



**ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ**

Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας και Οικονομικών

Γενική Γραμματεία Δημοσίων Επενδύσεων και ΕΣΠΑ

**ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ**  
**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ «ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ»**  
**2021-2027**





## Περιεχόμενα

Εισαγωγή .....	3
1. Φάσεις Επικοινωνίας.....	3
2. Επικοινωνιακοί στόχοι .....	4
Κύριοι στόχοι.....	4
Ειδικοί στόχοι .....	5
3. Κοινά – στόχος.....	5
4. Μέσα επικοινωνίας .....	6
5. Εκτιμώμενος προϋπολογισμός.....	7
6. Προβολή έργων Στρατηγικής Σημασίας .....	8
7. Παρακολούθηση και αξιολόγηση .....	9
Δείκτες Αποτελέσματος (ποσοτικοί δείκτες) .....	10
Δείκτες επιπτώσεων (ποιοτικοί δείκτες).....	10
8. Υπεύθυνος Επικοινωνίας.....	11
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	12



## Εισαγωγή

Το Πρόγραμμα «ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ» αποτελεί το Τομεακό Πρόγραμμα του ΕΣΠΑ 2021-2027 για την υλοποίηση του επιχειρησιακού σχεδιασμού των αρμοδίων Υπουργείων πολιτικής (Υπουργείο Υποδομών & Μεταφορών (ΥΠ.Υ.ΜΕ.) και Υπουργείο Ναυτιλίας και Νησιωτικής Πολιτικής (Υ.ΝΑ.Ν.Π.), με στόχο την υλοποίηση της αναπτυξιακής στρατηγικής στον Τομέα των Μεταφορών για την Προγραμματική Περίοδο (ΠΠ) 2021-2027.

Το Πρόγραμμα ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ 2021-2027 με την Στρατηγική Επικοινωνίας του, ορίζει την προβλεπόμενη προσέγγιση για ζητήματα επικοινωνίας και προβολής του Προγράμματος, καθορίζοντας τους σχετικούς επικοινωνιακούς στόχους, το κοινό-στόχο, τους διαύλους επικοινωνίας, συμπεριλαμβανομένης της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης όποτε κρίνεται σκόπιμο, τον προγραμματισμένο προϋπολογισμό και τους σχετικούς δείκτες για σκοπούς παρακολούθησης και αξιολόγησής του.

Οι βασικοί άξονες της Στρατηγικής Επικοινωνίας του Προγράμματος ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ 2021-2027 συμπεριλαμβάνονται στο κείμενο του Προγράμματος (Κεφάλαιο 7 «Επικοινωνία και προβολή».)

Η Επικοινωνιακή Στρατηγική είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με το σύνολο των στρατηγικών στόχων του Προγράμματος και οφείλει να αναδείξει το ρόλο, το έργο και τα αποτελέσματά του καθ' όλη την διάρκεια υλοποίησής του.

### 1. Φάσεις Επικοινωνίας

Το Σχέδιο Δράσεων Επικοινωνίας προτείνεται να υλοποιηθεί σε τρεις διακριτές Φάσεις κατά την διάρκεια της περιόδου 2021-2027. Οι επιμέρους Δράσεις θα εξειδικεύονται ανά Φάση:

**Α' Φάση:** Γενική Πληροφόρηση - Γνωριμία με το Πρόγραμμα - Πρόσκληση για Συμμετοχή



**Β' Φάση:** Προβολή των έργων και της προόδου τους

**Γ' Φάση:** Απολογισμός - Διάδοση αποτελεσμάτων του Προγράμματος

3 ΦΑΣΕΙΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	ΕΤΗ								
	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Α' ΦΑΣΗ									
Γενική Πληροφόρηση - Γνωριμία με το Πρόγραμμα - Πρόσκληση για Συμμετοχή									
Β' ΦΑΣΗ									
Προβολή των έργων και της προόδου τους									
Γ' ΦΑΣΗ									
Απολογισμός - Διάδοση αποτελεσμάτων του Προγράμματος									

## 2. Επικοινωνιακοί στόχοι

Οι επικοινωνιακοί στόχοι του Προγράμματος διακρίνονται σε κύριους και ειδικούς :

### Κύριοι στόχοι

Πρόκειται για τους στόχους, οι οποίοι αποτελούν το κεντρικό ζητούμενο της επικοινωνίας και αφορούν σε όλα τα στοχευόμενα κοινά και σε όλες τις μορφές και δράσεις της επικοινωνίας. Οι κύριοι στόχοι τους Προγράμματος σχετίζονται με την:

- Προβολή του ρόλου του Προγράμματος και της ΕΕ σε ό, τι αφορά στη συμβολή για περαιτέρω ανάπτυξη προσβάσιμων, υψηλής ποιότητας, πολυτροπικών, ανθεκτικών στην κλιματική αλλαγή, έξυπνων και βιώσιμων υποδομών και μεταφορικών συστημάτων που να υπηρετούν τον πολίτη, με εδραίωση του μηνύματος της από κοινού συνεισφοράς ΕΕ και Ελλάδας στην υλοποίηση των δράσεων του Προγράμματος
- Εμπέδωση της αντίληψης του Προγράμματος ως ένα συνολικό στρατηγικό σχέδιο για εκσυγχρονισμό & ανάπτυξη της χώρας στο τομέα των υποδομών μεταφορών με στόχο τη βελτίωση της ποιότητας ζωής των πολιτών
- Προβολή έργων στρατηγικής σημασίας



## Ειδικοί στόχοι

Πρόκειται για τους στόχους που αφορούν τόσο στην επικοινωνία του προγράμματος στο ευρύ κοινό όσο και στα επί μέρους κοινά α) των δυνητικών δικαιούχων και β) των δικαιούχων του προγράμματος και είναι:

### A. Για το Ευρύ Κοινό

- Η αύξηση της αναγνωρισιμότητας του Προγράμματος
- Η αύξηση του βαθμού γνώσης των έργων σε εθνικό και τοπικό επίπεδο και ανάδειξη της κοινωνικής ωφελιμότητάς τους
- Η ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας, κατανόησης και θετικής στάσης για το ρόλο της ΕΕ στην βελτίωση της ποιότητας ζωής των πολιτών
- Η διασφάλιση της μέγιστης διαφάνειας ως προς τη διαχείριση και υλοποίηση του Προγράμματος και αύξηση της ευαισθητοποίησης και της εμπιστοσύνης στις ευκαιρίες που παρέχει η ΕΕ

### B. Για τους δυνητικούς δικαιούχους

- Η πληροφόρηση για ευκαιρίες χρηματοδότησης
- Η ενημέρωση για τη σημασία και τις ωφέλειες του Προγράμματος

### Γ. Για τους δικαιούχους

- Η υποστήριξη στην προβολή των έργων
- Η συνέργεια μεταξύ των Δράσεων Επικοινωνίας ΕΥΔ και δικαιούχων
- Η ανάδειξη καλών παραδειγμάτων για περαιτέρω ενθάρρυνση συμμετοχής

## 3. Κοινά – στόχος

- **Ευρύ κοινό** (Πολίτες σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο συμπεριλαμβανομένων και ειδικών δημογραφικών, ευπαθών και άλλων ομάδων θεματικά σχετικών με το Πρόγραμμα)



- **Δυνητικοί Δικαιούχοι** (Υπηρεσίες του Υπουργείου Υποδομών & Μεταφορών, Επιτελική Δομή ΕΣΠΑ Υπουργείου Υποδομών & Μεταφορών, Υπουργείο Ναυτιλίας και Νησιωτικής Πολιτικής, Υπουργείο Εθνικής Άμυνας κα)
- **Δικαιούχοι**
- **Εθνικές/Ευρωπαϊκές διοικητικές αρχές και φορείς** (Ευρωπαϊκά Όργανα και Οργανισμοί, Υπουργεία, Περιφέρειες κα)
- **Οργανισμοί - Φορείς διάχυσης ενημέρωσης** (ΜΜΕ, δίκτυα πληροφόρησης, διαμορφωτές κοινής γνώμης κα).

#### 4. Μέσα επικοινωνίας

Ο καθορισμός των μέσων επικοινωνίας που θα χρησιμοποιηθεί , αποτελεί ένα από τα βασικά θέματα της στρατηγικής επικοινωνίας του προγράμματος και εξαρτάται:

- α. από τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και τις ανάγκες των στοχευόμενων κοινών
- β. τους στόχους και το περιεχόμενο της επικοινωνίας
- γ. την εξασφάλιση του μέγιστου βαθμού συνεργειών μεταξύ των επιλεγμένων μέσων για την μεγιστοποίηση του αποτελέσματος
- δ. το απαιτούμενο κόστος σε σχέση με την αποτελεσματικότητα (αποδοτικότητα επένδυσης)

Τα μέσα επικοινωνίας που προτείνονται για το Πρόγραμμα είναι ενδεικτικά και αφορούν σε :

- **Δ1: Δημιουργία Πληροφοριακού Υλικού**

Έντυπα (Οδηγός Δημοσιότητας για Δικαιούχους, Φυλλάδια, Καταχωρήσεις στον Τύπο), Οπτικοακουστικό Υλικό (Τηλεοπτικά και Ραδιοφωνικά spot, Βίντεο, Φωτογραφίες, Μακέτες καταχωρήσεων), Προωθητικό Υλικό

- **Δ2: Προβολή στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης**



Τηλεόραση, Ραδιόφωνο, Τύπος, Διαδίκτυο σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο

- **Δ3: Online επικοινωνία**

Ιστότοπος (σύνδεση με την με την ενιαία διαδικτυακή πύλη και τους ιστότοπους όλων των Προγραμμάτων της χώρας, προσβασιμότητα σε ΑΜΕΑ), Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (ενδεικτικά Facebook, Instagram, Twitter)

- **Δ4: Προωθητικές Ενέργειες με έμφαση στη διάδραση με το κοινό**

Εκδηλώσεις, Συμμετοχή σε Εκθέσεις & Συνέδρια, Infokiosks, Road shows

- **Δ5: Ενέργειες Έμμεσης Επικοινωνίας**

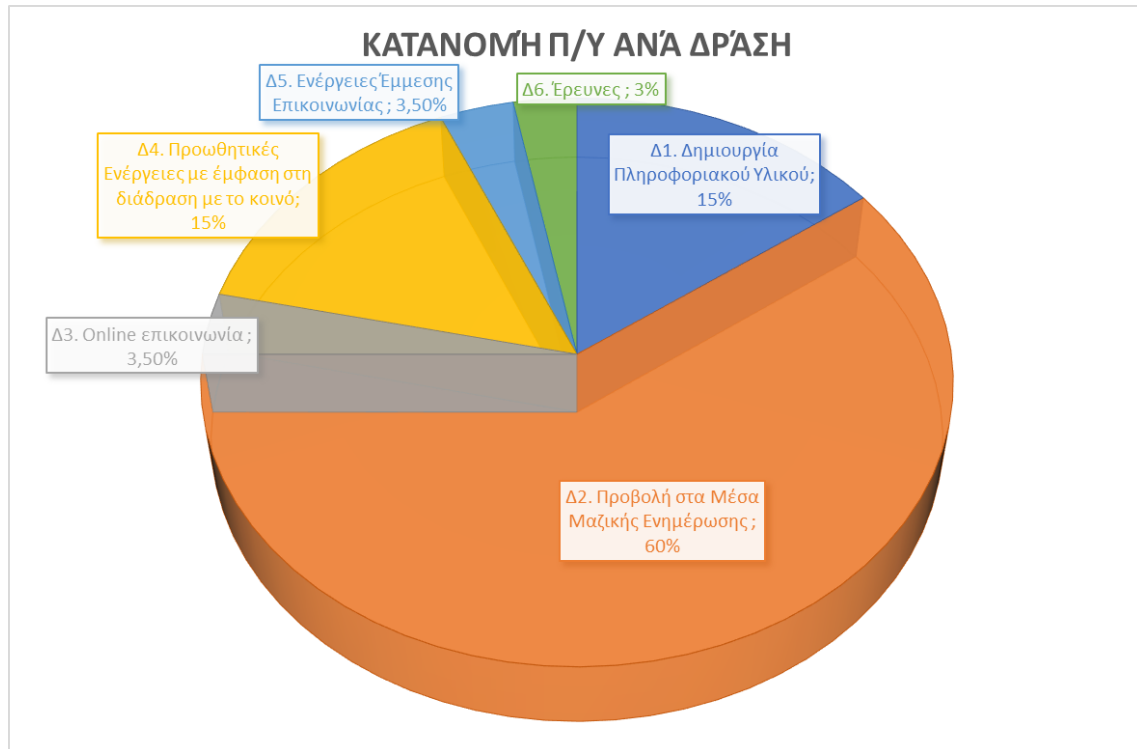
Δελτία τύπου, Ρεπορτάζ, Αφιερώματα, Παρουσιάσεις, Συνεντεύξεις, Αξιοποίηση πολλαπλασιαστών πληροφόρησης

- **Δ6: Έρευνες**

Έρευνες αναγνωρισιμότητας και ποιοτικές έρευνες

## 5. Εκτιμώμενος προϋπολογισμός

Ο εκτιμώμενος προϋπολογισμός έχει εκτιμώμενο προϋπολογισμό **3 εκ €** και προβλέπεται να χρηματοδοτηθεί από πόρους της Τεχνικής Βοήθειας. Η κατανομή του π/υ μεταξύ των Δράσεων βάσει των εκτιμώμενων αναγκών και της εμπειρίας από προηγούμενες ΠΠ :



## 6. Προβολή έργων Στρατηγικής Σημασίας

Τα έργα στρατηγικής σημασίας του Προγράμματος είναι εκείνα τα έργα που συμβάλουν σημαντικά στην επίτευξη των στόχων του και για τον λόγο αυτό χρήζουν ιδιαίτερων μέτρων παρακολούθησης και επικοινωνίας. Η ΔΑ οφείλει να διασφαλίσει και να εξασφαλίσει μέτρα και δράσεις ιδιαίτερης προβολής στις πράξεις στρατηγικής σημασίας.

Η ΔΑ σε συνεργασία πάντα με τον Δικαιούχο καθενός από τα έργα στρατηγικής σημασίας αξιοποιούν ένα μίγμα μέσων επικοινωνίας με έμφαση στη διενέργεια εκδηλώσεων και δραστηριοτήτων επικοινωνίας για την ανάδειξη των ωφελειών από τα έργα εξασφαλίζοντας την έγκαιρη ενημέρωση και συμμετοχή εκπροσώπων της ΕΕ σε εύθετο χρόνο.





## 7. Παρακολούθηση και αξιολόγηση

Η παρακολούθηση των δράσεων επικοινωνίας και προβολής είναι μια συνεχής και συστηματική διαδικασία συλλογής δεδομένων. Βοηθά στον εντοπισμό και την αντιμετώπιση τυχόν προβλημάτων υλοποίησης και δημιουργεί πληροφορίες που επιτρέπουν την αξιολόγηση, του κατά πόσο οι δράσεις επικοινωνίας έχουν επιτύχει τους στόχους τους.

Οι δείκτες μετρούν το βαθμό επίτευξης των στόχων, κινητοποίησης των πόρων και επίτευξης των επιθυμητών αποτελεσμάτων. Μπορεί να είναι ποσοτικοί ή ποιοτικοί. Οι ποσοτικοί δείκτες (υλοποίησης και αποτελέσματος) ορίζουν μετρήσιμες πληροφορίες και είναι μαθηματικά επαληθεύσιμοι, ενώ οι ποιοτικοί δείκτες (επιπτώσεων) αντανακλούν, λόγους, προσωπικές απόψεις ή στάσεις κ.λπ. Σε ένα καλό σύστημα παρακολούθησης, και οι δύο τύποι δεικτών αλληλοσυμπληρώνονται.

### Δείκτες Υλοποίησης (ποσοτικοί δείκτες)

Οι δείκτες υλοποίησης μετρούν τι προσφέρει το Πρόγραμμα και πόσο καλά προσεγγίζει την ομάδα στόχο με τις δράσεις που επιλέγει η Δ.Α.

Ενδεικτικοί δείκτες υλοποίησης επικοινωνίας που επιλέχτηκαν για το Πρόγραμμα είναι:

- Πλήθος υλικών που παράχθηκαν (Δ1)
- Πλήθος – Διάρκεια Τηλεοπτικών/Ραδιοφωνικών Μηνυμάτων (Δ2)
- Πλήθος – Μέγεθος Καταχωρήσεων στον Τύπο (Δ2)
- Συχνότητα εμφανίσεων (Δ2)
- Πλήθος μέσων/καταχωρήσεων/αναρτήσεων (Δ3)
- Πλήθος εκδηλώσεων/συναντήσεων/προσκεκλημένων (Δ4)
- Πλήθος ενεργειών (Δ5)
- Πλήθος ερευνών (Δ6)



## Δείκτες Αποτελέσματος (ποσοτικοί δείκτες)

Οι δείκτες αποτελέσματος αφορούν στο άμεσο αποτέλεσμα που προκύπτει από την επικοινωνίας. Οι δείκτες αποτελέσματος εξετάζουν αν το επιθυμητό συγκεκριμένο αποτέλεσμα επιτεύχθηκε λόγω της επικοινωνιακής δράσης. Με τους δείκτες αποτελέσματος αποτιμάται η αποτελεσματικότητα των δραστηριοτήτων.

Ενδεικτικοί δείκτες αποτελέσματος επικοινωνίας που επιλέχτηκαν για το Πρόγραμμα είναι:

- Πλήθος υλικών που αξιοποιήθηκαν (Δ1)
- Τηλεθέαση – GRPs (Δ2)
- Ακροαματικότητα (Δ2)
- Αναγνωσιμότητα (Δ2)
- Επισκεψιμότητα (Δ2)
- Engagement στα social media (shares, likes, clickthroughs, comments, αναφορές hashtag) (Δ3)
- Conversions ιστοσελίδας (downloads, εγγραφές, bouncing rate, διάρκεια σύνδεσης) (Δ3)
- Βαθμός ικανοποίησης χρηστών (Δ3)
- Audience recall Ενέργειας (Δ4)
- Βαθμός ικανοποίησης/χρησιμότητας από event (Δ4)
- Πλήθος συμμετεχόντων (Δ4)
- Πλήθος καταχωρήσεων (Δ5)
- Μέτρηση Αναγνωρισιμότητας (Δ6)

## Δείκτες επιπτώσεων (ποιοτικοί δείκτες)

Με τους δείκτες επιπτώσεων μετριέται η αλλαγή της κοινής γνώμης, της κοινωνίας, της οικονομίας ή της ατομικής συμπεριφοράς που επιδιώκεται να επιτευχθεί με τις



επικοινωνιακές δραστηριότητες. Αποτιμάται η αλλαγή στην συμπεριφορά και η βελτίωση της φήμης που προκαλούν οι δράσεις της επικοινωνίας.

Ενδεικτικοί δείκτες επιπτώσεων της επικοινωνίας που επιλέχτηκαν για το Πρόγραμμα είναι:

- Θετική άποψη για το Πρόγραμμα και την συμβολή της ΕΕ (όλες οι Δράσεις)
- Διάδοση θετικού μηνύματος για το Πρόγραμμα ή την ΕΕ λόγω της επικοινωνιακής ενέργειας (όλες οι Δράσεις)
- Βαθμός εμπιστοσύνης στις εθνικές/ευρωπαϊκές αρχές (όλες οι Δράσεις)
- Βαθμός ενημέρωσης (όλες οι Δράσεις)

(Βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ)

## 8. Υπεύθυνος Επικοινωνίας

Ο υπεύθυνος επικοινωνίας συντονίζει τα μέτρα επικοινωνίας και προβολής και επιβλέπει την τήρηση των Κανονιστικών υποχρεώσεων επικοινωνίας και την υλοποίηση της επικοινωνιακής στρατηγικής του Προγράμματος, σύμφωνα με τα οριζόμενα στο Άρθρο 48, Καν. ΕΕ 2021/1060.



**ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ**  
Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας και Οικονομικών  
Γενική Γραμματεία Δημοσίων Επενδύσεων και ΕΣΠΑ

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ





Πίνακας αντιστοίχισης της Παρακολούθησης και της Αξιολόγησης των Δράσεων Επικοινωνίας			
ΤΙΤΛΟΣ ΔΡΑΣΗΣ	ΔΕΙΚΤΕΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ	ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΟΣ	ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΩΝ
Δ1. Δημιουργία Πληροφοριακού Υλικού	Πλήθος υλικών που παράχθηκαν	Πλήθος υλικών που αξιοποιήθηκαν	Θετική άποψη για το Πρόγραμμα και την συμβολή της ΕΕ
			Διάδοση θετικού μηνύματος για το Πρόγραμμα ή την ΕΕ λόγω της
			Βαθμός εμπιστοσύνης στις εθνικές/ευρωπαϊκές αρχές
			Βαθμός ενημέρωσης
Δ2. Προβολή στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης	Πλήθος – Διάρκεια Τηλεοπτικών Μηνυμάτων	Τηλεθέαση – GRPs	Θετική άποψη για το Πρόγραμμα και την συμβολή της ΕΕ
	Πλήθος – Διάρκεια /Ραδιοφωνικών Μηνυμάτων	Ακροατικότητα	Διάδοση θετικού μηνύματος για το Πρόγραμμα ή την ΕΕ λόγω της επικοινωνιακής ενέργειας
	Πλήθος – Μέγεθος Καταχωρήσεων στον Τύπο	Αναγνωσιμότητα	Βαθμός εμπιστοσύνης στις εθνικές/ευρωπαϊκές αρχές
	Συχνότητα εμφανίσεων	Επισκεψιμότητα	Βαθμός ενημέρωσης
Δ3. Online επικοινωνία	Πλήθος μέσων/καταχωρήσεων/αναρτήσεων	Engagement στα social media (shares, likes, clickthroughs, comments, αναφορές hashtag)	Θετική άποψη για το Πρόγραμμα και την συμβολή της ΕΕ
		Conversions ιστοσελίδας (downloads, εγγραφές, bouncing rate, διάρκεια σύνδεσης)	Διάδοση θετικού μηνύματος για το Πρόγραμμα ή την ΕΕ λόγω της επικοινωνιακής ενέργειας
		Βαθμός ικανοποίησης χρηστών	Βαθμός εμπιστοσύνης στις εθνικές/ευρωπαϊκές αρχές
			Βαθμός ενημέρωσης
Δ4. Προωθητικές Ενέργειες με έμφαση στη διάδραση με το κοινό	Πλήθος εκδηλώσεων/συναντήσεων/προσκεκλημένων	Audience recall Ενέργειας	Θετική άποψη για το Πρόγραμμα και την συμβολή της ΕΕ
		Βαθμός ικανοποίησης/χρησιμότητας από event	Διάδοση θετικού μηνύματος για το Πρόγραμμα ή την ΕΕ λόγω της επικοινωνιακής ενέργειας
		Πλήθος συμμετεχόντων	Βαθμός εμπιστοσύνης στις εθνικές/ευρωπαϊκές αρχές
			Βαθμός ενημέρωσης
Δ5. Ενέργειες Έμμεσης Επικοινωνίας	Πλήθος ενεργειών	Πλήθος καταχωρήσεων	Θετική άποψη για το Πρόγραμμα και την συμβολή της ΕΕ
			Διάδοση θετικού μηνύματος για το Πρόγραμμα ή την ΕΕ λόγω της επικοινωνιακής ενέργειας
			Βαθμός εμπιστοσύνης στις εθνικές/ευρωπαϊκές αρχές
			Βαθμός ενημέρωσης
Δ6. Έρευνες	Πλήθος ενεργειών	Μέτρηση Αναγνωρισιμότητας	Θετική άποψη για το Πρόγραμμα και την συμβολή της ΕΕ
			Διάδοση θετικού μηνύματος για το Πρόγραμμα ή την ΕΕ λόγω της επικοινωνιακής ενέργειας
			Βαθμός εμπιστοσύνης στις εθνικές/ευρωπαϊκές αρχές
			Βαθμός ενημέρωσης