



LIFE11 NAT/GR/1014

“ForOpenForests”

«Conservation of Priority Forests and Forest Openings in  
“Ethnikos Drymos Oitis” and “Oros Kallidromo” of Sterea Ellada»

## Στρατηγική Επικοινωνίας



**Δεκέμβριος 2013**

*LIFE11 NAT/GR/1014 - ForOpenForests – Ελληνική Εταιρία Προστασίας της Φύσης*  
“Το έργο συγχρηματοδοτείται από το χρηματοδοτικό μέσο LIFE+ της Ευρωπαϊκής Επιτροπής”

## Πίνακας περιεχομένων

1.	Συντομογραφίες .....	4
2.	Ομάδα έργου.....	4
3.	Summary.....	5
4.	Εισαγωγή .....	6
5.	Αντικείμενο.....	7
6.	Γενικά.....	7
7.	Στόχοι.....	8
8.	Στρατηγική.....	9
9.	Κοινό - στόχος του έργου .....	9
10.	Επικοινωνιακά εργαλεία του έργου.....	10
10.1	Τα επικοινωνιακά εργαλεία του έργου είναι:.....	10
10.2	Προδιαγραφές των επικοινωνιακών εργαλείων του έργου .....	11
10.2.1	Εισαγωγικό φυλλάδιο του έργου.....	11
10.2.2	Φυλλάδιο με τα αποτελέσματα του έργου.....	12
10.2.3	Φυλλάδιο με πληροφορίες για την Καφέ Αρκούδα ( <i>Ursus arctos*</i> ). .....	13
10.2.4	Αφίσα.....	14
10.2.5	Ταινίες μικρού μήκους. ....	15
10.2.6	Μπλουζάκια του έργου.....	17
10.2.7	Καπέλα του έργου.....	17
10.2.8	Ενημερωτικές πινακίδες.....	18
10.2.9	Εκπαιδευτικά σεμινάρια σε εκπαιδευτικούς.....	19
10.2.10	Εκπαιδευτικές εκδρομές για μαθητές πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης.....	19
10.2.11	Σεμινάρια σε στελέχη του τουριστικού τομέα.....	20
10.2.12	Σεμινάρια σε κτηνοτρόφους και μελισσοκόμους.....	20
10.2.13	Ιστοσελίδα.....	21
10.2.14	Layman’s report.....	21
10.2.15	Χρήση κοινωνικών δικτύων (social media) .....	22
10.2.16	Δημοσιεύσεις στον εθνικό και τοπικά έντυπα και ηλεκτρονικά ΜΜΕ.....	23
11.	Φάσεις Υλοποίησης της Στρατηγικής Επικοινωνίας .....	23
12.	Αξιολόγηση.....	26

12.1 Πεδία αξιολόγησης.....	27
12.2 Στόχοι αξιολόγησης.....	27
12.3 Μέθοδοι αξιολόγησης.....	27
12.4 Δείκτες αξιολόγησης .....	28
12.4.1 Δείκτες υλοποίησης: .....	28
12.4.2 Δείκτες αποτελέσματος:.....	29
12.5 Εργαλεία αξιολόγησης των μέτρων πληροφόρησης και δημοσιότητας .....	29
13.    Επίλογος .....	30
14.    Βιβλιογραφία.....	31

## 1. Συντομογραφίες

ΕΕ: Ευρωπαϊκή Επιτροπή

ΕΕΠΦ: Ελληνική Εταιρία Προστασίας της Φύσης

ΜΜΕ: Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας

ΥΠΕΚΑ: Υπουργείο Περιβάλλοντος, Ενέργειας και Κλιματικής Αλλαγής

## 2. Ομάδα έργου

Θεόδωρος Κακαρνιάς, Υπεύθυνος υλοποίησης της Δράσης Α.11, ΕΕΠΦ

Χρήστος Γεωργιάδης, Διευθυντής του έργου, ΕΕΠΦ

Νίκος Πέτρου, Συντονιστής του Έργου, ΕΕΠΦ

### 3. Summary

Participation is nowadays established as an integral procedure to achieving sustainable development, as well as the best method of environmental governance. To that extent, participation has been labeled as a criterion of Protected Area management effectiveness internationally (Ervin, 2003; Stolton et al, 2003, Parks & Wildlife Commission, 2002). The embracement of participation in environmental decision-making is increasingly reflected in EU policy, for example in the Aarhus Convention, Directive 90/313/EC, and public Participation Directive 2003/35/EC. Regarding nature conservation and protected area management, the Habitats Directive (92/43/EEC) and Birds Directive implicitly refer to participation for the development of protected area management plans yet, based on the principles of subsidiarity, have left it up to member states to develop and implement their own procedures. Research regarding such procedures and of their effectiveness has yet to be carried out in Greece, indicating a knowledge gap requiring investigation, prior to proposing communication and participation processes for priority habitats and species conservation in Mt. Oiti National Park and Mt. Kallidromo.

ForOpenForests, as a demonstration project which embeds at its core a participatory approach, emphasizing the importance of communication of its results, committed itself through this deliverable to draw and implement a communication and participation strategy.

In the framework of the project, there is an Action (F.2 Stakeholder Committee) that will create a Stakeholder Committee in order to ensure the participation of the local stakeholders in the decision making procedures for the protection of the area.

## 4. Εισαγωγή

Στο παραδοτέο αυτό παρουσιάζεται η στρατηγική επικοινωνίας και συμμετοχής στο πλαίσιο του έργου LIFE11 NAT/GR/1014 “ForOpenForests”, και συγκεκριμένα της Δράσης A.11: Διαβούλευση με τα ενδιαφερόμενα μέρη και ανάπτυξη της στρατηγικής επικοινωνίας και συμμετοχής. Σκοπός είναι ο καθορισμός και η περιγραφή των επικοινωνιακών εργαλείων του έργου και η αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας των συμμετοχικών διαδικασιών. Συγκεκριμένα έγινε μια εκτενής βιβλιογραφική ανασκόπηση που αφορά στις συμμετοχικές μεθόδους και τη θεωρία αξιολόγησης και προτείνεται ένα πλαίσιο αξιοποίησης των επικοινωνιακών εργαλείων του έργου για την ενημέρωση της τοπικής κοινωνίας αλλά και των επισκεπτών της περιοχής σχετικά με τα αποτελέσματα του έργου. Ακολουθούν αναλυτικές προδιαγραφές για την παραγωγή όλων των οπτικοακουστικών εργαλείων που προβλέπονται στο έργο.

## 5. Αντικείμενο

Τα μέτρα πληροφόρησης και δημοσιοποίησης του επικοινωνιακού σχεδίου έχουν διαμορφωθεί ώστε να καλύπτουν όλη τη διάρκεια του υλοποίησης του έργου και διαφοροποιούνται ανάλογα με το στοχοθετούμενο κοινό.

Ο συνδυασμός διαφορετικών μέσων και εργαλείων επικοινωνίας είναι επίσης απαραίτητος ώστε να εξασφαλιστεί η αποτελεσματικότερη επικοινωνία και η συμμετοχική διαδικασία, τόσο σε τοπικό όσο και σε εθνικό επίπεδο.

Στην Στρατηγική Επικοινωνίας περιλαμβάνονται όλα τα υποχρεωτικά επικοινωνιακά εργαλεία, όπως αυτά προβλέπονται στη Σύμβαση που έχει περιγραφεί μεταξύ της Ελληνικής Εταιρίας Προστασίας της Φύσης και της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.

## 6. Γενικά

Σύμφωνα με τις Κοινές Διατάξεις (“Common Provisions”) του προγράμματος LIFE, όλα τα παραδοτέα και το υλικό επικοινωνίας πρέπει να φέρει το λογότυπο του προγράμματος LIFE και του δικτύου NATURA 2000. Στο έργο ForOpenForests, τα παρακάτω τρία λογότυπα θα υπάρχουν σε οποιοδήποτε παραδοτέο, έγγραφο και υλικό επικοινωνίας.



Λογότυπο του προγράμματος LIFE



Λογότυπο του δικτύου NATURA 2000



Λογότυπο του έργου

Επίσης πρέπει οπωσδήποτε να γίνεται πάντα αναφορά στην οικονομική συνεισφορά της Ευρωπαϊκής Επιτροπής με την πρόταση: **“Το έργο συγχρηματοδοτείται από το χρηματοδοτικό μέσο LIFE+ της Ευρωπαϊκής Επιτροπής”**.

## 7. Στόχοι

1. Η ανάδειξη του ρόλου της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στην προστασία του περιβάλλοντος και η προβολή της προστιθέμενης αξίας της κοινοτικής συνδρομής στα συγχρηματοδοτούμενα προγράμματα.

2. Η διασφάλιση της διάχυσης, όσον αφορά στην πρόσβαση σε πληροφορία και τις καλές πρακτικές που θα εφαρμοστούν για την προστασία ειδών και οικότοπων προτεραιότητας σε δύο περιοχές του δικτύου NATURA 2000.

Συγκεκριμένα, οι παραπάνω γενικοί στόχοι περιλαμβάνουν τα εξής:

- Ανάδειξη του προγράμματος LIFE+ και διαμόρφωση ενιαίας ταυτότητας, έτσι ώστε να γίνει περισσότερο διακριτό και αναγνωρίσιμο από το ευρύ κοινό στο σύνολο της χώρας, ως ενιαίο σύνολο παρεμβάσεων που αποσκοπούν στην προστασία του περιβάλλοντος στην επικράτεια των 28 κρατών μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης.
- Πληροφόρηση της κοινής γνώμης για τους στόχους, τη φιλοσοφία και κυρίως τις επιπτώσεις στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος του προγράμματος LIFE+.
- Ανάδειξη της οικονομικής και κοινωνικής ωφέλειας από την υλοποίηση των δράσεων του συγκεκριμένου έργου για την προστασία της περιοχής.
- Διακριτή ανάδειξη των δράσεων που χρηματοδοτεί το έργο και της συμβολής κάθε εταίρου στην επίτευξη των προβλεπόμενων αποτελεσμάτων του έργου.
- Ενημέρωση – πληροφόρηση της τοπικής κοινωνίας σχετικά με το φυσικό περιβάλλον της περιοχής..
- Δημιουργία θετικού κλίματος για την αποδοχή των παρεμβάσεων και για τη συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας στην προστασία των περιοχών.



## 8. Στρατηγική

Η στρατηγική επικοινωνίας οφείλει να αποτελεί ένα ολοκληρωμένο σύνολο δραστηριοτήτων και εργαλείων, σε αντιστοιχία με τους προς επίτευξη στόχους και το στοχοθετούμενο κοινό.

Η χάραξη της στρατηγικής για την εκπλήρωση των στόχων και την κάλυψη των κοινών-στόχων καθορίζεται με βάση την ήδη αποκτηθείσα εμπειρία, καθώς και τις συγκεκριμένες επιδιώξεις για το έργο.

Κεντρικό στοιχείο της προτεινόμενης στρατηγικής είναι η ενοποίηση της επικοινωνίας όσον αφορά στα μηνύματα, την εικόνα και το ύφος, τα οποία θα πρέπει να είναι επεξηγηματικά, με περιεχόμενο ουσίας και εύκολα αντιληπτό από το μέσο πολίτη και τα επιμέρους κοινά στόχους.

Η οργάνωση της επικοινωνιακής στρατηγικής θα πρέπει να εξασφαλίζει τη μεγιστοποίηση του επικοινωνιακού αποτελέσματος μέσα από τη συνέργια, τη συμπληρωματικότητα, τη συνεκτικότητα, τη μέγιστη δυνατή ομοιογένεια και τη δυνατότητα συντονισμού και οικονομίας κλίμακας, λαμβάνοντας υπόψη τις κατευθύνσεις της ομάδας του έργου και τις ενέργειες συνεργαζόμενων εταίρων.

## 9. Κοινό - στόχος του έργου

- Μαθητές πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης.
- Εκπαιδευτικοί πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης.
- Κτηνοτρόφοι.
- Μελισσοκόμοι.
- Στελέχη του τουριστικού τομέα.
- Επισκέπτες του Εθνικού Δρυμού Οίτης και του Όρος Καλλίδρομου.
- Στελέχη Δήμων.
- Στελέχη της Αναπτυξιακής Εταιρίας Φθιώτιδας.
- Στελέχη και μέλη του Επιμελητηρίου Φθιώτιδας.
- Κάτοικοι της περιοχής.
- Επιστημονική κοινότητα.

- Μέλη πεζοπορικών/ορειβατικών συλλόγων.
- Μέλη συλλόγων τροχοφόρων 4x4.
- Γενικό κοινό

## 10. Επικοινωνιακά εργαλεία του έργου

Η χάραξη της στρατηγικής επικοινωνίας περιλαμβάνει ένα ολοκληρωμένο σύνολο δραστηριοτήτων και εργαλείων, σε αντιστοιχία με τους προς επίτευξη στόχους και το στοχοθετούμενο κοινό, και καθορίζεται από τη προηγούμενη αποκτηθείσα εμπειρία των φορέων που συμμετέχουν στο έργο, αλλά και από συγκεκριμένες επιδιώξεις.

Το Στρατηγική Επικοινωνίας και Συμμετοχής του έργου LIFE11 NAT/GR/1014 “ForOpenForests” στο ευρύ κοινό περιλαμβάνει την χρήση τριών διαφορετικών κατηγοριών μέσων και μεθόδων προβολής.

**Στην πρώτη κατηγορία** ανήκουν όλα τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας (Πανελλαδικής εμβέλειας και Περιφερειακά), όπως είναι οι εφημερίδες, τα περιοδικά, το ραδιόφωνο, η τηλεόραση και το διαδίκτυο.

**Στην δεύτερη κατηγορία** ανήκουν οι προωθητικές ενέργειες, όπως είναι η παραγωγή εντύπων, αφισών, ενημερωτικών φυλλαδίων, δελτίων τύπου, αρθρογραφία, δελτίων όπου δημοσιεύονται τα αποτελέσματα και η πρόοδος των Δράσεων του έργου, ταινίες μικρού μήκους (2), κ.ά.

**Στην τρίτη κατηγορία** ανήκουν οι ενέργειες άμεσης επικοινωνίας, όπως η συμμετοχή της ομάδας του έργου σε Ημερίδες, Συνέδρια, κ.ά., όπου αφενός παρουσιάζονται τα αποτελέσματα από την υλοποίηση των δράσεων του έργου, αφετέρου προβάλλεται η περιοχή τόσο σε εθνικό όσο και σε ευρωπαϊκό επίπεδο.

Κατά τη φάση υλοποίησης της Στρατηγικής μπορούν να εξειδικεύονται τόσο οι ενέργειες όσο και η στρατηγική των μέσων, ανάλογα με τις διαπιστούμενες ανάγκες πληροφόρησης και δημοσιότητας και τα επιτευχθέντα επικοινωνιακά αποτελέσματα.

### 10.1 Τα επικοινωνιακά εργαλεία του έργου είναι:

- Εισαγωγικό φυλλάδιο του έργου.
- Φυλλάδιο με τα αποτελέσματα του έργου.

- Φυλλάδιο με πληροφορίες για την Καφέ Αρκούδα (*Ursus arctos*\*).
- Αφίσα.
- Ταινίες μικρού μήκους.
- Μπλουζάκια του έργου..
- Καπέλα του έργου,
- Ενημερωτικές πινακίδες.
- Δημοσιεύσεις στον εθνικό και τοπικά έντυπα και ηλεκτρονικά ΜΜΕ.
- Εκπαιδευτικά σεμινάρια σε εκπαιδευτικούς.
- Εκπαιδευτικές εκδρομές για μαθητές πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης.
- Σεμινάρια σε στελέχη του τουριστικού τομέα.
- Σεμινάρια σε κτηνοτρόφους και μελισσοκόμους.
- Layman's report.
- Ιστοσελίδα.
- Χρήση κοινωνικών δικτύων (social media).
- Δημοσιεύσεις στον εθνικό και τοπικά έντυπα και ηλεκτρονικά ΜΜΕ.

## 10.2 Προδιαγραφές των επικοινωνιακών εργαλείων του έργου

### 10.2.1 Εισαγωγικό φυλλάδιο του έργου.

Δράση	E.1 Εκστρατεία περιβαλλοντικής εκπαίδευσης και ευαισθητοποίησης.
Υποδράση	Εισαγωγικό φυλλάδιο του έργου.
Αριθμός	4.000
Γλώσσα	Ελληνικά
Περιεχόμενο	Ο τίτλος πρέπει να είναι ένα μήνυμα. Αναφορά στις δράσεις του έργου.

	<p>Στόχοι του έργου.</p> <p>Είδη και οικότοποι στόχοι του έργου.</p> <p>Αναμενόμενα αποτελέσματα.</p> <p>Στοιχεία επικοινωνίας συνεργατών του έργου.</p>
Φωτογραφίες	Δύο ή τρεις ενδεικτικές φωτογραφίες (Βερονίκη, εποχικά λιμνία, ορνιθοπανίδα).
Λογότυπα	LIFE+, NATURA 2000, έργου. Αναφορά στην συνεισφορά της ΕΕ, λογότυπα εταίρων.
Μέγεθος	A3
Ποιότητα	Τετραχρωμία, οικολογικό χαρτί.
Προϋπολογισμός	200 Ευρώ για αποστολή και διακίνηση, 600 Ευρώ για προετοιμασία, 2400 Ευρώ για παραγωγή.
Χρόνος υλοποίησης	31/10/2013
Διανομή	Ενημερωτικές ημερίδες του έργου, Γραφεία Εταίρων, ΚΠΕ, ΦΔ Οίτης, Δήμοι, Ξενώνες, Διεθνή συνέδρια.

### 10.2.2 Φυλλάδιο με τα αποτελέσματα του έργου.

Δράση	E.1 Εκστρατεία περιβαλλοντικής εκπαίδευσης και ευαισθητοποίησης.
Υποδράση	Φυλλάδιο με τα αποτελέσματα του έργου.
Αριθμός	4.000
Γλώσσα	Ελληνικά - Αγγλικά
Περιεχόμενο	Ο τίτλος πρέπει να είναι ένα μήνυμα. Αναφορά στις δράσεις του έργου.

	<p>Αποτελέσματα του έργου.</p> <p>Προτάσεις για την προστασία της περιοχής του έργου.</p> <p>Στοιχεία επικοινωνίας συνεργατών του έργου.</p>
Φωτογραφίες	Δύο ή τρεις ενδεικτικές φωτογραφίες (Περιφραγμένα εποχικά λιμνία, Κέντρο Ενημέρωσης Επισκεπτών κτλ).
Λογότυπα	LIFE+, NATURA 2000, έργου. Αναφορά στην συνεισφορά της ΕΕ, λογότυπα εταίρων.
Μέγεθος	A3
Ποιότητα	Τετραχρωμία, οικολογικό χαρτί.
Προϋπολογισμός	200 Ευρώ για αποστολή και διακίνηση, 600 Ευρώ για προετοιμασία, 2400 Ευρώ για παραγωγή.
Χρόνος υλοποίησης	31/01/2017
Διανομή	Γραφεία Εταίρων, ΚΠΕ, ΦΔ Οίτης, Δήμοι, Ξενώνες, Διεθνή συνέδρια.

### 10.2.3 Φυλλάδιο με πληροφορίες για την Καφέ Αρκούδα (*Ursus arctos*\*).

Δράση	E.1 Εκστρατεία περιβαλλοντικής εκπαίδευσης και ευαισθητοποίησης.
Υποδράση	Φυλλάδιο για το είδος προτεραιότητας Καφέ Αρκούδα <i>Ursus arctos</i> *.
Αριθμός	2000
Γλώσσα	Ελληνικά
Περιεχόμενο	Ο τίτλος πρέπει να είναι ένα μήνυμα.

	<p>Πληροφορίες για το είδος και την εξάπλωσή του στην Ελλάδα.</p> <p>Οδηγίες για την περίπτωση συνάντησης με αρκούδα.</p> <p>Στοιχεία επικοινωνίας συνεργατών του έργου.</p>
Φωτογραφίες	Δύο ή τρεις ενδεικτικές φωτογραφίες (Ελληνικού Ποιμενικού, Ηλεκτροφόρες Περιφράξεις κτλ).
Λογότυπα	LIFE+, NATURA 2000, έργου. Αναφορά στην συνεισφορά της ΕΕ, λογότυπα εταίρων.
Μέγεθος	A3
Ποιότητα	Τετραχρωμία, οικολογικό χαρτί.
Προϋπολογισμός	200 Ευρώ για αποστολή και διακίνηση, 600 Ευρώ για προετοιμασία, 1200 Ευρώ για παραγωγή.
Χρόνος υλοποίησης	31/01/2017
Διανομή	Γραφεία Εταίρων, ΚΠΕ, ΦΔ Οίτης, Δήμοι, Ξενώνες, Διεθνή συνέδρια.

#### 10.2.4 Αφίσα.

Δράση	Εκστρατεία περιβαλλοντικής εκπαίδευσης και ευαισθητοποίησης.
Υποδράση	Αφίσα του έργου.
Αριθμός	1.000
Γλώσσα	Ελληνικά (800) – Αγγλικά (200)
Περιεχόμενο	Ο τίτλος πρέπει να είναι ένα μήνυμα.

	Είδη και οικοτόποι που προστατεύονται από το έργο.  Προβολή της προστασίας των ειδών και οικοτόπων.
Φωτογραφίες	Δύο ή τρεις ενδεικτικές φωτογραφίες (Βερονίκη, εποχικά λιμνία, ορνιθοπανίδα).
Λογότυπα	LIFE+, NATURA 2000, έργου.  Αναφορά στην συνεισφορά της ΕΕ, λογότυπα εταιρών.
Διαστάσεις	45x65
Ποιότητα	Τετραχρωμία, οικολογικό χαρτί.
Προϋπολογισμός	200 Ευρώ για αποστολή και διακίνηση, 400 Ευρώ για προετοιμασία, 1000 Ευρώ για παραγωγή
Χρόνος Υλοποίησης	31/10/2013
Διανομή	Ενημερωτικές ημερίδες του έργου, Γραφεία Εταιρών, ΚΠΕ, ΦΔ Οίτης, Δήμοι, Ξενώνες, Διεθνή συνέδρια, Σχολεία στο Νομό Φθιώτιδας.

### 10.2.5 Ταινίες μικρού μήκους.

Δράση	Εκστρατεία περιβαλλοντικής εκπαίδευσης και ευαισθητοποίησης.
Υποδράση	Ταινίες μικρού μήκους.
Αριθμός	2
Γλώσσα	Ελληνικά
Περιεχόμενο	Παραγωγή δύο <b>ταινιών μικρού μήκους (ντοκιμαντέρ)</b> σε πολύ υψηλή ανάλυση (HD) σε μία γλώσσα (ελληνικά, με εκφώνηση και δυνατότητα επιλογής αγγλικών

	<p>υποτίτλων) και σε ψηφιακό υλικό προβολής (DVD), με σκοπό να προβάλλεται στις αίθουσες προβολών των δύο Κέντρων Πληροφόρησης, από εθνικά και τοπικά ΜΜΕ, φεστιβαλ κτλ.</p> <p>Οι ταινίες θα περιλαμβάνουν:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• το καθεστώς προστασίας των δύο περιοχών του έργου (νομοθεσία διεθνή και εθνική).</li> <li>• τις δύο περιοχές του έργου με έμφαση παραγωγικές δραστηριότητες, οικότουρισμός, περιβαλλοντική εκπαίδευση, δραστηριότητες αναψυχής.</li> <li>• την τοπική βιοποικιλότητα, θέματα χλωρίδας, βλάστησης και πανίδας των εποχικών λιμνίων (σπάνια ενδημικά είδη και χλωρίδας πανίδας π.χ.).</li> <li>• έμφαση στην παρουσίαση των ειδών και οικοτόπων προτεραιότητας στόχων του έργου.</li> <li>• τα αποτελέσματα του έργου.</li> <li>• λήψεις από διάφορες φάσεις υλοποίησης του έργου.</li> </ul>
Λογότυπα	<p>LIFE+, NATURA 2000, έργου.</p> <p>Αναφορά στην συνεισφορά της ΕΕ, λογότυπα εταίρων.</p>
Διάρκεια	20 min.
Ποιότητα	Οι λήψεις θα πραγματοποιηθούν σε ανάλυση 1080x1920 και format 16:9.
Προϋπολογισμός	23.000



Χρόνος Υλοποίησης	31/08/2016
Διανομή	Κέντρα Ενημέρωσης Επισκεπτών, Τοπικές ΜΚΟ, ΦΔ Οίτης, ΚΠΕ, Τοπικά και Εθνικά ΜΜΕ.

### 10.2.6 Μπλουζάκια του έργου.

Δράση	Εκστρατεία περιβαλλοντικής εκπαίδευσης και ευαισθητοποίησης
Υποδράση	Μπλουζάκια του έργου.
Αριθμός	1350
Λογότυπα	LIFE+, NATURA 2000, Project's logo,
Μέγεθος	S 510 M 510 L 210 XL 120
Φωτογραφίες	Βερονίκη, Μαύρος Δρυοκολάπτης, Καφέ Αρκούδα.
Λογότυπα	LIFE+, NATURA 2000, έργου και ΕΕΠΦ.
Προϋπολογισμός	4.160 Ευρώ
Χρόνος Υλοποίησης	30/06/2014
Διανομή	Σχολικές εκπαιδευτικές επισκέψεις, Σεμινάρια, Ομάδα του έργου, Γραφεία ΕΕΠΦ.

### 10.2.7 Καπέλα του έργου.

Δράση	Εκστρατεία περιβαλλοντικής εκπαίδευσης και ευαισθητοποίησης
Υποδράση	Καπέλα του έργου.

**LIFE11 NAT/GR/1014 - ForOpenForests – Ελληνική Εταιρία Προστασίας της Φύσης**  
 "Το έργο συγχρηματοδοτείται από το χρηματοδοτικό μέσο LIFE+ της Ευρωπαϊκής Επιτροπής"

Αριθμός	500
Περιγραφή	Χρώμα χακί. Μία στάμπα (μπροστά). LIFE, NATURA 2000, Έργου.
Λογότυπα	LIFE+, NATURA 2000, Λογότυπο του έργου.
Προϋπολογισμός	750 Ευρώ
Χρόνος Υλοποίησης	30/06/2014
Διανομή	250 στα παιδιά των εκπαιδευτικών επισκέψεων, 50 ομάδα του έργου και 200 για τις εκδηλώσεις και τα γραφεία της ΕΕΠΦ

#### 10.2.8 Ενημερωτικές πινακίδες.

Δράση	Εκστρατεία περιβαλλοντικής εκπαίδευσης και ευαισθητοποίησης
Υποδράση	Πινακίδες του έργου.
Αριθμός	4
Περιγραφή	Πινακίδες από γαλβανιζέ οι οποίες στηρίζονται πάνω σε ξύλινη κατασκευή.
Περιεχόμενα	Τίτλος του έργου και τέσσερις χαρακτηριστικές φωτογραφίες από τις δύο περιοχές του έργου.
Λογότυπα	LIFE+, NATURA 2000, Λογότυπο του έργου και των εταίρων.
Προϋπολογισμός	<b>750 Ευρώ</b>
Χρόνος Υλοποίησης	30/06/2013
Χωροθέτηση	Δύο στον Εθνικό Δρυμό Οίτης (Είσοδος στο Δρυμό από τον οικισμό Καστανιά και

	Παύλιανη). Δύο στο Όρος Καλλίδρομο (στη Λίμνη Νευρόπολης και στην θέση Παναγιά)
--	---

#### 10.2.9 Εκπαιδευτικά σεμινάρια σε εκπαιδευτικούς.

Δράση	E.1 Εκστρατεία περιβαλλοντικής εκπαίδευσης και ευαισθητοποίησης
Υποδράση	Σεμινάρια σε εκπαιδευτικούς
Αριθμός εκπαιδευτικών (συνολικός)	60
Αριθμός εκπαιδευτικών/σεμινάριο	30
Αριθμός σεμιναρίων	2
Διάρκεια	2 ημέρες/σεμινάριο
Προϋπολογισμός	6.300 (για δύο διήμερα σεμινάρια)
Χρόνος Υλοποίησης	1 <sup>ο</sup> Σεπτέμβριος 2014 2 <sup>ο</sup> Σεπτέμβριος 2015
Τόπος διεξαγωγής	Λαμία και επίσκεψη στο πεδίο.

#### 10.2.10 Εκπαιδευτικές εκδρομές για μαθητές πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης.

Δράση	E.1 Εκστρατεία περιβαλλοντικής εκπαίδευσης και ευαισθητοποίησης
Υποδράση	Εκπαιδευτικές εκδρομές για μαθητές
Αριθμός μαθητών	250
Αριθμός μαθητών/επίσκεψη	50
Αριθμός επισκέψεων	5
Διάρκεια	1 ημέρα/επίσκεψη
Προϋπολογισμός	9.500 Ευρώ
Χρόνος Υλοποίησης	1 <sup>ο</sup> Μάιος 2015

	2 <sup>ο</sup> Μάιος 2016
Τόπος διεξαγωγής	Επίσκεψη στο πεδίο.

#### 10.2.11 Σεμινάρια σε στελέχη του τουριστικού τομέα.

Δράση	E.1 Εκστρατεία περιβαλλοντικής εκπαίδευσης και ευαισθητοποίησης
Υποδράση	Σεμινάρια σε στελέχη του τουριστικού τομέα.
Αριθμός συμμετεχόντων	40
Αριθμός συμμετεχόντων/σεμινάριο	20
Αριθμός σεμιναρίων	2
Διάρκεια	2 ημέρες/σεμινάριο
Προϋπολογισμός	2.800 Ευρώ
Χρόνος Υλοποίησης	Οκτώβριος 2014 Οκτώβριος 2015
Τόπος διεξαγωγής	Υπάτη – Παλαιοχώρι

#### 10.2.12 Σεμινάρια σε κτηνοτρόφους και μελισσοκόμους.

Δράση	E.1 Εκστρατεία περιβαλλοντικής εκπαίδευσης και ευαισθητοποίησης
Υποδράση	Σεμινάρια σε κτηνοτρόφους και μελισσοκόμους.
Αριθμός συμμετεχόντων	60
Αριθμός συμμετεχόντων/σεμινάριο	30
Αριθμός σεμιναρίων	2
Διάρκεια	1 ημέρα/σεμινάριο
Προϋπολογισμός	1.400 Ευρώ

Χρόνος Υλοποίησης	Οκτώβριος 2014 Οκτώβριος 2015
Τόπος διεξαγωγής	Υπάτη – Παλαιοχώρι

### 10.2.13 Ιστοσελίδα.

Δράση	E.3 Ιστοσελίδα του έργου
Χαρακτηριστικά	Η ιστοσελίδα σχεδιάζεται σύμφωνα με τις προδιαγραφές της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και την περιγραφή της Δράσης E.3. Η ιστοσελίδα θα ανανεώνεται διαρκώς και θα διατηρηθεί για τουλάχιστον άλλα πέντε χρόνια μετά την ολοκλήρωση του έργου
Προδιαγραφές	Λογότυπα LIFE+, NATURA 2000, του έργου, όλων των εταίρων και του συγχρηματοδότη και αναφορά στην Ευρωπαϊκή συγχρηματοδότηση.
Προϋπολογισμός	25.000 Ευρώ
Χρόνος Υλοποίησης	Ιανουάριος 2013
Επισκέψιμη στη διεύθυνση	<a href="http://www.foropenforests.org">www.foropenforests.org</a>

### 10.2.14 Layman's report.

Δράση	E.5 Διάχυση των αποτελεσμάτων του έργου στην επιστημονική κοινότητα και προετοιμασία μιας εκλαϊκευμένης έκθεσης.
Υποδράση	Layman's report
Αριθμός	200 Ελληνικά – 200 Αγγλικά
Περιεχόμενο	Αποτελέσματα του έργου.

	Περιγραφή των Δράσεων του έργου.
Φωτογραφίες	Ενδεικτικές φωτογραφίες από διάφορες φάσεις υλοποίησης του έργου.
Λογότυπα	LIFE+, NATURA 2000, έργου. Αναφορά στην συνεισφορά της ΕΕ, λογότυπα εταιρών.
Μέγεθος	10 σελίδες.
Ποιότητα	Τετραχρωμία, οικολογικό χαρτί.
Προϋπολογισμός	10.000 Ευρώ
Χρόνος υλοποίησης	30/11/2017
Διανομή	Διεθνή συνέδρια, ανάρτηση στην ιστοσελίδα, μέλη της επιτροπής ενδιαφερόμενων μερών, τοπικούς φορείς .

#### 10.2.15 Χρήση κοινωνικών δικτύων (social media)

Δράση	E.1 Εκστρατεία περιβαλλοντικής εκπαίδευσης και ευαισθητοποίησης
Υποδράση	Χρήση κοινωνικών δικτύων (social media)
Χαρακτηριστικά	Η χρήση των κοινωνικών δικτύων είναι πολύ σημαντική για την προώθηση των αποτελεσμάτων του έργου. Τα κοινωνικά δίκτυα που θα χρησιμοποιηθούν είναι τα πλέον περισσότερο χρησιμοποιούμενα από το ευρύ κοινό (facebook και tweeter).
Προδιαγραφές	Λογότυπα LIFE+, NATURA 2000, του έργου,
Προϋπολογισμός	Δεν υπάρχει προϋπολογισμός για την υποδράση, το σύνολο της απαιτούμενης εργασίας θα εκτελείται από τον Project Manager του έργου.
Χρόνος Υλοποίησης	Παράλληλα με την υλοποίηση της

	ιστοσελίδα.
Λογαριασμοί:	<a href="http://www.facebook.com/foropenforests">www.facebook.com/foropenforests</a> <a href="http://www.twitter.com/ForOpenForests">www.twitter.com/ForOpenForests</a>

#### 10.2.16 Δημοσιεύσεις στον εθνικό και τοπικά έντυπα και ηλεκτρονικά ΜΜΕ.

Το επικοινωνιακό μέσο αυτό αφορά στην:

- Δισέλιδη παρουσίαση της προόδου του έργου στο τριμηνιαίο περιοδικό “ΦΥΣΗ” που εκδίδει η Ελληνική Εταιρία Προστασίας της Φύσης.
- Παρουσίαση του έργου στις εφημερίδες “ΤΟ ΒΗΜΑ” και “ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ”.
- Προετοιμασία και διανομή στα τοπικά ΜΜΕ, δελτίου τύπου μετά από κάθε εκδήλωση του έργου.

## 11. Φάσεις Υλοποίησης της Στρατηγικής Επικοινωνίας

Η Στρατηγική Επικοινωνίας καλύπτει χρονικά όλη την περίοδο εφαρμογής του έργου αλλά παρουσιάζει ιδιαίτερη ένταση σε τρεις χρονικές στιγμές.

**Με την έναρξη του Προγράμματος**, με βασική αιχμή την ενημέρωση της τοπικής κοινωνίας και των εμπλεκόμενων φορέων για τις δυνατότητες ανάδειξης και προστασίας της περιοχής από το έργο, τη γνωστοποίηση του έργου, των διαδικασιών για την προστασία και των διαδικασιών παρακολούθησης, διαχείρισης και ελέγχων των παρεμβάσεων προστασίας στο πεδίο.

**Στο μεσοδιάστημα εφαρμογής του Προγράμματος**, με αιχμή την ενημέρωση των ίδιων ομάδων για την πορεία του έργου τα πρώτα αποτελέσματα που έχει επιφέρει καθώς και πιθανές τροποποιήσεις στο περιεχόμενό του.

**Με το κλείσιμο του Προγράμματος**, με αιχμή τα συνολικά αποτελέσματα και τις επιπτώσεις από την εφαρμογή του.

Οι Δράσεις δημοσιότητας που αφορούν στην εργασία πεδίου θα γίνει προσπάθεια να συμβαδίσουν χρονικά με την αντίστοιχη υλοποίηση των Δράσεων πεδίου ώστε να γίνει διάχυση των αποτελεσμάτων για την προστασία της περιοχής.

Για την εφαρμογή των ενεργειών Εκπαίδευσης, Πληροφόρησης και Δημοσιότητας του έργου προβλέπεται μια αλληλουχία επικοινωνιακών φάσεων κλιμακούμενου χαρακτήρα.

Στόχος είναι κάθε φάση επικοινωνίας να αποτελεί συνέχεια, συμπλήρωση και εξειδίκευση της προηγούμενης φάσης. Η πληροφορία, τα μηνύματα, και τα επικοινωνιακά μέσα, εργαλεία και μέθοδοι που θα χρησιμοποιούνται θα εξελίσσονται από απλά κατά την έναρξη της επικοινωνίας έως πλέον σύνθετα στις επόμενες φάσεις, προσαρμοζόμενα ανάλογα με το εκτιμώμενο επίπεδο γνώσης και δυνατότητας αξιολόγησης / αξιοποίησης της πληροφορίας από τους αποδέκτες της.

Οι **τρεις επικοινωνιακές φάσεις** (που αφορούν και στους βασικούς επικοινωνιακούς στόχους):

- **Γενική πληροφόρηση για το Πρόγραμμα LIFE+, τους στόχους του και τη συμβολή της ΕΕ στην προστασία των σημαντικών ειδών και περιοχών της Ευρώπης**
- **Γενική πληροφόρηση** για το έργο και τις Δράσεις του,
- **Δημιουργία γνώσης για το έργο** και τις Δράσεις του στα διάφορα κοινά στόχους, εύκολη πρόσβαση στην πληροφορία για τις επιμέρους δράσεις και στις ευκαιρίες που προσφέρει για την προστασία της περιοχής,
- **Διάδοση των επιτευχθέντων αποτελεσμάτων** από την υλοποίηση των Δράσεων του έργου και προβολή της ωφελιμότητάς του,

Η **πρώτη φάση** που αφορά στη γενική πληροφόρηση της τοπικής κοινωνίας, σχετικά με το έργο, το βασικό του περιεχόμενο (Δράσεις, στόχους, αναμενόμενα αποτελέσματα), η ομάδα του έργου με την έναρξη της εφαρμογής του έργου προβλέπει να προβεί στις ακόλουθες ενέργειες:

- Σειρά ενημερώσεων και συζητήσεων με όλες τις υπηρεσίες που εμπλέκονται στην λήψη αποφάσεων για την προστασία της περιοχής.
- Έκδοση έντυπου υλικού.
- Εναρκτήρια Εκδήλωση (φθινόπωρο 2012) στην Λαμία. Η εκδήλωση θα περιλαμβάνει την παρουσίαση του Προγράμματος **LIFE+** και του συγκεκριμένου έργου σε Δημόσιες κεντρικές, περιφερειακές και τοπικές αρχές, οικονομικούς και κοινωνικούς εταίρους, επιμελητήρια, αντιπροσωπευτικούς φορείς κοινωνικού τομέα, ΜΚΟ, την εκπαιδευτική κοινότητα καθώς και σε διαμορφωτές κοινής γνώμης – ΜΜΕ.



- Ενημερωτική αλληλογραφία, e-mails, κ.λπ.
- Ενημερωτικές συναντήσεις, συνεντεύξεις τύπου κλπ.

Η **δεύτερη φάση** έχει στόχο την απόκτηση γνώσης από τους “χρήστες” και τους εμπλεκόμενους φορείς για το περιεχόμενο και την εξέλιξη του έργου, τα κριτήρια και τις διαδικασίες χωροθέτησης των παρεμβάσεων προστασίας, τη διαχείριση και τη γενικότερη παρακολούθηση του έργου. Παράλληλα, θα γίνει ενημέρωση για τα ενδιάμεσα αποτελέσματα από την εφαρμογή των δράσεων καθώς και για τα μέτρα βελτιστοποίησης των θετικών αποτελεσμάτων.

Κατά τη φάση αυτή η ομάδα του έργου φροντίζει, ενδεικτικά και όχι περιοριστικά, για τα εξής:

- Ετήσια εκδήλωση.
- Ευρεία χρήση του διαδικτύου.
- Συστηματική οργάνωση θεματικών συναντήσεων και σεμιναρίων με τους “χρήστες” της περιοχής.
- Αξιοποίηση των διαθέσιμων δικτύων πληροφόρησης για την προσέγγιση των δυνητικών αποδεκτών – ωφελούμενων.
- Παρουσίαση καλών παραδειγμάτων και καλών πρακτικών.
- Ειδικά ενημερωτικά δελτία και περιοδικά ενημερωτικά έντυπα.
- Περιοδικές συνεντεύξεις Τύπου και παρουσίαση στα ΜΜΕ.

Η **τρίτη φάση** επικοινωνίας, έχει στόχο την προβολή της πλήρους υλοποίησης του έργου στο ευρύ κοινό και όλους τους ενδιαφερόμενους, με έμφαση στην πληροφόρηση και δημοσιότητα των επιτευχθέντων αποτελεσμάτων, στην προβολή υλοποιηθέντων έργων και καλών πρακτικών. Ενδεικτικά μέσα που μπορούν να αξιοποιηθούν:

- Ετήσια Εκδήλωση.
- Προβολή καλών παραδειγμάτων – καλών πρακτικών.
- Αξιοποίηση Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης.
- Ευρεία χρήση Διαδικτύου.

## 12. Αξιολόγηση

Σύμφωνα με το άρθρο 2 παράγραφος 2 του Κανονισμού (ΕΚ) 1828/2006 το Επικοινωνιακό Σχέδιο Δράσης πρέπει να περιλαμβάνει: «ένδειξη του τρόπου με τον οποίο τα μέτρα πληροφόρησης και δημοσιότητας πρέπει να αξιολογούνται όσον αφορά στην προβολή και στην αναγνωρισιμότητα των έργων LIFE και του ρόλου που διαδραματίζει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή».

Η Ελληνική Εταιρία Προστασίας της Φύσης ως συντονιστής εταίρος, με τη συνεργασία της ομάδα του έργου, σχεδιάζει αξιολόγηση των δράσεων επικοινωνίας που θα υλοποιηθούν κατά τη διάρκεια του έργου, με σαφή και ενδεδειγμένα κριτήρια και εργαλεία μέτρησης. Κυρίαρχο ρόλο στη διαδικασία αυτή θα παίξουν οι επικοινωνιακοί στόχοι που επιδιώκονται, σε συνδυασμό με το «προϊόν» που προβάλλεται, δηλαδή το έργο ForOpenForests. Τα αποτελέσματα της αξιολόγησης του επικοινωνιακού σχεδίου παρουσιάζονται τόσο στην επιτροπή παρακολούθησης και την Ευρωπαϊκή Επιτροπή όσο και σε όλους τους εμπλεκόμενους φορείς, συμπεριλαμβανομένων των εταίρων και των κοινωνικών εταίρων, ώστε να εξασφαλιστεί η μεγαλύτερη δυνατή διάχυση της πληροφορίας και να αξιοποιηθούν τα αποτελέσματα

Η αξιολόγηση είναι ένα σύνθετο έργο, που αφορά πρωτίστως στην τεκμηρίωση της ποιότητας και αποτελεσματικότητας των δράσεων επικοινωνίας που έχουν επιλεγεί, αλλά και στους εξωγενείς παράγοντες που επηρεάζουν την υλοποίηση των ανωτέρω δράσεων. Κατά συνέπεια τα κριτήρια αξιολόγησης που ορίζονται κατά το σχεδιασμό των δράσεων επικοινωνίας πρέπει να είναι σαφή και να λαμβάνουν υπ' όψιν όλες τις παραμέτρους.

Συγκεκριμένα τα εργαλεία μέτρησης κάθε κριτηρίου αξιολόγησης, που προσδιορίζονται κατά το σχεδιασμό των δράσεων Πληροφόρησης και Δημοσιότητας, πρέπει να συνυπολογίζουν τις επιπτώσεις των διαχειριστικών διαδικασιών, και να αξιολογούν την αποτελεσματικότητα και την επιτυχία μιας επικοινωνιακής δράσης λαμβάνοντας υπόψη τις επιπτώσεις της παρέμβασης στο ευρύ κοινό. Η μέτρηση της επιτυχίας μιας ενέργειας δημοσιότητας συνδέεται άμεσα με το περιεχόμενο που προβάλλεται και το κόστος της δημοσιότητας, οι δε δράσεις που επιλέγονται πρέπει να είναι ανάλογες με την πορεία της παρέμβασης και εστιασμένες σε ορατά αποτελέσματα.

Η μέτρηση μιας επικοινωνιακής δράσης έχει κυρίως νόημα για τη διαπίστωση ελλείψεων και αδυναμιών στη διαδικασία σχεδιασμού και υλοποίησής της, καθώς και στον εντοπισμό άλλων παραγόντων που υπεισέρχονται στη μετάδοση του επικοινωνιακού μηνύματος.

Επίσης τα κριτήρια που χαρακτηρίζουν ως επιτυχημένη μια δράση πληροφόρησης δεν μπορεί να μεταφράζονται μηχανιστικά και αυτόματα σε ποσοτικούς ή ποιοτικούς δείκτες που αφορούν στο πλήθος των συμμετοχών, στην ποιότητα των προτάσεων, αλλά πρέπει να εστιάζονται στην αύξηση της αναγνωρισιμότητας του έργου λόγω της δημοσιότητας, στην αναμνησιμότητα του και στην προσλαμβανόμενη συμβολή του στην καθημερινή ζωή ενός πολίτη.

Για μια όσο το δυνατόν αποτελεσματικότερη αξιολόγηση είναι απαραίτητο η ομάδα του έργου να καθορίσει τα πεδία, τους στόχους, τους δείκτες και τις μεθόδους αξιολόγησης που θα χρησιμοποιήσει, με βάση τη συμβολή των ενεργειών στην επίτευξη των στόχων του Επικοινωνιακού Σχεδίου και τη φύση των ενεργειών αυτών.

### **12.1 Πεδία αξιολόγησης**

- Επεξεργασία και ανάλυση των πεπραγμένων της επικοινωνίας.
- Εξειδίκευση επικοινωνιακής στρατηγικής και στόχων.
- Δημιουργικές προτάσεις.
- Στρατηγική μέσων (media).
- Εφαρμογή και υλοποίηση επικοινωνιακών προτάσεων.
- Αποτελεσματικότητα / αποδοτικότητα επικοινωνίας.

### **12.2 Στόχοι αξιολόγησης**

- Η διαπίστωση, ερμηνεία και αντιμετώπιση τεχνικών προβλημάτων.
- Η βελτίωση των προδιαγραφών κατά τον σχεδιασμό και την εφαρμογή της επικοινωνιακής πολιτικής.
- Η αποφυγή επικοινωνιακών σφαλμάτων.
- Η τροποποίηση/ βελτίωση της επικοινωνιακής πολιτικής.
- Ο εντοπισμός νέων ευκαιριών- ανεκμετάλλευτων «περιοχών» για επικοινωνία.

### **12.3 Μέθοδοι αξιολόγησης**

Οι μέθοδοι που πρόκειται να εφαρμοστούν για τις ανάγκες της αξιολόγησης είναι δύο:

➤ Η ποσοτική αξιολόγηση.

Για την ποσοτική αξιολόγηση των δράσεων, παρακολουθούνται δείκτες μέτρησης αντικειμενικών στοιχείων, όπως ο αριθμός εκδηλώσεων, αριθμός συμμετεχόντων, αριθμός εντύπων, κ.λπ.

Η ποσοτική αξιολόγηση εστιάζει στην ένταση και το εύρος της επικοινωνίας, αποτυπώνοντας το βαθμό κάλυψης κάθε ομάδας – στόχου, καθώς και τη συχνότητα με την οποία μεταδίδονται τα μηνύματα της επικοινωνίας.

➤ Η ποιοτική αξιολόγηση

Για την ποιοτική αξιολόγηση οι δείκτες περιλαμβάνουν περισσότερο υποκειμενικά στοιχεία παρακολούθησης και αξιολόγησης της δράσης, όπως για παράδειγμα την αρτιότητα των τεχνικών χαρακτηριστικών, και την ποιότητα και πληρότητα της παρεχόμενης πληροφόρησης.

Η ποιοτική αξιολόγηση εστιάζει στις ποιοτικές παραμέτρους της επικοινωνίας, αναλύοντας σε βάθος το βαθμό κατανόησης των μηνυμάτων, τις θετικές και αρνητικές εντυπώσεις του κοινού, τις προτάσεις/υποδείξεις του κοινού, τις προσδοκίες του κ.ό.κ.

## 12.4 Δείκτες αξιολόγησης

Οι δείκτες που θα χρησιμοποιηθούν είναι:

- Οι **δείκτες υλοποίησης που** αφορούν στις εκροές κάθε συγκεκριμένης δράσης, δηλαδή το φυσικό αντικείμενο που υλοποιείται σε κάθε περίπτωση (βλ. 12.3).

### 12.4.1 Δείκτες υλοποίησης:

- αριθμός εκδηλώσεων.
- αριθμός ημερίδων.
- αριθμός συνεντεύξεων τύπου.
- αριθμός ενημερωτικών συναντήσεων.
- αριθμός εντύπων που παράγονται.
- αριθμός εντύπων που διανέμονται.
- αριθμός αποστολών έντυπου και ηλεκτρονικού υλικού (αριθμός διευθύνσεων).
- αριθμός προσκεκλημένων στις εκδηλώσεις, ημερίδες, συναντήσεις.
- αριθμός προσκεκλημένων εκπροσώπων των ΜΜΕ.

- αριθμός απεσταλμένων δελτίων τύπου.
- Οι **δείκτες αποτελέσματος** που αφορούν στη διεξόδυση στο κοινό – στόχο της δράσης πληροφόρησης (ή/και την αναγνωρισιμότητά της) και την ικανοποίηση των αποδεκτών της.

#### **12.4.2 Δείκτες αποτελέσματος:**

- αριθμός επισκέψεων στην ιστοσελίδα του έργου.
- αριθμός downloads από το υλικό της ιστοσελίδας.
- αριθμός συμμετεχόντων στις εκδηλώσεις – ημερίδες – εκπαιδευτικά σεμινάρια.
- αριθμός δελτίων τύπου που δημοσιεύθηκαν – άλλων δημοσιευμάτων, άρθρων κτλ.
- βαθμός αναγνωρισιμότητας του έργου. και των επιμέρους δράσεων.
- βαθμός κατανόησης των στόχων, αξόνων προτεραιότητας, κοινωνικής και οικονομικής ωφέλειας από τις δράσεις του έργου.

### **12.5 Εργαλεία αξιολόγησης των μέτρων πληροφόρησης και δημοσιότητας**

Τα εργαλεία που θα χρησιμοποιηθούν, για την αξιολόγηση των μέτρων πληροφόρησης είναι – ενδεικτικά και όχι περιοριστικά – τα εξής:

- Καταγραφή επισκεπτών – χρηστών ιστοσελίδας
- Αναφορά παραλαβής – ανάγνωσης στις ηλεκτρονικές αποστολές
- Καταγραφή συμμετεχόντων σε εκδηλώσεις – ημερίδες
- Μέτρηση των δημοσιεύσεων
  - Τηλεόραση – ραδιόφωνο: κάλυψη, συχνότητα
  - Τύπος: κυκλοφορία, αναγνωσιμότητα, γεωγραφική κάλυψη
- Έρευνες εικόνας του έργου, για τη μέτρηση της αναγνωρισιμότητας και την αποτύπωση του βαθμού κατανόησης των μηνυμάτων της επικοινωνίας
  - Έρευνες αποτύπωσης υπάρχουσας κατάστασης (στοιχεία διερεύνησης: βαθμός αναγνωρισιμότητας, στάσεις, απόψεις, κτλ), μέσω ερωτηματολογίων και συνεντεύξεων στο πλαίσιο της υλοποίησης της δράσης Α.11.
  - Έρευνες αποτίμησης των εκστρατειών ευαισθητοποίησης και εκπαίδευσης (στοιχεία διερεύνησης: βαθμός (ή μεταβολή του βαθμού) αναγνωρισιμότητας του έργου, κατανόηση

και αναγνωρισιμότητα των επικοινωνιακών εργαλείων κτλ), μέσω ερωτηματολογίων και επαφών με την τοπική κοινωνία.

### **13. Επίλογος**

Από την προτεινόμενη Στρατηγική Επικοινωνίας και Συμμετοχής καταδεικνύεται η δυνατότητα προβολής του προγράμματος LIFE+ γενικά και του έργου ForOpenForests ειδικά, αλλά και διασφαλίζεται η εξυπηρέτηση "του δικαιώματος των πολιτών να γνωρίζουν" σχετικά με τη διαχείριση των πόρων των Ταμείων της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.

Η πληροφόρηση των πολιτών και της επιστημονικής κοινότητας είναι ένα ιδιαίτερο έργο που πρέπει να προετοιμάζεται προσεκτικά και να συνοδεύει όλα τα στάδια της υλοποίησης ενός έργου.

Στην επίτευξη των επικοινωνιακών στόχων που έχουν τεθεί και την υλοποίηση των δράσεων δημοσιότητας και πληροφόρησης μπορούν να συνδράμουν τόσο οι εταίροι όσο και τα μέλη της ομάδας του έργου.

## 14. Βιβλιογραφία

Οδηγίες για την Κατάρτιση Επικοινωνιακού Σχεδίου των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων  
ΕΣΠΑ 2007 -2013

Σχέδιο Επικοινωνίας, Πρόγραμμα Αγροτικής Ανάπτυξης της Ελλάδας 2007-2013 (ΠΠΑ),  
«Αλέξανδρος Μπαλατζής»

Communications and Participation Audit & Strategy, Royal Kingston, 2003