτελεσμάτων του έργου. Το Σχέδιο Επικοινωνίας θα βασίζεται στους βασικούς και ειδικούς στόχους του έργου, όπως αυτοί που αναπτύχθηκαν παραπάνω, και θα επιδιώκει την καλύτερη χρήση των ανθρώπινων και οικονομικών πόρων του έργου.

Η προσπάθεια επικοινωνίας και διάδοσης του έργου «QUALFARM» μέσω του Σχεδίου Επικοινωνίας στοχεύει στην επίτευξη των ακόλουθων στόχων (ποιοτικών και ποσοτικών):

- Ενημέρωση του γενικού πληθυσμού στην διασυνοριακή περιοχή του έργου για τους στόχους και τα αναμενόμενα αποτελέσματα του έργου.
- Ενημέρωση του γενικού πληθυσμού στη διασυνοριακή περιοχή του έργου για τις δυνατότητες και την προοπτική της οικοτεχνίας ως επιχειρηματικής δραστηριότητας.
- Εντοπισμός και προσέλκυση δυνητικών ενδιαφερομένων (όπως αγρότες, μέλη αγροτικών νοικοκυριών, νέοι επιχειρηματίες και εργαζόμενοι στον αγροδιατροφικό κλάδο.
- Ενημέρωση των δυνητικών ενδιαφερομένων (όπως περιγράφηκαν παραπάνω) για τις δυνατότητες, τις επιχειρηματικές ευκαιρίες και τις προοπτικές ανάπτυξης της οικοτεχνίας.
- Ενημέρωση των Εθνικών και τοπικών φορέων και οργανισμών που εμπλέκονται άμεσα ή έμμεσα στην δραστηριότητα της οικοτεχνίας.

Οι βασικές προτεραιότητες του Σχεδίου Επικοινωνίας είναι:

- (i) σωστή εσωτερική επικοινωνία μεταξύ των δικαιούχων του έργου καθώς και συνεχής ενημέρωση των πληροφοριών για τους δικαιούχους του έργου και
- (ii) εξωτερική διάδοση με στόχο τους ενδιαφερόμενους φορείς, τις τοπικές αρχές, τον τοπικό πληθυσμό, τους δυνητικούς ενδιαφερόμενους όπως περιγράφηκαν παραπάνω και τις επιχειρήσεις του αγροδιατροφικού κλάδου της περιοχής. Όλοι οι δικαιούχοι του έργου θα πρέπει να προσδιορίσουν τους σχετικούς ενδιαφερόμενους φορείς, αρχές σε περιφερειακό, τοπικό και εθνικό επίπεδο και άλλα συγκεκριμένα είδη κοινού, προκειμένου να συμπεριληφθούν σε αντίστοιχες ενέργειες επικοινωνίας και διάδοσης (λίστες αλληλογραφίας κ.λπ.).

Το Σχέδιο Επικοινωνίας βασίζεται στις ακόλουθες αρχές:

- Ευαισθητοποίηση, με σεβασμό στο ρόλο της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ) και των Διαρθρωτικών Ταμείων της ΕΕ για το ευρύ κοινό και την προώθηση της προστιθέμενης αξίας του έργου.
- Διαφάνεια, όσον αφορά την πρόσβαση στα κονδύλια.
- Συνέπεια, δηλαδή τα μηνύματα, τα αποτελέσματα και τα παραδοτέα του έργου θα είναι ανοιχτά, σαφή και συνεπή.
- Στόχευση, η επικοινωνία θα είναι αφενός ανοιχτή και στοχευμένη στο σχετικό κοινό, αφετέρου θα προσδιορίζεται για τις επιμέρους περιστάσεις και συγκεκριμένα μηνύματα.
- Διαδραστικότητα, το έργο θα «ακούσει» τις απόψεις του κοινού-στόχου του και θα τις ενσωματώσει όσο το δυνατόν περισσότερο στις επικοινωνιακές προσπάθειες που πραγματοποιούνται.

## Προϋπολογισμός Υλοποίησης Σχεδίου Επικοινωνίας του Έργου “Qualfarm”

Ο συνολικός προϋπολογισμός του Πακέτου Εργασίας 2 – Επικοινωνία και Διάχυση ανέρχεται σε 48.511,10 € και ισούται με το 7,2% του συνολικού προϋπολογισμού του Έργου.

Στον Πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζεται ο προϋπολογισμός του κάθε δικαιούχου στο πλαίσιο του Πακέτου Εργασίας 2 σε απόλυτες τιμές και ως ποσοστό του συνολικού προϋπολογισμού του Πακέτου Εργασίας 2 – Επικοινωνία και Διάχυση του Έργου.

Σημανση Δικαιούχου του Έργου	Ταυτότητα Δικαιούχου του Έργου	Προϋπολογισμός ΠΕ2 ανά Δικαιούχο του Έργου	Προϋπολογισμός ΠΕ2 ανά Δικαιούχο ως % του συνολικού προϋπολογισμού ΠΕ2 του Έργου
LB	Εταιρεία Έρευνας και Ανάπτυξης Βορείου Έβρου	13.294,70 €	27.41%
PB2	Δημοσυνεταιριστική Έβρου	15.027,60 €	30.97%
PB3	LAG Harmanli	10.336,80 €	21.31%
PB4	LAG Kirkovo - Zlatograd	9.852,00 €	20.31%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>		<b>48,511.10 €</b>	<b>100.00%</b>

## 5. ΟΜΑΔΕΣ ΣΤΟΧΟΥ ΚΑΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΔΙΑΔΟΣΗΣ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ

### Ομάδες Στόχου Σχεδίου Επικοινωνίας

Το Σχέδιο Επικοινωνίας του έργου περιλαμβάνει αναλυτικά δράσεις και ενέργειες επικοινωνίας, η στόχευση των οποίων λειτουργεί σε δύο επίπεδα:

- στο επίπεδο της γενικής διάχυσης των πληροφοριών σχετικά με το έργο και της οριζόντιας διάδοσης των αποτελεσμάτων, προκειμένου να εξυπηρετηθούν οι γενικοί στόχοι της επικοινωνίας των έργων που υλοποιούνται στο πλαίσιο του προγράμματος Interreg V-A “Ελλάδα – Βουλγαρία 2014 – 2020”, ήτοι:
  - Αναγνώριση του ρόλου και της υποστήριξης που παρέχεται από χρηματοδοτικούς πόρους της Ευρωπαϊκής Ένωσης.
  - Προώθηση της κατανόησης των στόχων και των επιτευγμάτων των παρεμβάσεων που συγχρηματοδοτούνται από την Ευρωπαϊκή Ένωση.

Παράλληλα, εξυπηρετούνται οι γενικοί στόχοι επικοινωνίας των έργων που συγχρηματοδοτούνται από το Interreg και συγκεκριμένα:

- Ευαισθητοποίηση: Ανάδειξη του ρόλου της Ευρωπαϊκής Ένωσης και των Διαρθρωτικών Ταμείων της Ευρωπαϊκής Ένωσης για το ευρύ κοινό και την προώθηση της προστιθέμενης αξίας της συμμετοχής της Ευρωπαϊκής Ένωσης στα συγχρηματοδοτούμενα Έργα.
- Διαφάνεια: Διασφάλιση της διαφάνειας όσον αφορά την πρόσβαση στα Ταμεία.
- Ίσες ευκαιρίες και μη διάκριση: Εξασφάλιση προσβασιμότητας και όσον αφορά την ορατότητα στις εφαρμογές
- στο επίπεδο της στοχευμένης προσέγγισης συγκεκριμένων ομάδων – στόχων του πληθυσμού και των φορέων/οργανισμών, προκειμένου να εξυπηρετηθούν οι ειδικοί στόχοι επικοινωνίας του έργου “QUALFARM” και συγκεκριμένα:
  - Ενημέρωση του γενικού πληθυσμού στην διασυνοριακή περιοχή του έργου για τους στόχους και τα αναμενόμενα αποτελέσματα του έργου.
  - Ενημέρωση του γενικού πληθυσμού στη διασυνοριακή περιοχή του έργου για τις δυνατότητες και την προοπτική της οικοτεχνίας ως επιχειρηματικής δραστηριότητας.
  - Εντοπισμός και προσέλκυση δυνητικών ενδιαφερομένων (όπως αγρότες, μέλη αγροτικών νοικοκυριών, νέοι επιχειρηματίες και εργαζόμενοι στον αγροδιατροφικό κλάδο.

- Ενημέρωση των δυνητικών ενδιαφερομένων (όπως περιγράφηκαν παραπάνω) για τις δυνατότητες, τις επιχειρηματικές ευκαιρίες και τις προοπτικές ανάπτυξης της οικοτεχνίας.
- Ενημέρωση των Εθνικών και τοπικών φορέων και οργανισμών που εμπλέκονται άμεσα ή έμμεσα στην δραστηριότητα της οικοτεχνίας.

Με βάση τα παραπάνω, οι Ομάδες – Στόχοι του Σχεδίου Επικοινωνίας του έργου “QUALFARM” είναι οι εξής:

- Γενικός πληθυσμός στην διασυνοριακή περιοχή του έργου και συγκεκριμένα στην Περιφερειακή Ενότητα Έβρου (Ελλάδα) και στις διοικητικές περιοχές του Χάσκοβο, του Σμόλιαν και του Κάρτζαλι (Βουλγαρία).
- Υφιστάμενες μονάδες οικοτεχνίας στις ως άνω περιοχές
- Αγροτικός πληθυσμός στις ως άνω περιοχές, κατ’ επάγγελμα αγρότες και οι οικογένειές τους
- Γυναίκες σε αγροτικά νοικοκυριά στις ως άνω περιοχές
- Νέοι επιστήμονες, επιχειρηματίες και εργαζόμενοι στον αγροδιατροφικό κλάδο στις ως άνω περιοχές
- Φορείς και οργανισμοί που εμπλέκονται άμεσα ή έμμεσα στην δραστηριότητα της οικοτεχνίας στις ως άνω περιοχές
- Στελέχη και προσωπικό των δικαιούχων του έργου “QUALFARM”

## 6. ΜΕΤΡΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΤΩΝ ΔΥΝΗΤΙΚΩΝ ΔΙΚΑΙΟΥΧΩΝ

Στο πλαίσιο των προσπαθειών για την επίτευξη των ειδικών στόχων του Έργου και συγκεκριμένα:

- Την ενίσχυση των δεξιοτήτων των αγροτών και των υφιστάμενων οικιακών επιχειρήσεων μεταποίησης γεωργικών προϊόντων στους τομείς της ποιότητας, της καινοτομίας και του μάρκετινγκ.
- Την περαιτέρω τόνωση της επιχειρηματικότητας στον τομέα της “in-house” επεξεργασίας αγροτικών προϊόντων μέσω καθοδήγησης και εξατομικευμένης υποστήριξης.
- Τη δημιουργία και προώθηση μιας ξεχωριστής διασυνοριακής αγοράς γεωργικών προϊόντων.
- Τη δημιουργία μόνιμων δομών υποστήριξης για τον αγροδιατροφικό τομέα και ιδιαίτερα τον τομέα της εσωτερικής μεταποίησης αγροτικών προϊόντων.

είναι αναγκαία η περιγραφή και λήψη ειδικών μέτρων για την προσέγγιση και ενημέρωση των δυνητικών δικαιούχων (ωφελουμένων) των παρεμβάσεων του Έργου.

Ειδικά, λοιπόν, για την προσέγγιση και ενημέρωση των δυνητικών δικαιούχων (ωφελουμένων) του Έργου προτείνονται τα εξής περαιτέρω μέτρα και ενέργειες:

- Δημιουργία βάσης δεδομένων με τα στοιχεία επικοινωνίας όλων των εμπλεκόμενων, άμεσα ή έμμεσα, στον κλάδο της οικοτεχνίας στην διασυνοριακή περιοχή παρέμβασης του Έργου. Αυτή η βάση δεδομένων θα χρησιμοποιηθεί για την άμεση και εύκολη επικοινωνία με τους δυνητικούς δικαιούχους (ωφελούμενους) για τις δράσεις του Έργου. Ενδεικτικά, αναφέρονται οι εξής τρόποι:
  - Δημιουργία ομαδικών συνομιλιών σε δημοφιλείς εφαρμογές – πλατφόρμες επικοινωνίας μέσω κινητών τηλεφώνων (π.χ. Viber, WhatsApp, Messenger κτλ)
  - Δημιουργία mailing list για την αποστολή ηλεκτρονικών ενημερωτικών δελτίων σχετικά με τις δράσεις και τα αποτελέσματα του Έργου
  - Αξιοποίηση τεχνικών ομαδικής ενημέρωσης για την συμμετοχή σε εκδηλώσεις του Έργου (π.χ. ενημέρωση μέσω call center ή ομαδική αποστολή μηνυμάτων κειμένου – sms)
- Δημιουργία κλειστών ή ανοικτών Ομάδων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης του Έργου μέσω των οποίων μπορεί να διακινείται στοχευμένα επικοινωνιακό – πληροφοριακό υλικό του Έργου απευθείας στους δυνητικούς δικαιούχους (ωφελούμενους) των παρεμβάσεων του Έργου
- Δημιουργία και ανάρτηση στην ιστοσελίδα του Έργου συνοπτικών ερωτήσεων και απαντήσεων (Q & A section) σχετικά με το Έργο, τις δυνατότητες συμμετοχής στις



δράσεις του αλλά και γενικά θέματα γύρω από το υφιστάμενο θεσμικό και επιχειρηματικό πλαίσιο στον κλάδο της οικοτεχνίας.

- Διεξαγωγή online ή τηλεφωνικής έρευνας σε δυνητικούς δικαιούχους (ωφελούμενους) του Έργου με στόχο την καταγραφή των ειδικών αναγκών ενημέρωσης και πληροφόρησης, για την βέλτιστη προσαρμογή των ενημερωτικών και εκπαιδευτικών δράσεων του έργου στις ανάγκες τους.

## 7. ΜΕΘΟΔΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Η επικοινωνία του Έργου θα πρέπει να είναι ενεργή σε όλη τη διάρκεια του κύκλου ζωής του και θα πρέπει να είναι έγκαιρη και συνεπής με τους επικοινωνιακούς στόχους που έχουν τεθεί ανά ομάδα - στόχο.

Η επικοινωνιακές δράσεις και ενέργειες του Έργου, όπως περιγράφονται αναλυτικά παρακάτω, πρέπει να χρησιμοποιούνται και να συνοδεύουν κάθε σημαντικό ορόσημο υλοποίησης του Έργου. Στο παρακάτω πίνακα περιγράφονται οι βασικές μέθοδοι και δράσεις επικοινωνίας ανά βασική ομάδα – στόχο:

	Δυνητικοί δικαιούχοι (ωφελούμενοι)	Δικαιούχοι του Έργου	Ενδιαφερόμενοι φορείς και οργανισμοί εκτός του Προγράμματος/ Έργου	Φορείς και οργανισμοί στο πλαίσιο του Προγράμματος/ Έργου	Μέσα Ενημέρωσης	Γενικό Κοινό
Ιστοσελίδα	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Εκδόσεις (εγχειρίδια, οδηγοί, φυλλάδια, ενημερωτικά δελτία κτλ)	✓	✓	✓		✓	✓
Ηλεκτρονικά Ενημερωτικά Δελτία	✓	✓	✓	✓	✓	
Κλήσεις προώθησης εκδηλώσεων	✓	✓	✓		✓	✓
Εκπαιδευτικές δράσεις για δικαιούχους		✓				
Εκπαιδευτικές δράσεις για φορείς και οργανισμούς στο πλαίσιο του Προγράμματος/ Έργου				✓		
Τοπικές Εκδηλώσεις	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Πληροφοριακές Καμπάνιες/ Συμμετοχή σε εκθέσεις και επιδείξεις	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Συνέδρια	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Οπτικο-ακουστικά μέσα/προϊόντα	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Δελτία Τύπου/ Διαφημίσεις	✓		✓		✓	✓
Πρωθητικά υλικά/ προϊόντα	✓	✓	✓		✓	✓
Ενέργειες διοικητικής υποστήριξης				✓		

## 8. ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΚΑΙ ΔΡΑΣΕΙΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

### Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Εκτός από τις παραδοσιακές μεθόδους και τεχνικές επικοινωνίας, το Διαδίκτυο προσφέρει μια σειρά από σύγχρονες ευκαιρίες προώθησης των Έργων: τα λεγόμενα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Media) όπως π.χ. Facebook, Twitter, Linkedin, Google+, Youtube, Pinterest κ.λπ. Στο πλαίσιο της διάδοσης των δράσεων και των αποτελεσμάτων μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, αναπτύσσεται μια ειδικά σχεδιασμένη στρατηγική, που περιλαμβάνει:

- Επιλογή των συγκεκριμένων μέσων κοινωνικής δικτύωσης που θα χρησιμοποιηθούν στο πλαίσιο των δράσεων πληροφόρησης και επικοινωνίας του Έργου από τους Δικαιούχους του Έργου. Εφόσον οι Δικαιούχοι του Έργου αποφασίσουν να χρησιμοποιήσουν κάποιο ή κάποια συγκεκριμένα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τότε πρέπει να συνταχθεί ένα συγκεκριμένο επιχειρησιακό σχέδιο, καθώς κάθε πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης απαιτεί διαφορετικές τεχνικές λειτουργίας και προσεγγίζει διαφορετικά κοινά.
- Ισχυρή δέσμευση από την πλευρά των Δικαιούχων του Έργου για την εφαρμογή του επιχειρησιακού σχεδίου ενημέρωσης και επικοινωνίας μέσω των επιλεγθέντων πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης, καθώς έχει παρατηρηθεί ότι, σε πολυάριθμα έργα οι Δικαιούχοι συμπεριέλαβαν μεν την χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην Επικοινωνιακή Στρατηγική του Έργου, χωρίς να ανταποκριθούν συστηματικά, με συνέπεια και σε βάθος χρόνου στην υλοποίηση των σχεδιασθέντων.
- Χρονοπρογραμματισμό και δημιουργία ημερολογίου αναρτήσεων (post calendar) με ένδειξη του περιεχομένου και της κατάλληλης χρονικής στιγμής για την πραγματοποίηση των αναρτήσεων.
- Καθορισμός εκπροσώπων εκ μέρους των Δικαιούχων που θα αναλάβουν τη διαχείριση των λογαριασμών του Έργου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που θα χρησιμοποιηθούν.

Περιγραφή της ενέργειας:

Για το έργο θα δημιουργηθούν κατ' ελάχιστον λογαριασμοί σε δύο (2) πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης (ενδεικτικά και όχι περιοριστικά: Facebook και Linkedin). Ο δικαιούχος που θα έχει την αρμοδιότητα για την λειτουργία των μέσων κοινωνικής δικτύωσης του Έργου, θα μπορεί να αναρτά ανακοινώσεις και δελτία τύπου, να ανεβάζει φωτογραφίες και βίντεο, ενώ θα έχει την ευθύνη να απαντάει σε ερωτήσεις και αιτήματα σχετικά με την υλοποίηση του Έργου που θα υποβάλλονται από ενδιαφερόμενους. Στόχος των λογαριασμών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης του Έργου είναι να προσεγγίσουν ένα ευρύτερο κοινό και να δημοσιεύουν τρέχουσες και σε πραγματικό χρόνο πληροφορίες για

το Έργο. Η προστιθέμενη αξία των μέσων κοινωνικής δικτύωσης έγκειται στο χαμηλό κόστος, στην υψηλή δυνατότητα διάδοσης (virality) των μηνυμάτων του Έργου και η σύνδεση και η δικτύωση με σχετικά άτομα και οργανισμούς, ενώ παράλληλα λαμβάνεται και χρήσιμη ανάδραση (feedback) σχετικά με το Έργο και τις δράσεις του.

Δράσεις της ενέργειας:

- Δημιουργία λογαριασμών σε δύο (2) τουλάχιστον πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης (ενδεικτικά και όχι περιοριστικά: Facebook και LinkedIn).
- Σύνδεση όλων των μέσων κοινωνικής δικτύωσης του Έργου με την ιστοσελίδα του Έργου, καθώς και με ιστοσελίδες και τους λογαριασμούς μέσων κοινωνικής δικτύωσης των δικαιούχων.
- Προσκλήσεις για σύνδεση σε ενδιαφερόμενους φορείς, σχετικά άτομα και οργανισμούς για σύνδεση.
- Τακτικές ενημερώσεις και ανακοινώσεις

Δικαιούχος αρμόδιος για την υλοποίηση της ενέργειας:

Το εταιρικό σχήμα του Έργου θα καθορίσει έναν εκ των δικαιούχων που θα έχει την αρμοδιότητα για την λειτουργία των μέσων κοινωνικής δικτύωσης του Έργου.

Ομάδες-στόχοι της ενέργειας:

- Στελέχη και αιρετοί Δημοσίων Αρχών και Τοπικής Αυτοδιοίκησης εντός των διοικητικών ορίων των διασυνοριακών περιοχών παρέμβασης του Έργου.
- Γενικό κοινό στις διασυνοριακές περιοχές παρέμβασης του Έργου.
- Επιχειρήσεις στον κλάδο της οικοτεχνίας, επιχειρήσεις στον κλάδο της αγροδιατροφής, νέοι αγρότες, γυναίκες σε αγροτικά νοικοκυριά και εργαζόμενοι σε επιχειρήσεις αγροδιατροφής στις περιοχές παρέμβασης του Έργου.
- Στελέχη και προσωπικό των δικαιούχων του Έργου.
- Επιστήμονες, Μηχανικοί και Ακαδημαϊκοί που ασχολούνται με την έρευνα και τον σχεδιασμό αγροτικής και περιφερειακής ανάπτυξης.

Τοποθεσία της ενέργειας:

Όλη η Διασυνοριακή περιοχή παρέμβασης του Έργου

Δείκτες για την αξιολόγηση της ενέργειας:

Αριθμός likes, αριθμός followers, αριθμός αλληλεπιδράσεων (σχόλια σε αναρτήσεις, προβολές βίντεο κτλ)

---

## Συμμετοχή/Παρουσιάσεις σε Συνέδρια

Περιγραφή ενέργειας:

Συμμετοχές σε Διεθνή και Εθνικά Συνέδρια, στα οποία μπορούν να παρουσιαστούν τα συμπεράσματα και τα αποτελέσματα του έργου σχετικά με την ενίσχυση και προώθηση της οικοτεχνίας. Ο ακριβής αριθμός των συνεδρίων θα καθοριστεί ανάλογα με τη διαθεσιμότητα των σχετικών συνεδρίων.

Δραστηριότητες ενέργειας:

- Καταγραφή το ονόματος, της ημερομηνίας διεξαγωγής, της τοποθεσίας διεξαγωγής, του γενικού στόχου και του περιεχομένου του Συνεδρίου.
- Διερεύνηση δυνατότητας συμμετοχής στο Συνέδριο και υποβολή του σχετικού αιτήματος.
- Προετοιμασία του υλικού παρουσίασης για το Συνέδριο (αρχεία ppt, φωτογραφίες/βίντεο).
- Παρουσίαση στο συνέδριο.
- Ανατροφοδότηση και καταγραφή σχολίων για την παρουσίαση του Έργου στο Συνέδριο.
- Συλλογή βασικών πληροφοριών για τους φορείς και τους οργανισμούς που συμμετείχαν στο Συνέδριο, όπως:
  - Τύποι οργανισμών (δημόσιοι φορείς και οργανισμοί αρχές, επιχειρήσεις, Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις κ.λπ.) που συμμετείχαν στο Συνέδριο
  - Συνολικός αριθμός συμμετεχόντων στο Συνέδριο

Δραστηριότητες επικοινωνίας/διάδοσης της ενέργειας:

- Δελτία Τύπου πριν και μετά το Συνέδριο
- Διάθεση αφισών ή/και φυλλαδίων στους χώρους του Συνεδρίου (εφόσον είναι εφικτό)
- Κάλυψη της συμμετοχής μέσω των τοπικών ΜΜΕ (εάν είναι δυνατόν)
- Μεταφόρτωση Δελτίων Τύπου στην ιστοσελίδα και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης του Έργου, ανέβασμα σχετικών φωτογραφιών/βίντεο, αποστολή ενημερωτικών δελτίων (newsletters) στις διαθέσιμες λίστες αλληλογραφίας με επισυναπτόμενο το απαραίτητο οπτικο-ακουστικό υλικό κ.λπ.
- Δικτύωση με τους άλλους συμμετέχοντες στο Συνέδριο (ανταλλαγή στοιχείων επικοινωνίας και αποστολή περισσότερων πληροφοριών και υλικού από το Έργο “Qualfarm”)

Δικαιούχοι αρμόδιοι για την ενέργεια:

Όλοι οι δικαιούχοι του Έργου

Ομάδες-στόχοι της ενέργειας:

- Στελέχη και αιρετοί Δημόσιων φορέων και οργανισμών Τοπικής Αυτοδιοίκησης εντός των διοικητικών ορίων των διασυνοριακών περιοχών παρέμβασης του Έργου.
- Ωφελούμενοι και δυνητικοί ωφελούμενοι του έργου “Qualfarm”.
- Στελέχη και προσωπικό των δικαιούχων του έργου “Qualfarm”.
- Επιστήμονες και Ακαδημαϊκοί που ασχολούνται με την έρευνα και τον σχεδιασμό πολιτικών για την περιφερειακή ανάπτυξη, την βιώσιμη ανάπτυξη της υπαίθρου και την οικοτεχνία ειδικότερα στις συμμετέχουσες στο Έργο χώρες.
- Φορείς οργάνωσης των αγροτών και των επιχειρήσεων οικοτεχνίας στην διασυνοριακή περιοχή παρέμβασης του Έργου.

Δείκτες αξιολόγησης της ενέργειας:

Αριθμός ατόμων/συμμετεχόντων στο Συνέδριο που εκδηλώνουν ενδιαφέρον για τα αποτελέσματα του Έργου

## Αφίσα του Έργου

Περιγραφή της ενέργειας:

Οι δικαιούχοι του Έργου πρέπει να τοποθετήσουν τουλάχιστον μία αφίσα με πληροφορίες για το Έργο (ελάχιστο μέγεθος 30 x 47 cm), συμπεριλαμβανομένης της αναφοράς στην οικονομική υποστήριξης του Έργου από την Ευρωπαϊκή Ένωση, στις εγκαταστάσεις τους και σε άλλες πιθανές τοποθεσίες ορατές στο γενικό κοινό. Η αφίσα πρέπει να παραμείνει ορατή για όλη τη διάρκεια του Έργου.

Δραστηριότητες της ενέργειας:

Οι αφίσα του Έργου, εκτός από τις πληροφορίες σχετικά με το Έργο, τους στόχους και τα αναμενόμενα αποτελέσματά του, πρέπει να περιέχει υποχρεωτικά τα εξής:

- Το λογότυπο και το βασικό μήνυμα του έργου Interreg (εφόσον υφίσταται)
- Την αναφορά στις πηγές χρηματοδότησης: «Το έργο συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ) και από εθνικούς πόρους των χωρών που συμμετέχουν στο Πρόγραμμα Συνεργασίας Interreg V-A «Ελλάδα – Βουλγαρία 2014-2020», με τις σημαίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης και των δύο συμμετεχουσών χωρών
- Ο σύνδεσμος της ιστοσελίδας του Έργου

**ΣΗΜΕΙΩΣΗ:** Για την παραγωγή αφισών το Πρόγραμμα παρέχει στους Δικαιούχους του Έργου ένα διαδικτυακό εργαλείο ανάπτυξης της αφίσας (<http://poster.interreg.gr/>). Η χρήση του εργαλείου από τους δικαιούχους του Έργου είναι προαιρετική.

Δικαιούχοι αρμόδιοι για την ενέργεια:

Όλοι οι δικαιούχοι του Έργου θα είναι υπεύθυνοι για την τοποθέτηση των αφισών.

Ο δικαιούχος του Έργου που θα αναλάβει τη δημιουργία της αφίσας θα φροντίσει για τη διαθεσιμότητα και στις τρεις γλώσσες του Προγράμματος Συνεργασίας Interreg V-A “Ελλάδα – Βουλγαρία 2014 – 2020”, δηλαδή στα Αγγλικά, Ελληνικά και Βουλγαρικά.

Ομάδες – στόχοι της ενέργειας:

- Στελέχη και αιρετοί Δημοσίων Αρχών και Τοπικής Αυτοδιοίκησης εντός των διοικητικών ορίων των διασυνοριακών περιοχών παρέμβασης του Έργου.
- Γενικό κοινό στις διασυνοριακές περιοχές παρέμβασης του Έργου.

- Επιχειρήσεις στον κλάδο της οικοτεχνίας, επιχειρήσεις στον κλάδο της αγροδιατροφής, νέοι αγρότες, γυναίκες σε αγροτικά νοικοκυριά και εργαζόμενοι σε επιχειρήσεις αγροδιατροφής στις περιοχές παρέμβασης του Έργου.
- Στελέχη και προσωπικό των δικαιούχων του Έργου.
- Επιστήμονες, Μηχανικοί και Ακαδημαϊκοί που ασχολούνται με την έρευνα και τον σχεδιασμό αγροτικής και περιφερειακής ανάπτυξης.

Δείκτες αξιολόγησης της ενέργειας:

Μία αφίσα σε τρεις γλώσσες, αριθμός τεμαχίων και αριθμός σημείων τοποθέτησης.



## Ηλεκτρονικά Ενημερωτικά Δελτία (newsletters)

Περιγραφή της ενέργειας:

Το ηλεκτρονικό ενημερωτικό δελτίο του Έργου “Qualfarm” θα ενημερώνει όλη την κοινότητα του Έργου για την πρόοδο, τα παραδοτέα και τα αποτελέσματα του Έργου. Στόχος των ηλεκτρονικών ενημερωτικών δελτίων είναι να διασφαλιστεί ότι όλοι οι ενδιαφερόμενοι φορείς θα λαμβάνουν τακτική ροή πληροφοριών σχετικά με το Έργο, προκειμένου να διατηρηθεί η ευαισθητοποίηση καθ' όλη τη διάρκεια του Έργου. Το εξώφυλλο κάθε ενημερωτικού δελτίου πρέπει να προσδιορίζει με σαφήνεια το έργο ως μέρος του Προγράμματος Συνεργασίας Interreg «Ελλάδα – Βουλγαρία 2014 – 2020» και πρέπει να ακολουθεί τις οδηγίες οπτικής ταυτότητας του Προγράμματος. Επίσης, το ηλεκτρονικό ενημερωτικό δελτίο πρέπει να περιλαμβάνει κατ' ελάχιστον τα ακόλουθα:

- Το λογότυπο και το βασικό μήνυμα του έργου (εφόσον υπάρχει).
- Την αναφορά στις πηγές χρηματοδότησης «Το Έργο συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ) και από εθνικούς πόρους των χωρών που συμμετέχουν στο Πρόγραμμα Συνεργασίας Interreg V-A «Ελλάδα – Βουλγαρία 2014 – 2020», με τις σημαίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης και των δύο χωρών που συμμετέχουν στο Έργο.
- Την δήλωση αποποίησης ευθύνης «Το περιεχόμενο αυτής της δημοσίευσης είναι αποκλειστική ευθύνη του <Όνομα Δικαιούχου> και δεν μπορεί σε καμία περίπτωση να θεωρηθεί ότι αντικατοπτρίζει τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης, των συμμετεχουσών χωρών, της Διαχειριστική Αρχής και της Κοινής Γραμματείας».
- Ο σύνδεσμος προς την ιστοσελίδα του Έργου.

Τα ηλεκτρονικά ενημερωτικά δελτία θα είναι σύντομα με τρεις (3) το πολύ σημαντικές ειδήσεις για το Έργο, συνοδευόμενα από φωτογραφίες και συνδέσμους για περαιτέρω πληροφορίες.

Δραστηριότητες της ενέργειας:

- Προετοιμασία των ενημερωτικών δελτίων, συγκέντρωση πληροφοριακού και προωθητικού υλικού
- Τα ενημερωτικά δελτία αποστέλλονται στη λίστα αλληλογραφίας και ανεβαίνουν (σε μορφή PDF) στην ιστοσελίδα και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης του Έργου

Δικαιούχοι αρμόδιοι για την ενέργεια:

Όλοι οι δικαιούχοι του έργου είναι υπεύθυνοι για την προετοιμασία των ενημερωτικών δελτίων και την αποστολή σε αντίστοιχες λίστες αλληλογραφίας. Όλα τα ενημερωτικά

δελτία που παράγονται από οποιονδήποτε δικαιούχο του Έργου πρέπει να προωθούνται στον δικαιούχο που είναι αρμόδιος για την λειτουργία της ιστοσελίδας και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης του Έργου, ώστε να είναι διαθέσιμα και διαδικτυακά.

Ομάδες – στόχοι της ενέργειας:

- Στελέχη και αιρετοί Δημοσίων Αρχών και Τοπικής Αυτοδιοίκησης εντός των διοικητικών ορίων των διασυνοριακών περιοχών παρέμβασης του Έργου.
- Γενικό κοινό στις διασυνοριακές περιοχές παρέμβασης του Έργου.
- Επιχειρήσεις στον κλάδο της οικοτεχνίας, επιχειρήσεις στον κλάδο της αγροδιατροφής, νέοι αγρότες, γυναίκες σε αγροτικά νοικοκυριά και εργαζόμενοι σε επιχειρήσεις αγροδιατροφής στις περιοχές παρέμβασης του Έργου.
- Στελέχη και προσωπικό των δικαιούχων του Έργου.
- Επιστήμονες, Μηχανικοί και Ακαδημαϊκοί που ασχολούνται με την έρευνα και τον σχεδιασμό αγροτικής και περιφερειακής ανάπτυξης.

Τοποθεσία της ενέργειας:

Όλη η διασυνοριακή περιοχή παρέμβασης του Έργου.

Δείκτες αξιολόγησης της ενέργειας:

- Αριθμός ηλεκτρονικών ενημερωτικών δελτίων καθ' όλη τη διάρκεια του Έργου (τουλάχιστον τρία (3)).
- Αριθμός ενδιαφερομένων που λαμβάνουν ηλεκτρονικά ενημερωτικά δελτία

### **Ραδιοφωνικό σποτ (radio spot)**

Περιγραφή της ενέργειας:

Ένα ραδιοφωνικό σποτ (έως 45") μπορεί να δημιουργηθεί για χρήση σε καμπάνιες ενημέρωσης και σε ραδιοφωνικές εκπομπές σε τοπικούς ραδιοφωνικούς σταθμούς, σύμφωνα με το σχέδιο MME του Έργου.

Δραστηριότητες της ενέργειας:

Σχεδιασμός και παραγωγή ραδιοφωνικού σποτ (έως 45"). Το σποτ θα αναφέρεται συνοπτικά στους στόχους και τα αποτελέσματα του Έργου, θα περιλαμβάνει το βασικό μήνυμα και μπορεί να περιλαμβάνει τα δευτερεύοντα μηνύματα του Έργου (εφόσον υπάρχουν). Τέλος, πρέπει να περιλαμβάνει υποχρεωτικά αναφορά στην πηγή χρηματοδότησης του Έργου και συγκεκριμένα να αναφέρεται: «Το Έργο συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ) και από εθνικούς πόρους των χωρών που συμμετέχουν στο Πρόγραμμα Συνεργασίας Interreg V-A «Ελλάδα – Βουλγαρία 2014 – 2020». Τα ραδιοφωνικά σποτ, εφόσον δημιουργηθούν πρέπει να αναρτώνται και στην ιστοσελίδα και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης του Έργου.

Δικαιούχοι αρμόδιοι για την ενέργεια:

Όλοι οι Δικαιούχοι του Έργου μπορούν να δημιουργήσουν ραδιοφωνικά σποτ και να τα αναμεταδώσουν εντός των διοικητικών ορίων της περιοχής ευθύνης τους. Προτείνεται η χρήση κοινού σεναρίου για τη δημιουργία του ραδιοφωνικού σποτ, εφόσον χρησιμοποιηθεί.

Ομάδες-στόχοι της ενέργειας:

- Γενικό κοινό στις διασυνοριακές περιοχές παρέμβασης του Έργου.

Τοποθεσία της ενέργειας:

Όλη η διασυνοριακή περιοχή παρέμβασης του Έργου.

Δείκτες αξιολόγησης της ενέργειας:

- Αριθμός ραδιοφωνικών σποτ που θα δημιουργηθούν
- Αριθμός αναμεταδόσεων του ραδιοφωνικού σποτ σε ραδιοφωνικούς σταθμούς τοπικής εμβέλειας στην περιοχή παρέμβασης του Έργου
- Αριθμός αναπαραγωγών και λήψεων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης του Έργου

**ΣΗΜΕΙΩΣΗ:** Σε περίπτωση που το ραδιοφωνικό σποτ μεταδίδεται στην επίσημη γλώσσα μιας από τις συμμετέχουσες χώρες, οι δικαιούχοι του έργου καλούνται να συμβουλευτούν εκ των προτέρων τον Υπεύθυνο Επικοινωνίας της Κοινής Γραμματείας του Προγράμματος για καθοδήγηση σχετικά με τη μετάφραση.

---

## **Βίντεο/Βίντεο σποτ (video/video spot)**

Το Πρόγραμμα ενθαρρύνει τους Δικαιούχους των Έργων να παράγουν βίντεο για την προώθηση των αποτελεσμάτων/επιτευγμάτων τους. Τα βίντεο αυτά πρέπει να είναι σύντομα (συνολική διάρκεια 2-3 λεπτά) και το μήνυμά τους πρέπει να είναι σαφές στο κοινό. Κατά την παραγωγή των βίντεο, συνιστάται στους Δικαιούχους του Έργου να χρησιμοποιούν απλές τεχνικές αφήγησης και συνεντεύξεις/μαρτυρίες ανθρώπων που επωφελούνται άμεσα από το Έργο. Είναι, τέλος, εξίσου σημαντικό, το βίντεο να συμμορφώνεται με τον Γενικό Κανονισμό Προστασίας Δεδομένων (GDPR).

### **Περιγραφή της ενέργειας:**

Στο πλαίσιο των ενεργειών επικοινωνίας και διάχυσης του Έργου, μπορεί να παραχθεί ένα Full HD Video του Έργου, που θα περιέχει πλάνα και περιγραφή των παρεμβάσεων και δράσεων του έργου τόσο στην Ελληνική όσο και στη Βουλγαρική πλευρά. Το βιντεοσκοπημένο υλικό θα είναι σε ανάλυση HD και θα χρησιμοποιηθεί ως υλικό παρουσίασης του Έργου (σε παρουσιάσεις, βίντεο κλιπ) και για σκοπούς προβολής του Έργου. Το βίντεο μπορεί να έχει διάρκεια μέχρι 10 λεπτά με σενάριο, φωνητική περιγραφή, υπότιτλους στα αγγλικά και μουσική υπόκρουση. Το βίντεο μπορεί να αναπαραχθεί και σε αντίτυπα DVD για διανομή σε συναντήσεις/εκδηλώσεις με την συμμετοχή φορέων και οργανισμών από τη διασυνοριακή περιοχή παρέμβασης του Έργου. Το βίντεο μπορεί να περιέχει πλάνα τόσο από την ελληνική όσο και από τη βουλγαρική πλευρά των συνεχιζόμενων παρεμβάσεων του έργου, σχεδόν σε ίση αναλογία.

Επιπλέον, μπορεί να δημιουργηθεί ένα βίντεο σποτ διάρκειας έως και 60 δευτερολέπτων (μια σύντομη έκδοση του βίντεο του Έργου), με σενάριο, φωνητική περιγραφή, υπότιτλους στα αγγλικά και μουσικό υπόβαθρο. Αυτό το βίντεο σποτ προορίζεται για χρήση σε τηλεοπτικές εκπομπές και τηλεοπτικές καμπάνιες προώθησης του Έργου σε τοπικούς τηλεοπτικούς σταθμούς, σύμφωνα με το σχέδιο MME του Έργου.

### **Δραστηριότητες της ενέργειας:**

Σχεδιασμός και παραγωγή βίντεο του Έργου (έως 10') και βίντεο σποτ (έως 60''). Το βίντεο θα αναφέρεται συνοπτικά στους στόχους και τα αποτελέσματα του Έργου, θα περιλαμβάνει το βασικό μήνυμα και μπορεί να περιλαμβάνει τα δευτερεύοντα μηνύματα του Έργου (εφόσον υπάρχουν). Επίσης, μπορεί να περιλαμβάνει συνεντεύξεις με εκπροσώπους των Δικαιούχων και ωφελούμενων του Έργου, γραφιστικές απεικονίσεις, οπτικοακουστικό υλικό από τις δράσεις του Έργου. Πρέπει να περιλαμβάνει υποχρεωτικά:

- Το λογότυπο και το βασικό μήνυμα του έργου (εφόσον υπάρχει).

- Την αναφορά στις πηγές χρηματοδότησης «Το Έργο συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ) και από εθνικούς πόρους των χωρών που συμμετέχουν στο Πρόγραμμα Συνεργασίας Interreg V-A «Ελλάδα – Βουλγαρία 2014 – 2020», με τις σημαίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης και των δύο χωρών που συμμετέχουν στο Έργο.
- Την δήλωση αποποίησης ευθύνης «Το περιεχόμενο αυτής της δημοσίευσης είναι αποκλειστική ευθύνη του <Όνομα Δικαιούχου> και δεν μπορεί σε καμία περίπτωση να θεωρηθεί ότι αντικατοπτρίζει τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης, των συμμετεχουσών χωρών, της Διαχειριστική Αρχής και της Κοινής Γραμματείας».
- Τον σύνδεσμο προς την ιστοσελίδα του Έργου.

Το βίντεο σποτ του Έργου θα αποτελεί μια σύντομη έκδοση (cut version) του βίντεο του Έργου. Τόσο το βίντεο όσο και το βίντεο σποτ του Έργου, εφόσον δημιουργηθούν, πρέπει να αναρτηθούν και στην ιστοσελίδα και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης του Έργου.

Δικαιούχοι αρμόδιοι για την ενέργεια:

Όλοι οι Δικαιούχοι του Έργου μπορούν να δημιουργήσουν βίντεο και βίντεο σποτ και να τα αναμεταδώσουν εντός των διοικητικών ορίων της περιοχής ευθύνης τους. Προτείνεται η χρήση κοινού σεναρίου για τη δημιουργία του βίντεο σποτ, εφόσον χρησιμοποιηθεί.

Ομάδες-στόχοι της ενέργειας:

- Γενικό κοινό στις διασυνοριακές περιοχές παρέμβασης του Έργου.

Τοποθεσία της ενέργειας:

Όλη η διασυνοριακή περιοχή παρέμβασης του Έργου.

Δείκτες αξιολόγησης της ενέργειας:

- Αριθμός βίντεο σποτ που θα δημιουργηθούν
- Αριθμός αναμεταδόσεων του βίντεο σποτ σε τηλεοπτικούς σταθμούς τοπικής εμβέλειας στην περιοχή παρέμβασης του Έργου
- Αριθμός αναπαραγωγών και λήψεων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης του Έργου

**ΣΗΜΕΙΩΣΗ:** Το βίντεο και τα τηλεοπτικά σποτ πρέπει να παράγονται στα Αγγλικά που είναι η επίσημη γλώσσα του Προγράμματος. Σε περίπτωση που το βίντεο ή/και το τηλεοπτικό σποτ μεταδίδεται στην επίσημη γλώσσα μιας από τις συμμετέχουσες χώρες, η ύπαρξη αγγλικών υπότιτλων είναι υποχρεωτική. Οι δικαιούχοι του Έργου καλούνται να συμβουλευτούν τον Υπεύθυνο Επικοινωνίας της Κοινής Γραμματείας του Προγράμματος εκ των προτέρων για καθοδήγηση σχετικά με τη μετάφραση.

## Υλικό Εκδηλώσεων του Έργου

Το υλικό των εκδηλώσεων θα αναπτυχθεί προκειμένου να διανεμηθεί σε οποιεσδήποτε τοπικές εκδηλώσεις και στο τελικό διεθνές συνέδριο. Κάθε σετ μπορεί να περιλαμβάνει κατ' ελάχιστο έναν χάρτινο φάκελο, ένα σημειωματάριο, ένα στυλό, το φυλλάδιο αποτελεσμάτων του Έργου (όπως περιγράφεται σε επόμενη ενότητα) και ένα έντυπο αντίγραφο της ατζέντας της εκδήλωσης. Το υλικό της εκδήλωσης μπορεί επίσης να περιλαμβάνει επίσης ηλεκτρονικές προσκλήσεις, ηλεκτρονική ατζέντα της εκδήλωσης και όλες τις παρουσιάσεις και εισηγήσεις της εκδήλωσης σε έντυπη ή/και ηλεκτρονική μορφή (για αποστολή στην ιστοσελίδα του Έργου και διανομή μετά την εκδήλωση στους ενδιαφερόμενους μέσω email). Τέλος, μπορούν να σχεδιαστούν και να εκτυπωθούν roll-up banners για χρήση σε οποιαδήποτε τοπική εκδήλωση και το τελικό συνέδριο.

Δεν υπάρχουν συγκεκριμένες οδηγίες ή προδιαγραφές για τα χαρακτηριστικά της γραφικής ύλης (επιστολόχαρτα, φάκελοι κτλ) που θα περιλαμβάνεται στο υλικό των εκδηλώσεων. Ωστόσο, θα πρέπει να περιλαμβάνουν τουλάχιστον τα εξής:

- Το λογότυπο και το βασικό μήνυμα του Έργου (εφόσον υφίσταται).
- Η αναφορά στις πηγές χρηματοδότησης του Έργου.

Σε περίπτωση που δεν είναι πρακτικό σε μικρές επιφάνειες να χρησιμοποιείται το λογότυπο του Έργου και η αναφορά στις πηγές χρηματοδότησης με τις σημαίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης και των δύο συμμετεχουσών χωρών, μπορεί να χρησιμοποιηθεί μόνο το έμβλημα της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Στο υπόλοιπο υλικό των εκδηλώσεων, όπως roll-up banners, αφίσες, stands κτλ, πρέπει να περιέχονται τουλάχιστον τα εξής:

- Το λογότυπο και το βασικό μήνυμα του Έργου (εφόσον υφίσταται).
- Η αναφορά στις πηγές χρηματοδότησης του Έργου: «Το Έργο συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ) και από εθνικούς πόρους των χωρών που συμμετέχουν στο Πρόγραμμα Συνεργασίας Interreg V-A «Ελλάδα – Βουλγαρία 2014 – 2020», με τις σημαίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης και των δύο χωρών που συμμετέχουν στο Έργο.
- Ο σύνδεσμος προς την ιστοσελίδα του Έργου.

Δραστηριότητες της ενέργειας:

- Σχεδιασμός και παραγωγή του υλικού των εκδηλώσεων
- Ανάρτηση – διαδικτυακή μεταφόρτωση και διανομή υλικού εκδήλωσης μέσω email

---

Δικαιούχοι αρμόδιοι για την ενέργεια:

- Δικαιούχοι αρμόδιοι για την διοργάνωση των τοπικών εκδηλώσεων
- Δικαιούχος αρμόδιος για την διοργάνωση του τελικού διεθνούς συνεδρίου

Ομάδες-στόχοι της ενέργειας:

- Στελέχη και αιρετοί Δημόσιων φορέων και οργανισμών Τοπικής Αυτοδιοίκησης εντός των διοικητικών ορίων των διασυνοριακών περιοχών παρέμβασης του Έργου.
- Ωφελούμενοι και δυνητικοί ωφελούμενοι του έργου “Qualfarm”.
- Στελέχη και προσωπικό των δικαιούχων του έργου “Qualfarm”.
- Επιστήμονες και Ακαδημαϊκοί που ασχολούνται με την έρευνα και τον σχεδιασμό πολιτικών για την περιφερειακή ανάπτυξη, την βιώσιμη ανάπτυξη της υπαίθρου και την οικοτεχνία ειδικότερα στις συμμετέχουσες στο Έργο χώρες.
- Φορείς οργάνωσης των αγροτών και των επιχειρήσεων οικοτεχνίας στην διασυνοριακή περιοχή παρέμβασης του Έργου.

Τοποθεσία της ενέργειας:

Τοποθεσίες τοπικών εκδηλώσεων και τοποθεσία τελικού διεθνούς συνεδρίου

Δείκτες αξιολόγησης της ενέργειας:

- Αριθμός των σετ υλικού εκδηλώσεων, συμπεριλαμβανομένων φακέλων, σημειωματάρια, στυλό, ατζέντα εκδηλώσεων και παρουσιάσεις κ.λπ.
- Αριθμός roll-up banners, stands, αφισών κτλ



---

## Σχέδιο MME (media plan) του Έργου

Ένα πλήρες σχέδιο MME για την επικοινωνία και τη διάδοση των στόχων, των δραστηριοτήτων και των αποτελεσμάτων του έργου μπορεί να σχεδιαστεί και να εκτελεστεί κατά τη διάρκεια του κύκλου ζωής του Έργου. Το σχέδιο MME μπορεί να περιλαμβάνει αναπαραγωγή τηλεοπτικών και ραδιοφωνικών διαφημιστικών μηνυμάτων (tv & radio spots) σε εθνικούς ή τοπικούς τηλεοπτικούς σταθμούς και τοπικούς ραδιοφωνικούς σταθμούς των περιοχών παρέμβασης του Έργου στη διασυνοριακή περιοχή, καθώς και καταχωρήσεις σε τοπικές εφημερίδες.

Δικαιούχοι αρμόδιοι για την ενέργεια:

Όλοι οι δικαιούχοι του Έργου εντός των περιοχών ευθύνης και δραστηριοποίησής τους.

Ομάδες-στόχοι της ενέργειας:

- ο Γενικό κοινό στις διασυνοριακές περιοχές παρέμβασης του Έργου
- Αγρότες, μέλη αγροτικών νοικοκυριών και ιδιαίτερα γυναίκες και νέοι αγρότες μέλη αγροτικών νοικοκυριών στις διασυνοριακές περιοχές παρέμβασης του Έργου.
- Άτομα με ενεργό δραστηριότητα στον κλάδο της οικοτεχνίας (άμεσα ή έμμεσα), εργαζόμενοι, απασχολούμενοι και επιχειρηματίες στον κλάδο της αγροδιατροφής στις διασυνοριακές περιοχές παρέμβασης του Έργου.

Τοποθεσία της ενέργειας:

Όλη η διασυνοριακή περιοχή παρέμβασης του Έργου

Δείκτες:

- Αριθμός τηλεοπτικών μηνυμάτων (tv spot) που θα μεταδοθούν σε εθνικούς και τοπικούς τηλεοπτικούς σταθμούς στις περιοχές παρέμβασης του Έργου.
- Αριθμός ραδιοφωνικών μηνυμάτων (radio spot) που θα μεταδοθούν σε τοπικούς ραδιοφωνικούς σταθμούς στις περιοχές παρέμβασης του Έργου.
- Αριθμός καταχωρήσεων στον τοπικό τύπο (εφημερίδες και περιοδικά) στις περιοχές παρέμβασης του Έργου.

## **Σχέσεις με τα ΜΜΕ**

Εκτός από τις παραπάνω μη υποχρεωτικές δράσεις επικοινωνίας, συνιστάται ιδιαίτερα η επιδίωξη περαιτέρω επικοινωνιακών αποτελεσμάτων μέσω της ανάπτυξης των σχέσεων με τα ΜΜΕ. Όπως είναι προφανές, η επικοινωνία του Έργου μέσω των ΜΜΕ είναι απαραίτητο εργαλείο για την προσέγγιση του ευρύτερου κοινού. Συνεπώς, η ανάπτυξη των σχέσεων με τα ΜΜΕ είναι εξαιρετικά σημαντική για τη διευκόλυνση του πολλαπλασιασμού των επικοινωνιακών αποτελεσμάτων του Έργου. Οι παρακάτω ενέργειες είναι (ενδεικτικά και όχι περιοριστικά) πολύ χρήσιμες και συνίστανται στο πλαίσιο της υλοποίησης του Σχεδίου Επικοινωνίας του Έργου:

- Συνεντεύξεις τύπου
- Επισκέψεις (study trips) στα σημεία παρέμβασης του Έργου με τη συμμετοχή δημοσιογράφων και εκπροσώπων των ΜΜΕ
- Εκστρατείες δημοσίων σχέσεων
- Καταχώρηση άρθρων και διαφημίσεων επί πληρωμή
- Προσωπικές συνεντεύξεις και άμεσες επαφές
- Δημιουργία βάσης δεδομένων με τα στοιχεία επικοινωνίας δημοσιογράφων/ εκπροσώπων των ΜΜΕ στην διασυνοριακή περιοχή παρέμβασης του Έργου από την έναρξη υλοποίησης του Έργου

**Οι δικαιούχοι του Έργου πρέπει να ενημερώσουν εκ των προτέρων τόσο τον Υπεύθυνο Επικοινωνίας όσο και Υπεύθυνο του Έργου για οποιαδήποτε από τις προαναφερθείσες δραστηριότητες.**

## **Διαφημιστικά Είδη**

Στο πλαίσιο υλοποίησης του Σχεδίου Επικοινωνίας και Δημοσιότητας είναι δυνατή η παραγωγή διαφημιστικών ειδών/αντικειμένων (όπως μπλουζάκια, καπέλα, στυλό κ.λπ.), τα μπορούν να διανεμηθούν σε επιλεγμένες ομάδες – στόχους του Σχεδίου. Τα διαφημιστικά αντικείμενα θα πρέπει να περιλαμβάνουν σε εμφανές σημείο το λογότυπο και το βασικό μήνυμα του Έργου (εφόσον είναι διαθέσιμο). Σε ορισμένα διαφημιστικά αντικείμενα (π.χ. στυλό, μπρελόκ κτλ), όπου δεν είναι δυνατό να συμπεριληφθούν όλες οι αναγκαίες πληροφορίες για το Έργο, θα πρέπει να εμφανίζεται τουλάχιστον η σημαία της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Πριν ληφθεί οποιαδήποτε απόφαση σχετικά με την παραγωγή τέτοιων διαφημιστικών αντικειμένων, οι Δικαιούχοι του Έργου καλούνται να συμβουλευτούν τον Υπεύθυνο Επικοινωνίας της Κοινής Γραμματείας του Προγράμματος.

## **Σήμανση Έργου και Δράσεων**

Το λογότυπο του Έργου πρέπει να τοποθετηθεί σε όλα τα αντικείμενα που χρηματοδοτούνται από ή ολοκληρώνονται με τη βοήθεια του Προγράμματος, αμέσως μετά την παραλαβή ή την ολοκλήρωση του αντικειμένου, εκτός από τα αντικείμενα στα οποία το λογότυπο του Έργου τοποθετήθηκε ήδη κατά την παραγωγή τους.

Σε περίπτωση που πραγματοποιούνται κατασκευαστικές ή άλλες δραστηριότητες στο πλαίσιο του Έργου, το αντικείμενο πρέπει να φέρει σήμανση με χρήση του λογότυπου του Έργου αμέσως μετά την έναρξη των δραστηριοτήτων.

Σε περίπτωση διοργάνωσης οποιασδήποτε εκδήλωσης, η τοποθεσία όπου φιλοξενείται η εκδήλωση πρέπει να φέρει το λογότυπο του Έργου σε εμφανές σημείο καθόλη τη διάρκεια της εκδήλωσης.

Η σήμανση των αντικειμένων που παρήχθησαν στο πλαίσιο του Έργου πρέπει να παραμένει σωστή και ευανάγνωστη για τουλάχιστον πέντε χρόνια μετά την τελευταία ημερομηνία δραστηριότητας του Έργου. Οι δικαιούχοι του Έργου οφείλουν να διατηρούν ένα δείγμα αντιγράφου ΟΛΩΝ των υλικών πληροφόρησης και δημοσιότητας, διαφημίσεων και μέσω προώθησης ή άλλα παρεμφερή υλικά προκειμένου να είναι σε θέση να αποδεικνύουν την ορθή σήμανση. Σε περίπτωση εκδηλώσεων, οι δικαιούχοι του Έργου οφείλουν να διατηρούν αρχείο φωτογραφιών και βίντεο (όπου είναι εφικτό) ή άλλο υλικό τεκμηρίωσης, προκειμένου να αποδεικνύουν την ορθή σήμανση.

Σε περίπτωση που καταστραφεί η σήμανση που αναφέρεται συμβολή του Προγράμματος στην χρηματοδότηση του Έργου πριν από τη λήξη της περιόδου σήμανσης που ορίζεται παραπάνω, ο δικαιούχος του Έργου πρέπει να την αντικαταστήσει.

## **Μέσα σήμανσης αντικειμένων – ΑΥΤΟΚΟΛΛΗΤΟ**

Συνιστάται στους δικαιούχους του Έργου να τοποθετούν στα αντικείμενα που παράγονται με την χρηματοδότηση του Προγράμματος Συνεργασίας «Ελλάδα – Βουλγαρία 2014 – 2020» αυτοκόλλητο με το λογότυπο ως εξής:

- Μικρά αντικείμενα (εξοπλισμός γραφείου, έπιπλα, μικρότερα μέσα εργασίας κ.λπ.) με αδιάβροχο/ανθεκτικό στα καιρικά φαινόμενα αυτοκόλλητο, διαστάσεων περίπου 50×20 mm.
- Μεγαλύτερα αντικείμενα (εξοπλισμός κ.λπ.) με αυτοκόλλητο αδιάβροχο/ ανθεκτικό στα καιρικά φαινόμενα αυτοκόλλητο, διαστάσεων περίπου 120×50 mm.
- Οχήματα με ειδικό αυτοκόλλητο που καλύπτει τουλάχιστον το 30% της περιοχής όπου θα τοποθετηθεί (π.χ. πόρτα, παράθυρο, κλπ.)

Δεν επιβάλλεται η χρήση αυτοκόλλητων σε αντικείμενα, σε περίπτωση που υπάρχει πληροφοριακή πινακίδα στον ίδιο χώρο με τα αντικείμενα που παράχθηκαν με χρηματοδότηση του Προγράμματος, σχετικά με τη συγχρηματοδότηση όλων των αντικειμένων/υλικών χώρου συνολικά. Επιπλέον, δεν είναι αναγκαία η χρήση αυτοκόλλητων σε περίπτωση που το λογότυπο έχει τοποθετηθεί στα αντικείμενα κατά την φάση της παραγωγής τους. Σε αυτήν την περίπτωση, η Κοινή Γραμματεία πρέπει να αποφασίσει για τα μέσα σήμανσης των αντικειμένων ή για τα ελάχιστα μέτρα σήμανσης μιας δράσης.

Τα αυτοκόλλητα πρέπει να παραμένουν ευανάγνωστα και σωστά για τουλάχιστον πέντε χρόνια μετά την τελευταία ημερομηνία δραστηριότητας του Έργου. Σε περίπτωση που τα αυτοκόλλητα καταστραφούν ή φθαρούν, ο δικαιούχος του Έργου πρέπει να τα αντικαταστήσει. Συμβουλευτείτε τον Υπεύθυνο Επικοινωνίας του Προγράμματος.

#### **Μέσα σήμανσης αντικειμένων – ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΗ ΠΙΝΑΚΙΔΑ**

Εάν κάποια κτίρια, δωμάτια, εγκαταστάσεις ή άλλα παρόμοια αντικείμενα ενοικιάζονται, αγοράζονται, κατασκευάζονται, ανακαινίζονται ή επιπλώνονται με τη βοήθεια των κονδυλίων του Προγράμματος, μια πληροφοριακή πινακίδα με το λογότυπο του Έργου πρέπει να τοποθετείται σε εμφανές σημείο σε αυτά τα κτίρια, δωμάτια, εγκαταστάσεις ή σε χώρο που σχετίζεται με αυτές. Στην περίπτωση τοποθέτησης της πληροφοριακής πινακίδας, δεν χρειάζονται ξεχωριστά αυτοκόλλητα για τη σήμανση μεμονωμένων αντικειμένων.

Οι ελάχιστες διαστάσεις μιας πληροφοριακής πινακίδας πρέπει να είναι περίπου 220x150 mm.

Σε περίπτωση δημιουργίας υποδομής ή κατασκευαστικού αντικειμένου με δημόσια συνεισφορά στην χρηματοδότηση κάτω από 500.000,00€, οι εγκατεστημένες πληροφοριακές πινακίδες πρέπει να παραμένουν ευανάγνωστες και σωστές για τουλάχιστον πέντε χρόνια μετά την τελευταία ημερομηνία της δραστηριότητας του Έργου. Συμβουλευτείτε τον Υπεύθυνο Επικοινωνίας του Προγράμματος.

#### **Μέσα σήμανσης αντικειμένων – ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΠΙΝΑΚΙΔΑ**

Εάν η συνολική δημόσια συνεισφορά στη χρηματοδότηση δημιουργίας υποδομής ή κατασκευαστικού αντικειμένου είναι μεγαλύτερη από 500.000,00 €, μια διαφημιστική πινακίδα πρέπει να τοποθετηθεί στην τοποθεσία της υποδομής της του κατασκευαστικού αντικειμένου. Η διαφημιστική πινακίδα πρέπει να ακολουθεί τις εξής προδιαγραφές:

- Η διαφημιστική πινακίδα θα πρέπει να τοποθετείται σε σημείο ορατό από το κοινό που βρίσκεται σε κοντινή απόσταση από την υποδομή που πρόκειται να αποκτηθεί ή να κατασκευαστεί
- Το λογότυπο θα τοποθετηθεί στην διαφημιστική πινακίδα και θα καλύπτει τουλάχιστον το 25% της επιφάνειας της πινακίδας
- Οι ελάχιστες διαστάσεις της διαφημιστικής πινακίδας πρέπει να είναι περίπου 1500x1000 mm
- Η διαφημιστική πινακίδα πρέπει να είναι κατασκευασμένη από ανθεκτικό και αδιάβροχο υλικό σε περίπτωση τοποθέτησης σε εξωτερικό χώρο

Επιτρέπεται, επίσης, η τοποθέτηση λογοτύπων άλλων αρχών ή φορέων που σχετίζονται με την ολοκλήρωση ή τη χρηματοδότηση της υποδομής καθώς και οποιαδήποτε άλλη πρόσθετη πληροφορία σχετικά με την υποδομή στην διαφημιστική πινακίδα.

Ένα πρότυπο για μια πληροφοριακή πινακίδα ή/και μια διαφημιστική πινακίδα δίνεται παρακάτω.

**ΣΗΜΕΙΩΣΗ:** Οι πινακίδες πρέπει να είναι στα Αγγλικά. Οι δικαιούχοι του Έργου μπορούν, επίσης, να παράγουν δίγλωσσες πινακίδες. Συμβουλευτείτε τον Υπεύθυνο Επικοινωνίας του Προγράμματος.

 European Regional Development Fund <i>«... the simplified OR combined logo of the project»</i>		 EUROPEAN UNION
	The Project is co-funded by the European Regional Development Fund (ERDF) and by national funds of the countries participating in the Interreg V-A "Greece-Bulgaria 2014-2020" Cooperation Programme.	
<b>INTERREG V-A "GREECE - BULGARIA 2014 – 2020" COOPERATION PROGRAMME</b>		
PROJECT BENEFICIARY:	«NAME OF THE PROJECT BENEFICIARY»	
PROJECT:	«PROJECT NAME & ACRONYM»	
OBJECTIVE:	«MAIN OBJECTIVE OF THE OPERATION»	
OPERATION:	«NAME OF THE OPERATION (THE NAME OF THE CONTRACTED BID OR THE NAME OF THE DELIVERABLE)»	
BUDGET :	«TOTAL BUDGET FOR THE OPERATION (CONTRACTED BUDGET in €) (ERDF: ...€ / National Funds: ...€)»	

## Μέσα σήμανσης αντικειμένων – ΠΙΝΑΚΙΔΑ ΕΥΓΝΩΜΟΣΥΝΗΣ

Εάν η συνολική δημόσια συνεισφορά είναι μεγαλύτερη από 500.000,00 € κατά την απόκτηση αντικειμένου ή τη χρηματοδότηση υποδομής ή κατασκευαστικού αντικειμένου, ο δικαιούχος του Έργου πρέπει να εγκαταστήσει πινακίδα ευγνωμοσύνης στη θέση του αντικειμένου ή της υποδομής ή του κατασκευαστικού αντικειμένου εντός έξι μηνών από την απόκτηση του αντικειμένου ή την ολοκλήρωση των εργασιών για την κατασκευή της υποδομής. Η Δημόσια συνεισφορά περιλαμβάνει τα κονδύλια του Προγράμματος και τη συγχρηματοδότηση από δημόσιους φορείς ή φορείς δημόσιου χαρακτήρα. Σε περίπτωση χρηματοδότησης υποδομής ή κατασκευαστικού αντικειμένου, ο δικαιούχος του Έργου θα αντικαταστήσει την διαφημιστική πινακίδα με την πινακίδα ευγνωμοσύνης εντός έξι μηνών από την ολοκλήρωση των εργασιών. Η πινακίδα ευγνωμοσύνης πρέπει να ανταποκρίνεται στις ακόλουθες προδιαγραφές:

- Η πινακίδα ευγνωμοσύνης θα στηθεί σε εμφανές σημείο που να βρίσκεται επάνω στο αντικείμενο, σε κοντινή απόσταση ή σε θέση που συνδέεται με αυτό.
- Το λογότυπο του Έργου θα τοποθετηθεί στην πινακίδα ευγνωμοσύνης και θα καλύπτει τουλάχιστον το 25% της επιφάνειας της πινακίδας ευγνωμοσύνης.
- Η ημερομηνία ολοκλήρωσης του αντικειμένου ή της υποδομής ή του κατασκευαστικού αντικειμένου θα αναγράφεται στην πινακίδα ευγνωμοσύνης.
- Οι ελάχιστες διαστάσεις της πινακίδας ευγνωμοσύνης πρέπει να είναι περίπου 500x300 mm.
- Η πινακίδα ευγνωμοσύνης πρέπει να είναι κατασκευασμένη από ανθεκτικό και αδιάβροχο υλικό σε περίπτωση τοποθέτησης σε εξωτερικό χώρο.
- Η πινακίδα ευγνωμοσύνης πρέπει να διατηρηθεί τουλάχιστον μέχρι τις 31 Δεκεμβρίου 2025.

Παρακάτω δίνεται ένα πρότυπο για μια πινακίδα ευγνωμοσύνης.

**ΣΗΜΕΙΩΣΗ:** Οι πινακίδες ευγνωμοσύνης πρέπει να είναι στα Αγγλικά. Οι δικαιούχοι του Έργου μπορούν επίσης να παράγουν δίγλωσσες πινακίδες. Συμβουλευτείτε τον Υπεύθυνο Επικοινωνίας του Προγράμματος.

  <b>Interreg</b> <b>Greece-Bulgaria</b> European Regional Development Fund <i>«... the simplified OR combined logo of the project»</i>		
	The Project is co-funded by the European Regional Development Fund (ERDF) and by national funds of the countries participating in the Interreg V-A "Greece-Bulgaria 2014-2020" Cooperation Programme.	
<b>INTERREG V-A "GREECE - BULGARIA 2014 – 2020" COOPERATION PROGRAMME</b>		
PROJECT BENEFICIARY:	<i>«NAME OF THE PROJECT BENEFICIARY»</i>	
PROJECT:	<i>«PROJECT NAME &amp; ACRONYM»</i>	
ACTIVITY:	<i>«NAME OF THE ACTIVITY (THE NAME OF THE CONTRACTED BID OR THE NAME OF THE DELIVERABLE)»</i>	
BUDGET :	<i>«TOTAL BUDGET FOR THE ACTIVITY /CONTRACTED BUDGET in € (ERDF: ...€ / National Funds: ...€)»</i>	
COMPLETION DATE:	<i>«DATE OF COMPLETION OF THE WORKS»</i>	



## Προδιαγραφές Παραδοτέων του Έργου “Qualfarm”:

Όλα τα παραδοτέα του έργου θα πρέπει να περιλαμβάνουν υποχρεωτικά τα ακόλουθα:

- Το λογότυπο και το βασικό μήνυμα του Έργου (εφόσον υφίσταται) σε εμφανές σημείο\*
- Την αναφορά στις πηγές χρηματοδότησης: «Το Έργο συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ) και από εθνικούς πόρους των χωρών που συμμετέχουν στο Πρόγραμμα Συνεργασία Interreg V-A «Ελλάδα – Βουλγαρία 2014 – 2020», με τις σημαίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης και τις σημαίες των δύο συμμετεχουσών χωρών.
- Την δήλωση αποποίησης ευθύνης «Το περιεχόμενο αυτής της <δημοσίευσης, μελέτης, έρευνας κ.λπ.> αποτελεί αποκλειστική ευθύνη της <Όνομα δικαιούχου> και σε καμία περίπτωση δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι αντικατοπτρίζει τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης, των συμμετεχουσών χωρών, της Διαχειριστικής Αρχής και της Κοινής Γραμματείας».
- Ο σύνδεσμος προς την ιστοσελίδα του Έργου.

**\*ΣΗΜΕΙΩΣΗ:** Το λογότυπο του Έργου πρέπει να είναι μεγαλύτερο σε μέγεθος από οποιοδήποτε άλλο λογότυπο (όπως π.χ. τα λογότυπα των δικαιούχων του Έργου) που εμφανίζεται στην ίδια σελίδα με αυτό. Γενικά, η σημαία της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η οποία αποτελεί μέρος του λογότυπου του Έργου, θα πρέπει να είναι μεγαλύτερη σε μέγεθος από οποιοδήποτε άλλο έμβλημα που χρησιμοποιείται στην ίδια σελίδα με αυτή.

Όλα τα παραδοτέα του έργου (μελέτες, έρευνες, στρατηγικές, εκπαιδευτικό υλικό, εφαρμογές, πλατφόρμες κ.λπ.) θα πρέπει να είναι στα Αγγλικά που είναι η επίσημη γλώσσα του Προγράμματος. Σε περίπτωση που το παραδοτέο παράγεται στην επίσημη γλώσσα μιας από τις συμμετέχουσες χώρες, η ύπαρξη αγγλικής σύνοψης του παραδοτέου είναι υποχρεωτική.

Όλα τα παραδοτέα του Έργου θα πρέπει να είναι διαθέσιμα στην ιστοσελίδα του Έργου. Όσον αφορά τα on-line εργαλεία όπως πλατφόρμες, βάσεις δεδομένων, εφαρμογές κ.λπ., θα πρέπει να συνδέονται με την ιστοσελίδα του Έργου προκειμένου ένας χρήστης να έχει άμεση πρόσβαση σε αυτά μέσω της ιστοσελίδας του Έργου. Επιπλέον, μια σύντομη περιγραφή (σκοπός, οδηγίες, αποτελέσματα κ.λπ.) του εργαλείου θα πρέπει να παρέχεται στα Αγγλικά.

Το Πρόγραμμα προσφέρει στους δικαιούχους του Έργου την ευκαιρία να προωθήσουν τις δραστηριότητες, τις εκδηλώσεις και τα επιτεύγματα του Έργου μέσω της ιστοσελίδας του Προγράμματος, εκτός από την ιστοσελίδα του Έργου, σε μια προσπάθεια για περαιτέρω διάδοση και διάχυση του Έργου. Έτσι, οι δικαιούχοι του Έργου ενθαρρύνονται να στείλουν

στον Υπεύθυνο Επικοινωνίας σύντομα άρθρα σχετικά με τις δράσεις τους στα Αγγλικά, προκειμένου να δημοσιευθούν στην ιστοσελίδα του Προγράμματος. Εικόνες ή/και βίντεο από αυτές τις δράσεις μπορούν να επισυνάπτονται στα άρθρα, πάντοτε βέβαια σε συμμόρφωση με τον Γενικό Κανονισμό Προστασίας Δεδομένων (GDPR).

Ως μέρος της οπτικής ταυτότητας του “Qualfarm”, όλα τα παραδοτέα θα πρέπει να ακολουθούν το ίδιο περίγραμμα σχεδίασης:

- Γραμματοσειρά: Calibri
- Μέγεθος γραμματοσειράς: 12
- Ευθυγράμμιση: Αριστερά – Δεξιά
- Εσοχή: Αριστερά= 0, Δεξιά=0
- Διάστημα: Πριν=12, Μετά=12
- Διάστιχο = Πολλαπλές – 1,15
- Περιθώρια = Κανονικό

## 9. ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Με βάση τις οδηγίες που περιλαμβάνονται στον “Οδηγό Πληροφόρησης και Δημοσιότητας για τους Δικαιούχους των Έργων – Έκδοση 3.1, Νοέμβριος 2020” του Προγράμματος Διασυνοριακής Συνεργασίας Interreg V-A: Ελλάδα – Βουλγαρία 2014 – 2020, ορίζονται οι υποχρεωτικές δράσεις επικοινωνίας και δημοσιότητας που πρέπει να υλοποιήσουν όλα τα έργα που χρηματοδοτούνται από το Πρόγραμμα. Αναλυτικά:

### Ιστοσελίδα του Έργου

Οι ιστοσελίδες είναι ανεκτίμητα εργαλεία για τα Έργα και με την πάροδο του χρόνου γίνονται η πρώτη πηγή πληροφόρησης. Συνεπώς, η ανάπτυξη μιας δομημένης ιστοσελίδας αποτελεί ουσιαστικό μέρος ενός Έργου.

Το όνομα της ιστοσελίδας θα πρέπει να είναι σύντομο και αξιομνημόνευτο. Η ιστοσελίδα μπορεί να λειτουργεί κάτω από ειδικό όνομα (domain name) του Έργου (π.χ. [www.Projectname.eu](http://www.Projectname.eu) ή [www.Projectacronym.eu](http://www.Projectacronym.eu)) ή εναλλακτικά μπορεί να λειτουργεί κάτω από την ιστοσελίδα ενός θεσμικού φορέα, όπως κάποιος από τους δικαιούχους του Έργου (π.χ. [www.ministry-environment.gr/department-for-water/research-andProjects/Projectname/html](http://www.ministry-environment.gr/department-for-water/research-andProjects/Projectname/html)).

Η ιστοσελίδα του Έργου θα πρέπει να τεθεί σε λειτουργία εντός των πρώτων έξι (6) μηνών από την έναρξη του Έργου (συμβατική ημερομηνία έναρξης ενός Έργου) και πρέπει να διατηρείται ενεργή στο διαδίκτυο για τουλάχιστον δύο χρόνια μετά την ολοκλήρωση του Έργου (συμβατική ημερομηνία λήξης ενός Έργου). Σε περίπτωση ελέγχου από αρμόδιο όργανο (Β' Επιπέδου Έλεγχος), οι δικαιούχοι του Έργου πρέπει να είναι σε θέση να αποδείξουν ότι η ιστοσελίδα του Έργου ήταν λειτουργική για αυτήν την περίοδο, ότι τα στοιχεία που περιέχονταν στην ιστοσελίδα ανταποκρίνονταν στις ανάγκες του Έργου και του Προγράμματος και ότι όλες οι απαιτήσεις πληροφόρησης και δημοσιότητας πληρούσαν τις προδιαγραφές του Οδηγού Πληροφόρησης και Δημοσιότητας που αναφέρθηκε παραπάνω. Η ημερομηνία λήξης της ιστοσελίδας του Έργου πρέπει να κοινοποιηθεί στην Κοινή Γραμματεία (JS) και πιο συγκεκριμένα στον Υπεύθυνο Επικοινωνίας (Communication Officer) και στον Υπεύθυνο Έργου τουλάχιστον τέσσερις μήνες πριν από την ημερομηνία λήξης. Υπογραμμίζεται ότι σε περίπτωση παράτασης της διάρκειας ενός Έργου, η ημερομηνία λήξης της ιστοσελίδας πρέπει να παραταθεί αντίστοιχα.

Η ιστοσελίδα πρέπει να ξεκινήσει στην Αγγλική γλώσσα, που είναι η επίσημη γλώσσα του Προγράμματος και στην συνέχεια είναι δυνατή η χρησιμοποίηση των γλωσσών των συμμετεχουσών χωρών, Ελλάδας και Βουλγαρίας. Η ιστοσελίδα του Έργου πρέπει:

- Να παρέχει πληροφορίες για το Έργο, τη φύση του, τους στόχους, τις διαδικασίες, τα οφέλη και τα αναμενόμενα αποτελέσματα
- Να περιλαμβάνει μια σύντομη περιγραφή του Προγράμματος. Για την περιγραφή του Προγράμματος μπορεί να χρησιμοποιηθούν οι εξής πηγές:
  - <http://www.greece-bulgaria.eu/minisite/#en-press>
  - [http://www.greece-bulgaria.eu/com/4\\_A-few-words-about-our-Programme;](http://www.greece-bulgaria.eu/com/4_A-few-words-about-our-Programme;)

Σε περίπτωση που οι Δικαιούχοι του Έργου αποφασίσουν να χρησιμοποιήσουν διαφορετικό κείμενο για αυτή τη χρήση, αυτό θα πρέπει να συζητηθεί και να εγκριθεί από τον Υπεύθυνο Επικοινωνίας (JS) του Προγράμματος.

- Να περιλαμβάνει ορισμένες βασικές πληροφορίες για τους Δικαιούχους καθώς και τα στοιχεία επικοινωνίας τους
- Να υπάρχει μια ενότητα κάτω από την οποία μπορεί κανείς να βρει το παραγόμενο επικοινωνιακό υλικό όπως: δελτία τύπου, ενημερωτικά δελτία (newsletters), προκλήσεις, αφίσες, βίντεο, φωτογραφίες και σύνδεσμοι).
- Να υπάρχει μια ενότητα κάτω από την οποία μπορεί κανείς να βρει τα κύρια παραδοτέα του έργου (έρευνες, στρατηγικές, μελέτες, πλατφόρμες, δίκτυα κ.λπ.), τα οποία θα πρέπει, επίσης, να είναι διαθέσιμα για λήψη. Σε περίπτωση που στο πλαίσιο του Έργου αναπτυχθούν on-line εφαρμογές, πλατφόρμες, βάσεις δεδομένων, δίκτυα κ.λπ., θα πρέπει όλα να συνδέονται με την ιστοσελίδα του Έργου μέσω κατάλληλου συνδέσμου και οι χρήστες της ιστοσελίδας θα πρέπει να είναι σε θέση να έχουν πρόσβαση σε αυτά μέσω κατάλληλων συνδέσμων στην ιστοσελίδα του Έργου. Επιπλέον, μια μικρή περιγραφή – παρουσίαση αυτών των εργαλείων στην Αγγλική γλώσσα θα πρέπει να είναι διαθέσιμη στην ιστοσελίδα του Έργου.
- Να συμμορφώνεται πλήρως με τον Γενικό Κανονισμό Προστασίας Δεδομένων (GDPR).

Επίσης, είναι υποχρεωτική η αναφορά εντός της ιστοσελίδας στο Πρόγραμμα και στη συγχρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Αυτό η αναφορά περιλαμβάνει το λογότυπο του Προγράμματος και αναφορά στις πηγές χρηματοδότησης ως εξής: «Το έργο συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης και από εθνικούς πόρους των χωρών που συμμετέχουν στο Πρόγραμμα Συνεργασίας «INTERREG V-A ΕΛΛΑΔΑ – ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ 2014 – 2020». Και τα δύο (λογότυπο και αναφορά στην συγχρηματοδότηση) πρέπει να εμφανίζονται στην αρχική σελίδα (homepage) της ιστοσελίδας του Έργου. Η ιστοσελίδα πρέπει να συνδέεται με την ιστοσελίδα του Προγράμματος (αναδρομολόγηση προς την ιστοσελίδα του Προγράμματος μέσω συνδέσμου που θα ενεργοποιείται κάνοντας “κλικ” στο λογότυπο του Προγράμματος που θα βρίσκεται σε εμφανές σημείο).

Πρέπει επίσης να υπάρχει στο κάτω μέρος της αρχικής σελίδας μια Δήλωση Αποποίησης Ευθύνης που να αναφέρει ότι το υλικό που περιλαμβάνεται στην ιστοσελίδα δεν αντικατοπτρίζει απαραίτητα την επίσημη θέση της Ευρωπαϊκής Ένωσης, της Διαχειριστικής Αρχής, της Κοινής Γραμματείας και των συμμετεχουσών Χωρών., Συγκεκριμένα, η Δήλωση Αποποίησης Ευθύνης πρέπει να περιλαμβάνει το εξής κείμενο: «Αυτή η ιστοσελίδα δημιουργήθηκε με την οικονομική βοήθεια της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Τα περιεχόμενα της ιστοσελίδας είναι αποκλειστική ευθύνη του <Όνομα Δικαιούχου> και σε καμία περίπτωση δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι αντικατοπτρίζουν τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης, των συμμετεχουσών Χωρών, της Διαχειριστικής Αρχής και της Κοινής Γραμματείας».

Οι δικαιούχοι πρέπει περιλάβουν και να διαθέσουν μέσω της ιστοσελίδας του Έργου τουλάχιστον τους συνδέσμους προς τους ακόλουθους ιστότοπους:

- Ιστότοπος αφιερωμένος στην Περιφερειακή Πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης: [https://ec.europa.eu/regional\\_policy/en/](https://ec.europa.eu/regional_policy/en/)
- Ιστοσελίδα του Προγράμματος: <http://www.greece-bulgaria.eu>
- Επίσημοι θεσμικοί ιστότοποι των Δικαιούχων του Έργου

Σύνδεσμος προς την ιστοσελίδα του Έργου πρέπει να είναι υπάρχει και να είναι διαθέσιμος στους επίσημους ιστότοπους των Δικαιούχων του Έργου.

Σημαντική Σημείωση: Σε περίπτωση το εταιρικό σχήμα του Έργου αποφασίσει – σύμφωνα με το Έντυπο Αίτησης (Application Form) του Έργου – να αναπτυχθεί, αντί για μια ξεχωριστή ιστοσελίδα του Έργου, μια ιστοσελίδα αφιερωμένη στο έργο εντός του επίσημου ιστότοπου κάποιου από τους Δικαιούχους του Έργου, όλες οι προαναφερόμενες απαιτήσεις ισχύουν και για αυτήν την ιστοσελίδα. Επιπλέον, αυτή η ιστοσελίδα θα πρέπει να είναι διαθέσιμη και στους επίσημους ιστότοπους όλων των Δικαιούχων του Έργου.

Ειδικές προδιαγραφές της ιστοσελίδας του Έργου

Η ανάπτυξη του περιεχομένου της ιστοσελίδας θα γίνει σε σύγχρονο CMS (Content Management System), με σχεδιαστική προσέγγιση συμβατή με τις απαιτήσεις του Οδηγού Πληροφόρησης και Δημοσιότητας του Προγράμματος “INTERREG V-A GREECE-BULGARIA 2014-2020” και τη σύμφωνη γνώμη του Δικαιούχου του Έργου που θα αναλάβει την δημιουργία και λειτουργία της ιστοσελίδας του Έργου.

Η καταχώρηση του ονόματος (domain name) και η φιλοξενία της ιστοσελίδας (hosting) θα πραγματοποιηθεί σε αξιόπιστο εξυπηρετητή (server) για περίοδο έως και πέντε (5) έτη μετά το πέρας του έργου. Μετά το πέρας της περιόδου αυτής, η ιστοσελίδα δύναται να συνεχίσει να λειτουργεί με την ευθύνη του Δικαιούχου που θα αναλάβει την υλοποίηση και την λειτουργία της.

Το όνομα (domain name) της ιστοσελίδας θα έχει την αποδοχή του Δικαιούχου του Έργου που θα αναλάβει την υλοποίηση και λειτουργία της ιστοσελίδας. Προτείνεται, εφόσον είναι διαθέσιμο, το εξής όνομα ιστοσελίδας:

[www.qualfarm.eu](http://www.qualfarm.eu)

Η ιστοσελίδα του Έργου θα περιλαμβάνει, κατ' ελάχιστον, τις εξής ενότητες:

- Αρχική
- Το Πρόγραμμα
- Το Έργο
- Οι Δικαιούχοι
- Παραδοτέα
- Νέα – Ανακοινώσεις
- Υλικό Δημοσιότητας
- Επικοινωνία

Η ιστοσελίδα θα περιέχει επίσης ειδικές φόρμες αναζήτησης περιεχομένου της ιστοσελίδας, φόρμα καταχώρησης στοιχείων επικοινωνίας, υπο-μενού σε όποια ενότητα από τις προαναφερθείσες κριθεί αναγκαίο για την περαιτέρω οργάνωση του διαθέσιμου υλικού κτλ. Θα περιλαμβάνει, επίσης, συνδέσεις με τις ιστοσελίδες των Δικαιούχων του Έργου και άλλων φορέων ή σελίδων συναφών με το φυσικό αντικείμενο του Έργου, χάρτη της περιοχής παρέμβασης του Έργου και ότι άλλο κριθεί αναγκαίο από τον Δικαιούχο που θα αναλάβει την υλοποίηση και λειτουργία της ιστοσελίδας του Έργου.

Η ιστοσελίδα θα περιλαμβάνει περιοχή διαβαθμισμένης πρόσβασης. Η διαβαθμισμένη περιοχή θα είναι διαθέσιμη μόνο στους δικαιούχους του έργου και στους συνεργάτες τους, για ανταλλαγή δεδομένων και αρχείων. Η πρόσβαση στην διαβαθμισμένη περιοχή θα είναι δυνατή με τη χρήση κωδικών πρόσβασης που θα δοθούν στους δικαιούχους του έργου και τους συνεργάτες τους.

Η φιλοξενία της ιστοσελίδας θα πραγματοποιηθεί σε εξυπηρετητή με ελάχιστη χωρητικότητα 5 GB.

Η σελίδα θα είναι δίγλωσση (Ελληνικά και Αγγλικά), ωστόσο θα έχει την υποδομή για την προσθήκη και έκδοσης στην Βουλγαρική. Επίσης, η ιστοσελίδα του Έργου θα είναι προσβάσιμη για Άτομα με Αναπηρία, σύμφωνα με τις τελευταίες επικαιροποιημένες προδιαγραφές WCAG 2.0 και θα είναι πλήρως συμβατή κατ' ελάχιστον με τους εξής φυλλομετρητές (browsers):

- Edge
- Firefox

- Chrome
- Safari

Η Τεχνική Υποστήριξη της ιστοσελίδας θα ανατεθεί στον Ανάδοχο που θα αναλάβει, για λογαριασμό του Δικαιούχου του Έργου, την υλοποίηση και λειτουργία της ιστοσελίδας, για όλη τη διάρκεια της σχετικής σύμβασης μεταξύ Αναδόχου και Δικαιούχου του Έργου, ενώ παράλληλα θα εκπαιδευτεί τουλάχιστον ένα (1) άτομο που θα υποδειχθεί από τον αρμόδιο Δικαιούχο του Έργου σε θέματα διαχείρισης, προσθήκης - μεταβολής περιεχομένου της ιστοσελίδας.

Αρμοδιότητες δικαιούχων του Έργου για την ιστοσελίδα του Έργου:

Όλοι οι Δικαιούχοι του Έργου θα είναι υπεύθυνοι για την τοποθέτηση συνδέσμων προς την ιστοσελίδα του Έργου στις ιστοσελίδες των φορέων τους και στους λογαριασμούς τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Όλοι οι Δικαιούχοι του Έργου θα είναι επίσης υπεύθυνοι για την αποστολή ενημερωμένου υλικού για μεταφόρτωση στην ιστοσελίδα του Έργου (παραδοτέα έργου, φωτογραφίες/βίντεο εκδηλώσεων, Δελτία Τύπου κ.λπ.).

Η Δημοσυνεταιριστική Έβρου Α.Ε. θα είναι υπεύθυνη για τον σχεδιασμό, την υλοποίηση και την ενημέρωση της ιστοσελίδας του Έργου, καθώς και την τοποθέτηση συνδέσμων της ιστοσελίδας του Έργου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης του Έργου.

Ομάδες-στόχοι ενέργειας:

- Στελέχη και αιρετοί Δημοσίων Αρχών και Τοπικής Αυτοδιοίκησης εντός των διοικητικών ορίων των διασυνοριακών περιοχών παρέμβασης του Έργου.
- Γενικό κοινό στις διασυνοριακές περιοχές παρέμβασης του Έργου.
- Επιχειρήσεις στον κλάδο της οικοτεχνίας, επιχειρήσεις στον κλάδο της αγροδιατροφής, νέοι αγρότες, γυναίκες σε αγροτικά νοικοκυριά και εργαζόμενοι σε επιχειρήσεις αγροδιατροφής στις περιοχές παρέμβασης του Έργου.
- Στελέχη και προσωπικό των δικαιούχων του Έργου.
- Επιστήμονες, Μηχανικοί και Ακαδημαϊκοί που ασχολούνται με την έρευνα και τον σχεδιασμό αγροτικής και περιφερειακής ανάπτυξης.

Τοποθεσία ενέργειας:

Όλη η Διασυνοριακή περιοχή παρέμβασης του Έργου

Δείκτες αξιολόγησης της ενέργειας:

Αριθμός ατόμων που επισκέπτονται την ιστοσελίδα του Έργου

---

## Φυλλάδιο αποτελεσμάτων του Έργου

Πρέπει να δημοσιευτεί τουλάχιστον ένα φυλλάδιο/βιβλιάριο, που θα περιλαμβάνει τα αποτελέσματα του Έργου. Αυτό το φυλλάδιο/βιβλιάριο πρέπει να είναι διαθέσιμο στα Αγγλικά, στα Ελληνικά και στα Βουλγαρικά. Επίσης, το φυλλάδιο θα είναι διαθέσιμο σε έντυπη και ηλεκτρονική μορφή (σε μορφή αρχείου pdf).

Στο εξώφυλλο πρέπει να υπάρχει το λογότυπο του Έργου καθώς και αναφορά στις πηγές χρηματοδότησης («Το έργο συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης και από εθνικούς πόρους των χωρών που συμμετέχουν στο Πρόγραμμα Συνεργασίας «INTERREG V-A ΕΛΛΑΔΑ – ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ 2014 – 2020»). Οι σημαίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης και των δύο συμμετεχουσών Χωρών πρέπει να εμφανίζονται είτε στο εξώφυλλο είτε στο οπισθόφυλλο.

Τέλος, πρέπει να συμπεριληφθεί και η ακόλουθη Δήλωση Αποποίησης Ευθύνης: «Οι απόψεις που εκφράζονται σε αυτή τη δημοσίευση δεν αντικατοπτρίζουν απαραίτητα τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης, των συμμετεχουσών Χωρών και της Διαχειριστικής Αρχής».

Το φυλλάδιο/βιβλιάριο πρέπει να διανεμηθεί κατά τη διάρκεια των διαφόρων εκδηλώσεων του Έργου και να είναι διαθέσιμο σε έντυπη μορφή στις εγκαταστάσεις των δικαιούχων του έργου. Επίσης, θα αναρτηθεί σε ψηφιακή μορφή στην ιστοσελίδα του Έργου, στις σελίδες του Έργου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης καθώς και στην ιστοσελίδα του Προγράμματος. Κατά την φάση σύνταξη και σχεδίασης του φυλλαδίου/βιβλιαρίου, συνιστάται στον δικαιούχο που θα αναλάβει τον σχεδιασμό και την παραγωγή του φυλλαδίου/βιβλιαρίου να συμβουλευτεί τον Υπεύθυνο Επικοινωνίας του Πρόγραμμα για σχετική καθοδήγηση.

Σε περίπτωση που οι δικαιούχοι αναπτύξουν περισσότερα φυλλάδια/βιβλιάρια (πέραν του υποχρεωτικού, βασικού φυλλαδίου/βιβλιαρίου) πρέπει να αποστείλουν το σχετικό υλικό σε έντυπη και ηλεκτρονική μορφή στον δικαιούχο που είναι υπεύθυνος για τη λειτουργία της ιστοσελίδας του Έργου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, προκειμένου να είναι διαθέσιμα και διαδικτυακά.

Τοποθεσία ενέργειας:

Όλη η Διασυνοριακή περιοχή παρέμβασης του Έργου

Ομάδες-στόχοι ενέργειας:

- Στελέχη και αιρετοί Δημοσίων Αρχών και Τοπικής Αυτοδιοίκησης εντός των διοικητικών ορίων των διασυνοριακών περιοχών παρέμβασης του Έργου.
- Γενικό κοινό στις διασυνοριακές περιοχές παρέμβασης του Έργου.



- Επιχειρήσεις στον κλάδο της οικοτεχνίας, επιχειρήσεις στον κλάδο της αγροδιατροφής, νέοι αγρότες, γυναίκες σε αγροτικά νοικοκυριά και εργαζόμενοι σε επιχειρήσεις αγροδιατροφής στις περιοχές παρέμβασης του Έργου.
- Στελέχη και προσωπικό των δικαιούχων του Έργου.
- Επιστήμονες, Μηχανικοί και Ακαδημαϊκοί που ασχολούνται με την έρευνα και τον σχεδιασμό αγροτικής και περιφερειακής ανάπτυξης.

Δείκτες αξιολόγησης της ενέργειας:

Αριθμός φυλλαδίων που θα διανεμηθούν (τουλάχιστον 700 από τον LB)/Αριθμός λήψεων (downloads) από την ιστοσελίδα του Έργου

## Τελικό Συνέδριο του Έργου

Τουλάχιστον ένα συνέδριο (εφόσον είναι ένα, τότε πρέπει να είναι το τελικό συνέδριο του Έργου) πρέπει να πραγματοποιηθεί προκειμένου να ενημερωθεί το κοινό για τα αποτελέσματα που επιτεύχθηκαν κατά την υλοποίηση του Έργου. Στο πλαίσιο της εκδήλωσης αυτή πρέπει να δημιουργηθούν και να είναι διαθέσιμα:

- Δελτίο Τύπου στα Αγγλικά, στα Ελληνικά και στα Βουλγαρικά
- Οπτικοακουστικό υλικό (φωτογραφίες, βίντεο κτλ)

Οι Δικαιούχοι του Έργου πρέπει να ενημερώσουν εκ των προτέρων (τουλάχιστον 10 ημέρες πριν από την καθορισμένη ημερομηνία της εκδήλωσης) τόσο τον Υπεύθυνο Επικοινωνίας, όσο και τον Υπεύθυνο του Έργου για κάθε εκδήλωση που σχετίζεται με τις δραστηριότητες του Έργου.

Το λογότυπο του Έργου, καθώς και η αναφορά στις πηγές χρηματοδότησης («Το έργο συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης και από εθνικούς πόρους των χωρών που συμμετέχουν στο Πρόγραμμα Συνεργασίας «INTERREG V-A ΕΛΛΑΔΑ – ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ 2014 – 2020») θα πρέπει να εμφανίζονται σε όλα τα έγγραφα, τις δημοσιεύσεις, τις παρουσιάσεις ή άλλα υλικά που θα παραχθούν και θα είναι διαθέσιμα κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης.

### Περιγραφή Συνεδρίου

Η τελική εκδήλωση του έργου «Qualfarm» θα είναι το τελικό συνέδριο που θα διοργανωθεί στη λήξη της διάρκειας του έργου. Στο τελικό συνέδριο θα προσκληθούν όλοι οι σχετικοί φορείς και εμπειρογνώμονες από τον δημόσιο τομέα, τον ακαδημαϊκό χώρο και τη βιομηχανία. Στο τελικό συνέδριο θα παρουσιαστούν τα παραδοτέα και τα αποτελέσματα του έργου. Επιπλέον, στο τελικό συνέδριο θα παρουσιαστούν περίληψη των συμπερασμάτων που προέκυψαν κατά την υλοποίηση του έργου και προτάσεις για σχεδιασμό και υλοποίηση περαιτέρω δράσεων για την ενίσχυση της οικοτεχνίας στην διασυνοριακή περιοχή παρέμβασης του Έργου.

Εργασίες οργάνωσης για το τελικό συνέδριο:

Η διοργάνωση του τελικού συνεδρίου του Έργου θα πραγματοποιηθεί στο Κίρκοβο. Ο δικαιούχος του Έργου που θα αναλάβει την διοργάνωση του τελικού συνεδρίου πρέπει να συμβουλευτεί την παρακάτω λίστα ελέγχου (check list):

- Εργασίες πριν το τελικό συνέδριο:
  - Προσδιορισμός του τόπου διεξαγωγής και τις παροχές εστίασης (catering)
  - Επιλογή και πρόσκληση ομιλητών

- Σχεδιασμός προγράμματος και ημερήσιας διάταξης
  - Προσαρμογή του περιεχομένου σύμφωνα με το κοινό – στόχο
  - Πρόβλεψη χρόνου για υποβολή ερωτήσεων και απαντήσεων
  - Πρόβλεψη αρκετού χρόνου για διαλείμματα για καφέ και μεσημεριανό γεύμα (εάν υπάρχει)
- Αποστολή πρόσκλησης με όλες τις απαραίτητες πληροφορίες για το τελικό συνέδριο, αποστολή μιας υπενθύμισης και, ως επιλογή, μιας δεύτερης υπενθύμισης
- Ανάθεση συγκεκριμένων καθηκόντων και αρμοδιοτήτων στην οργανωτική ομάδα του τελικού συνεδρίου
- Συνοπτική ενημέρωση των ομιλητών και του συντονιστή του τελικού συνεδρίου
- Δημιουργία και αποστολή Δελτίου Τύπου ενόψει της διοργάνωσης του τελικού συνεδρίου
- Ενημέρωση της ιστοσελίδας και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης του Έργου για την διοργάνωση του τελικού συνεδρίου

**Σημαντική σημείωση:** όλα τα έγγραφα πρέπει να περιλαμβάνουν το λογότυπο του Έργου και την αναφορά στις πηγές χρηματοδότησης του Έργου.

- Εργασίες κατά τη διάρκεια του τελικού συνεδρίου
  - Εγκατάσταση Γραμματείας και γραφείου εγγραφής στο τελικό συνέδριο
  - Συμπλήρωση λίστας συμμετεχόντων με πλήρη στοιχεία επικοινωνίας
  - Δημιουργία ονομαστικών καρτελών, ταξινομημένων σε αλφαβητική σειρά
  - Δημιουργία ψηφιακού αρχείου με όλες τις παρουσιάσεις/εισηγήσεις του τελικού συνεδρίου σε κατάλληλο αποθηκευτικό μέσο (USB stick/CD/DVD)
  - Τοποθέτηση ονομαστικών καρτελών και φιάλες νερού για τους ομιλητές του τελικού συνεδρίου
  - Απαραίτητος εξοπλισμός για τη διεξαγωγή του τελικού συνεδρίου: Φορητός υπολογιστής (laptop) με διαθέσιμες τις παρουσιάσεις/εισηγήσεις του τελικού συνεδρίου, μικρόφωνα για τους ομιλητές, ασύρματα μικρόφωνα για το κοινό, πλήρης μικροφωνική και μεγαφωνική εγκατάσταση, οθόνες προβολής & προβολέας κ.λπ
- Εργασίες μετά τη λήξη του τελικού συνεδρίου
  - Αποστολή ευχαριστήρια σημειωμάτων σε όλους τους ομιλητές και τους συμμετέχοντες
  - Προσθήκη των παρουσιάσεων/εισηγήσεων του τελικού συνεδρίου στην ιστοσελίδα του Έργου,
  - Προετοιμασία αναφοράς υλοποίησης της εκδήλωσης σε έντυπη μορφή (συμπεριλαμβανομένου φωτογραφικού υλικού) και σε ψηφιακή μορφή

(συμπεριλαμβανομένων φωτογραφικού/ηχητικού και βιντεοσκοπημένου υλικού). Η ψηφιακή μορφή θα είναι διαθέσιμη και μέσω της ιστοσελίδας του Έργου.

- Αποστολή φόρμας αξιολόγησης και υποβολής σχολίων από τους ομιλητές και τους συμμετέχοντες στο τελικό συνέδριο
- Δημιουργία και υποβολή απολογιστικής έκθεσης του τελικού συνεδρίου
- Δημιουργία και αποστολή Δελτίων Τύπου για τα πεπραγμένα του τελικού συνεδρίου
- Ενημέρωση της ιστοσελίδας και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης του Έργου για τα πεπραγμένα της διοργάνωσης του τελικού συνεδρίου

Τοποθεσία επίδρασης:

Όλη η Διασυνοριακή περιοχή παρέμβασης του Έργου

Δείκτες αξιολόγησης της επίδρασης:

Αριθμός συμμετεχόντων στο τελικό συνέδριο, Αριθμός δημοσιεύσεων σχετικών με τη διοργάνωση του τελικού συνεδρίου στον Τύπο (έντυπο και ηλεκτρονικό)

## 10. ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Μια επισκόπηση των δεικτών αποτελεσματικότητας για όλες τις δραστηριότητες και τα εργαλεία επικοινωνίας που αναπτύχθηκαν παραπάνω, παρουσιάζεται στον ακόλουθο πίνακα:

Δράση Επικοινωνίας	Δείκτης
Τελικό Διεθνές Συνέδριο	Αριθμός Συμμετεχόντων
Συμμετοχές/Παρουσιάσεις σε Διεθνή/Εθνικά Συνέδρια	Αριθμός Συμμετοχών/Παρουσιάσεων (τουλάχιστον μία )
Αφίσα του Έργου	Αριθμός αφισών
Ιστοσελίδα του Έργου	Αριθμός επισκεπτών της ιστοσελίδας, αριθμός, Αριθμός προβολών σελίδων
Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης του Έργου	Αριθμός ακολούθων σε κάθε λογαριασμό, αριθμός προβολών/ενεργειών ανάδρασης για κάθε ανάρτηση κτλ
Φυλλάδιο του Έργου	Αριθμός αντιγράφων (τουλάχιστον 700)
Ηλεκτρονικά Ενημερωτικά Δελτία του Έργου	Αριθμός παραχθέντων ηλεκτρονικών ενημερωτικών δελτίων, συνολικός αριθμός παραληπτών των ηλεκτρονικών ενημερωτικών δελτίων
Βίντεο/TV σποτ του Έργου	Αριθμός βίντεο και TV σποτ (τουλάχιστον ένα από το καθένα)
Ραδιοφωνικό σποτ του Έργου	Αριθμός ραδιοφωνικών σποτ του

	Έργου (τουλάχιστον ένα)
Πλάνο ΜΜΕ του Έργου	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Αριθμός μεταδόσεων του TV σποτ σε τοπικούς ή Εθνικούς τηλεοπτικούς σταθμούς</li> <li>• Αριθμός μεταδόσεων του ραδιοφωνικού σποτ σε τοπικούς ραδιοφωνικούς σταθμούς</li> <li>• Καταχωρήσεις Δελτίων Τύπου και ανακοινώσεων του Έργου σε τοπικά ή Εθνικά έντυπα (εφημερίδες και περιοδικά, τουλάχιστον 13 καταχωρήσεις)</li> </ul>
Υλικό Εκδηλώσεων του Έργου	Παραγωγή σετ υλικού εκδηλώσεων

## 11.ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΔΡΑΣΕΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Το χρονοδιάγραμμα εμφανίζεται παρακάτω σε μήνες, ξεκινώντας την 15<sup>η</sup> Ιουνίου 2021 και εκτείνεται έως την επίσημη ολοκλήρωση του έργου (14<sup>η</sup> Οκτωβρίου 2023).

Ενέργεια Επικοινωνίας/ Διάχυσης	Μήνας																													
	1*	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29**	
Τελικό Διεθνές Συνέδριο																														
Υλικό Εκδηλώσεων του Έργου																														
Αγορά Οικοτεχνών/ Εκπαιδευτικές Επισκέψεις																														
Σεμινάρια																														
Σχέδιο Επικοινωνίας του Έργου																														
Ιστοσελίδα του Έργου																														
Ιστοσελίδα του Έργου (ενημέρωση)																														
Λογότυπο του Έργου																														
Φυλλάδιο του Έργου																														
Αφίσα του Έργου																														

Καταχωρήσεις του Έργου στον Τύπο	
----------------------------------	--

\* από 15/06/2021 μέχρι 30/06/2021

\*\* από 01/10/2023 μέχρι 14/10/2023



## 12. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ

### Ανάλυση SWOT για την στρατηγική επικοινωνίας του έργου “QUALFARM”

Σε αυτή την ενότητα, πραγματοποιείται ανάλυση των δυνατών σημείων, των αδυναμιών, των ευκαιριών και των απειλών που εμπλέκονται στη στρατηγική επικοινωνίας και διάδοσης. Αυτή η ανάλυση στοχεύει στην παροχή των βασικών πληροφοριών σχετικά με τα χαρακτηριστικά της στρατηγικής και του έργου γενικότερα είναι ευνοϊκά για την επίτευξη των στόχων του σχεδίου επικοινωνίας και διάδοσης και ποια χαρακτηριστικά είναι δυσμενή. Η ανάλυση SWOT, λοιπόν, διευκολύνει του δικαιούχους του έργου στην υλοποίηση του Επικοινωνιακού Σχεδίου ώστε να κάνουν προβλέψεις και να σχεδιάσουν εναλλακτικά σχέδια, εάν επικρατήσουν οι δυσμενείς παράγοντες.

Ανάλυση SWOT: “QUALFARM” στρατηγική επικοινωνίας και διάχυσης	
<p><b>ΔΥΝΑΜΕΙΣ:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Σαφώς καθορισμένο κοινό/ομάδες-στόχος</li> <li>• Σαφώς καθορισμένοι στόχοι επικοινωνίας</li> <li>• Απτά αποτελέσματα όσον αφορά τα αποτελέσματα του έργου</li> <li>• Διαχειρίσιμος αριθμός δικαιούχων και συνεργατών</li> <li>• Καθιερωμένη επαφή μεταξύ των δικαιούχων</li> </ul>	<p><b>ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Έργο – επί του παρόντος – άγνωστο στη διασυνοριακή περιοχή</li> <li>• Διαφορετικές γλώσσες - Εγγενείς δυσκολίες στην πολύγλωσση επικοινωνία</li> <li>• Διαφοροποίηση ανθρώπινου και κοινωνικού κεφαλαίου μεταξύ των δικαιούχων</li> <li>• Διαφορετικός βαθμός εξοικείωσης των ενδιαφερομένων με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης</li> <li>• Σχετικά χαμηλός προϋπολογισμός επικοινωνίας και διάδοσης</li> </ul>
<p><b>ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ανάπτυξη εργαλείων για αποτελεσματική επικοινωνία μεταξύ των εταίρων</li> <li>• Εκτεταμένη χρήση διαδικτυακών εργαλείων για επικοινωνία, διάδοση και διαχείριση έργων</li> </ul>	<p><b>ΑΠΕΙΛΕΣ:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Εγγενής απροθυμία του προσωπικού των τοπικών αρχών να συμμετάσχει ενεργά σε δραστηριότητες επικοινωνίας και διάδοσης</li> <li>• Ασυμβατότητα μεταξύ των χρονοδιαγραμμάτων των άλλων</li> </ul>

- Διερεύνηση και ενίσχυση της ευαισθησίας του γενικού κοινού και των ομάδων-στόχων για θέματα που σχετίζονται με την οικοτεχνία λόγω της τάσης που παρουσιάζεται τα τελευταία έτη για την ανάπτυξη εναλλακτικών επιχειρηματικών μοντέλων και καινοτόμων δράσεων

παραδοτέων του έργου και των και των αντίστοιχων υλοποίησης επικοινωνιακών ενεργειών.

- Χαμηλή ευαισθητοποίηση των μέσων ενημέρωσης για το έργο και το Πρόγραμμα γενικότερα σε τοπικό επίπεδο

## 13. ΠΡΟΤΥΠΑ ΕΓΓΡΑΦΑ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟ ΥΛΙΚΟ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ

### Πρότυπο έγγραφο παρουσιάσεων του Έργου

- Εξώφυλλο παρουσίασης



“Name of the Event”

---

“Presentation Title”

“Name”

“Date”

The Project is co-funded by the European Regional Development Fund (ERDF) and by national funds of the countries participating in the Interreg V-A “Greece-Bulgaria 2014-2020” Cooperation Programme

- Εσωτερική διαφάνεια παρουσίασης



The Project is co-funded by the European Regional Development Fund (ERDF) and by national funds of the countries participating in the Interreg V-A "Greece-Bulgaria 2014-2020" Cooperation Programme

**Πρότυπο έγγραφο ατζέντας εκδήλωσης του Έργου**



Logo of the partner organization  
(not bigger than the project logo)

**“Name of Event”**

**“Venue”**

**Event Agenda**

**“Date”**

**Start time - End time:** Activity description

.....

**Start time - End time:** Activity description

.....

**Start time - End time:** Activity description

.....

**Start time - End time:** Activity description

.....

**Start time - End time:** Activity description

.....

**Start time - End time:** Activity description

.....

Notes:

.....

**The Project is co-funded by the European Regional Development Fund (ERDF) and by national funds of the countries participating in the Interreg V-A “Greece-Bulgaria 2014-2020” Cooperation Programme**

Πρότυπο έγγραφο προσκλήσεων του Έργου



**INVITATION**

To: .....

Date: .....

**Subject:** .....

Dear .....,

It is a pleasure to invite you to ..... (name of the event) of the project “Qualfarm”, under the Interreg “Greece – Bulgaria 2014 – 2020” Programme.

The event will take place at ..... (name of the place where the event will be held).

For any further information, please contact:

1. (Contact name)....., Tel. ...., E-mail: .....

2. (Contact name)....., Tel. ...., E-mail: .....

Sincerely,

(Name of signature of the representatives of the organization)

**The Project is co-funded by the European Regional Development Fund (ERDF) and by national funds of the countries participating in the Interreg V-A “Greece-Bulgaria 2014-2020” Cooperation Programme**

## **14.ΕΝΤΑΞΗ ΤΗΣ ΔΙΑΣΤΑΣΗΣ ΤΗΣ ΑΝΑΠΗΡΙΑΣ ΚΑΙ ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ**

Η διάσταση της αναπηρίας και η ένταξη της αρχής της μη διάκρισης λόγω αναπηρίας αποτυπώνεται στην Αιρεσιμότητα 1 «Καταπολέμηση των διακρίσεων», καθώς και στην Αιρεσιμότητα 3 «Αναπηρία» του Κανονισμού 1303/2013. Είναι αναγκαίο να διασφαλίσουμε εξ αρχής στο Σχέδιο Επικοινωνίας που θα υλοποιηθεί, ότι τα άτομα με αναπηρία θα έχουν ισότιμη δυνατότητα πρόσβασης στην πληροφόρηση και στην επικοινωνία για το περιεχόμενο και τους στόχους του Έργου, με συγκεκριμένα και απολύτως ενδεδειγμένα μέσα, μερικά εκ των οποίων παρατίθενται παρακάτω.

**Ένταξη της διάστασης της αναπηρίας και προσβασιμότητας των ΑΜΕΑ στα μέσα πληροφόρησης και επικοινωνίας για το γενικό πληθυσμό.**

- Εκδηλώσεις (εκπαιδευτικά σεμινάρια, εργαστήρια, συναντήσεις, ημερίδες, συνέδρια, εκθέσεις, κλπ)

Κατά τη διοργάνωση των εκδηλώσεων θα εξασφαλίζονται τα εξής:

α) Επικοινωνία για την εκδήλωση: Προτείνεται η πρόσκληση να αποστέλλεται στα συλλογικά όργανα εκπροσώπησης των ατόμων με αναπηρία, σε τοπικό επίπεδο προς διανομή στα μέλη τους. Επίσης για τη διευκόλυνση της πρόσβασης ατόμων με αναπηρία σε προωθητικές ενέργειες, π.χ. εκδηλώσεις, ημερίδες, προτείνεται η σύνταξη των δηλώσεων συμμετοχής των δυνητικών προσκεκλημένων να περιλαμβάνει πεδία προς συμπλήρωση για το είδος της αναπηρίας ατόμων με αναπηρία (κινητική, αισθητηριακή, όρασης, ακοής, κλπ.), ώστε να εξασφαλίζεται εκ των προτέρων από τους διοργανωτές η προσβασιμότητα των ατόμων αυτών και η δυνατότητά τους για ισότιμη και ποιοτική συμμετοχή σε όλες τις εκδηλώσεις.

β) Επιλογή χώρου: Σε κάθε περίπτωση, επιλέγονται χώροι φιλοξενίας που παρέχουν:

- Δυνατότητα πρόσβασης στην αίθουσα και τους λοιπούς χώρους των εκδηλώσεων ατόμων σε αναπηρικό αμαξίδιο μέσω ραμπών, ανελκυστήρων ή αναβατορίων, θυρών ικανού πλάτους.
- Πρόβλεψη θέσεων στάθμευσης οχημάτων ΑμεΑ, πλησίον του χώρου των εκδηλώσεων.
- Πρόβλεψη τραπεζοκαθισμάτων με δυνατότητα μετακίνησης, ώστε να μπορεί να δημιουργηθεί θέση για άτομο σε αμαξίδιο κλπ.
- Στην περίπτωση συμμετοχής ομιλητή με κινητική αναπηρία που απαιτεί χρήση αναπηρικού αμαξιδίου, δυνατότητα πρόσβασης στο πάνελ με χρήση ράμπας.

γ) Παρεχόμενες υπηρεσίες κατά την εκδήλωση:

- Διερμηνεία στην Ελληνική νοηματική γλώσσα και κράτηση θέσεων κωφών και βαρήκων ατόμων, ώστε να διασφαλίζεται η ορατότητα προς το διερμηνέα νοηματικής.
- Πρόβλεψη παροχής έντυπου ενημερωτικού υλικού σε προσβάσιμες μορφές (π.χ. ηλεκτρονικά αρχεία, CDs, έντυπα με μεγάλους χαρακτήρες, έντυπα σε γραφή Braille κλπ.) Εναλλακτικά, το ενημερωτικό υλικό θα διατίθεται ηλεκτρονικά σε προσβάσιμη ιστοσελίδα.
- Πρόβλεψη ανεμπόδιστης συνοδείας τυφλών και ατόμων με αναπηρία, ή πρόβλεψη από τους διοργανωτές, για στήριξη σε περίπτωση που ζητηθεί, ατόμων με αναπηρία (συνοδεία μέχρι τη θέση τους, κλήση μεταφορικού μέσου, υποστήριξη από/επιβίβασης κλπ.).

- Ιστοσελίδες και ηλεκτρονικό υλικό

Οι ιστοσελίδες που απευθύνονται στο ευρύ κοινό πρέπει να συμμορφώνονται πλήρως με τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού έκδοση 2.0 σε επίπεδο προσβασιμότητας τουλάχιστον «AA» (WCAG 2.0 Level AA και ΥΑΠ/Φ.40.4/1/989 «Πλαίσιο Παροχής Υπηρεσιών Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης», Παράρτημα Ι – Ενότητα 7 «Προσβασιμότητα», ΚΥ. 49 και ΚΠ. 27).

- Έντυπο υλικό

Το έντυπο υλικό προβλέπεται να παράγεται και σε προσβάσιμες μορφές (π.χ. ηλεκτρονικά αρχεία, CDs, έντυπα με μεγάλους χαρακτήρες, έντυπα σε γραφή Braille κλπ.) και να διατίθεται στους συλλογικούς φορείς των ατόμων με αναπηρία ή κατόπιν αιτήματος απευθείας στα ίδια τα άτομα με αναπηρία.



## **Επιπλέον πηγές για την προσβασιμότητα των ΑμεΑ στα μέσα Πληροφόρησης και Επικοινωνίας**

Τα αρμόδια στελέχη των δικαιούχων του Έργου που εμπλέκονται στην εφαρμογή ενεργειών πληροφόρησης και επικοινωνίας, θα μπορούν να συμβουλευονται τον Δημοσιογραφικό Οδηγό «Θέματα Αναπηρίας και ΜΜΕ», που έχει εκδοθεί από τη Γενική Γραμματεία Επικοινωνίας – Γενική Γραμματεία Ενημέρωσης για την αποφυγή της αναπαραγωγής εσφαλμένων αντιλήψεων, σχετικά με τα άτομα με αναπηρία: [http://www.minpress.gr/minpress/index/currevents/publ\\_odigos\\_anapiria\\_mme.htm](http://www.minpress.gr/minpress/index/currevents/publ_odigos_anapiria_mme.htm)

Για εξειδικευμένη ενημέρωση για θέματα προσβασιμότητας ΑμεΑ στα μέσα πληροφόρησης και επικοινωνίας για δράσεις με στόχο τα ΑμεΑ, υπάρχουν οι εξής πηγές:

- Οδηγίες για τον σχεδιασμό έντυπου υλικού European Blind Union “Access to information – Making your information accessible for customers with sight problems” <http://www.euroblind.org/resources/guidelines/nr/88>
- Disability Rights Commission “How to use easy Words and Pictures – Easy Read Guide” <https://rb.gy/xjdkn5>
- Οδηγίες για τον σχεδιασμό τηλεοπτικών μηνυμάτων, Making television accessible - G3ict-ITU - November 2011 <http://www.itu.int/ITU-D/sis/PwDs/Documents/>
- Διαδικτυακές υπηρεσίες από φορητές συσκευές: α) Βέλτιστες Πρακτικές του Κινητού Παγκοσμίου Ιστού έκδοση 1.0 (Mobile Web Best Practices <http://www.w3.org/TR/mobile-bp/>, β) Βέλτιστες Πρακτικές Εφαρμογών Κινητού Παγκόσμιου Ιστού (Mobile Web Application Best Practices) <http://www.w3.org/TR/mwabp/>

## 15. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΣΧΕΔΙΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

### **Γιατί χρειάζεται η αξιολόγηση;**

Η αξιολόγηση, πέρα από τυπική απαίτηση, αφορά στη βελτίωση της δουλειάς που κάνουμε, στην προσθήκη εμπειρίας στις επαγγελματικές μας δεξιότητες και την τεχνογνωσία και στην συμβολή στην βελτίωση των συνεργατών μας.

### **Διαφέρει η αξιολόγηση της επικοινωνίας από αυτή άλλων δραστηριοτήτων πολιτικής;**

Ενώ υπάρχουν ομοιότητες με την αξιολόγηση πολιτικών και προγραμμάτων, η αξιολόγηση των δράσεων επικοινωνίας διαφέρει από πολλές απόψεις. Πέρα από τη διαφορετική ορολογία, χρησιμοποιούνται συχνά διαφορετικές μέθοδοι και ειδικές μετρήσεις και δείκτες. Οι βέλτιστες πρακτικές αξιολόγησης της επικοινωνίας και των σχετικών δράσεων, απαιτούν προσεκτικό προγραμματισμό εκ των προτέρων και «έγκαιρη» μέτρηση. Όταν ολοκληρωθούν οι δράσεις επικοινωνίας είναι συνήθως πολύ αργά για μέτρηση και αξιολόγηση – συχνά μπορεί ακόμη και να είναι πολύ αργά για μέτρηση και αξιολόγηση ακόμα και στην έναρξη των δράσεων επικοινωνίας.

### **Πότε απαιτείται η αξιολόγηση;**

Οι δραστηριότητες και τα προγράμματα επικοινωνίας που συνεπάγονται σημαντικές δαπάνες θα πρέπει να αξιολογούνται, τουλάχιστον κάθε έξι χρόνια όπως απαιτείται από το άρθρο 18 των Κανόνων Εφαρμογής του Δημοσιονομικού Κανονισμού της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Πέρα από αυτή την απαίτηση, όμως, θα πρέπει σε κάθε περίπτωση και ανά πάσα στιγμή να στοχεύουμε στην αξιολόγηση της επικοινωνίας του Έργου, καθώς αυτό θα βοηθήσει να βελτιώσουμε τις μελλοντικές επικοινωνιακές ενέργειες του Έργου. Όταν σχεδιάζεται η αξιολόγηση είναι πολύ σημαντικό να λαμβάνεται υπόψη η χρονική στιγμή της αξιολόγησης: τα αποτελέσματά της πρέπει να είναι διαθέσιμα σε εύθετο χρόνο, ώστε να μπορούν να τροφοδοτούν τις αποφάσεις σχετικά με το σχεδιασμό, την ανανέωση, την τροποποίηση ή και την αναστολή των επικοινωνιακών δράσεων, εφόσον κριθεί αναγκαίο.

### **Τύποι αξιολόγησης**

Σε γενικές γραμμές, τα κύρια είδη αξιολογήσεων (χωρίς να αλληλο-αποκλείονται) είναι τα εξής:

- Αξιολογήσεις μεγάλης κλίμακας (συνήθως ανατίθενται σε εξωτερικούς αξιολογητές)
  - Εκ των προτέρων αξιολόγηση (ex ante evaluation): αυτό το είδος αξιολόγησης πριν την εκκίνηση των δράσεων επικοινωνίας επικεντρώνονται

στη συλλογή δεδομένων και σε στοιχεία που θα καθοδηγήσουν το σχεδιασμό των επικοινωνιακών δραστηριοτήτων.

- Ενδιάμεση αξιολόγηση (interim/process evaluation): αυτό το είδος αξιολόγησης συνήθως επικεντρώνεται στις διαδικασίες υλοποίησης των δράσεων επικοινωνίας με στόχο την βελτίωση της παρέμβασης και την μεγιστοποίηση της απόδοσής της.
- Τελική αξιολόγηση/αξιολόγηση επιπτώσεων (final/impact evaluation): αυτό το είδος αξιολόγησης επικεντρώνεται στην διερεύνηση του βαθμού επιτυχίας των δράσεων επικοινωνίας, αν δηλαδή απέδωσαν τα επιδιωκόμενα αποτελέσματα.
- Μικρής κλίμακας αξιολογήσεις
  - Η αξιολόγηση μικρής κλίμακας αφορά συνήθως την αξιολόγηση μιας ή λίγων δραστηριοτήτων επικοινωνίας.

## Αξιολόγηση επιμέρους δράσεων επικοινωνίας - Αξιολόγηση Συνεδρίων

Προτεινόμενα εργαλεία μέτρησης: Έρευνα

Οι έρευνες είναι ένα τυπικό εργαλείο για τη μέτρηση και την αξιολόγηση Συνεδρίων. Μπορούν, ωστόσο, να χρησιμοποιηθούν και άλλα εργαλεία, που αναφέρονται παρακάτω.

Η έρευνα είναι ένα εργαλείο συλλογής ποσοτικών δεδομένων που επιτρέπει να συλλεχθούν σχόλια και να αξιολογηθούν επιμέρους τομείς από όσους συμμετέχουν στο συνέδριο. Η χρήση της έρευνας επιτρέπει να συλλεχθούν πληροφορίες σχετικά με:

- Ιστορικό – τι γνωρίζουν οι άνθρωποι, τι έχουν κάνει
- Τι σκέφτονται, τις στάσεις και τις απόψεις τους
- Τι σκοπεύουν να κάνουν ή έχουν κάνει ως αποτέλεσμα της συμμετοχής τους στο αξιολογούμενο Συνέδριο
- Τις απόψεις τους για τη διοργάνωση του Συνεδρίου

Τα αποτελέσματα της έρευνας θα πρέπει να αναλυθούν μαζί με δεδομένα σχετικά με την συμμετοχή και την παρακολούθηση του Συνεδρίου (βλέπε παρακάτω)

Τα βήματα για την διεξαγωγή της έρευνα αξιολόγησης του Συνεδρίου είναι τα εξής:

- Σχεδιασμός των ερωτήσεων της έρευνας
  - Πολλές έρευνες αξιολόγησης Συνεδρίων περιέχουν μόνο τυπικές ερωτήσεις. Αυτές παρέχουν ενημέρωση για τα logistics ή για την ικανοποίηση από τις διαδικασίες του Συνεδρίου αλλά συχνά αποτυγχάνουν να συλλάβουν πληροφορίες σχετικά με τα αποτελέσματά του. Κατά τη διατύπωση των ερωτήσεων, πρέπει να λαμβάνονται υπόψη οι στόχοι του Συνεδρίου και να διατυπώνονται οι αντίστοιχες ερωτήσεις διερεύνησης της επίτευξης των στόχων.
  - Επιπλέον, πρέπει να προστεθούν τυποποιημένες ερωτήσεις αξιολόγησης των διαδικασιών και παροχών του Συνεδρίου, καθώς και ερωτήσεις που θα διερευνούν τις πηγές πληροφόρησης για το Συνέδριο κτλ.
- Επιλογή των εργαλείων και του σχεδίου της έρευνας
  - Τα βασικά εργαλεία διεξαγωγής ερευνών αξιολόγησης Συνεδρίων είναι οι online έρευνες, η αυτοσυμπλήρωση έντυπων ερωτηματολογίων κατά τη διάρκεια του Συνεδρίου από τους συμμετέχοντες, οι τηλεφωνικές έρευνες και οι προσωπικές συνεντεύξεις κατά τη διάρκεια του Συνεδρίου. Το κάθε εργαλείο έχει πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα που πρέπει να συνεκτιμηθούν για

την επιλογή του βέλτιστου εργαλείου ή του βέλτιστου συνδυασμού εργαλείων.

- Υλοποίηση της έρευνας και συλλογή των δεδομένων
  - Ανεξάρτητα από το εργαλείο έρευνας που επιλέχθηκε, η έρευνα πρέπει να προωθηθεί και να επικοινωνηθεί κατάλληλα στους συμμετέχοντες στο Συνέδριο: πρέπει όλοι να μάθουν για την διεξαγωγή της έρευνας και για την σημασία της συμμετοχής σ' αυτήν. Πρέπει να εξηγηθεί σε όλους πώς θα χρησιμοποιηθούν τα αποτελέσματα και ότι οι απαντήσεις (εάν συμβαίνει αυτό) θα χρησιμοποιηθούν ανώνυμα. Οι έρευνες με αυτοσυμπλήρωση έντυπου ερωτηματολογίου μπορούν να περιλαμβάνονται στο πακέτο καλωσορίσματος ή το ερωτηματολόγιο να τοποθετηθεί σε όλες τις θέσεις κατά τη διάρκεια του διαλείμματος πριν το τελευταίο μέρος του Συνεδρίου. Οι ηλεκτρονικές έρευνες θα πρέπει να αποσταλούν στους συμμετέχοντες εντός 48 ωρών από το Συνέδριο μέσω email. Εάν η έρευνα γίνεται επί τόπου με προσωπικές συνεντεύξεις από ερευνητή, τότε είναι καλύτερο να χρησιμοποιηθεί ένα tablet με ασύρματη σύνδεση για να καταχωρηθούν τα αποτελέσματα, καθώς η χρήση έντυπου ερωτηματολογίου από τον ερευνητή σημαίνει ότι η διαδικασία καταχώρησης πρέπει να επαναληφθεί σε ηλεκτρονική βάση δεδομένων για περαιτέρω επεξεργασία.
- Ανάλυση των δεδομένων, χρήση και διάχυση των αποτελεσμάτων της έρευνας
  - Η ανάλυση των αποτελεσμάτων της έρευνας πρέπει να πραγματοποιηθεί παράλληλα με την ανάλυση των δεδομένων συμμετοχής και παρακολούθησης του Συνεδρίου.

Η αξιολόγηση των αποτελεσμάτων πρέπει να γίνει υπό το φως των αρχικών στόχων του Συνεδρίου, τόσο ποσοτικά (αριθμός συμμετεχόντων, βαθμός ικανοποίησης από το Συνέδριο και από τους διάφορους τομείς αξιολόγησης κτλ) όσο και ποιοτικά (καταγραφή απόψεων για το περιεχόμενο και τα αποτελέσματα του Συνεδρίου, προτάσεις για βελτίωση και μελλοντικές αντίστοιχες δράσεις, τι κρατάμε και τι αλλάζουμε κτλ).

## Αξιολόγηση επιμέρους δράσεων επικοινωνίας - Αξιολόγηση Ηλεκτρονικών Ενημερωτικών Δελτίων

Προτεινόμενα εργαλεία μέτρησης: Έρευνα αναγνωσιμότητας και online μέτρηση

Για τα ενημερωτικά δελτία είναι σημαντικό να διασφαλιστεί ότι πληρούν τις προσδοκίες της ομάδας – στόχου. Οποιαδήποτε μέτρηση θα πρέπει επίσης να διασφαλίζει ότι είναι δυνατή η παροχή συγκεκριμένη ανάδρασης που μπορεί να τροφοδοτήσει οποιαδήποτε τροποποίηση του περιεχομένου στο μέλλον.

Σήμερα, τα περισσότερα ενημερωτικά δελτία είναι ηλεκτρονικά. Σε σύγκριση με τα έντυπα ενημερωτικά δελτία, τα ηλεκτρονικά ενημερωτικά δελτία είναι φθηνότερα, πιο εύκολα στη δημοσίευση και μπορούν να επιτύχει μεγαλύτερη προσέγγιση της ομάδας – στόχου. Τα ηλεκτρονικά ενημερωτικά δελτία μπορούν να αποστέλλονται ως αρχείο PDF αλλά πιο συχνά έχουν τη μορφή σύντομου ενημερωτικού μηνύματος μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, το οποίο περιέχει συνδέσμους προς μια έκδοση που φιλοξενείται σε μια ιστοσελίδα ή προς συγκεκριμένα άρθρα στο διαδίκτυο.

- Διαδικτυακή μέτρηση

Ανεξάρτητα από τη μορφή του ενημερωτικού δελτίου σας (PDF και online) θα είναι δυνατό να παρακολουθούμε εάν τα emails με τα ενημερωτικά μας δελτία, διαβάζονται στην πραγματικότητα από τους παραλήπτες. Στο πλαίσιο αυτό, θα πρέπει να παρακολουθούμε σταθερά το ποσοστό ανοίγματος και ανάγνωσης των emails αυτών. Οι παρακάτω δείκτες πρέπει να παρακολουθούνται συστηματικά:

Δείκτης	Επεξήγηση	Σχόλια
Εγγεγραμμένοι	Ο αριθμός των ανθρώπων που έχουν εγγραφεί στα ηλεκτρονικά ενημερωτικά δελτία μας	Ποιος είναι ο δυνητικός αριθμός ανθρώπων που πληροφορείται μέσω των ενημερωτικών μας δελτίων;
Διαγραμμένοι	Ο αριθμός των ανθρώπων που έχουν επιλέξει να διαγραφούν από τα ηλεκτρονικά ενημερωτικά δελτία μας	Ένας αυξημένος αριθμός διαγραφών μετά από ένα συγκεκριμένο ηλεκτρονικό ενημερωτικό δελτίο είναι ένδειξη δυσαρέσκειας με το περιεχόμενο του

		συγκεκριμένου δελτίου
Ποσοστό ανοίγματος	Το ποσοστό των εγγεγραμμένων στα ηλεκτρονικά ενημερωτικά δελτία μας που ανοίγουν ένα συγκεκριμένο δελτίο	
Ποσοστό προώθησης	Το ποσοστό των εγγεγραμμένων στα ηλεκτρονικά ενημερωτικά δελτία μας που προωθούν ένα συγκεκριμένο δελτίο σε φίλους/συναδέλφους	
Ποσοστό απόρριψης	Το ποσοστό των απεσταλμένων emails που δεν παραδίδονται στους εγγεγραμμένους παραλήπτες λόγω λαθών, καταργηθέντων λογαριασμών ηλεκτρονικού ταχυδρομείου κτλ	Ενδεικτικό της ποιότητας της λίστας παραληπτών των emails μας

Επιπλέον, πρέπει να καταγράφεται ο αριθμός των ηλεκτρονικών ενημερωτικών δελτίων και των ποιοτικών τους δεδομένων. Αυτό είναι δυνατό όταν το περιεχόμενο των ηλεκτρονικών ενημερωτικών δελτίων φιλοξενείται στην ιστοσελίδα του Έργου. Στην περίπτωση αυτή είναι δυνατή η καταγραφή:

- Του αριθμού των επισκέψεων και των μοναδικών επισκεπτών στο συγκεκριμένο άρθρο που περιέχεται στο ηλεκτρονικό δελτίο τύπου
- Του ποσοστού των εγγεγραμμένων στη λίστα παραληπτών που διαβάζουν τουλάχιστον ένα άρθρο από όσα περιέχονται στο ηλεκτρονικό ενημερωτικό δελτίο
- Των άρθρων που συγκεντρώνουν το μεγαλύτερο αλλά και το μικρότερο ενδιαφέρον μεταξύ των παραληπτών
- Ο χρόνος που δαπανούν οι παραλήπτες για την ανάγνωση των ηλεκτρονικών ενημερωτικών δελτίων μας

---

- Μέτρηση αναγνωσιμότητας

Η έρευνα αναγνωσιμότητας είναι ένα εργαλείο συλλογής ποσοτικών δεδομένων που μας επιτρέπει να συλλέγουμε σχόλια από τους αναγνώστες. Μια τέτοια έρευνα μας επιτρέπει να συλλέγουμε πληροφορίες σχετικά με:

- Ιστορικό, σύνθεση του αναγνωστικού μας κοινού και του κοινού-στόχου
- Περιεχόμενο (αναγνωσιμότητα/σαφήνεια, τόνος, μήκος, ενδιαφέρον, ισορροπία θεμάτων)
- Αξιολόγηση του σχεδιασμού του ηλεκτρονικού ενημερωτικού δελτίου (εμφάνιση και αίσθηση, χρήση γραφικών)
- Εάν πρόκειται για ηλεκτρονική δημοσίευση – το καταλληλότερο μέσο για διάχυση (εφαρμογές (apps), ιστοσελίδες, μέσα κοινωνικής δικτύωσης)
- Ενέργειες που εκκίνησαν από το ηλεκτρονικό ενημερωτικό δελτίο (π.χ. τί σκοπεύουν να κάνουν ή έχουν κάνει οι αναγνώστες μας ως αποτέλεσμα της λήψης του ηλεκτρονικού ενημερωτικού δελτίου)
- Αξία του ηλεκτρονικού ενημερωτικού δελτίου



## Αξιολόγηση επιμέρους δράσεων επικοινωνίας - Αξιολόγηση ιστοσελίδας του Έργου

Προτεινόμενα εργαλεία μέτρησης: online έρευνα και ανάλυση των στατιστικών στοιχείων επισκεψιμότητας της ιστοσελίδας.

- Ανάλυση στατιστικών στοιχείων επισκεψιμότητας της ιστοσελίδας

Κατά την αξιολόγηση ιστοσελίδων, υπάρχουν πολλοί διαθέσιμοι δείκτες από το πακέτο αναλυτικών στοιχείων της ιστοσελίδας που παρέχεται από την φιλοξενία της. Από τους δείκτες αυτούς, πρέπει να επιλέξουμε εκείνους που αντικατοπτρίζουν τους στόχους που έχουν τεθεί για την λειτουργία της ιστοσελίδας του Έργου. Τα περισσότερα εργαλεία ανάλυσης επιτρέπουν την εξαίρεση της επισκεψιμότητας από καθορισμένα εύρη IP. Είναι πολύ σημαντικό να χρησιμοποιηθεί αυτή η δυνατότητα για να εξαιρεθεί η κυκλοφορία που προέρχεται από τον ίδιο τον οργανισμό μας (ή εξωτερικούς συνεργάτες μας).

Ο παρακάτω πίνακας παρέχει παραδείγματα των βασικών δεικτών που μπορούν να συλλεχθούν για την αξιολόγηση μια ιστοσελίδας:

Δείκτης	Επεξήγηση	Σχόλια
Μοναδικοί επισκέπτες	Ο αριθμός των χρηστών που ζητούν σελίδες από την ιστοσελίδα του Έργου κατά τη διάρκεια μιας δεδομένης περιόδου, ανεξάρτητα από το πόσο συχνά την επισκέπτονται	
Επισκέψεις	Ο αριθμός των επισκέψεων στην ιστοσελίδα του Έργου	
Προβολές σελίδας	Αριθμός σελίδων που ζητήθηκαν	
Ποσοστό επιστροφής επισκεπτών	Το ποσοστό επιστροφής επισκεπτών υπολογίζεται ως αριθμός των επισκέψεων από τους επισκέπτες που	Ένα υψηλό ποσοστό επιστροφής είναι ένδειξη υψηλής πιστότητας των

	επέστρεψαν διαιρεμένος με τον συνολικό αριθμό επισκέψεων στην ιστοσελίδα	επισκεπτών της ιστοσελίδας
Χρόνος ανά επίσκεψη	Ο μέσος χρόνος ανά επίσκεψη στην ιστοσελίδα	Ενδεικτικό του ενδιαφέροντος για την ιστοσελίδα
Αριθμός θέασης σελίδων ανά επίσκεψη	Ο μέσος αριθμός θέασης σελίδων ανά επίσκεψη στην ιστοσελίδα	Ενδεικτικό του ενδιαφέροντος για την ιστοσελίδα
Ποσοστό εγκατάλειψης	Το ποσοστό των επισκέψεων που εγκαταλείπουν την ιστοσελίδα έχοντας επισκεφθεί μόνο μια σελίδα της	Ένα υψηλό ποσοστό εγκατάλειψης υποδηλώνει ότι το περιεχόμενο της σελίδας δεν είναι σχετικό με τον χρήστη ή ο χρήστης δεν μπορεί να βρει γρήγορα τις πληροφορίες που χρειάζεται αρκετά εύκολα ή γρήγορα
Ποσοστό ολοκλήρωσης στόχου	Το ποσοστό των επισκεπτών που συμπληρώνουν έναν προκαθορισμένο στόχο	Ονομάζεται επίσης ποσοστό μετατροπής. Ένας στόχος μπορεί να είναι η εγγραφή σε ένα ενημερωτικό δελτίο ή λήψη ενός PDF

Για να συλλεχθούν δεδομένα, μπορεί να χρησιμοποιηθεί το εταιρικό εργαλείο ανάλυσης επισκεψιμότητας της Ευρωπαϊκής Ένωσης που διατίθεται μέσω του παρακάτω συνδέσμου:

[http://ec.europa.eu/ipg/services/statistics/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/ipg/services/statistics/index_en.htm)

Όλα τα εργαλεία ανάλυσης επισκεψιμότητας ιστοσελίδων μπορούν να παράγουν αναφορές. Το εργαλείο ανάλυσης επισκεψιμότητας ιστοσελίδων της Ευρωπαϊκής Ένωσης επιτρέπουν τον εξειδικευμένο σχεδιασμό αναφορών ώστε να μπορεί να σχεδιαστεί μια αναφορά που να παρέχει ακριβώς τις μετρήσεις που χρειαζόμαστε. Πρέπει να επιλεγούν οι δείκτες εκείνοι που αντανακλούν καλύτερα τους στόχους της ιστοσελίδας του Έργου. Επίσης, επιτρέπει τη ρύθμιση για την εκπόνηση μιας προγραμματισμένης αναφοράς που

θα εξάγεται ως PDF και θα λαμβάνεται αυτοματοποιημένα μέσω αλληλογραφίας σε καθορισμένα χρονικά διαστήματα.

Είναι σημαντικό να παρακολουθούμε και να συγκρίνουμε την κυκλοφορία της ιστοσελίδας με την πάροδο του χρόνου. Η κίνηση αυξάνεται ή μειώνεται; Ποια είναι η τάση; Οι αλλαγές στην επισκεψιμότητα με την πάροδο του χρόνου υποδηλώνουν αλλαγές στο ενδιαφέρον για το περιεχόμενό της ιστοσελίδας του Έργου ή/και πληροφορίες άλλων πηγών ενημέρωσης σχετικά με το αντικείμενο του Έργου.

Οι αλλαγές στην κίνηση της ιστοσελίδας θα πρέπει, επίσης, να αξιολογούνται στο πλαίσιο άλλων επικοινωνιακών δραστηριοτήτων που αποσκοπούν στην προσέλκυση επισκεπτών στην ιστοσελίδα του Έργου.

- Online έρευνα επισκεπτών

Μια έρευνα είναι ένα εργαλείο συλλογής δεδομένων που μας επιτρέπει να συλλέγουμε σχόλια και αξιολογήσεις από τους χρήστες της ιστοσελίδας μας. Μέσω μιας διαδικτυακής

έρευνας μπορούμε να συλλέξουμε πληροφορίες σχετικά με:

- Δημογραφικά δεδομένα/ προφίλ/ σύνθεση των χρηστών της ιστοσελίδας μας
- Ικανοποίηση των επισκεπτών από το περιεχόμενο της ιστοσελίδας του Έργου: πληρότητα, σαφήνεια, τόνος, μέγεθος και ισορροπία θεμάτων
- Λόγοι επίσκεψης στην ιστοσελίδα του Έργου
- Ευκολία στη χρήση της ιστοσελίδας του Έργου (εύκολη εύρεση των σωστών πληροφοριών)
- Ελλιπές περιεχόμενο
- Περιεχόμενο με το μεγαλύτερο ενδιαφέρον/συνάφεια για τους χρήστες της ιστοσελίδας του Έργου

Τύποι ερωτήσεων για την online έρευνα:

Περιοχή ενδιαφέροντος	Τύπος ερωτήσεων
Αξιολόγηση του περιεχομένου ιστοσελίδας του Έργου	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Η ποιότητα του περιεχομένου</li> <li>• Η σαφήνεια του περιεχομένου</li> <li>• Ακρίβεια των άρθρων</li> <li>• Το επίπεδο των παρεχόμενων πληροφοριών (γενικό, τεχνικό, ειδικό)</li> </ul>

<p>Προσδιορισμός αναγκών</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Σκοπός χρήσης/ λόγοι επίσκεψης στην ιστοσελίδα</li> <li>• Τύπος πληροφοριών που αναζητήθηκαν περισσότερο</li> <li>• Περιεχόμενο που λείπει</li> </ul>
<p>Αξιολόγηση του σχεδιασμού και της οργάνωσης της ιστοσελίδας του Έργου</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Η παρουσίαση των ιστοσελίδων</li> <li>• Η χρήση γραφικών για την απεικόνιση των άρθρων</li> <li>• Εάν οι ερευνώμενες πληροφορίες βρίσκονται εύκολα και γρήγορα</li> </ul>
<p>Χρήση των περιεχομένων της ιστοσελίδας του Έργου</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Χρήση στην επαγγελματική ζωή</li> <li>• Χρήση στην ιδιωτική ζωή</li> <li>• Έκταση χρήσης/συχνότητα χρήσης</li> <li>• Χρήση πληροφοριών στη διαμόρφωση της ατζέντας/διαμόρφωσης πολιτικής</li> </ul>

Η διαδικτυακή έρευνα θα πρέπει να πραγματοποιηθεί εντός περιορισμένου χρονικού διαστήματος (δύο εβδομάδες συνήθως). Μια πρόσκληση για συμμετοχή σε μια διαδικτυακή έρευνα για την αξιολόγηση της ιστοσελίδας του Έργου μπορεί να εμφανίζεται στον επισκέπτη της ιστοσελίδας κατά την είσοδό του στην αρχική σελίδα.

Η ανάλυση της έρευνας θα περιλαμβάνει:

- Συνολική ανάλυση των αποτελεσμάτων
- Ανάλυση σε σχέση με σχετικές μεταβλητές όπως το προφίλ των επισκεπτών (είδος χρηστών, σκοπός χρήσης, γεωγραφική περιοχή ή χώρα κ.λπ.), προκειμένου να εντοπιστούν οι συσχετίσεις εντός των δεδομένων.
- Ανάλυση σε σχέση με την συχνότητα χρήσης

## **Αξιολόγηση επιμέρους δράσεων επικοινωνίας - Αξιολόγηση ενεργειών στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης του Έργου**

Η μέτρηση των δραστηριοτήτων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να γίνει τόσο σε καμπάνιες που ξεκινούν όσο και σε υπάρχουσες, πιο μόνιμες καμπάνιες. Σε κάθε καμπάνια, είναι λογικό να γίνεται μέτρηση τόσο κατά τη διάρκεια της καμπάνιας όσο και μετά το τέλος της. Τέλος, η μέτρηση μπορεί να γίνει σε επίπεδο καναλιού (παράδειγμα: σελίδα στο Facebook) και σε επίπεδο στοιχείου (παράδειγμα: μια ανάρτηση στο Facebook).

- Πριν ξεκινήσει μια καμπάνια

Πριν ξεκινήσει μια καμπάνια στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, πρέπει να οριστούν στόχοι για τους δείκτες παρακολούθησης και αξιολόγησης σε κάθε πλατφόρμα.

Η μέτρηση πρέπει να γίνει:

- Πριν από την καμπάνια, εάν έχει νόημα (για παράδειγμα, εάν χρησιμοποιηθεί μια υπάρχουσα πλατφόρμα ή προφίλ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αντί να δημιουργηθεί μια νέα ή ένα νέο) για σύγκριση με μια προηγούμενη επίδοση.
- Κατά διαστήματα κατά τη διάρκεια της καμπάνιας (για παράδειγμα μία φορά την εβδομάδα) για να αξιολογείται συνεχώς η πρόοδος και να λαμβάνονται αποφάσεις για συγκεκριμένες ενέργειες (για παράδειγμα πρόσθετη προβολή διαφημίσεων).
- Μετά την ολοκλήρωση της καμπάνιας, για να γίνει μια τελική αξιολόγηση.

- Συλλογή δεδομένων

Τα εργαλεία για τη μέτρηση των δραστηριοτήτων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι είτε ενσωματωμένα στα δίκτυα κοινωνικών μέσων (Facebook Insights ή Twitter Analytics για παράδειγμα) ή παρέχονται από ένα εργαλείο παρακολούθησης μέσων κοινωνικής δικτύωσης τρίτου. Όταν χρησιμοποιηθεί ένα εταιρικό εργαλείο παρακολούθησης, υπάρχει το πλεονέκτημα της πιο προηγμένης ανάλυσης δεδομένων, όπως η αναγνώριση των influencers, τάσεις και αναγνώριση προτύπων, τα οποία μπορούν να προσαρμοστούν πιο συγκεκριμένα στις ανάγκες μέτρησης μια καμπάνιας.

Οι μετρήσεις βρίσκονται είτε σε κανάλι/λογαριασμό (παράδειγμα: Σελίδα Facebook) είτε σε στοιχείο (παράδειγμα: Ανάρτηση Facebook).

Το Engagor είναι το τρέχον εργαλείο παρακολούθησης μέσω κοινωνικής δικτύωσης που έχει επιλέξει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Επιτρέπει την ολιστική παρακολούθηση όλων των προφίλ κοινωνικής δικτύωσης που σχετίζονται με την Επιτροπή, σχετικών συνομιλιών μέσω κοινωνικής δικτύωσης και επιτρέπει την άμεση διάδραση με την ψηφιακή κοινότητα. Το Engagor είναι πολύ πλούσιο σε χαρακτηριστικά με πολλές δυνατότητες εξαγωγής, ανασύνθεσης και οπτικοποίησης δεδομένων σύμφωνα με τις τρέχουσες ανάγκες.

- Βασικοί δείκτες μέτρησης

Δείκτης	Επεξήγηση	Σχόλια
Αριθμός συνολικών αναφορών	Συνολικός αριθμός αναφορών σε άρθρα και αναρτήσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης του Έργου	Πρέπει να υπάρχει διαρκής έλεγχος ότι βρέθηκαν οι αναφορές που πραγματικά σχετίζονται με το Έργο.
Κορυφαίοι σύνδεσμοι	Ποιες διευθύνσεις URL κοινοποιήθηκαν συχνότερα	Χρήσιμο για τον εντοπισμό διαδικτυακού περιεχομένου γύρω από το οποίο γίνεται συζήτηση.
Influencers	Αριθμός των ακολούθων, οι οποίοι εμφανίζουν την πιο ενεργή και αξιοπρόσεκτη δραστηριοποίηση στα θέματα που σχετίζονται με το Έργο	
Γεωγραφική κατανομή	Από ποιες περιοχές ή χώρες προέρχονται οι αναφορές στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης του Έργου;	

<p>Δείκτες Προφίλ Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης</p>	<p>Σύνοψη και σύγκριση μετρήσεων από διάφορους λογαριασμούς κοινωνικών μέσων και πλατφόρμες του Έργου</p>	<p>Ο βασικός δείκτης για να διερευνηθεί η «δυναμική προσέγγιση» της δραστηριότητάς των μέσων κοινωνικής δικτύωσης του Έργου.</p>
--	---	--

- Ειδικοί δείκτες μέτρησης για διάφορες πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης
  - Facebook

Χρησιμοποίηση του Insights που είναι μέρος του Facebook για πρόσβαση στα στατιστικά στοιχεία της σελίδας Facebook.

Δείκτης	Επεξήγηση	Σχόλια
<p>Αριθμός «Μου αρέσει» στην σελίδα</p>	<p>Συνολικός (αθροιστικά) αριθμός «Μου αρέσει» στην σελίδα</p>	<p>Αριθμός χρηστών που δηλώνουν «Μου αρέσει» για την σελίδα Facebook. Είναι η πιο συχνά χρησιμοποιούμενη μέτρηση για τις σελίδες στο Facebook.</p>
<p>Προσέγγιση (reach)</p>	<p>Αριθμός χρηστών που έχουν εκτεθεί σε μια ανάρτηση σελίδας ή σε οποιαδήποτε άλλη ανάρτηση που σχετίζεται με την σελίδα.</p>	<p>Υπολογίζεται καλύτερα με εξαγωγή δεδομένων από το Insights σε ένα πιο λεπτομερές φύλλο Excel</p>
<p>Ποσοστό δέσμευσης (engagement rate)</p>	<p>Το ποσοστό των ατόμων που τους άρεσε, σχολίασαν, κοινοποίησαν ή έκαναν κλικ σε μια ανάρτηση μετά την έκθεση σε αυτήν.</p>	<p>Μπορεί να υπολογιστεί μόνο ανά ανάρτηση. Για παράδειγμα, αναζήτηση των δέκα αναρτήσεων με τα υψηλότερα ποσοστά δέσμευσης και αναφορά των σχετικών αριθμών.</p>

○ Διαφημίσεις Facebook

Μια διαφημιστική καμπάνια Facebook χρησιμοποιείται συχνά για να προσελκύσει ένα κοινό σε μια καμπάνια που περιλαμβάνει μια Σελίδα Facebook. Η εφαρμογή Facebook Ads παρέχει στατιστικά στοιχεία για καμπάνιες από το Adverts Manager (<https://www.facebook.com/ads/manage>). Οι ακόλουθες πληροφορίες πρέπει να περιλαμβάνονται σε μια αναφορά σχετικά με μια διαφημιστική καμπάνια Facebook:

Δείκτης	Επεξήγηση	Σχόλια
Διάρκεια των διαφημίσεων	Ημερομηνία έναρξης και λήξης	Λαμβάνεται απευθείας από το Adverts Manager
Διαφημιστικός προϋπολογισμός που έχει δαπανηθεί	Συνολικό δαπανηθέν ποσό	Λαμβάνεται απευθείας από το Adverts Manager
Συνολική επίδραση καμπάνιας	Αριθμός χρηστών του Facebook που είδαν την διαφήμιση κατά τη διάρκεια της καμπάνιας	Λαμβάνεται απευθείας από το Adverts Manager
Αναλογία κλικ προς αριθμό εμφανίσεων	Ο αριθμός των κλικ διαιρεμένος με τον αριθμό των εμφανίσεων της διαφήμισης	Λαμβάνεται απευθείας από το Adverts Manager
Αποτελέσματα	Τα αποτελέσματα εξαρτώνται από τον σκοπό της καμπάνιας για τον οποίο δημιουργήθηκε στο Facebook. Οι περισσότερες καμπάνιες στοχεύουν σε νέα «Μου αρέσει» στην Σελίδα Facebook	Λαμβάνεται απευθείας από το Adverts Manager



- Youtube

Το YouTube έχει το δικό του εργαλείο στατιστικών που ονομάζεται YouTube Analytics.

Δείκτης	Επεξήγηση	Σχόλια
Συνολικές προβολές λογαριασμού	Συσσωρευμένες προβολές για όλα τα βίντεο που δημοσιεύτηκαν από το κανάλι	Οι προβολές δεν είναι μοναδικές που σημαίνει ότι οι αριθμοί τείνουν να είναι υψηλότεροι όταν χρησιμοποιούνται ως μέτρο της προσέγγισης του καναλιού
Μοναδικά Cookies	Παρόμοιο με τους μοναδικούς χρήστες, υποδεικνύει πόσα άτομα (συσκευές) έχουν δει τα βίντεό σας	Ορισμένοι θεατές διαγράφουν τα cookies. Για αυτό το λόγο οι πραγματικοί μοναδικοί θεατές των βίντεο είναι λιγότεροι από τα μοναδικά cookies
Εκτιμώμενα λεπτά παρακολούθησης	Αθροιστικά εκτιμώμενα λεπτά παρακολούθησης σε όλα τα βίντεο του καναλιού	Μέτρο ενδιαφέροντος για το κανάλι. Όσο περισσότερα λεπτά παρακολούθησης, τόσο μεγαλύτερο το ενδιαφέρον
Εγγεγραμμένοι χρήστες	Αριθμός χρηστών που έχουν εγγραφεί στο κανάλι Youtube του Έργου	Μετρά τον αριθμό των χρηστών με έντονο ενδιαφέρον για το κανάλι
Τοποθεσίες αναπαραγωγής	Εμφανίζει τις σελίδες YouTube και ιστότοπους ενσωμάτωσης όπου οι θεατές παρακολουθούν βίντεο του καναλιού	Λαμβάνεται απευθείας από το Adverts Manager

	Youtube του Έργου	
Απόλυτη Διατήρηση	Δείχνει ποια μέρη των βίντεο παρακολουθούν οι άνθρωποι ή εγκαταλείπουν	Αύξηση στο γράφημα της Απόλυτης Διατήρησης σημαίνει ότι οι θεατές ξαναβλέπουν αυτό το μέρος του βίντεο. Σημαντική πτώση στην Απόλυτη Διατήρηση μέσα στα πρώτα 5-10 δευτερόλεπτα μπορεί να υποδεικνύει μη ικανοποίηση των προσδοκιών των θεατών
Αριθμός «Μου αρέσει» - Likes	Ο συνολικός αριθμός των «Μου αρέσει» σε όλα τα βίντεο στο κανάλι	Δείκτης ενδιαφέροντος των βίντεο του καναλιού
Σχόλια	Ο αριθμός των σχολίων που έχουν γίνει στα διάφορα βίντεο του καναλιού	
Διαμοιρασμός	Δείχνει πόσες φορές οι θεατές έχουν μοιραστεί βίντεο με άλλους χρήστες και σε ποιες τοποθεσίες	

○ Instagram

Το Instagram δεν περιλαμβάνει στατιστικά εργαλεία, επομένως απαιτείται ένα εργαλείο τρίτου μέρους. Το Iconosquare (πρώην Statigram) είναι δωρεάν και εύκολο στη χρήση. Οι ακόλουθοι δείκτες βασίζονται σε αυτό το εργαλείο.

Δείκτης	Επεξήγηση	Σχόλια
Ακόλουθοι	Αριθμός χρηστών Instagram	Συγκρίσιμο με τα "Μου

	που ακολουθούν τον λογαριασμό	αρέσει" στη σελίδα Facebook. Μπορεί επίσης να συλλεχθεί απευθείας από το προφίλ χωρίς το Iconosquare
Αριθμός «Μου αρέσει» - Likes	Αριθμός «Μου αρέσει» που έχουν συγκεντρωθεί σε όλες τις φωτογραφίες	Ο αριθμός μπορεί να συλλεχθεί χειροκίνητα προσθέτοντας όλα τα «Μου αρέσει» σε όλες τις φωτογραφίες
Σχόλια	Ο αριθμός των σχολίων που έχουν γίνει στις διάφορες φωτογραφίες	Ο αριθμός μπορεί να συλλεχθεί χειροκίνητα προσθέτοντας όλα τα σχόλια σε όλες τις φωτογραφίες

○ LinkedIn

Το LinkedIn προσφέρει εύκολα όλες τις πληροφορίες του σε έναν πίνακα ελέγχου με πληροφορίες για μεμονωμένες αναρτήσεις και επίδραση, προσέγγιση χρηστών, δεδομένα για το κοινό και κατάταξη σε σύγκριση με παρόμοιες σελίδες.

Δείκτης	Επεξήγηση	Σχόλια
Εντυπώσεις (Impressions)	Πόσο συχνά εμφανίστηκε η ανάρτηση	
Επίδραση (Ποσοστό)	Ο αριθμός των αλληλεπιδράσεων των χρηστών με την ανάρτηση διαιρεμένη με τον συνολικό αριθμό των εμφανίσεων της ανάρτησης	
Προσέγγιση (Reach)	Πόσο συχνά έχουν	Διαφείνεται με τον συνολικό

	εμφανιστεί οι ενημερώσεις σας σε καθημερινή βάση.	αριθμό των εντυπώσεων και των μοναδικών ανθρώπων που προσεγγίστηκαν
Αριθμός ακολούθων	Συνολικός αριθμός ακολούθων	Δες και το επαγγελματικό ιστορικό των οπαδών σας. Από ποιους κλάδους προέρχονται;