



LIFE18 IPE/GR/000013 | LIFE-IP CEI-Greece

Circular Economy Implementation in Greece  
Εφαρμογή της Κυκλικής Οικονομίας στην Ελλάδα

E1. D1 Dissemination & Communication Strategy  
Στρατηγική Επικοινωνίας & Διάχυσης Αποτελεσμάτων του έργου

<b>Συντάκτες:</b>	Διαμαντής Σεϊτανίδης, Υπεύθυνος Επικοινωνίας, Εκδηλώσεων & Δημοσίων Σχέσεων Έργου, ΥΠΕΝ Μαίρη Πλατή, Υπεύθυνη Διαχείρισης Έργου, ΥΠΕΝ Ερωφίλη Πολιτοπούλου, Υπεύθυνη Γραμματειακής & Διοικητικής Υποστήριξης Έργου, ΥΠΕΝ Κέλλη Κολιγιώργα, Επικοινωνιολόγος/Διεθνολόγος, Πράσινο Ταμείο
<b>Με τη συμβολή:</b>	Σοφία Μάνη, Συντονίστρια Έργου, ΥΠΕΝ Δίκτυο ΔΑΦΝΗ, ΕΟΑΝ, ΤΝ
<b>Δράση E1</b>	Public Awareness, Involvement & Dissemination Ευαισθητοποίηση Κοινού, Δράσεις Συμμετοχής & Διάχυσης
<b>Υποδράση E1.1</b>	Dissemination Plan & Communication Strategy Σχέδιο διάχυσης αποτελεσμάτων του έργου και επικοινωνιακή στρατηγική
<b>Εταίροι:</b>	ΥΠΕΝ, ΠΤ, ΤΝ, ΕΟΑΝ, ΔΙΚΤΥΟ ΔΑΦΝΗ, ΟΦΥΠΕΚΑ, ΧΠ, ΟΕΑ
<b>Παραδοτέο:</b>	E1. D1 (Dissemination & Communication Strategy – Στρατηγική Επικοινωνίας & Διάχυσης Αποτελεσμάτων του έργου)
<b>Ημερομηνία:</b>	27.09.2021
<b>Είδος Αρχείου:</b>	Παραδοτέο Διάχυσης Πληροφορίας, Έγγραφο Ελεύθερης Πρόσβασης
<b>Έκδοση:</b>	Τελική Έκδοση 1.0

<b>Υπεύθυνος Επικοινωνίας Εγγράφου:</b>	Διαμαντής Σεϊτανίδης, <a href="mailto:seitandid@gmail.com">seitandid@gmail.com</a> Ερωφίλη Πολιτοπούλου, <a href="mailto:e.politopoulou@prv.ypeka.gr">e.politopoulou@prv.ypeka.gr</a>
<b>Email έργου:</b>	<a href="mailto:circulargreece@prv.ypeka.gr">circulargreece@prv.ypeka.gr</a>
<b>Project website:</b>	<a href="https://circulargreece.gr/el/">https://circulargreece.gr/el/</a>



Το έργο LIFE-IP CEI-Greece (LIFE18 IPE/GR/000013) συγχρηματοδοτείται από το Πρόγραμμα LIFE της Ευρωπαϊκής Ένωσης.



Το έργο LIFE-IP CEI-Greece (LIFE18 IPE/GR/000013) συγχρηματοδοτείται από το Πράσινο Ταμείο.

LIFE-IP CEI-Greece project (LIFE18 IPE/GR/000013) is co-funded by the LIFE Programme of the European Union.

The project LIFE-IP CEI-Greece (LIFE18 IPE/GR/000013) is co-funded by the Green Fund.



Η παρούσα έκδοση εκφράζει αποκλειστικά τις απόψεις των συγγραφέων της. Ο Εκτελεστικός Οργανισμός για το Κλίμα, τις Υποδομές και το Περιβάλλον (CINEA) και η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δε μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνες για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται στο παρόν.

The sole responsibility of this publication lies with the authors. CINEA and the European Union are not responsible for any use that may be made of the information contained therein.

## Πίνακας Περιεχομένων

	<b>2</b>
<b>1. Πληροφορίες Εγγράφου</b>	<b>5</b>
1.1. Εκδόσεις	5
1.2. Ποιοτικός Έλεγχος Παραδοτέου	5
1.3. Συντομογραφίες	5
<b>2. Σύνοψη</b>	<b>7</b>
<b>3. Synopsis</b>	<b>8</b>
<b>4. Εισαγωγή</b>	<b>8</b>
<b>5. Ανάλυση Υφιστάμενης Κατάστασης</b>	<b>9</b>
<b>6. Επικοινωνιακοί Στόχοι</b>	<b>10</b>
6.1. Στρατηγικοί Στόχοι των δράσεων επικοινωνίας και διάχυσης των αποτελεσμάτων του έργου	11
6.2. Κοινό - Στόχος	12
6.3. Γενικό Αφήγημα- Μηνύματα	15
6.4. Branding – Οπτική Ταυτότητα	18
6.5. Ανάλυση SWOT	20
<b>7. Επικοινωνιακές Δράσεις και Εργαλεία</b>	<b>21</b>
7.1. Έρευνα κοινής γνώμης και ομάδων εστίασης	23
7.2. Online Εργαλεία	23
7.2.1. Ανάπτυξη επίσημης ιστοσελίδας και μέσω κοινωνικής δικτύωσης του έργου και συντήρησή τους	23
7.2.2. Ηλεκτρονικό newsletter	24
7.2.3. Σποτ έργου για το ραδιόφωνο και την τηλεόραση	24
7.2.4. Διαδικασία Μετάδοσης Μηνυμάτων Κοινωνικού Περιεχομένου	25
7.3. Offline Εργαλεία	25
7.4. Προβολή Έργου και Διάχυση των Αποτελεσμάτων του σε MME	26
7.4.1. Επικοινωνιακή Προσέγγιση	28
7.5. Εκδηλώσεις, Σεμινάρια και Συνέδρια	28
7.5.1. Περιφερειακές Εκδηλώσεις (Info Days & Εκδηλώσεις ευαισθητοποίησης για τις δράσεις επίδειξης του έργου)	28
7.5.2. Συνέδρια	28
7.5.3. Εκδηλώσεις και Πανδημία (COVID-19)	29
7.5.4. Οδηγός για τη Διοργάνωση Εκδηλώσεων	29
7.6. Εκλαϊκευμένη Έκθεση Layman's	30
7.7. Δικτύωση	30

7.8.	Εργαλεία Παρακολούθησης Δημοσιότητας	31
7.9.	Αναπαραγωγή και μεταφορά των αποτελεσμάτων του έργου	31
7.10.	Εργαλεία Εσωτερικής Επικοινωνίας	32
<b>8.</b>	<b>Παραδοτέα</b>	<b>33</b>
<b>9.</b>	<b>Αναμενόμενα Αποτελέσματα - Δείκτες Προόδου</b>	<b>34</b>
<b>10.</b>	<b>Παράρτημα</b>	<b>35</b>
10.1.	Σχέδιο Επικοινωνίας για τις απομακρυσμένες περιοχές (Πρόταση Δικτύου ΔΑΦΝΗ)	35
10.2.	Σύνοψη βημάτων για τη μετάδοση μηνυμάτων κοινωνικού περιεχομένου σε ραδιοηλεκτρονικά μέσα.	37
10.3.	Έρευνα Κοινής Γνώμης και Ομάδων Εστίασης	37

## 1. Πληροφορίες Εγγράφου

### 1.1. Εκδόσεις

Αριθμός	Ημερομηνία	Φορέας	Παρατηρήσεις
<b>0.1</b>	01.12.2020	ΥΠΙΕΝ	Προσχέδιο
<b>0.2</b>	15.12.2020	ΠΤ	Τροποποίηση
<b>0.3</b>	22.02.2021	ΥΠΙΕΝ, ΠΤ, ΤΝ, ΕΟΑΝ, ΔΙΚΤΥΟ ΔΑΦΝΗ, ΟΦΥΠΕΚΑ, ΧΠ, ΟΕΑ	Τροποποίηση (μετά από συνεδρίαση ΟΔΑΕΣ)
<b>0.4</b>	26.03.2021	ΥΠΙΕΝ	Τροποποίηση
<b>1.0</b>	27.09.2021	ΟΔΑΕΣ	Έγκριση

### 1.2. Ποιοτικός Έλεγχος Παραδοτέου

Έλεγχος	Ημερομηνία	Κατάσταση	Παρατηρήσεις
<b>ΥΠΙΕΝ</b>	18.12.2020	Ολοκληρώθηκε	Έλεγχος Τελικού Σχεδίου
<b>ΟΡΓΑΝΟ (ΟΔΑΕΣ)</b>	18.01.2021	Ολοκληρώθηκε	Τροποποίηση
<b>ΥΠΙΕΝ</b>	26.03.2021	Ολοκληρώθηκε	Τροποποίηση
<b>ΟΡΓΑΝΟ (ΟΔΑΕΣ)</b>	27.09.2021	Ολοκληρώθηκε	Έγκριση

### 1.3. Συντομογραφίες

Συντομογραφία	Τίτλος
	<b>ΑΓΓΛΙΚΑ</b>
DAFNI	DAFNI Network of Sustainable Islands
DIADYMA	DIADYMA S.A. Waste Management of Western Macedonia
ERS	Ecological Recycling Society
GRFU	Green Fund
HRA	Hellenic Recycling Association
HUA	Harokopian University of Athens

MEEN	Ministry of Environment & Energy
MoA	Municipality of Athens
MoAl	Municipality of Alonissos
MoAn	Municipality of Antiparos
MoN	Municipality of Nafpaktos
MoP	Municipality of Paros
MoT	Municipality of Thessaloniki
MoTh	Municipality of Thira
MoTi	Municipality of Tinos
MoVVV	Municipality of Vari, Voula, Vouliagmeni
NECCA	Natural Environment & Climate Change Agency
NQIS-ELOT	National Quality Infrastructure System – Hellenic Organization of Standardization
TN	Terra Nova
	<b>ΕΛΛΗΝΙΚΑ</b>
ΔΙΑΔΥΜΑ Α.Ε.	Διαχείριση Απορριμμάτων Δυτικής Μακεδονίας Α.Ε.
Δίκτυο ΔΑΦΝΗ	Δίκτυο Αειφόρων Νήσων ΔΑΦΝΗ
ΕΚΠΑΑ	Εθνικό Κέντρο Περιβάλλοντος & Αειφόρου Ανάπτυξης
ΕΟΑΝ	Ελληνικός Οργανισμός Ανακύκλωσης
ΕΣΥΠ - ΕΛΟΤ	Εθνικό Σύστημα Υποδομών Ποιότητας – Ελληνικός Οργανισμός Τυποποίησης
ΜΚΟ	Μη Κυβερνητική Οργάνωση
ΜΜΕ	Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας
ΟΔΑΕΣ	Ομάδα Διάχυσης Αποτελεσμάτων & Επικοινωνιακής Στρατηγικής
ΟΕΑ	Οικολογική Εταιρεία Ανακύκλωσης
ΟΦΥΠΕΚΑ	Οργανισμός Φυσικού Περιβάλλοντος & Κλιματικής Αλλαγής
ΠΤ	Πράσινο Ταμείο
ΥΠΕΝ	Υπουργείο Περιβάλλοντος & Ενέργειας
ΧΠ	Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο
ΧΥΤΑ	Χώρος Υγειονομικής Ταφής Αποβλήτων

## 2. Σύνοψη

Το έργο LIFE-IP CEI-Greece φιλοδοξεί να συμβάλλει στην υλοποίηση του Εθνικού Σχεδίου Διαχείρισης Αποβλήτων, του Εθνικού Προγράμματος Πρόληψης Δημιουργίας Αποβλήτων, και της Εθνικής Στρατηγικής για την Κυκλική Οικονομία. Με το έργο αναδεικνύεται μια νέα αντίληψη στον τομέα των αποβλήτων στη βάση των αρχών της κυκλικής οικονομίας, υιοθετώντας πρακτικές και αλλαγή συμπεριφοράς για την αύξηση του κύκλου ζωής των προϊόντων, τη μετατροπή των αποβλήτων σε πόρους και την αποτελεσματική εφαρμογή της νέας νομοθετικής δέσμης μέτρων για τα απόβλητα.

Το έργο έχει διάρκεια 8 έτη (1 Νοεμβρίου 2019 – 31 Οκτωβρίου 2027) και συνολικό προϋπολογισμό €15,93 εκατ., με 60% συγχρηματοδότηση από το πρόγραμμα LIFE της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Επίσης, συγχρηματοδοτείται από το Πράσινο Ταμείο και από ίδιους πόρους των εταιρών.

Το Έργο συντονίζεται από το Υπουργείο Περιβάλλοντος και Ενέργειας (ΥΠΕΝ, MEEN) και υλοποιείται σε συνεργασία με δεκαοκτώ (18) στρατηγικούς εταίρους από την κεντρική διοίκηση, την τοπική αυτοδιοίκηση, την ακαδημαϊκή κοινότητα, τις μη κυβερνητικές οργανώσεις (ΜΚΟ) και τον ιδιωτικό τομέα: το Πράσινο Ταμείο (ΠΤ, GRFU), τον Οργανισμό Φυσικού Περιβάλλοντος και Κλιματικής Αλλαγής (ΟΦΥΠΕΚΑ, NECCA), τον Ελληνικό Οργανισμό Ανακύκλωσης (ΕΟΑΝ, HRA), το Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο (ΧΠ, HUA), τον Δήμο Αθηναίων (ΜοΑ), τον Δήμο Θεσσαλονίκης (ΜοΤ), τον Δήμο Αλοννήσου (ΜοΑΙ), τον Δήμο Πάρου (ΜοΡ), τον Δήμο Αντιπάρου (ΜοΑν), τον Δήμο Τήνου (ΜοΤι), τον Δήμο Θήρας (ΜοTh), τον Δήμο Ναυπακτίας (ΜοΝ), τον Δήμο Βάρης-Βούλας-Βουλιαγμένης (ΜοVVV), τη Διαχείριση Απορριμμάτων Δυτικής Μακεδονίας Α.Ε. – ΔΙΑΔΥΜΑ (DIADYMA), το Δίκτυο Αειφόρων Νήσων Δάφνη (Δίκτυο ΔΑΦΝΗ -DAFNI Network), την Οικολογική Εταιρεία Ανακύκλωσης (ΟΕΑ, ERS), την TERRA NOVA Περιβαλλοντική Τεχνική Συμβουλευτική Ε.Π.Ε. (TN), και τον Ελληνικό Οργανισμό Τυποποίησης (ΕΣΥΠ – ΕΛΟΤ/NQIS-ΕΛΟΤ).

Το έργο είναι σχεδιασμένο έτσι ώστε να αξιοποιεί με τον καλύτερο δυνατό τρόπο το σύνολο των εμπλεκόμενων εταιρών και φορέων και των δυνατοτήτων του καθενός από αυτούς, για τη δημιουργία προστιθέμενης αξίας μέσω της αρμονικής συνεργασίας τους. Κεντρικός στόχος είναι να διασφαλιστεί η ομαλή εξέλιξη της στρατηγικής του έργου και των δραστηριοτήτων του, μέσω της έγκαιρης και αποτελεσματικής επικοινωνίας μεταξύ των εταιρών, καθώς και ο άρτιος προγραμματισμός και έλεγχος των δράσεων και των πόρων του. Το Υπουργείο Περιβάλλοντος & Ενέργειας, ως συντονιστής εταίρος, θα συνεργαστεί και στον επικοινωνιακό τομέα στενά με όλους τους άλλους εταίρους του έργου, προκειμένου να διασφαλίσει την έγκαιρη και επιτυχημένη επίτευξη των στόχων του, μέσω του αποτελεσματικού συντονισμού και της αποδοτικής συνεργασίας.

Για την κατάρτιση του παρόντος σχεδίου, έχουν ληφθεί υπόψη πρόσφατες έρευνες κοινής γνώμης με ευρύτερο θέμα τη διαχείριση αποβλήτων και την ανακύκλωση.<sup>1</sup>

Η στρατηγική επικοινωνίας και διάχυσης των αποτελεσμάτων του έργου, περιγράφει το πλαίσιο των ενεργειών επικοινωνίας και τους στόχους της στο έργο. Πιο αναλυτικά, περιγράφει την υφιστάμενη κατάσταση, τον τρόπο διοργάνωσης α) των εκστρατειών και ημερίδων ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης του κοινού και β) των συνεδρίων του έργου καθώς και την επικοινωνιακή ταυτότητα, τις δράσεις και τα εργαλεία επικοινωνίας και την προτεινόμενη μεθοδολογία δικτύωσης του έργου. Τέλος παραθέτει τα παραδοτέα και τους δείκτες παρακολούθησης της απόδοσης (KPIs) του έργου.

<sup>1</sup> 1. Πανελλαδική έρευνα γνώμης για την ανακύκλωση και τη διαχείριση απορριμμάτων σε ομάδες εστίασης, 2020, Πάντειον Πανεπιστήμιο, ΕΚΠΑΑ, [βλ. εδώ](#). 2. Έρευνα της εταιρείας ALCO για λογ/σμό της ΕΕΑΑ, 2018, [βλ. εδώ](#).

### 3. Synopsis

The integrated LIFE project LIFE-IP CEI-Greece aims to contribute towards the implementation of the National Waste Management Plan, the National Waste Prevention Plan and the National Strategy for Circular Economy. A new concept for waste management emerges with-in this project; based on circular economy principles, promoting behavioral changes and supporting actions to increase product life cycle, convert waste into valuable resources and implement successfully the legislative framework for waste.

The duration of the project is 8 years (1 November 2019 – 31 October 2027) with a total budget of €15,93m and 60% funding from the LIFE programme of the European Union. The programme is co-funded by the Green Fund and own funds of the associated beneficiaries.

The project coordinator is the Ministry of Environment & Energy (MEEN) in collaboration with 18 strategic partners from the public, central and local, administration, the academic community, the non-governmental organizations and the private sector: the Green Fund (GRFU), the Natural Environment and Climate Change Agency (NECCA), the Hellenic Recycling Agency (HRA), the Harokopian University (HUA), the Municipalities of Athens (MoA), Thessaloniki (MoTh), Alonissos (MoAl), Paros and Antiparos (MoP and MoAn), Tinos (MoTi), Thira (MoTh), Nafpaktia (MoN) and Vari, Voula, Vouliagmeni (MoVVV), the Waste Management of Western Macedonia S.A. (DIADYMA), DAFNI Network, the Ecological Recycling Society (ERS), TERRA NOVA (TN) and the Hellenic Organization of Standardization (ESYP-ELOT).

The project is designed so that it can maximize the input of all associated beneficiaries, in order to create added value. A central goal is to ensure the progress of the project strategy and actions, through timely and smooth communication between partners as well as accurate planning/monitoring of all activities and resources. The Ministry of Environment & Energy, as the coordinating beneficiary, will cooperate closely in the field of Communication with all other beneficiaries, in order to ensure the timely and successful completion of the project's goals, through effective coordination and interaction.

For the completion of this plan, recent public opinion surveys on the broader subject of Waste Management and Recycling have been taken into consideration.

The strategy for communication and dissemination of results, outlines the framework and context of all communication activities, their role and goals within the project. More specifically, the plan outlines the current situation, suggested ways to organize campaigns, info and public awareness events, conferences etc., the project branding, dissemination actions and communication tools as well as a networking methodology. It finally outlines all the relevant Deliverables and Key Performance Indicators (KPIs).

### 4. Εισαγωγή

Το έργο LIFE-IP CEI-Greece είναι το μεγαλύτερο έργο του προγράμματος LIFE που υλοποιείται στην Ελλάδα, τόσο ως προς τον αριθμό των εμπλεκόμενων εταίρων, όσο και ως προς το αντικείμενό του, που αφορά στην εφαρμογή της Κυκλικής Οικονομίας στη χώρα.

Η υπέρβαση επιμέρους περιβαλλοντικών δράσεων αποτελεί έναν βασικό στόχο του έργου, μέσω του οποίου προάγεται η ευαισθητοποίηση του κοινού στην υιοθέτηση & εφαρμογή ενός συνολικά καινούργιου οικονομικού μοντέλου. Τα υπάρχοντα στερεότυπα για τα απόβλητα στην ελληνική κοινωνία ανατρέπονται, μέσα από την υποστήριξη νέων καινοτομικών χρήσεων για τη δημιουργία προστιθέμενης αξίας, στο πλαίσιο των αρχών της Κυκλικής Οικονομίας και της προστασίας του περιβάλλοντος.



Μία βασική αποστολή του έργου αποτελεί η ουσιαστική αλλαγή νοοτροπίας στη διαχείριση των αποβλήτων. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί μέσω της υλοποίησης των δράσεων του έργου και την παράλληλη ευαισθητοποίηση του κοινού ως προς τα αποτελέσματά τους. Πρόκειται για ένα νέο μοντέλο διαχείρισης αποβλήτων στο πλαίσιο των αρχών της Κυκλικής Οικονομίας που αφορά σε όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη, δηλαδή το ευρύτερο κοινό/πολίτες, την επιχειρηματική κοινότητα, την πρωτογενή παραγωγή (αγρο-διατροφικός τομέας), τη βιομηχανία και την μεταποίηση, τις υπηρεσίες και όλους τους φορείς & οργανισμούς που ασχολούνται με οποιονδήποτε τρόπο με το περιβάλλον, την κεντρική διοίκηση και αυτοδιοίκηση αλλά και κάθε είδους μεμονωμένη πρωτοβουλία που σχετίζεται με το εν λόγω αντικείμενο.

Με βάση τα παραπάνω, η επικοινωνιακή στρατηγική του έργου LIFE-IP CEI-Greece πρέπει να εξελίσσεται αμφίδρομα: Να ξεδιπλώνει πρωτοβουλίες ευαισθητοποίησης του κοινού, στη συνέχεια να λαμβάνει στοιχεία και δεδομένα από τη θετική ή αρνητική ανταπόκριση του κοινού στο οποίο έχει απευθυνθεί και, βάσει αυτής της εισροής δεδομένων, να διαμορφώνει ή/και να αναπροσαρμόζει τις δράσεις και τις ενέργειες επικοινωνίας. Η αμφίδρομη αυτή επικοινωνία είναι ο καλύτερος δίαυλος για την τελική ευόδωση των σκοπών του έργου. Σε αυτό το πεδίο πολύτιμη θα είναι η συμβολή και των 19 εταίρων του έργου, που είναι φορείς που είτε έχουν σημαντική εξειδίκευση σε θέματα της Κυκλικής Οικονομίας, είτε προέρχονται από τον τομέα της Αυτοδιοίκησης, οπότε θα μπορούν να λειτουργήσουν ως καλοί αγωγοί για την διοχέτευση των μηνυμάτων του έργου στις αντίστοιχες τοπικές κοινωνίες.

Η Στρατηγική Επικοινωνίας θα έχει δυνατότητα αναθεώρησης και θα περιλαμβάνει δυναμικό παράρτημα, ούτως ώστε να προσαρμόζεται με τον καλύτερο τρόπο, στις εκάστοτε συνθήκες του έργου.

## 5. Ανάλυση Υφιστάμενης Κατάστασης

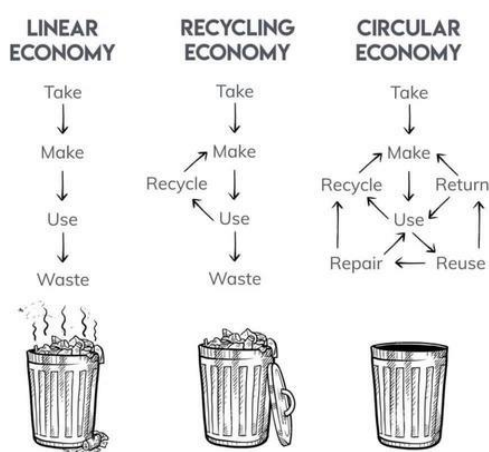
Οι παραδοσιακές αντιλήψεις του γραμμικού μοντέλου οικονομίας επηρέασαν καθοριστικά και για μεγάλο χρονικό διάστημα την ελληνική κοινή γνώμη. Η κατάσταση αυτή ενθαρρύνθηκε από τους τρόπους διαχείρισης των αποβλήτων που κυριαρχούσαν στη χώρα μας επί δεκαετίες. Χαρακτηριστικά αναφέρεται ότι περίπου το 80% των παραγόμενων αστικών στερεών αποβλήτων διατίθεται σε χώρους υγειονομικής ταφής.

Σήμερα έχει πλέον τεθεί σε λειτουργία, παράλληλα με το γραμμικό μοντέλο, το μοντέλο της ανακύκλωσης και έχουν αναπτυχθεί υποδομές για τη χωριστή συλλογή ανακυκλώσιμων αποβλήτων (χαρτί, πλαστικό, μέταλλα κ.λπ.) και οργανικών αποβλήτων, στην Αθήνα και στη Θεσσαλονίκη καθώς και σε όλες τις περιοχές όπου έχουν προβλεφθεί δράσεις του έργου (Δυτική Μακεδονία, Δήμοι Ναυπακτίας, Αλοννήσου, Πάρου, Αντιπάρου, Τήνου, Θήρας, Βάρης-Βούλας-Βουλιαγμένης).

Σύμφωνα με σχετικά πρόσφατη πανελλαδική έρευνα (2018), οι πολίτες στηρίζουν την ανακύκλωση συσκευασιών καθώς σε ποσοστό 97% την θεωρούν σημαντική προτεραιότητα, με το 92% να δηλώνει πως πραγματοποιείται ανακύκλωση στο νοικοκυριό του. Τα ευρήματα αυτά προκύπτουν από έρευνα ευρείας κλίμακας για την ανακύκλωση συσκευασιών, που διενήργησε η εταιρεία ALCO, για λογαριασμό της Ελληνικής Εταιρείας Αξιοποίησης Ανακύκλωσης (ΕΕΑΑ), σε δείγμα 1.000 πολιτών (50% άνδρες, 50% γυναίκες, ηλικίας 25-65 ετών) σε ολόκληρη τη χώρα, όπου λειτουργεί η ανακύκλωση συσκευασιών –με το σύστημα του μπλε κάδου. Στη συγκεκριμένη έρευνα, διερευνήθηκε και η άποψη που έχουν τόσο οι συνεργαζόμενοι δήμοι, όσο και οι συμβεβλημένες με το σύστημα της ΕΕΑΑ επιχειρήσεις. Η γενική εκτίμηση ήταν ότι η νομοθεσία χρειάζεται εμπλουτισμό και εκσυγχρονισμό με σκοπό την παροχή των κατάλληλων κινήτρων. Τα αποτελέσματα της έρευνας καταδεικνύουν συμπερασματικά, ότι οι πολίτες έχουν πειστεί για την αξία της ανακύκλωσης συσκευασιών και πως σε μεγάλο ποσοστό η ανακύκλωση έχει γίνει γι' αυτούς τρόπος ζωής.<sup>2</sup>

<sup>2</sup> Πηγή: [capital.gr](http://capital.gr), 25.04.2018

Σε άλλη πρόσφατη πανελλαδική έρευνα γνώμης (2020) που ολοκληρώθηκε από το Εργαστήριο Κοινωνιολογίας της Παιδείας και του Πολιτισμού του Παντείου Πανεπιστημίου για λογαριασμό του ΕΚΠΑ<sup>3</sup>, με θέμα τη διαχείριση απορριμμάτων και την ανακύκλωση - σε 12 ομάδες εστίασης σε 4 μεγάλες πόλεις της Ελλάδας - αναδεικνύεται η θετική στάση των ερωτώμενων υπέρ της άμεσης λήψης μέτρων για την αντιμετώπιση της περιβαλλοντικής κρίσης που είναι ήδη ορατή, και η σημασία που αποδίδουν στο περιβάλλον, ως εξαιρετικά σημαντικό για τον άνθρωπο και την κοινωνία. Η πλειονότητα των ερωτηθέντων δήλωσε ότι ανακυκλώνει τακτικά και θεωρεί την ανακύκλωση εξαιρετικά σημαντική, κρίνοντας παράλληλα το επίπεδο ενημέρωσης για τις πρωτοβουλίες της πολιτείας για το περιβάλλον, ανεπαρκές. Η πλειονότητα έκρινε επίσης ότι θα πρέπει να δοθεί βαρύτητα στην επικοινωνία ενεργειών και δράσεων για το περιβάλλον, για τις οποίες δήλωσε ότι δεν έχει επαρκή γνώση. Τέτοια θέματα μπορεί να είναι η εθνική στρατηγική για την ανακύκλωση και τα απορρίμματα, τα θεσμοθετημένα μέτρα και οι πολιτικές ή η διαδρομή των ανακυκλώσιμων απορριμμάτων. Η συντριπτική πλειοψηφία του δείγματος είχε πολύ περιορισμένη γνώση για την Κυκλική Οικονομία και τη σημασία της για το περιβάλλον, την κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη αλλά και τη σχετική Εθνική Στρατηγική. Ένα μικρό ποσοστό γνώριζε ορισμένες πλευρές της ΚΟ, με την περαιτέρω διεύρυνση της έννοιας της ΚΟ να εξαρτάται από την κατάλληλη προώθηση και τη συγκροτημένη παρουσίαση των περιβαλλοντικών πολιτικών, ως στοιχείων μίας συνεκτικής αντίληψης για τον επανασχεδιασμό της σχέσης μας με το περιβάλλον.



Η μετάβαση από το παραδοσιακό γραμμικό οικονομικό μοντέλο (linear economy) και το μοντέλο της ανακύκλωσης (recycling economy), σε αυτό της κυκλικής οικονομίας (circular economy) με κύριο άξονα τη μεγιστοποίηση της αποδοτικότητας πρώτων υλών και την ελαχιστοποίηση της χρήσης φυσικών πόρων αποτελεί προφανώς σήμερα κρίσιμο στοιχείο για την ελληνική κοινωνία και οικονομία.

Εικόνα 1, Γραμμικό Μοντέλο, Ανακύκλωση, Κυκλική Οικονομία.

Ως προς την υφιστάμενη κατάσταση το παράρτημα του παρόντος παραδοτέου στο κεφάλαιο με τίτλο «Έρευνα Κοινής Γνώμης και Ομάδων Εστίασης» θα εμπλουτίζεται στην πορεία εξέλιξης του έργου με τα αποτελέσματα Έρευνας Κοινής Γνώμης, η οποία θα διεξαχθεί σε 3 κύματα στο πλαίσιο της δράσης E1.2 “Έρευνα Κοινής Γνώμης και Ομάδων Εστίασης” του LIFE-IP CEI-Greece.

## 6. Επικοινωνιακοί Στόχοι

Η επικοινωνιακή στρατηγική του έργου έχει ως σκοπό να αναδείξει τις αλλαγές, τις νέες πρακτικές και τα οφέλη που θα επιφέρει η εφαρμογή της Κυκλικής Οικονομίας στην Ελλάδα. Αυτό γίνεται με δύο κατηγορίες επικοινωνιακών δράσεων:

- Η μία στοχεύει στη διάχυση των αποτελεσμάτων του έργου, όπως αυτά παράγονται από τους εταίρους του έργου.
- Η δεύτερη αποσκοπεί στην ολόπλευρη ενημέρωση του κοινού σχετικά με το τι σημαίνει για τον πολίτη, για την επιχείρηση, για το περιβάλλον και, εν τέλει, για την Ελλάδα η εφαρμογή της Κυκλικής Οικονομίας.

<sup>3</sup> [Βλ. εδώ](#) τα δημοσιευμένα αποτελέσματα της έρευνας. Το ΕΚΠΑ έχει σήμερα μετονομαστεί στον ΟΦΥΠΕΚΑ.

Αυτή η διπλή στόχευση μπορεί να γίνει (μέσα από την αλληλοτροφοδότησή της) ισχυρό επικοινωνιακό πλεονέκτημα για το έργο. Στο βαθμό που τα βασικά επικοινωνιακά εργαλεία (κυρίως η ιστοσελίδα και τα social media, αλλά και τα υπόλοιπα εργαλεία) εξελιχθούν σε σημείο αναφοράς για το τι σημαίνει Κυκλική Οικονομία, τότε αυτή η ροή επισκεπτών θα αξιοποιείται για τη διάδοση των δράσεων του έργου. Αντίστροφα, το κοινό που θα ενημερώνεται για τις δράσεις του έργου, θα έχει την ευκαιρία να αντιληφθεί μέσα από τις αναρτήσεις του έργου τις μεταβολές στην καθημερινότητα που συνεπάγεται η Κυκλική Οικονομία.

Απώτερος σκοπός είναι η διάδοση των αποτελεσμάτων και της τεχνογνωσίας του έργου και σε άλλες περιοχές της Ελλάδας ώστε αυτά να ακολουθηθούν ως καλές πρακτικές.

Για την επίτευξη των επικοινωνιακών σκοπών του έργου θα οργανωθούν forum, workshops, εκστρατείες, συνέδρια κ.λπ., ενώ θα δημιουργηθούν και ξεχωριστές mailing lists, ανάλογα με την εξειδίκευση των δράσεων για την επικοινωνιακή διάχυση των αποτελεσμάτων του έργου.

#### 6.1. Στρατηγικοί Στόχοι των δράσεων επικοινωνίας και διάχυσης των αποτελεσμάτων του έργου

Οι επικοινωνιακές δράσεις αποτελούν τον κορμό του προγράμματος και αποσκοπούν στην ευρύτερη ενημέρωση και ευαισθητοποίηση των ενδιαφερόμενων μερών, με τελικό σκοπό όλοι όσοι εμπλακούν στο έργο, να είναι καλύτερα καταρτισμένοι για να αναπτύξουν νέες πολιτικές και να εφαρμόσουν νέες τεχνολογίες και μοντέλα, προς την εφαρμογή της Κυκλικής Οικονομίας. Μακροπρόθεσμα αυτό θα βελτιώσει τις επιδόσεις σε σχέση με την εξοικονόμηση φυσικών πόρων, την επιχειρηματική καινοτομία, την πράσινη ανάπτυξη και την συνακόλουθη δημιουργία νέων βιώσιμων και ικανοποιητικά αμειβόμενων θέσεων εργασίας. Ένας βασικός στόχος είναι οι καλές πρακτικές που θα αναπτυχθούν στο πλαίσιο του έργου να διαχυθούν ευρύτερα στην ελληνική κοινωνία και σε άλλες περιοχές της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Για την επίτευξη των παραπάνω στόχων, κρίσιμη παράμετρος είναι η κινητοποίηση των ενδιαφερόμενων μερών τόσο σε κάθε περιοχή στην οποία θα αναπτυχθούν δράσεις του έργου, όσο και σε ολόκληρη την Ελλάδα. Κεντρικό όπλο σε αυτή την προσπάθεια αποτελεί η ιστοσελίδα του έργου ([www.circulargreece.gr](http://www.circulargreece.gr)) και οι λογαριασμοί στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Facebook, Twitter, Instagram και Youtube).

Παράλληλα θα αποστέλλονται, περιοδικά, ενημερωτικά ηλεκτρονικά μηνύματα (newsletters), ώστε οι ενδιαφερόμενοι να εγγραφούν σε αυτά και να ενημερώνονται τόσο για τις δράσεις του έργου όσο και για τα αποτελέσματά τους, αλλά και για καλές πρακτικές, πολιτικές και στρατηγικές που πρόκειται να αναπτυχθούν στο πλαίσιο του έργου για την Κυκλική Οικονομία.

Τέλος, μία ακόμα δράση που αφορά και στη διάχυση των αποτελεσμάτων του έργου, είναι η δικτύωση με άλλα έργα συναφούς αντικειμένου, τα οποία έχουν δημιουργήσει -ή θα δημιουργήσουν- το δικό τους κοινό. Μέσω της δικτύωσης το έργο (όπως και οι εταίροι των άλλων έργων θα μπορεί να απευθύνεται σε ευρύτερες δεξαμενές ενδιαφερόμενου κοινού για την Κυκλική Οικονομία.

Για την επίτευξη αυτών των στόχων, προϋπόθεση είναι η επικοινωνία να είναι προσαρμοσμένη στο κοινό-στόχο, σύμφωνα με το αξιακό πλαίσιο, τις ανάγκες και τη συμπεριφορά του, αξιοποιώντας και τα αποτελέσματα που θα προκύψουν από την ποιοτική έρευνα των ομάδων εστίασης (focus-groups) στις φάσεις εξέλιξης του έργου.

Κωδικοποιώντας τα παραπάνω, και με τη συνεργασία των εταίρων οι στρατηγικοί στόχοι στο κομμάτι της επικοινωνίας συνοψίζονται στα εξής:

1. Ενημέρωση κι ευαισθητοποίηση του κοινού για την έννοια της Κυκλικής Οικονομίας.
  - Αλλαγή της στάσης των πολιτών όσον αφορά στη διαχείριση αποβλήτων:
    - Πρόληψη
    - Επαναχρησιμοποίηση
    - Προετοιμασία για επαναχρησιμοποίηση
    - Χωριστή συλλογή
    - Ενεργή συμμετοχή
    - Ανακύκλωση
2. Ανάδειξη των ωφελειών της Κυκλικής Οικονομίας τόσο στον κόσμο των επιχειρήσεων, όσο και στην καθημερινή ζωή των πολιτών.
  - Οικονομικά οφέλη, θέσεις εργασίας, προστασία του περιβάλλοντος
3. Αλλαγή αντιλήψεων σχετικά με τη (μη) διαχείριση αποβλήτων.
4. Επεξήγηση και αποσαφήνιση της σχετικής ορολογίας, ώστε μέσα από αυτή να κατανοήσουν όλοι την έννοια της Κυκλικής Οικονομίας.
5. Αξιοποίηση τοπικών εκστρατειών για τις επιμέρους δράσεις του έργου - Στόχευση ειδικού κοινού.
6. Πλήρης αξιοποίηση της ιστοσελίδας του έργου, των λογαριασμών στα social media και των υπόλοιπων επικοινωνιακών εργαλείων (banners, πινακίδες κ.λπ.) για διοχέτευση μηνυμάτων και την ενθάρρυνση του κοινού ώστε να υπάρχει και σχετική ανατροφοδότηση (input)..
7. Παρουσία των δράσεων και των μηνυμάτων του έργου στα πανελλήνια, περιφερειακά και τοπικά Μέσα Ενημέρωσης, μέσω οπτικοακουστικού υλικού.
8. Μεταφορά των αποτελεσμάτων του έργου.
9. Συνεργασία με τους εταίρους για τη συμβολή όλων στην επίτευξη των στόχων του έργου.

## 6.2. Κοινό - Στόχος

Με δεδομένο ότι το αντικείμενο του έργου LIFE-IP CEI-Greece δεν είναι διαδεδομένο στην ελληνική κοινή γνώμη, είναι προφανής η σημασία της επιλογής του κοινού-στόχου για τη διάχυση των αποτελεσμάτων του έργου αλλά και της νέας αντίληψης που φέρνει η Κυκλική Οικονομία σε ολόκληρη την κοινωνία.

Επίσης σημαντικό είναι η εκκίνηση να γίνει μέσα από μηνύματα που θα είναι ευκολότερο να γίνουν δεκτά και να αφομοιωθούν.

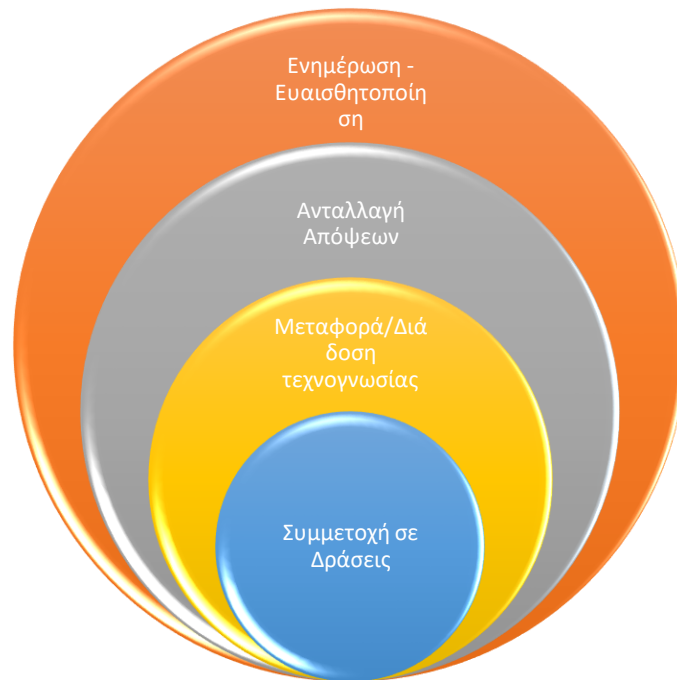
Οι αποδέκτες του έργου LIFE-IP CEI-Greece χωρίζονται σε κατηγορίες, όπως εμφανίζονται στον ακόλουθο πίνακα. Σε κάθε κοινό-στόχο αντιστοιχούν ενέργειες επικοινωνιακής στρατηγικής οι οποίες χωρίζονται σε τέσσερις (4) κατηγορίες: συμμετοχή σε δράσεις, μεταφορά/διάδοση τεχνογνωσίας, ανταλλαγή απόψεων και ενημέρωση – ευαισθητοποίηση.

*Πίνακας 1, Κατηγορίες κοινού – στόχου του έργου.*

Κατηγορία	Συμμετοχή σε δράσεις	Μεταφορά/ Διάδοση τεχνογνωσίας	Ανταλλαγή απόψεων	Ενημέρωση - Ευαισθητοποίηση
Δημόσια διοίκηση	✓	✓	✓	✓
Φορείς διαχείρισης αποβλήτων	✓		✓	✓
Επιχειρηματικοί –παραγωγικοί φορείς		✓	✓	✓
Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις και Κοινωνία των Πολιτών	✓		✓	✓
Ευρύ κοινό	✓			✓

Ανάλογα με την επιθυμητή διαδραστικότητα που θα έχουν με το έργο, οι κατηγορίες αυτές ομαδοποιούνται στις εξής 4 ενέργειες επικοινωνιακής στρατηγικής.

**ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ**



Στη συνέχεια, για κάθε ενέργεια επικοινωνιακής στρατηγικής, αναλύονται ο σκοπός, ο στόχος και τα εργαλεία επικοινωνίας μέσω των οποίων θα γίνει η προσέγγιση του κοινού-στόχου.



### 6.3. Γενικό Αφήγημα- Μηνύματα

Το κεντρικό αφήγημα του έργου πρέπει να εστιάζει στη βελτίωση της στάσης ή/και αλλαγή της συμπεριφοράς των φορέων, των επαγγελματιών και των πολιτών προς ένα νέο μοντέλο ολοκληρωμένης διαχείρισης αποβλήτων με βάση τις αρχές της κυκλικής οικονομίας.

Αυτό εξειδικεύεται διαφορετικά στις επιχειρήσεις και διαφορετικά στα νοικοκυριά. Αλλά στην ουσία το μήνυμα είναι ένα:

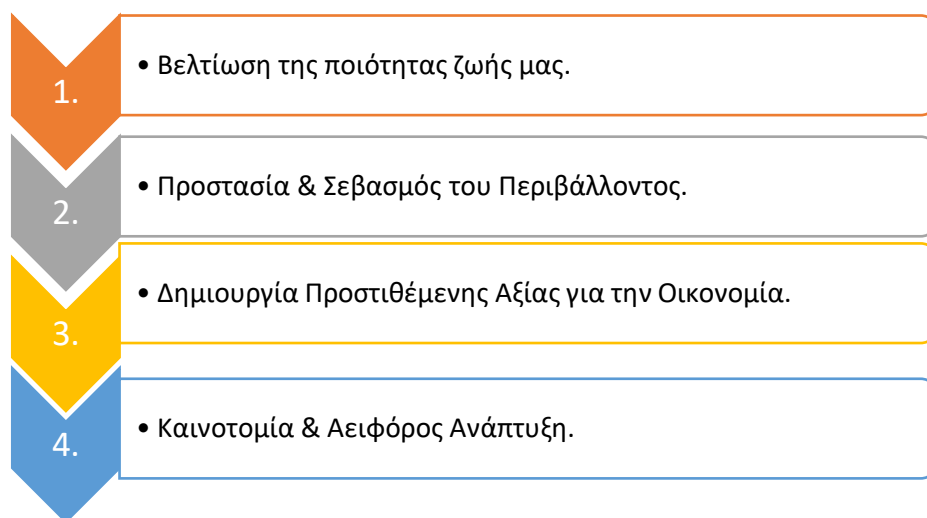
Αλλάζουμε Συμπεριφορά > Επαναχρησιμοποιούμε – Επισκευάζουμε – Ανακυκλώνουμε.  
Στην κυκλική οικονομία δεν πετάμε τίποτα, όλα έχουν αξία.  
Ωρα για δράση.





Εικόνα 2, Κεντρικό αφήγημα LIFE-IP CEI-Greece.

Οι ενότητες για την ανάπτυξη μηνυμάτων ως προς τα οφέλη που σχετίζονται με την αλλαγή συμπεριφοράς εστιάζουν στα ακόλουθα θέματα:



Εικόνα 3, Θεματικές ενότητες μηνυμάτων.

Όλα αυτά πρέπει να συνδεθούν οργανικά μέσα από τη δράση του έργου και την προβολή της προς τα έξω.

Είναι δυνατή η επέκταση ακόμα περισσότερο του κεντρικού αφηγήματος του έργου, εισάγοντας αξιακά χαρακτηριστικά, όπως:



- **Η διαχείριση των φυσικών πόρων**
- Ο σεβασμός προς το Περιβάλλον και **το ενδιαφέρον για το τι παραδίδεται στις επόμενες γενιές.**
- **Η αποφυγή της σπατάλης και της απερίσκεπτης ανάλωσης των φυσικών πόρων, η ανάδειξη της αξίας τους.**
- Οι βιώσιμες επιχειρηματικές ευκαιρίες, τα **καινοτόμα επιχειρηματικά μοντέλα**, οι νέες επιχειρηματικές συνέργειες.
- Η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, **η αλλαγή προσανατολισμού στην παραγωγή, την προσφορά υπηρεσιών και την κατανάλωση.**

Το κεντρικό αφήγημα πρέπει να προωθηθεί σε τρία επίπεδα: Στις επιχειρήσεις, με έμφαση στα οφέλη - εδώ συνδέεται το οικονομικό με το περιβαλλοντικό όφελος - στα νοικοκυριά - εδώ υπερισχύει η ατομική ευθύνη και η προστασία του περιβάλλοντος και τρίτον στους φορείς χάραξης/άσκησης πολιτικής με έμφαση στην προστασία των δημόσιων αγαθών, στο στρατηγικό σχεδιασμό και την εφαρμογή της νομοθετικής δέσμης μέτρων για την κυκλική οικονομία.

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	ΠΟΛΙΤΕΣ - ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΑ	ΦΟΡΕΙΣ ΧΑΡΑΞΗΣ -ΑΣΚΗΣΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Οικονομικά Οφέλη</li> <li>• Καινοτομία - Επιχειρηματικές Ευκαιρίες - Ανταγωνιστικό Πλεονέκτημα</li> <li>• Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη</li> <li>• Νέες δεξιότητες - εκπαίδευση</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ενημέρωση - Ευαισθητοποίηση</li> <li>• Ατομική Ευθύνη - Κοινωνικά Πρότυπα - Καταναλωτικά Πρότυπα</li> <li>• Προστασία του Περιβάλλοντος</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Εκπαίδευση -Κατάρτιση</li> <li>• Στρατηγικός Σχεδιασμός</li> <li>• Νομοθετική Δέσμη Μέτρων</li> <li>• Προστασία δημόσιων αγαθών</li> </ul>

Παρακαταθήκη για το Μέλλον

#### 6.4. Branding – Οπτική Ταυτότητα

Η κυκλική οικονομία αναφέρεται κυρίως στην επέκταση του **κύκλου ζωής των προϊόντων** και της **κυκλικής πορείας** που ακολουθεί ένα προϊόν από:

τη σχεδίασή του > την κατασκευή > χρήση > επανάχρηση > ανακύκλωση

και τέλος την διάθεση μίας όσο το δυνατόν μικρότερης και αβλαβούς ποσότητας του, ως απόβλητο.



Ως εκ τούτου η κυκλικότητα αποτέλεσε την κεντρική σχεδιαστική μορφή για την ολοκλήρωση του λογότυπου (σήματος), σε συνδυασμό με το ποιο προς την κατεύθυνση της παρακίνησης και του επείγοντος, που τονίζει το δυναμισμό του έργου και προτρέπει σε έμπρακτα αποτελέσματα, το «**ώρα για δράση**».



Εικόνα 4, Λογότυπος LIFE-IP CEI-Greece

Στο σήμα του έργου αποτυπώνονται κύκλοι που σβήνουν ομαλά δημιουργώντας μία αίσθηση κίνησης στον κύκλο ζωής διαφόρων κατηγοριών προϊόντων που σηματοδοτούνται από τις χρωματικές επιλογές.

Το όνομα **Circular Greece** αντανακλά τις δράσεις ευαισθητοποίησης, ενημέρωσης, μετάβασης από τη σημερινή οικονομική δραστηριότητα σε μία κυκλικά προσανατολισμένη οικονομία που σέβεται τους υλικούς πόρους και αφήνει το ελάχιστο περιβαλλοντικό αποτύπωμα.



Στην οπτική ταυτότητα του έργου προστίθεται **κεντρικό icon** που χρησιμοποιείται στην αρχική σελίδα του ιστότοπου.

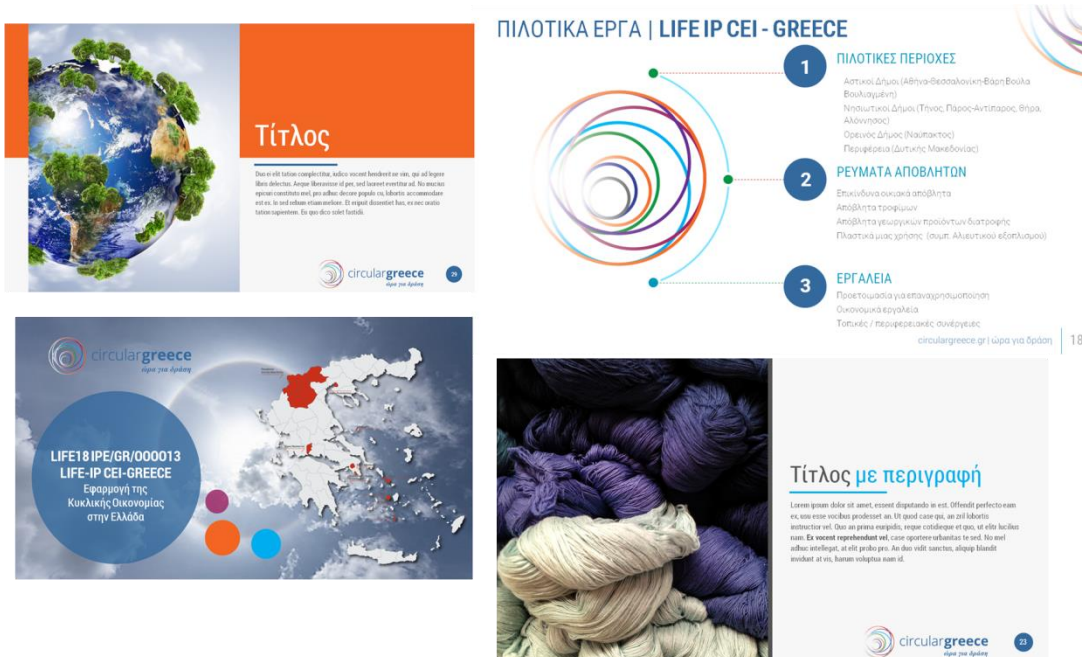
Το icon απεικονίζει το σήμα του απείρου, που ξεκινά από το γραμμικό και ξεπερασμένο μοντέλο παραγωγής & ανάπτυξης, εδραιωμένο στην σπατάλη φυσικών πόρων και την απόρριψη, αποτυπωμένο σε μονοχρωματική γκάμα σε τόνους γκρι, το οποίο σταδιακά φθάνει στο νέο

μοντέλο κυκλικής διαχείρισης αποβλήτων με χρώματα που παραπέμπουν σε άνθιση και αιεφορία.

Εικόνα 5, Icon LIFE-IP CEI-Greece

Το λογότυπο και το icon του έργου LIFE-IP CEI-Greece, στοιχειοθετούν το δίδυμο που χαρακτηρίζει την οπτική ταυτότητά του.

Επιπρόσθετα το έργο διαθέτει templates διαφανειών με οπτικό υλικό που παραπέμπει συμβολικά στις έννοιες που πραγματεύεται – *κύκλος/κυκλικότητα/κύκλος ζωής/απόβλητα κ.λπ.*



Εικόνα 6, Templates Διαφανειών έργου.

Όλα τα παραπάνω σε συνδυασμό με την σύνδεση της λέξης «**απόβλητα**», με μία νέα αντίληψη στη διαχείρισή τους, στο πλαίσιο όσων προτάσσει η κυκλική οικονομία συγκροτούν τον κορμό της οπτικής επικοινωνίας του έργου.

Απόβλητα → Circular Greece - ώρα για δράση → icon έργου

με στόχο να αναδειχτούν :

- Τα οφέλη της Κυκλικής Οικονομίας στο Περιβάλλον και τους πολίτες/κοινωνικό σύνολο,
- Το πώς συνδέεται η σωστή διαχείριση των φυσικών πόρων με την ποιότητα της ζωής μας και την αειφόρο ανάπτυξη,
- Οι μετατροπές που επιφέρει το αξιακό μοντέλο της Κυκλικής Οικονομίας στην αγορά και την οικονομία με επιχειρήσεις/οργανισμούς που την υιοθετούν και επωφελούνται τόσο οικονομικά, όσο και στην εξασφάλιση ποιοτικών και βιώσιμων θέσεων εργασίας αλλά και μακρόπνοου ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

## 6.5. Ανάλυση SWOT

Παρακάτω παρατίθεται μία ευρύτερη λίστα με τις δυνάμεις/ευκαιρίες, που μπορεί να αξιοποιηθούν στρατηγικά για τους επικοινωνιακούς σκοπούς του έργου LIFE-IP CEI-Greece και τις αδυναμίες/απειλές οι οποίες μπορεί να έχουν αντίκτυπο στην επικοινωνιακή στρατηγική του έργου.

Δυνατά σημεία	Αδύνατα σημεία	Ευκαιρίες	Απειλές
Στρατηγικός χαρακτήρας του έργου (σε σχέση και με τον Εθνικό Σχεδιασμό).	Πιθανή αδυναμία σύνδεσης της ωφέλειας που προκύπτει από την ΚΟ με την σημερινή καθημερινότητα του πολίτη, του εργαζόμενου, του παραγωγού, του επιχειρηματία κ.λπ.	Ανοιχτό πεδίο για την καλύτερη αποτύπωση - αποκρυστάλλωση της έννοιας της ΚΟ με όρους επικοινωνίας (σε αυτή την φάση έναρξης της ευρύτερης διάδοσης της, δεν υπάρχουν πολλά στερεότυπα/στεγανά).	Η πανδημία COVID - 19.
Εμβληματικές Δράσεις/μοναδικός χαρακτήρας του έργου στη χώρα.	Η πρόσληψη της μεταβατικής φάσης αλλαγών, από τους εμπλεκόμενους (πολίτες, /φορείς/επιχειρήσεις) ως ένα δύσκολο στάδιο προς αποφυγήν.	Ειλικρινές ενδιαφέρον για ενημέρωση από την πλευρά φορέων και επιχειρηματικής κοινότητας.	Η οικονομική δυσπραγία ως αποτέλεσμα της πανδημίας και η μετάθεση προτεραιοτήτων.
Η συσσωρευμένη εμπειρία/συνδυασμένη τεχνογνωσία των εταίρων της κοινοπραξίας.	Ο εξειδικευμένος χαρακτήρας του αντικειμένου (άγνωστος για το ευρύ κοινό).	Δυνατότητες για την ανάδειξη νέων κοινωνικών, συνεταιριστικών, επιχειρηματικών συνεργειών.	Απρόβλεπτες καθυστερήσεις στην εξέλιξη του έργου – Γραφειοκρατία.
Η κρίσιμη στιγμή/μεταβατική φάση (επιτακτική ανάγκη για τη μετάβαση σε ένα νέο μοντέλο διαχείρισης αποβλήτων, Νομοθεσία, Οδηγίες κ.λπ.)		Επιχειρηματικές ευκαιρίες – Αξιοποίηση Χρηματοδοτικών πόρων.	Σύγκρουση συμφερόντων με υφιστάμενες πρακτικές.
Η μεγάλη διάρκεια του έργου.		Η δυνατότητα επικοινωνιακής στόχευσης τόσο σε εθνικό όσο και σε τοπικό επίπεδο.	Καχυποψία, αδυναμία κατανόησης, εναντίωση στις αλλαγές.
Τα μακροπρόθεσμα οφέλη της ΚΟ.			Διαφορετικές απόψεις/πολιτική βούληση.

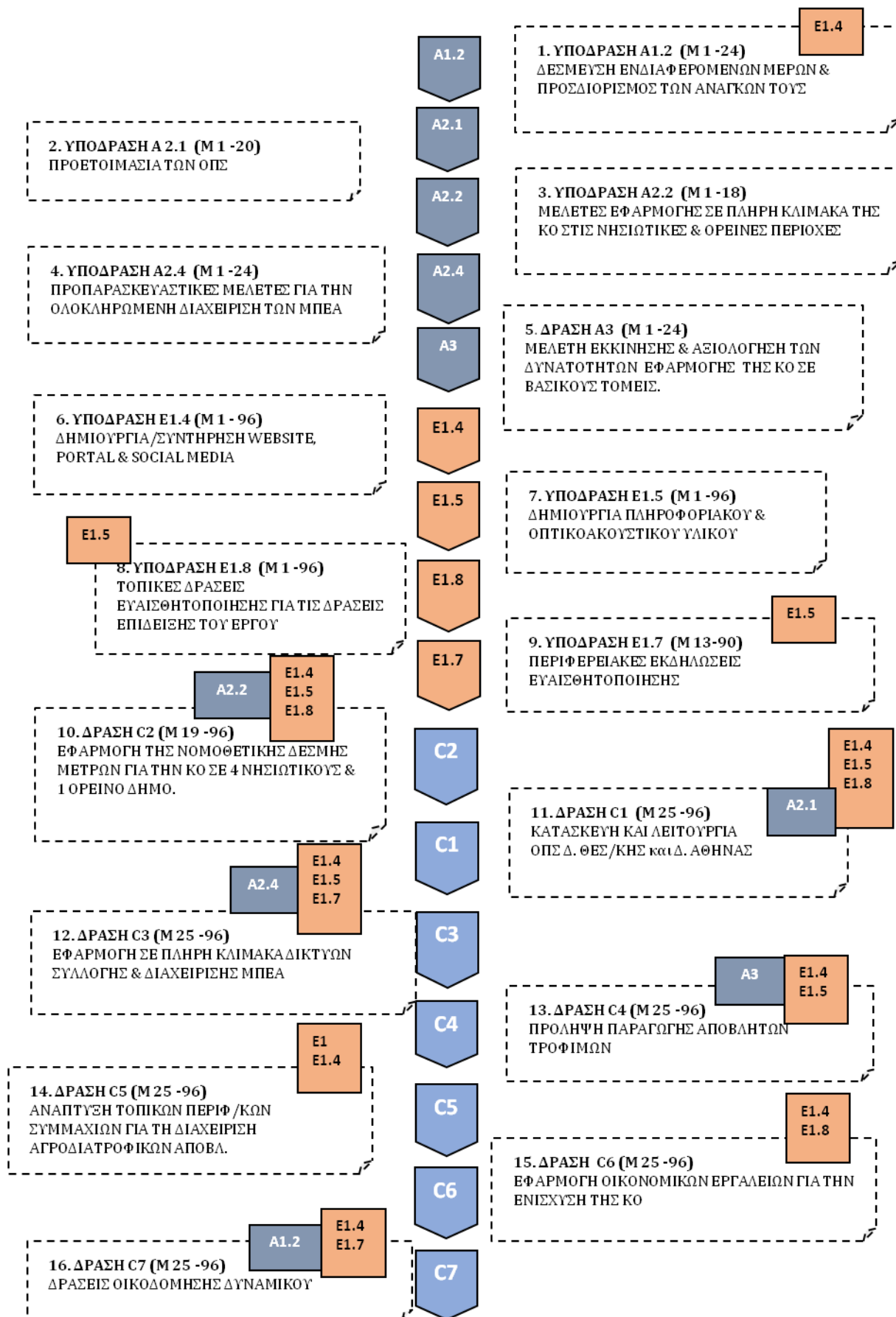
## 7. Επικοινωνιακές Δράσεις και Εργαλεία

Οι πιλοτικές περιοχές του έργου με τα έργα επίδειξης είναι οι Δήμοι Αθήνας, Θεσσαλονίκης, Αλοννήσου, Πάρου, Αντιπάρου, Τήνου, Θήρας, Βάρης- Βούλας- Βουλιαγμένης, Ναυπακτίας και η Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας.

Στην υλοποίηση των δράσεων επικοινωνίας συμμετέχουν όλοι οι εταίροι, στους οποίους έχουν ανατεθεί συγκεκριμένες αρμοδιότητες, βάσει πρότασης.

Αναφορικά με το πλάνο ενεργειών επικοινωνίας στις απομακρυσμένες περιοχές του έργου στο παράρτημα του παραδοτέου στο κεφάλαιο «Σχέδιο Επικοινωνίας για τις απομακρυσμένες περιοχές» παρουσιάζεται αναλυτική πρόταση στόχευσης και ενεργειών.

Ακολουθεί διάγραμμα που παρουσιάζει τις συνέργειες μεταξύ δράσεων του έργου και συγκεκριμένα προπαρασκευαστικών δράσεων, δράσεων υλοποίησης και δράσεων επικοινωνίας και διάχυσης των αποτελεσμάτων του έργου (Α, C και E αντίστοιχα) και στη συνέχεια η αναλυτική παρουσίαση επικοινωνιακών δράσεων και εργαλείων.





## 7.1. Έρευνα κοινής γνώμης και ομάδων εστίασης

Κρίσιμος παράγοντας για την επιτυχία του έργου, θεωρείται η καταγραφή του σημείου αναφοράς κατά την έναρξη του έργου. Για αυτό το σκοπό είναι προγραμματισμένη η διενέργεια έρευνας κοινής γνώμης και ομάδων εστίασης (focus groups), προκειμένου να διαπιστωθεί ο βαθμός γνώσης και αποδοχής της έννοιας και των πρακτικών της Κυκλικής Οικονομίας. Η έρευνα αυτή θα διεξαχθεί σε τρία κύματα: Το πρώτο θα αποσκοπεί στην χαρτογράφηση της κατάστασης πριν εξελιχθεί και παραγάγει αποτελέσματα το έργο, το δεύτερο θα βοηθήσει στην παρακολούθηση της αποτελεσματικότητας των δράσεων και θα πραγματοποιηθεί περίπου στο μέσον της πορείας εξέλιξης, ενώ το τρίτο και τελευταίο κύμα θα αξιολογήσει τη συνολική αποτελεσματικότητα και τον αντίκτυπο του έργου και θα πραγματοποιηθεί στο τέλος του.

### Διάρκεια υλοποίησης:

Το πρώτο κύμα θα ολοκληρωθεί κατά τη διάρκεια της πρώτης φάσης του έργου και θα ακολουθήσουν στις επόμενες φάσεις τα επόμενα δύο κύματα.

Το παράρτημα, στο κεφάλαιο «Έρευνα Κοινής Γνώμης & Ομάδων Εστίασης» περιέχει περισσότερα στοιχεία για την έρευνα και θα τροφοδοτείται με τη σύνοψη των ερευνητικών αποτελεσμάτων.

## 7.2. Online Εργαλεία

### **7.2.1. Ανάπτυξη επίσημης ιστοσελίδας και μέσων κοινωνικής δικτύωσης του έργου και συντήρησή τους**

Στο πλαίσιο της υποδράσης E1.4 περιλαμβάνεται η ανάπτυξη, συντήρηση και επικαιροποίηση μιας δίγλωσσης ιστοσελίδας του έργου στα ελληνικά και τα αγγλικά, η οποία λειτουργεί πλήρως στον σύνδεσμο <https://circulargreece.gr> και παρέχει πρόσβαση σε κύριες και αναλυτικές πληροφορίες για το έργο. Συγκεκριμένα, η ιστοσελίδα περιλαμβάνει τους λογότυπους του Προγράμματος LIFE και των εταίρων, τα κύρια στοιχεία του έργου (προϋπολογισμός, διάρκεια), πληροφορίες των εταίρων (περιγραφή φορέα και παράθεση ομάδας έργου/εταίρο), στόχους, δράσεις, αποτελέσματα, νέα/ανακοινώσεις, newsletter του έργου, δελτία τύπου, ημερολόγιο για την καταχώρηση των επερχόμενων εκδηλώσεων, παρουσιάσεις των ολοκληρωμένων εκδηλώσεων, το ενημερωτικό φυλλάδιο του έργου, το 1<sup>ο</sup> τηλεοπτικό βίντεο spot, φόρμα εγγραφής στο newsletter και φόρμα επικοινωνίας.

Οι περισσότερες προαναφερθείσες ενότητες της ιστοσελίδας όπως οι ανακοινώσεις/νέα, τα δελτία τύπου, τα newsletters θα επικαιροποιούνται σε τακτά χρονικά διαστήματα, προβάλλοντας έτσι την εξέλιξη του έργου και τα αποτελέσματα των δράσεων. Επίσης, το ενημερωτικό και οπτικοακουστικό υλικό (έντυπα, τηλεοπτικά και ραδιοφωνικά spots), το οποίο θα παραχθεί στο πλαίσιο του LIFE-IP CEI-Greece θα αναρτάται σταδιακά μετά την ολοκλήρωσή του.

Επιπλέον, ιδιαίτερη σημασία δίνεται στον εμπλουτισμό της ιστοσελίδας με χρήσιμο υλικό για την κυκλική οικονομία που θα αποτελέσει σημείο αναφοράς και ενημέρωσης του κοινού. Έχει ήδη δημιουργηθεί μια ξεχωριστή ενότητα η οποία περιλαμβάνει τον ορισμό της κυκλικής οικονομίας, καθώς και το σχετικό θεσμικό πλαίσιο με σκοπό να εισαγάγει την ελληνική κοινωνία στην έννοια αυτή. Θα δοθεί έμφαση στη σύνταξη και ανάρτηση από τους εταίρους του έργου θεματικών πληροφοριών για την κυκλική οικονομία για τη βιομηχανία, την κυκλική οικονομία για τον αγροτικό τομέα, την κυκλική οικονομία για τους πολίτες, την κυκλική οικονομία για δημόσιους φορείς κ.λπ., δίνοντας έτσι εξειδικευμένες οδηγίες ως προς τις δυνατότητες εφαρμογής της κυκλικής οικονομίας σε συγκεκριμένους τομείς.

Επιπροσθέτως, έχουν δημιουργηθεί λογαριασμοί του έργου σε τέσσερα (4) μέσα κοινωνικής δικτύωσης στο όνομα Circular Greece τα οποία αναφέρονται στην ιστοσελίδα. Οι λογαριασμοί αυτοί είναι οι εξής:

- Facebook: <https://web.facebook.com/CircularGreece>
- Twitter: <https://twitter.com/CircularGreece>
- Instagram: <https://www.instagram.com/circulargreece>
- YouTube: <https://www.youtube.com/channel/UCVBN2IHp-kRWPUTJy5IjXmg>

Τόσο τα στοιχεία επισκεψιμότητας της ιστοσελίδας όσο και οι ακόλουθοι στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης καταγράφονται σε ειδικά φύλλα - excel και παρακολουθούνται σχετικοί δείκτες σε μηνιαία βάση.

Είναι πολύ σημαντική η ανταπόκριση των εταίρων και η ανατροφοδότηση με νέα και πληροφορίες ως προς την εξέλιξη των ενεργειών στο πλαίσιο του έργου, αλλά και ως προς δράσεις που υλοποιούν εκτός έργου και καλύπτουν συναφή αντικείμενα (διαχείριση/πρόληψη δημιουργίας αποβλήτων, κυκλική οικονομία, επαναχρησιμοποίηση, ανακύκλωση κ.λπ.). Με τον τρόπο αυτό, θα επιτευχθεί η επικαιροποίηση της ιστοσελίδας και των social media, αλλά και η προβολή του κάθε εταίρου ξεχωριστά στο έργο και γενικότερα.

#### Διάρκεια υλοποίησης

Η διάρκεια αυτής της δράσης ταυτίζεται με τη διάρκεια του έργου, ενώ η συντήρηση και λειτουργία των ψηφιακών μέσων επικοινωνίας παρατείνεται για 5 χρόνια μετά από την ολοκλήρωσή του από το ΥΠΕΝ, με στόχο την βέλτιστη διάχυση των αποτελεσμάτων του έργου.

#### **7.2.2. Ηλεκτρονικό newsletter**

Το ηλεκτρονικό newsletter θα αποστέλλεται ανά εξάμηνο κι έχει δύο (2) βασικούς σκοπούς: Πρώτον να ενημερώνει για τις δράσεις του εξαμήνου και να προαναγγέλλει αυτές που ακολουθούν και δεύτερον, να λειτουργεί ως ενισχυτής των υπόλοιπων επικοινωνιακών δράσεων του έργου, με σκοπό τη συνεχή αύξηση του δυνητικού του ακροατηρίου. Τακτική ενημέρωση για την πρόοδο του έργου και τις προγραμματισμένες δράσεις του θα αποστέλλεται σε λίστα παραληπτών που έχει δημιουργικά ειδικά για το πρόγραμμα στο πλαίσιο προπαρασκευαστικής δράσης του έργου, όσο και σε αντίστοιχες λίστες των συνδικαιούχων του έργου, οι οποίες θα εμπλουτίζονται σε όλη τη διάρκεια του έργου, με στόχο την ευρύτερη διάχυση του περιεχομένου του newsletter.

#### [Newsletter LIFE-IP CEI-Greece.](#)

Για την παραγωγή του newsletter το έργο διαθέτει όπως έχει προαναφερθεί προσχεδιασμένες διαφάνειες με οπτικό υλικό προς ελεύθερη χρήση αναλόγως και των θεμάτων του.

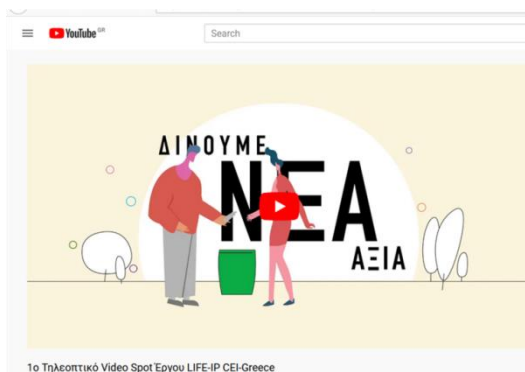
#### **7.2.3. Σποτ έργου για το ραδιόφωνο και την τηλεόραση**

Σημαντικό ρόλο στην προσπάθεια διάχυσης του έργου και των μηνυμάτων του, θα παίζει και η μετάδοση των ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών σποτ που θα παραχθούν.

Τα σποτ θα περιλαμβάνουν γενικές πληροφορίες για τον σκοπό του έργου (γενικό τηλεοπτικό βίντεο και ραδιοφωνικά σποτ) ή/και επιμέρους δράσεις του (επιπλέον οπτικοακουστικό υλικό). **Ως κεντρικό μήνυμα θα έχουν τα πολλαπλά οφέλη από τη σταδιακή μετάβαση από το σημερινό μοντέλο της**



γραμμικής οικονομίας, σε μια νέα πραγματικότητα που εισάγει η Κυκλική Οικονομία. Το επιπλέον οπτικοακουστικό υλικό θα προβάλλει τις πιλοτικές δράσεις και τις προπαρασκευαστικές ενέργειες υλοποίησής τους, ενώ θα παραχθεί υλικό και με την ολοκλήρωση αυτών των δράσεων. Στο παράρτημα, κεφάλαιο «Τηλεοπτικά και Ραδιοφωνικά Σποτ LIFE-IP CEI-Greece», θα προστεθεί περαιτέρω υλικό για τα παραχθέντα σποτ στην πορεία του έργου.



[1<sup>ο</sup> Τηλεοπτικό Video Spot, LIFE-IP CEI-Greece](#) (γενικό ενημερωτικό video).

Εικόνα 7, 1ο Τηλεοπτικό Spot, LIFE-IP CEI-Greece

### **Κεντρικά Μηνύματα:**

Μέσω της Κυκλικής Οικονομίας

- Δίνουμε νέα αξία σε όσα ήταν άχρηστα μέχρι χτες.
- Επαναχρησιμοποιούμε, επισκευάζουμε και ανακυκλώνουμε.
- Παράγουμε Καινοτομία, Θέσεις Εργασίας και Νέα Προϊόντα.
- Αλλάζουμε το παρόν, φτιάχνουμε το μέλλον. Ωρα για Δράση.

#### **7.2.4. Διαδικασία Μετάδοσης Μηνυμάτων Κοινωνικού Περιεχομένου**

Η δωρεάν μετάδοση μηνυμάτων κοινωνικού περιεχομένου σε ραδιοτηλεοπτικά μέσα της χώρας απαιτεί τον προγραμματισμό μέσα από συγκεκριμένες προϋποθέσεις και βήματα οι κυριότερες των οποίων παρατίθενται στο παράρτημα με τίτλο «Σύνοψη βημάτων για τη μετάδοση μηνυμάτων κοινωνικού περιεχομένου σε ραδιοτηλεοπτικά μέσα».

#### **7.3. Offline Εργαλεία**

- Φυλλάδια σε έντυπη & ηλεκτρονική μορφή και ενημερωτικό υλικό για τα έργα επίδειξης θα διανέμονται σε πολίτες και ενδιαφερόμενους σε τοπικό επίπεδο, ώστε να ενημερώνονται για το έργο (βλ. [ελληνικό](#) και [αγγλικό](#) φυλλάδιο έργου).



Εικόνα 8, Σελίδες από το Αγγλικό & Ελληνικό φυλλάδιο του έργου.

- Ενημερωτικές πινακίδες για το έργο θα τοποθετηθούν σε εμφανές σημείο προσβάσιμο από το κοινό, στα κτήρια όλων των εταιρών του έργου, με σκοπό την αναγγελία και υπενθύμιση των στόχων του έργου. Τέσσερα πανό (banner) με τις βασικές πληροφορίες για το έργο (2 ελληνικά και 2 αγγλικά) θα χρησιμοποιηθούν στις δια ζώσης εκδηλώσεις, σεμινάρια και συνέδρια καθόλη τη διάρκεια του έργου (βλ. [πινακίδα έργου](#) και [ελληνικό και αγγλικό banner](#)).



Εικόνα 9, Ενημερωτική Πινακίδα LIFE-IP CEI-Greece

Τέλος, η συγκεκριμένη επικοινωνιακή δράση θα συνοδεύεται και από την τακτική σύνταξη και αποστολή Δελτίων Τύπου, τα οποία θα ενημερώνουν για τις εξελίξεις του έργου, [Δελτία Τύπου Έργου](#).

**Διάρκεια υλοποίησης:**

Η διάρκεια λειτουργίας αυτών των επικοινωνιακών διαύλων εκτείνεται σε όλο το έργο, ολοκληρώνεται δηλαδή με το τέλος του, την τελευταία ημέρα του Οκτωβρίου 2027.

**7.4. Προβολή Έργου και Διάχυση των Αποτελεσμάτων του σε ΜΜΕ**

Σημαντική για την απήχηση του έργου θεωρείται η προβολή του και η διάχυση των αποτελεσμάτων του μέσω των ΜΜΕ,. Για το σκοπό αυτό παρουσιάζονται παρακάτω οι στρατηγικές προσέγγισης Μέσων Ενημέρωσης κάθε βεληνεκούς: Τοπικών, περιφερειακών και εθνικής εμβέλειας.

Η προσέγγιση των Μέσων Ενημέρωσης πρέπει να υπακούει στις ιδιαιτερότητες κάθε κατηγορίας Μέσων Ενημέρωσης. Ειδικότερα:

<p><b>ΤΟΠΙΚΑ &amp; ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΑ ΜΕΣΑ</b></p>	<p><b>1Α. Τοπικά Μέσα των Δήμων/Περιφερειών των συνδικαιούχων του έργου</b> όπου θα πραγματοποιηθούν οι δράσεις του. Σύμμαχοι και Συνεργάτες οι τοπικοί Δήμοι/Κοινότητες (εταίροι) με ενεργό ρόλο στην επικοινωνιακή προώθηση του έργου.</p>
----------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p><b>1B. Λοιπά Τοπικά &amp; Περιφερειακά Μέσα.</b> Δημιουργία Λίστας Μέσων προς συμπλήρωση από όλους τους εταίρους.</p>
ΚΛΑΔΙΚΑ ΜΕΣΑ	<p><b>Προσέγγιση:</b> Αποστολή υλικού από τις εκδηλώσεις του έργου, δελτία τύπου, επιλεγμένες αναρτήσεις από την ιστοσελίδα και κάθε άλλη ενημέρωση που στην πορεία υλοποίησης του έργου μπορεί να συνεισφέρει στην καλύτερη προβολή του και στη διάχυση των αποτελεσμάτων του.</p> <p>Χτίσιμο συνεργασιών, ελεγχόμενη διάχυση ώστε το υλικό που διανέμεται είτε να είναι κοινής λήψεως, είτε εάν γίνεται επιλεκτική ενημέρωση (π.χ. μια συνέντευξη Τύπου ενός στελέχους του έργου σε ένα κλαδικό Μέσο ενημέρωσης) να ισορροπείται από παροχή άλλου υλικού στα υπόλοιπα κλαδικά Μέσα.</p> <p><b>Γενικότερη προσοχή</b> στην ισορροπημένη διαχείριση της επικοινωνίας με τα κλαδικά μέσα.</p>
ΜΕΣΑ ΕΘΝΙΚΗΣ ΕΜΒΕΛΕΙΑΣ	<p>Κάθε μεμονωμένη αναφορά έχει ξεχωριστή αξία. Απαιτείται καλλιέργεια επαγγελματικών σχέσεων με τους υπεύθυνους συντάκτες, ώστε να γίνεται ευκολότερη η συστηματική αναφορά στο έργο.</p>

### Συχνότητα διαμοιρασμού υλικού

ΤΟΠΙΚΑ/ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΑ & ΚΛΑΔΙΚΑ ΜΕΣΑ	<p>Σε τακτά χρονικά διαστήματα στην 1<sup>η</sup> Φάση του Έργου   Ενημέρωση για τις δράσεις του έργου και τους λόγους υλοποίησής τους, για την προετοιμασία &amp; τις εξελίξεις των δράσεων του έργου.</p>
ΜΕΣΑ ΕΘΝΙΚΗΣ ΕΜΒΕΛΕΙΑΣ	<p>Εδώ η συχνότητα και το είδος πρέπει να είναι εστιασμένα (κατά περίπτωση).</p> <p>Διανομή ενημερωτικού υλικού προς όλους στην πορεία εξέλιξης του έργου και σε περιόδους με απαιτήσεις αυξημένης δημοσιότητας (π.χ. περίοδος έναρξης λειτουργίας/υλοποίησης μίας σημαντικής δράσης) θα υπάρχει η δυνατότητα για τέτοιου βεληνεκούς, αυξημένη παρουσίαση υλικού από το έργο.</p>

### Συνεντεύξεις Τύπου

Κατά τη διάρκεια του έργου, θα προβάλλονται οι δράσεις του. Ειδικά αναφορικά με τις πιλοτικές δράσεις του έργου LIFE-IP CEI-Greece (Βιοματικό Πάρκο, Ολοκληρωμένα Πράσινα Σημεία κ.λπ.), θα εξετάζεται το ενδεχόμενο διοργάνωσης συνεντεύξεων τύπου. Ιδιαίτερα λειτουργική και αποδοτική

μπορεί να αποδειχθεί και η διοργάνωση συνεντεύξεων στελεχών του έργου σε ένα Μέσο Ενημέρωσης κάθε φορά, με πολύ θετικά αποτελέσματα για τη διάχυση των αποτελεσμάτων του έργου.

#### 7.4.1. Επικοινωνιακή Προσέγγιση

Στην επικοινωνιακή προσέγγιση του έργου λαμβάνονται σταθερά υπόψη τα παρακάτω σημεία:

- Όλες οι ενέργειες επικοινωνίας έχουν στόχο να δρουν συντονισμένα και συσσωρευτικά στην μετάδοση ενός single minded μηνύματος.
- Όλα τα κανάλια επικοινωνίας εστιάζουν στο να επικοινωνούν ένα ξεκάθαρο και συνεπές μήνυμα, που περικυκλώνει το κοινό στόχο. Μιλάμε με ενιαία φωνή και οργανωμένο πλάνο δημοσιότητας στο κοινό μας.
- Επίτευξη συνέργειας και προστιθέμενης αξίας στην επικοινωνία, η οποία θα επεκταθεί μέσα στο χρόνο μέσα από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και ενέργειες δημοσιότητας.
- Επικοινωνιακά ενεργοί καθ' όλη τη διάρκεια του έργου.
- Χρήση media mix που εκφράζει το σημερινό τοπίο των media. Το τοπίο αλλάζει συνεχώς και ως εκ τούτου πρέπει να αντιδρούμε ανάλογα σε σχέση με το media mix.
- Κάλυψη του κοινού με συνδυασμό μέσων ώστε η επικοινωνία να πραγματοποιείται σε όλα τα σημεία αναφοράς τους (παρακολουθούν τηλεόραση, κινούνται στην πόλη και ακούνε ραδιόφωνο τις ώρες αιχμής, ενημερώνονται καθημερινά μέσω ιστοσελίδων, φθίνουσα η σχέση με τις εφημερίδες και κυρίως το Σαββατοκύριακο λόγω ένθετων περιοδικών). Ασχολούνται καθημερινά με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μέσω mobile, tablet και desktop.

#### 7.5. Εκδηλώσεις, Σεμινάρια και Συνέδρια

##### 7.5.1. Περιφερειακές Εκδηλώσεις (Info Days & Εκδηλώσεις ευαισθητοποίησης για τις δράσεις επίδειξης του έργου)

Σε κάθε μια από αυτές, λόγω της ξεχωριστής τους φυσιογνωμίας και των διαφορετικών δεδομένων κάθε περιοχής, θα εφαρμόζεται επικοινωνιακή στρατηγική σε στενή συνεργασία με τον εταίρο που έχει αναλάβει το αντίστοιχο event αλλά και τους κατά περίπτωση τοπικούς εμπλεκόμενους εταίρους. Αυτό θα γίνεται για την μεγιστοποίηση των αποτελεσμάτων της επικοινωνιακής προσπάθειας, καθώς οι αντίστοιχοι εταίροι του έργου, γνωρίζουν καλύτερα τα δεδομένα και το “επικοινωνιακό τοπίο” της κάθε περιοχής.

##### Διάρκεια υλοποίησης

Οι περιφερειακές εκδηλώσεις ολοκληρώνονται έξι μήνες πριν από το τέλος του έργου (δηλ. τον 90<sup>ο</sup> μήνα) για τις δράσεις της E1.7 ώστε να υπάρχει ο υπολειπόμενος χρόνος να εξαχθούν συμπεράσματα για το βαθμό επιτυχίας κάθε εκδήλωσης και στο τέλος του έργου (δηλ. τον 96<sup>ο</sup> μήνα) για τις δράσεις της E1.8 με έμφαση όμως στη διεξαγωγή τουλάχιστον 9 εκδηλώσεων ενημέρωσης –ευαισθητοποίησης κατά τις πρώτες 2 φάσεις του έργου (M 1 – 48).

##### 7.5.2. Συνέδρια

Τα Συνέδρια που προβλέπονται στο έργο, βοηθούν τόσο ως προς την προσέλκυση (εξ' αφορμής κάθε Συνεδρίου σε εθνικό, περιφερειακό ή τοπικό επίπεδο) πολλών ειδικών σε επιμέρους πτυχές της Κυκλικής Οικονομίας, οι οποίοι στη συνέχεια μπορούν να αποτελούν πηγή πληροφόρησης για το σύνολο της προσπάθειας, όσο και στην ξεχωριστή επικοινωνιακή αξιοποίηση του κάθε Συνεδρίου.

### 7.5.3. Εκδηλώσεις και Πανδημία (COVID-19)

Είναι αναμφισβήτητο ότι το πεδίο των διαζώσης εκδηλώσεων έχει πρόσφατα δεχτεί ένα ισχυρό πλήγμα από την πανδημία. Ως εκ τούτου η χάραξη στρατηγικής επικοινωνίας και ενημέρωσης στο πλαίσιο του έργου που σχετίζεται με τη διεξαγωγή εκδηλώσεων (ημερίδες, info sessions, συνέδρια και κάθε είδους σχετική διοργάνωση) πρέπει να ανταποκρίνεται στη νέα πραγματικότητα που ορίζει η εξέλιξη της παγκόσμιας πανδημίας COVID -19.

Σε αυτό το πλαίσιο, είναι απαραίτητο να υιοθετηθούν νέα μοντέλα για τη διοργάνωση εκδηλώσεων λαμβάνοντας υπόψη τον επανασχεδιασμό βάσει νέων απαιτήσεων, τις μεταβαλλόμενες ανάγκες του εμπλεκόμενου ανθρώπινου δυναμικού και τις νέες παραμέτρους στην ανταπόκριση του κοινού.

Η προαναφερθείσα δυστοκία στις διαδικασίες οργάνωσης εκδηλώσεων, οδηγεί αναπόφευκτα σε ψηφιακές λύσεις. Διαδικτυακές συσκέψεις και συνέδρια, virtual εκθέσεις και live δρώμενα μέσω streaming, webinars και ψηφιακά εργαστήρια (workshops) έκαναν το ντεμπούτο τους και πολλαπλασιάζονται πλέον ραγδαία ως η καλύτερη εναλλακτική λύση.

Το έργο LIFE-IP CEI-Greece προσαρμόζεται αντιστοίχως στα νέα δεδομένα, έχοντας ήδη διοργανώσει με επιτυχία το Εναρκτήριο Συνέδριο του με θέμα “ Εφαρμογή της Κυκλικής Οικονομίας στην Ελλάδα” διαδικτυακά στις 21 Ιανουαρίου 2021.

Η εποχή που διανύουμε, ανοίγει νέους ορίζοντες στη διαχείριση των εκδηλώσεων και την καλωσορίζουμε με σύνεση και αίσθημα ευθύνης, με την υιοθέτηση χρήσης νέων ψηφιακών τεχνολογιών και φρέσκιες ιδέες.

### 7.5.4. Οδηγός για τη Διοργάνωση Εκδηλώσεων

Παρακάτω παρατίθεται ένας βασικός οδηγός με βήματα για τη διοργάνωση εκδηλώσεων διαζώσης αλλά και ψηφιακά, που το έργο υιοθετεί:

- Η διοργάνωση μιας εκδήλωσης (ημερίδα συνέδριο κ.λπ.) απαιτεί μια σειρά ενεργειών, όπως τον προσδιορισμό της ημερομηνίας διεξαγωγής και του τίτλου/θεματολογίας της εκδήλωσης.
- Η θεματολογία και ο τρόπος παρουσίασης των εισηγήσεων αποτελούσαν ανέκαθεν σημαντικό πόλο έλξης για το κοινό. Ιδιαίτερα στο ψηφιακό περιβάλλον η χρήση κατάλληλου και εύληπτου υλικού (εικόνες, βίντεο, γραφήματα κ.λπ.) έχει βαρύνουσα σημασία για τη διατήρηση της προσοχής του κοινού όπως και η ενίσχυση της διαδραστικότητας μεταξύ κοινού και εισηγητών (π.χ. μέσω διαλόγου & υποβολής ερωτήσεων) που μπορεί επίσης να συνδράμει στην επιτυχή παρακολούθηση και κατανόηση των θεμάτων.
- Η επιλογή του χώρου, ηχητικού εξοπλισμού, υπηρεσιών catering ή αντίστοιχα επιλογή ηλεκτρονικής πλατφόρμας διεξαγωγής με εξέταση των δυνατοτήτων της, όπως ο μέγιστος αριθμός συμμετεχόντων, η δυνατότητα δημιουργίας δωματίων και ταυτόχρονης διερμηνείας κ.λπ.
- Η προετοιμασία του προγράμματος (χαιρετισμοί εισαγωγική παρουσίαση, ομιλίες με τα επιτεύγματα του έργου και άλλων πρωτοβουλιών/θεμάτων σχετικών με το αντικείμενο του έργου, διαλείμματα, συζήτηση και ερωτήσεις).  
Αξίζει να σημειωθεί ότι για τη διεξαγωγή συνεδρίων/εκδηλώσεων στο πλαίσιο του έργου (είτε φυσικά είτε ψηφιακά) δημιουργήθηκε και εφαρμόζεται ενιαία οπτική ταυτότητα με πρότυπα παρουσιάσεων με ενσωματωμένα λογότυπα και εικόνες (όπως έχει προαναφερθεί), που μπορούν



να αξιοποιηθούν από όλους τους ομιλητές. Με αυτό τον τρόπο ενισχύεται η αναγνωρισιμότητα του έργου σε κάθε εκδήλωση.

- Η αποστολή προσκλήσεων σε πιθανούς ομιλητές ώστε να διερευνηθεί η διαθεσιμότητά τους (μπορεί να χρειαστεί να καλυφτούν έξοδα μετακίνησης, διαμονής ομιλητών κ.λπ.)
- Η διαμόρφωση λίστας προσκεκλημένων σε συνεργασία με όλους τους εταίρους.
- Ο σχεδιασμός, η πιθανή εκτύπωση πρόσκλησης καθώς και ο προγραμματισμός της αποστολής της με φυσικό ή ψηφιακό τρόπο και η επιλογή του αντίστοιχου μέσου.
- Η προετοιμασία όλων των απαιτούμενων εγγράφων (π.χ. εκτύπωση λίστας συμμετεχόντων που θα συμπληρωθεί στην αίθουσα διεξαγωγής της εκδήλωσης ή η συμπλήρωση ψηφιακής φόρμας εγγραφής για την διαδικτυακή παρακολούθηση).
- Η ανάρτηση πληροφοριών για την εκδήλωση στην ιστοσελίδα του έργου και οι ανακοινώσεις σε τακτά χρονικά διαστήματα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης του έργου και των εταίρων του.
- Η σύνταξη & αποστολή σε MME δελτίου τύπου λίγες μέρες πριν τη διεξαγωγή της εκδήλωσης.
- Η παροχή τηλεφώνου επικοινωνίας για διευκρινίσεις και η τηλεφωνική ή/και ηλεκτρονική επικοινωνία με προσκεκλημένους για επιβεβαίωση συμμετοχής ή/και δημοσιογράφους.
- Η επιλογή ατόμων τα οποία θα είναι υπεύθυνα για τη διαχείριση της εκδήλωσης στην αίθουσα ή ψηφιακά (π.χ. τεχνική υποστήριξη, διαχείριση προβλημάτων, υποστήριξη διάδρασης με το κοινό).
- Η αξιολόγηση συνεδρίου με τη συμπλήρωση έντυπου ή ψηφιακού ερωτηματολογίου. Αξίζει να σημειωθεί εδώ ότι οι νέες τεχνολογίες παρέχουν και νέες δυνατότητες στους διοργανωτές για την καταγραφή και την μέτρηση των αποτελεσμάτων και της απήχησης ενός συνεδρίου.
- Η προμήθεια αναμνηστικών για τους ομιλητές και τους επίσημους προσκεκλημένους και η αποστολή ευχαριστήριας επιστολής/ηλεκτρονικού μηνύματος.
- Η σύνταξη και αποστολή απολογιστικού δελτίου τύπου και η ανάρτηση σχετικού υλικού στην ιστοσελίδα του έργου.
- Η σύνταξη και η δημοσιοποίηση των πρακτικών αν πρόκειται για συνέδριο.

Στο Πρωτόκολλο Συντονισμού & Διαχείρισης του έργου υπάρχει περαιτέρω υλικό και υποδείγματα (Βλ. Παραρτήματα ΠΣΔΕ) για τη διοργάνωση εκδηλώσεων στο έργο LIFE-IP CEI-Greece.

## 7.6. Εκλαϊκευμένη Έκθεση Layman's

Τα αποτελέσματα του έργου θα επικοινωνηθούν σε όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη και στο ευρύ κοινό με απλή και κατανοητή από όλους γλώσσα, μέσω της έκθεσης σε δύο γλώσσες, ελληνικά και αγγλικά.

### **Διάρκεια υλοποίησης:**

Τους τελευταίους τρεις μήνες του έργου.

## 7.7. Δικτύωση

Ο σχεδιασμός της δικτύωσης μπορεί να φέρει πολλαπλασιαστικά οφέλη στη διάχυση των δράσεων και των αποτελεσμάτων του έργου, για αυτό η μεθοδολογία υλοποίησής του προβλέπει πολύ-επίπεδη δικτύωση: Από τη μια μεριά αναζητούνται ανταλλαγές δεδομένων και εμπειριών με έργα και δράσεις παρόμοιας θεματικής, κι από την άλλη κάθε εταίρος του έργου, με τον δικό του επικοινωνιακό κύκλο, μπορεί να συνεισφέρει σε προτάσεις δικτύωσης αλλά και να αναλάβει τη συνεχή ανταλλαγή πληροφοριών, ώστε να επιτευχθεί δικτύωση με όσο το δυνατόν περισσότερους φορείς και πρωτοβουλίες που μπορούν να συμβάλουν στη διάχυση του μηνύματος του έργου.

Τα παρακάτω βήματα αποτελούν την αρχική προτεινόμενη μεθοδολογία που μπορεί να ακολουθηθεί από τους εμπλεκόμενους, σε δράσεις δικτύωσης, εταιρικούς, πάντοτε σε συνεργασία με το ΥΠΕΝ.

- Επιλογή έργων
- Επικοινωνία/διασύνδεση (email-τηλέφωνα)
- Σύσταση ομάδων εργασίας
- Ανταλλαγή/Διαμοιρασμός πληροφοριακού υλικού (ερωτηματολόγια/ερευνητικά αποτελέσματα, ανακοινώσεις/νέα, παραδοτέα/δράσεις, δελτία τύπου, παρουσιάσεις κ.λπ.)
- Συνεχής επικοινωνία/ενημέρωση (π.χ. ως προς την παρακολούθηση ή πιθανή συμμετοχή σε θεματικά εργαστήρια/εκδηλώσεις/συνέδρια κ.λπ.)
- Προετοιμασία στοχευμένων επισκέψεων εκπροσώπων φορέων

Για την καλύτερη ενημέρωση όλων των εταιρών υπάρχει λίστα σε μορφή αρχείου excel με προτεινόμενα έργα, στον φάκελο της δράσης του έργου (Google Drive). Η λίστα μπορεί να ενημερώνεται καθ' όλη την διάρκεια του έργου, με τις προτάσεις όλων των εταιρών. Στο πλαίσιο της δικτύωσης του έργου και έχοντας ως στόχο την εδραίωση ενός αρχικού «διαύλου επικοινωνίας», το ΥΠΕΝ έστειλε ενημερωτική επιστολή για το έργο LIFE-IP CEI-Greece σε όλα τα ανοιχτά έργα της διαμορφωμένης λίστας έργων.

Σε κάθε συνεδρίαση της Ομάδας Διάχυσης Αποτελεσμάτων και Επικοινωνιακής Στρατηγικής του έργου, θα συζητείται η εξέλιξη της Δικτύωσης (δράσεις/αποτελέσματα).

## 7.8. Εργαλεία Παρακολούθησης Δημοσιότητας

Η καταγραφή της δημοσιότητας του έργου γίνεται συστηματικά σε αρχείο excel στο οποίο συγκεντρώνονται οι αναφορές του έργου σε Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας και οι δημοσιεύσεις Δελτίων Τύπου.

Το αρχείο excel περιλαμβάνει τις ακόλουθες πληροφορίες για τις σχετικές δημοσιεύσεις:

- Τίτλος/Θεματική
- Μέσο / Πηγή
- Ημερομηνία Δημοσίευσης
- Σύνδεσμος

Ξεχωριστό αρχείο excel τηρείται για την καταγραφή ενεργειών δικτύωσης με τις συμμετοχές του έργου σε ημερίδες και events, όπου καταγράφεται ο διοργανωτής, ο τίτλος του event, η ημερομηνία και ο ομιλητής. Αντίστοιχα στην κεντρική λίστα δικτύωσης του έργου, καταγράφονται όλες οι ενέργειες επικοινωνίας που γίνονται με άλλα έργα.

Επιπρόσθετα παρακολουθείται η επισκεψιμότητα και ανά πάσα στιγμή μπορούν να αντληθούν metrics μέσω της πλατφόρμας Google Analytics για το site, αλλά και για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης του έργου με στοιχεία διάδρασης/επισκεψιμότητας κ.λπ. όπως αυτά καταγράφονται στα εργαλεία που διαθέτουν οι ίδιοι οι λογαριασμοί.

## 7.9. Αναπαραγωγή και μεταφορά των αποτελεσμάτων του έργου

Αφορά στην ανάπτυξη συγκεκριμένης στρατηγικής μετάδοσης των αποτελεσμάτων του έργου, σε δεξαμενές πολιτών που δρουν εκτός των ωφελούμενων από το έργο φορέων, στην ανταλλαγή γνώσεων και ορθών πρακτικών για τη διαχείριση αποβλήτων με βάση τις αρχές της Κυκλικής Οικονομίας και την

πιθανή ενσωμάτωσή τους σε τοπικά σχέδια διαχείρισης αποβλήτων. Επίσης, αφορά στην ενημέρωση της ευρωπαϊκής και διεθνούς κοινότητας για τα αποτελέσματα του έργου, στην αξιοποίηση ευκαιριών για συνέργειες με άλλα έργα και πρωτοβουλίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης με παρόμοιο αντικείμενο, καθώς και στην προσπάθεια αναπαραγωγής σε εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο των αποτελεσμάτων του έργου.

#### **Διάρκεια υλοποίησης:**

Έως τη λήξη του έργου.

### 7.10. Εργαλεία Εσωτερικής Επικοινωνίας

#### **Google Site**

Η ψηφιακή πύλη/διαδραστικό portal του έργου (Google Site) [LIFE-IP CEI-Greece](#) αποτελεί κύρια πηγή εσωτερικής ενημέρωσης και επικοινωνίας των μελών της κοινοπραξίας και Αποθετήριο Εσωτερικών Δεδομένων, η οποία καθιστά όλα τα έγγραφα και τα δεδομένα που συλλέγονται προσβάσιμα στους εταίρους. Στόχος του Google Site είναι η εύκολη πρόσβαση σε χρήσιμα αρχεία και δεδομένα για τη διευκόλυνση όλων των μελών των ομάδων έργου των εταίρων, η δικτύωση μεταξύ τους και η διασφάλιση της αποφυγής επαναλήψεων κατά τη συλλογή τους.

Το Google Site περιλαμβάνει χρήσιμες πληροφορίες, όπως Επαφές: ένα αρχείο excel με τα πλήρη στοιχεία επικοινωνίας των συνδικαιούχων του έργου και των μελών των διοικητικών δομών του και ένα αρχείο excel με τα στοιχεία των έργων προς δικτύωση το οποίο θα εμπλουτίζεται τακτικά με νέα έργα και πρωτοβουλίες καθ' όλη τη διάρκεια του έργου. Επίσης, περιλαμβάνει χρήσιμα έγγραφα και νομοθετήματα για τα απόβλητα και την κυκλική οικονομία, τα πρακτικά των διοικητικών δομών του έργου τα οποία τηρούνται με ευθύνη του Υπεύθυνου Διοικητικής & Γραμματειακής Υποστήριξης του έργου (ΥΠΕΝ), την αρχική πρόταση τμηματοποιημένη ανά δράση με τις υπο-δράσεις της, καθώς και ενεργές προσκλήσεις συμπληρωματικών χρηματοδοτήσεων.

Επιπλέον, στο Google Site τηρείται το ημερολόγιο του έργου, από όπου αποστέλλονται ηλεκτρονικά οι προσκλήσεις των συναντήσεων εργασίας (Google Calendar) και καταγράφεται ο προγραμματισμός τους με δυνατότητα πρόσβασης σε σχετικά έγγραφα (ατζέντα, σημειώσεις συνάντησης κ.λπ.). Στο ημερολόγιο του έργου καταγράφονται και οι βασικές ημερομηνίες εξέλιξης του έργου (χρονοδιάγραμμα παραδοτέων).

Το περιεχόμενο του Google Site θα εμπλουτίζεται σταθερά από το Πράσινο Ταμείο και το ΥΠΕΝ κατά τη διάρκεια υλοποίησης του LIFE-IP CEI-Greece.

Το έργο διατηρεί λογαριασμό και στο Google Drive, το οποίο χρησιμοποιεί ως κοινόχρηστο αποθετήριο εγγράφων.

Οι συναντήσεις εργασίας αλλά και αυτές των διοικητικών οργάνων του έργου γίνονται δια ζώσης ή διαδικτυακά με τη χρήση ηλεκτρονικών εργαλείων (π.χ. πλατφόρμα e-presence/Zoom ή Microsoft teams).



## 8. Παραδοτέα

1<sup>η</sup> Φάση

E1.D1: Στρατηγική επικοινωνίας & διάχυσης αποτελεσμάτων του έργου.	E1.D1: Dissemination and Communication Strategy
E1.D2: Έκθεση των αποτελεσμάτων του 1 <sup>ου</sup> κύκλου έρευνας κοινής γνώμης.	E1.D2: Report on the outcomes of the 1st wave of Public Opinion Research
E1.D3A: Έκθεση των αποτελεσμάτων του 2 <sup>ου</sup> κύκλου έρευνας κοινής γνώμης.	E1.D3A: Report on the outcomes of the 2nd wave of Public Opinion Research
E1.D3B: Έκθεση των αποτελεσμάτων του 3 <sup>ου</sup> κύκλου έρευνας κοινής γνώμης.	E1.D3B: Report on the outcomes of the 3 <sup>rd</sup> wave of Public Opinion Research
E1.D4: Έκθεση λεπτομερούς περιγραφής του σχεδιασμού του βιωματικού πάρκου ανακύκλωσης-επαναχρησιμοποίησης-επισκευής.	E1.D4: Report describing the detailed design of the Recycling-Reuse-Repair (RRR) Experiential Park
E1.D5: Έκθεση σχετικά με την εφαρμογή του βιωματικού πάρκου ανακύκλωσης - επαναχρησιμοποίησης – επισκευής.	E1.D5: Report on the implementation of the RRR Experiential Park
E1.D8: Φυλλάδιο LIFE-IP CEI-Greece (Ελληνικά, Αγγλικά)	E1.D8: LIFE-IP CEI Greece project leaflet (Greek, English)
E1.D9: 4 διαφημιστικά πλαίσια για το έργο LIFE-IP CEI-Greece	E1.D9: 4 LIFE-IP CEI-Greece project banners
E1.D10: Ραδιοφωνικό μήνυμα του έργου LIFE-IP CEI-Greece	E1.D10: LIFE-IP CEI-Greece Radio spot
E1.D11: Τηλεοπτικό μήνυμα του έργου LIFE-IP CEI-Greece	E1.D11: LIFE-IP CEI-Greece TV-spot video
E1.D17: Πρακτικά 1ου Συνεδρίου του έργου LIFE-IP CEI-Greece	E1.D17: 1st LIFE-IP CEI-Greece Conference Proceedings
E3.D1: Στρατηγική αναπαραγωγής και μεταφοράς των αποτελεσμάτων του έργου.	E3.D1 Replicability and transferability strategy
<b>ΕΠΟΜΕΝΕΣ ΦΑΣΕΙΣ</b>	
E1.D3: Έκθεση αποτελεσμάτων του 2ου κύκλου έρευνας κοινής γνώμης	E1.D3: Έκθεση αποτελεσμάτων του 2ου κύκλου έρευνας κοινής γνώμης
E1.D6: Έκθεση σχετικά με την λειτουργία του βιωματικού πάρκου ανακύκλωσης – επαναχρησιμοποίησης - επισκευής	E1.D6: Report on the operation of the RRR Experiential Park
E1.D7: Έκθεση σχετικά με την λειτουργία του βιωματικού πάρκου ανακύκλωσης – επαναχρησιμοποίησης - επισκευής	E1.D7: Report on the operation of the RRR Experiential Park
E1.D12: Συλλογή των ενημερωτικών δελτίων και των δελτίων τύπου	E1.D12: Compilation of LIFE-IP CEI-Greece newsletters and press releases
E1.D13: Έκθεση σχετικά με την 1η σειρά των Περιφερειακών Ενημερωτικών Ημερίδων	E1.D13: Report on the 1st set of Regional Info-Days
E1.D14: Έκθεση σχετικά με την 2η σειρά των Περιφερειακών Ενημερωτικών Ημερίδων	E1.D14: Report on the 2nd set of Regional Info Days
E1.D15: Έκθεση σχετικά με τις τοπικές εκδηλώσεις ευαισθητοποίησης – Φάση 1 & 2	E1.D15: Report on local awareness raising events –Phases 1 & 2
E1.D16: Έκθεση σχετικά με τις τοπικές εκδηλώσεις ευαισθητοποίησης – Φάση 3 & 4	E1.D16: Report on local awareness raising events –Phases 3 & 4
E1.D18: Πρακτικά 2ου Συνεδρίου του έργου LIFE-IP CEI-Greece	E1.D18: 2nd LIFE-IP CEI-Greece Conference Proceedings
E1.D19: Πρακτικά 3ου Συνεδρίου του έργου LIFE-IP CEI-Greece	E1.D19: 3rd LIFE-IP CEI-Greece Conference Proceedings
E1.D20: Εκλαϊκευμένη Έκθεση Layman's	E1.D20: Layman's Report
E2.D1: Πρακτικά του εργαστηρίου «Ολοκληρωμένη διαχείριση αποβλήτων και κυκλική οικονομία σε νησιωτικές/ορεινές περιοχές»	E2.D1: Proceedings of the workshop on 'Integrated waste management and circular economy in insular/mountain areas'
E2.D2: Πρακτικά του εργαστηρίου «Απόβλητα αγροδιατροφής και βιοοικονομία»	E2.D2: Proceedings of the workshop on 'Agro-food waste and bio-economy'
E2.D3: Πρακτικά του εργαστηρίου «Πρότυπα για την Κυκλική Οικονομία»	E2.D3: Proceedings of the workshop on 'Standards for circular economy'
E2.D4: Πρακτικά του εργαστηρίου «Επικίνδυνα οικιακά απόβλητα»	E2.D4: Proceedings of the workshop on 'Microhazardous household waste'

E2.D5: Πρακτικά του εργαστηρίου «Δείκτες Κυκλικής Οικονομίας»	E2.D5: Proceedings of the workshop on ‘Circular Economy Indicators’
E2.D6: Πρακτικά του εργαστηρίου «Νησιά μηδενικών αποβλήτων»	E2.D6: Proceedings of the workshop on ‘Zero Waste Islands’
E3.D2: Οδηγός καλών πρακτικών έργων για τις δημοτικές δράσεις επίδειξης με βάση την εμπειρία του έργου LIFE-IP CEI-Greece	E3.D2: ‘Good practice guide on municipal demonstration actions based on the LIFE-IP CEI-Greece experience’
E3.D3: Εγχειρίδιο «Οδηγίες για τη διαχείριση αποβλήτων και δράσεις κυκλικής οικονομίας στις Περιφέρειες»	E3.D3: ‘Guidelines on waste management and CE actions for Regions’ handbook
E3.D4: 1η έκθεση για την εφαρμογή της στρατηγικής αναπαραγωγής και μεταφοράς των αποτελεσμάτων του έργου	E3.D4: 1st report on the implementation on the Replicability and transferability strategy
E3.D5: 2η έκθεση για την εφαρμογή της στρατηγικής αναπαραγωγής και μεταφοράς των αποτελεσμάτων του έργου	E3.D5: 2nd report on the implementation of the Replicability and transferability strategy

## 9. Αναμενόμενα Αποτελέσματα – Δείκτες Προόδου

Στο παράρτημα του έργου και ανά φάση θα παρακολουθείται η όποια αναθεώρηση δεικτών προκύπτει στην πορεία εξέλιξης του έργου (π.χ. λόγω πανδημίας κ.λπ).

<b>ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ</b>	<b>ΔΕΙΚΤΕΣ</b>
Βιωματικό Πάρκο Θεσσαλονίκης	Επισκέπτες $\geq 10.000$
E-newsletter	Παραλήπτες $\geq 16.000$
Social Media Accounts	Ακόλουθοι $\geq 5.000$
Website	Επισκέπτες $\geq 50.000$ ετησίως
Δελτία Τύπου	Αναπαραγωγές σε ΜΜΕ μεγάλης εμβέλειας $\geq 10$ ετησίως
13 Περιφερειακές Εκδηλώσεις	Ενδιαφερόμενοι $\geq 1.000$ άτομα
Τοπικές Δράσεις Ευαισθητοποίησης	Ενδιαφερόμενοι $\geq 1.000$ άτομα ετησίως
Συνέδρια	Συμμετέχοντες $\geq 450$
Συνέργειες & Ανταλλαγή πληροφοριών με Εθνικές Αρχές Διαχείρισης Αποβλήτων και ΚΟ	Χώρες $\geq 5$
Δικτύωση	Σχετικά Έργα $\geq 15$ Οργανισμοί Δραστηριοποίησης στον τομέα της ΚΟ και Διαχείρισης Αποβλήτων $\geq 30$
Φορείς & Ενδιαφερόμενα Μέρη στην ΕΕ	Προσέγγιση $\geq 500$
Διεθνείς Εκδηλώσεις για την ΚΟ & την Διαχείριση Αποβλήτων	Συμμετοχή σε $\geq 7$
Διεθνείς Συνέργειες με Εθνικές Αρχές Διαχείρισης Αποβλήτων και ΚΟ με έμφαση στην αναπαραγωγή και την μεταφορά σημαντικών επιτευγμάτων έργων.	Χώρες $\geq 5$
Αναμετάδοση και παρακίνηση σε αντίστοιχες πρακτικές οι οποίες προκύπτουν από τα αποτελέσματα του έργου	Χώρες ΕΕ $\geq 2$ Ελληνικές Περιφέρειες $\geq 4$ Ελληνικοί Δήμοι $\geq 10$
Δέσμευση σημαντικών φορέων του ιδιωτικού τομέα για ενσωμάτωση δεικτών ΚΟ που θα προκύψουν από το έργο στα επιχειρηματικά τους σχέδια.	Ιδιωτικοί Φορείς $\geq 10$

## 10. Παράρτημα

### 10.1. Σχέδιο Επικοινωνίας για τις απομακρυσμένες περιοχές (Πρόταση Δικτύου ΔΑΦΝΗ)

#### Στόχοι δράσεων επικοινωνίας

- Ενημέρωση κατοίκων και επισκεπτών των πιλοτικών περιοχών για τις δράσεις, τα αναμενόμενα αποτελέσματα του έργου και την πορεία εξέλιξής του.
- Διάχυση των αποτελεσμάτων του έργου σε συγκεκριμένες «ομάδες στόχους» (target audiences), συμπεριλαμβανομένων των τοπικών φορέων και ενώσεων.
- Δικτύωση με συναφή έργα και πρωτοβουλίες που λαμβάνουν χώρα σε άλλα νησιά τόσο σε εθνικό όσο και σε ευρωπαϊκό επίπεδο.
- Δικτύωση με οργανισμούς και πρωτοβουλίες δράσεων που δραστηριοποιούνται στις πιλοτικές περιοχές.
- Προώθηση ευρείας προβολής του έργου και διασφάλιση όσο το δυνατόν μεγαλύτερης παρακολούθησης του έργου από το ευρύ κοινό.
- Εγκαθίδρυση καναλιών επικοινωνίας αξιοποιώντας τόσο τα κανάλια επικοινωνίας του έργου όσο και του ΔΑΦΝΗ αλλά και των πιλοτικών Δήμων.
- Διοργάνωση εξωστρεφών δράσεων όπως ημερίδες, συνέδρια αλλά και συμμετοχικά εργαστήρια τόσο σε τοπικό όσο και σε υπεριοπτικό επίπεδο.
- Διαμόρφωση στοχευμένων μηνυμάτων ώστε να είναι εύκολα αντιληπτά από τις ομάδες στόχους.
- Ανταλλαγή πληροφοριών με σκοπό την διάγνωση των τοπικών προβλημάτων και αναγκών, τη δόμηση εναλλακτικών λύσεων/σεναρίων, την αύξηση αποθέματος γνώσης και κατανόησης εξεταζόμενων θεμάτων αλλά και την αναγνώριση της βιωματική εμπειρία της τοπικής κοινωνίας σχετικά με τη διαχείριση αποβλήτων και τη μετάβαση προς την κυκλική οικονομία.
- Αύξηση βαθμού συμμετοχής των πολιτών στη διαδικασία λήψης αποφάσεων. Δίνοντας στους πολίτες και τους εμπλεκόμενους φορείς την δυνατότητα παρέμβασης σε ζητήματα που έχουν αντίκτυπο σε τοπικό επίπεδο, αυξάνεται η ευαισθητοποίησή τους για αυτά, συνεισφέροντας στην επίλυση τοπικών προβλημάτων. Επίσης, αυξάνεται και η προθυμία για συμμετοχή στις δράσεις του έργου.

#### Ομάδες στόχοι

- Δήμος: Παρότι οι πιλοτικοί Δήμοι είναι εταίροι του έργου και παραμένουν συνεχώς ενημερωμένοι για την εξέλιξη των δράσεων του έργου, ιδιαίτερη σημασία δίνεται στην διαρκή ενημέρωση του συνόλου των μελών των Δημοτικών Συμβουλίων αλλά και των υπαλλήλων του Δήμου.
- Μόνιμοι κάτοικοι
- Εποχικοί Κάτοικοι
- Τουρίστες
- Εκπρόσωποι τοπικών φορέων: Ενώσεις Ξενοδόχων, Εμποροεπαγγελματικοί Σύλλογοι, Σύλλογοι Αλιέων, Αγροτικοί Συνεταιρισμοί, Πολιτιστικοί Σύλλογοι, Σύλλογοι Εστιατόρων
- Σχολεία
- Τοπικοί Παραγωγοί αποβλήτων
- Διαχειριστές τοπικών μονάδων διαχείρισης αποβλήτων (π.χ. ΚΔΑΥ)
- Οργανισμοί που δραστηριοποιούνται στις πιλοτικές περιοχές (π.χ. Aegean Rebreath, Clean Blue Paros, Κοιν.Σ.Επ. ΚΑΛΛΟΝΗ)

**Ενδεικτικές δράσεις προς υλοποίηση**

Παρακάτω αναφέρονται ενδεικτικές δράσεις επικοινωνίας και διάχυσης για τις απομακρυσμένες περιοχές ανά στάδιο υλοποίησης πιλοτικών δράσεων (A2.2 & C2). Οι δράσεις αυτές συντονίζονται και υλοποιούνται από το ΔΑΦΝΗ σε συνεργασία με τους υπόλοιπους εταίρους που εμπλέκονται στις δράσεις A2.2 & C2. Οι δράσεις αυτές θα εμπλουτίζονται στην πορεία του έργου.

**Καταγραφή υφιστάμενης κατάστασης και αποτύπωση αναγκών & δυνατοτήτων πιλοτικών περιοχών**

- 1<sup>η</sup> επίσκεψη ενημέρωσης και γνωριμίας με τοπικούς φορείς με σκοπό την ενημέρωσή τους για την έναρξη του έργου και τα στάδια υλοποίησής του τα επόμενα χρόνια, *(έχει ολοκληρωθεί για τους νησιωτικούς Δήμους)*.
- Παρουσίαση του έργου στα μέλη του Δημοτικού Συμβουλίου και στους υπάλληλους του Δήμου που δύναται να εμπλακούν στην υλοποίηση του έργου, *(έχει ολοκληρωθεί για τους νησιωτικούς Δήμους)*.
- Διμερείς συναντήσεις ΔΑΦΝΗ-τοπικών φορέων με σκοπό την ανταλλαγή πληροφοριών και την ενημέρωση των τοπικών φορέων για το έργο, *(έχει ολοκληρωθεί για τους νησιωτικούς Δήμους)*.

**Κατάρτιση προκαταρκτικών τεχνοοικονομικών μελετών για την εφαρμογή της ΚΟ στις πιλοτικές περιοχές**

- Διαβούλευση με την τοπική κοινωνία και τους εκπροσώπους φορέων επί των προτάσεων δράσεων. Θα εξεταστεί η δυνατότητα η διαβούλευση να γίνει δια ζώσης μέσω ενός εργαστηρίου συμμετοχικού σχεδιασμού εφόσον οι υγειονομικές συνθήκες το επιτρέπουν. Θα εξεταστούν και άλλα μέσα όπως ερωτηματολόγια και δομημένες συνεντεύξεις ώστε να καταγραφούν οι απόψεις των τοπικών φορέων για τις προτεινόμενες δράσεις.
- Online επικοινωνία με τοπικούς φορείς ώστε να παραμένουν ενήμεροι και να διασφαλίζεται η συμμετοχή τους.

**Ολοκλήρωση τεχνοοικονομικών μελετών για την εφαρμογή της ΚΟ στις πιλοτικές περιοχές**

- Παρουσίαση των δράσεων που πρόκειται να υλοποιηθούν στην τοπική κοινωνία.
- Δράσεις ευαισθητοποίησης τοπικής κοινωνίας.

**Εφαρμογή της νομοθετικής δέσμης μέτρων για την Κυκλική Οικονομία σε επιλεγμένες Νησιωτικές & Ορεινές περιοχές.**

- Διοργάνωση δράσεων ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης σε σχολεία.
- Διοργάνωση ενημερωτικών ημερίδων με σκοπό την εξασφάλιση της αναγκαίας συμμετοχής των πολιτών και των τοπικών φορέων.

**Οριζόντιες δράσεις**

- Διοργάνωση ανοιχτής τοπικής ημερίδας παρουσίασης του έργου.
- “Online” ενημέρωση τοπικών φορέων για τις δράσεις επικοινωνίας του έργου.
- Το ΔΑΦΝΗ μέσω των καναλιών επικοινωνίας που διαθέτει, φροντίζει για τη διαρκή ενημέρωση για την εξέλιξη του έργου τόσο των μελών του (50 νησιωτικοί Δήμοι στο Αιγαίο και το Ιόνιο, οι Περιφέρειες Βορείου Αιγαίου, Νοτίου Αιγαίου και Ιονίων Νήσων, καθώς και η Περιφερειακή Ένωση Δήμων Ιονίων Νήσων).όσο και συνεργαζόμενων φορέων σε Εθνικό και Ευρωπαϊκό Επίπεδο (Smart Islands Initiative, FEDARENE, Clean Energy for EU Islands).

## 10.2. Σύνοψη βημάτων για τη μετάδοση μηνυμάτων κοινωνικού περιεχομένου σε ραδιοτηλεοπτικά μέσα.

1. Η διάρκεια ενός σποτ με μήνυμα κοινωνικού περιεχομένου δεν μπορεί να υπερβαίνει τα 40 δευτερόλεπτα. Στο μήνυμα κοινωνικού περιεχομένου πρέπει να αναγράφεται ή να αναφέρεται ο φορέας που αιτείται τη μετάδοση του μηνύματος καθώς και ιστοσελίδα, e-mail ή τηλέφωνο επικοινωνίας με το κοινό.
2. Για τη δωρεάν προβολή προηγείται η αποστολή ενημερωτικού μηνύματος με την αίτηση και τα δικαιολογητικά έως 2 εβδομάδες νωρίτερα από την επιθυμητή ημερομηνία έναρξης προβολής – ή τουλάχιστον 3 εβδομάδες κατά τις εορταστικές περιόδους - από τον ενδιαφερόμενο φορέα προς το ΕΣΡ (στο email [kmsesr@gmail.com](mailto:kmsesr@gmail.com)).
3. Το ηλεκτρονικό μήνυμα προς το ΕΣΡ πρέπει να περιλαμβάνει στοιχεία όπως τη σύντομη περιγραφή των σκοπών του φορέα, τα πλήρη στοιχεία του με τα σχετικά αποδεικτικά τους, τους λόγους για τους οποίους ο φορέας αιτείται έγκριση, την κατηγορία στην οποία εμπίπτει το κοινωνικό μήνυμα σύμφωνα με τη νομοθεσία, το αιτούμενο διάστημα προβολής, το είδος της μετάδοσης κ.λπ.
4. Με την λήψη μηνύματος έγκρισης από το ΕΣΡ ο ενδιαφερόμενος φορέας επικοινωνεί με τα ραδιοτηλεοπτικά μέσα για τη ρύθμιση/προγραμματισμό των ζητημάτων προβολής.
5. Η προβολή ενός μηνύματος κοινωνικού περιεχομένου δεν μπορεί να ξεπερνάει τον 1 μήνα μετά την ημερομηνία έγκρισής του, ενώ ένας φορέας μπορεί να αιτηθεί έγκριση από το ΕΣΡ έως και 3 φορές ετησίως για προβολή ίδιων ή διαφορετικών κοινωνικών μηνυμάτων. Ισχύουν προϋποθέσεις ως προς τη διάρκεια των ενδιάμεσων διαστημάτων μεταξύ προβολών.
6. Μηνύματα με περιεχόμενο τοπικού ενδιαφέροντος προβάλλονται από μέσα περιφερειακής εμβέλειας.

Αναλυτικά οι προϋποθέσεις, τα βήματα, τα απαιτούμενα δικαιολογητικά, οι κανόνες προβολής και λοιπές πληροφορίες για τη δωρεάν μετάδοση μηνυμάτων κοινωνικού περιεχομένου σε ραδιοτηλεοπτικά μέσα της χώρας, υπάρχουν στο έγγραφο με ΑΔΑ ΩΒΧΘΙΜΕ-1ΑΙ και τίτλο «ΥΠΟΔΕΙΞΗ», Αρ. 1//25.07.2018 του ΕΣΡ.

## 10.3. Έρευνα Κοινής Γνώμης και Ομάδων Εστίασης

Στο πλαίσιο της Δράσης E1.2 “Έρευνα Κοινής Γνώμης και Ομάδων Εστίασης” του LIFE-IP CEI-Greece θα διεξαχθεί έρευνας κοινής γνώμης και ομάδων εστίασης σε 3 κύματα κατά τη διάρκεια του έργου.

Το 1<sup>ο</sup> κύμα θα διεξαχθεί κατά την 1<sup>η</sup> φάση (διετία) του έργου με ερευνητικό στόχο να καθοριστούν το επίπεδο ευαισθητοποίησης, οι αντιληπτές αξίες, συστάσεις και προσδοκίες του κοινού.

Η έρευνα θα περιλαμβάνει τόσο μια ποσοτική προσέγγιση (έρευνα κοινής γνώμης) όσο και ομάδες εστίασης για μια πιο ποιοτική ανάλυση των αντιληπτών αξιών και προσδοκιών. Η έρευνα θα στοχεύει στην χαρτογράφηση της υφιστάμενης κατάστασης και θα διεξαχθεί λαμβάνοντας υπόψη το νέο Ευρωπαϊκό θεσμικό πλαίσιο για τη διαχείριση των αποβλήτων, το Εθνικό Σχέδιο Διαχείρισης Αποβλήτων, το Εθνικό Πρόγραμμα Πρόληψης Δημιουργίας Αποβλήτων, την Εθνική Στρατηγική & το Ευρωπαϊκό Πλαίσιο για την Κυκλική Οικονομία και τέλος το έργο LIFE-IP CEI-Greece.

**Στοιχεία Δημοσκόπησης**

Η δημοσκόπηση θα έχει πανελλαδική έκταση, χωρισμένη σε αστικό και περιφερειακό ιστό (νησιωτικό & ορεινό) - Νοικοκυριά σε όλη την επικράτεια.

**Δείγμα:** Ομάδες εστίασης (focus groups), από 100 συμμετέχοντες διαφορετικής σύνθεσης με προτεινόμενη την ακόλουθη:

- Άνδρες & Γυναίκες, ηλικίας 18 - 25
- Άνδρες & Γυναίκες, ηλικίας 26 - 45
- Άνδρες & Γυναίκες, ηλικίας 46 - 65  
όλοι με διαβαθμίσεις σε εκπαιδευτικό επίπεδο, εργαζόμενοι ή μη.
- Άνδρες & Γυναίκες, ηλικίας 65 και άνω, με διαβαθμίσεις σε εκπαιδευτικό επίπεδο.

**Μέσο:** Ερωτηματολόγιο

**Μέθοδος Δειγματοληψίας:** Πολυσταδιακή δειγματοληψία βάσει φύλου, ηλικίας, εκπαιδευτικού υπόβαθρου και γεωγραφικής κατανομής

**Μέθοδος συλλογής στοιχείων:** Τηλεφωνικές συνεντεύξεις βάσει ερωτηματολογίου.

Η θεματολογία του ερωτηματολογίου θα αφορά στα εξής:

- Κατανόηση – αντίληψη για την κυκλική οικονομία.
- Συμμετοχή στην επαναχρησιμοποίηση και επισκευή προϊόντων.
- Συμμετοχή στην ανακύκλωση, κατανόηση ανακύκλωσης, υλικά που ανακυκλώνουν οι ερωτώμενοι, παράγοντες μη συμμετοχής τους και δυνατότητες βελτίωσης υπηρεσιών ανακύκλωσης.
- Στάση σχετικά με τη χωριστή συλλογή οργανικών αποβλήτων και τη χρήση των πράσινων σημείων.
- Απόψεις για την αποδοτικότητα της ενημέρωσης του κοινού σε θέματα πρόληψης, επαναχρησιμοποίησης και ανακύκλωσης αποβλήτων/ μέσα ενημέρωσης που θεωρούν πιο αποδοτικά.
- Στάση σχετικά με την εφαρμογή Πληρώνω - όσο - Πετάω.
- Στάση σχετικά με οικονομικά κίνητρα ή ελαφρύνσεις για τη μείωση δημιουργίας αποβλήτων, επαναχρησιμοποίηση ή ανακύκλωση (π.χ. συστήματα επιστροφής εγγύησης).
- Στάση σχετικά με τη συμπεριφορά τους στην αγορά προϊόντων (π.χ. επισκευασιμότητα, διάρκεια ζωής, περιβαλλοντική σήμανση, τιμή).