



ΚΥΠΡΙΑΚΟ
ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΚΑΙ
ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ
ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ



Κυπριακό Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο

GO_BRAND PROJECT

Τελική Έκθεση Αποτελεσμάτων Δημοσιότητας έργου Go_Brand

Αύγουστος 2021



Εισαγωγή: το έργο συνοπτικά

Η πράξη ξεκίνησε επίσημα το Νοέμβριο του 2017 με το kick-off να γίνεται 21-22/11/2017 στην Λευκωσία. Πραγματοποιήθηκαν από το κάθε δικαιούχο workshops για την προετοιμασία δημιουργίας δικτύων-cluster-κλαδικών ομάδων προϊόντων/υπηρεσιών και επιλέχθηκαν μέσω της διαδικασία αυτής τα τοπικά προϊόντα και υπηρεσίες/περιοχή ως εξής: ΧΙΟΣ-Cluster1: παραδοσιακά ποτά και Cluster2: Λικέρ Μαστίχα Χίου, ΡΟΔΟΣ-Cluster1: εστιατόρια Aegean Cuisine και Cluster2: μελεκούνη ΠΓΕ, ΚΥΠΡΟΣ-Cluster1: προϊόντα χαρουπιού & Cluster2: παραδοσιακά γλυκά, ΚΥΚΛΑΔΕΣ-Cluster1: εστιατόρια Aegean Cuisine & Cluster2: οίνος, ΚΡΗΤΗ-Cluster1: μέλι & Cluster2: ελαιόλαδο. Δημιουργήθηκε ενημερωτικό υλικό, η ιστοσελίδα και το λογότυπο της πράξης παράγοντας 6000 τεμ. έντυπου υλικού περιγραφής του έργου (ελληνικά-αγγλικά), 1 banner για κάθε cluster (ελληνικά-αγγλικά), 1 banner με το λογότυπο κάθε δικαιούχου (ελληνικά-αγγλικά) καθώς επίσης και 900 usb sticks με το λογότυπο της πράξης.

Η 1η συνάντηση ομάδας διαχείρισης έγινε στην Σύρο 24-25/5/18. Οι δικαιούχοι υλοποιώντας τα γραφεία πληροφόρησης προχώρησαν με την προμήθεια του σχετικού εξοπλισμού δηλ..(Η/Υ, διαδραστικές οθόνες, οπτικός εξοπλισμός) αλλά και στην στελέχωση αυτών με προσωπικό. Επίσης έγινε προμήθεια και δημιουργία του λογισμικού για την πλατφόρμα λειτουργίας των διαδραστικών οθονών των γραφείων ενημέρωσης για online επικοινωνία και διασύνδεση τους. Στις 25-26 Σεπτεμβρίου 2018 πραγματοποιήθηκε η 2η συνάντηση της ομάδας διαχείρισης στην Ρόδο κ 16-17/4/19 η 3η συνάντηση στην Κρήτη. Υπό την ομπρέλα της πράξης, 2 εκπρόσωποι/δικαιούχο αλλά επιχ/τιες απο τα clusters συμμετείχαν στην έκθεση τροφίμων-ποτών tutto food στο Μιλάνο 5-9/5/19. Σε αυτήν, πέραν της προβολής των προϊόντων/υπηρεσιών των επιχειρήσεων έγιναν 100 προγραμματισμένα B2B με αγοραστές από το εξωτερικό, η εκδήλωση παρουσίασης της ελλαδικής και κυπριακής κουζίνας αλλά και προβολή (σε οθόνες στο περίπτερο κάθε εκθέτη) των κλαδικών βίντεο.

Τα κλαδικά βίντεο δημιουργήθηκαν με ελληνική κ αγγλική αφήγηση κ' αντίστοιχους υπότιτλους και αναρτήθηκαν και στους ιστοτόπους κάθε δικαιούχου. Οι 10 κλαδικές μελέτες κάθε δημιουργούμενου cluster παραδόθηκαν στους δικαιούχους κ στους τελικούς χρήστες τους (ΜΜΕ) για αξιοποίηση και μελλοντική χρήση δωρεάν. Επίσης από Ιανουάριο έως Νοέμβριο 2019 έγιναν τα σεμινάρια επιχειρηματικότητας και καινοτομίας ως ακολούθως: ΚΕΒΕ επιχ/τητα στις 9-11/6/19 και καινοτομία στις 12-13/11/19, επιμ. Λασιθίου: επιχ/τητα στις 9-11/4/19 και καινοτομία στις 20/2/19, ΔΕΤΑΠ: επιχ/τητα 28-29/05/2019 και καινοτομία 25-26/02/2019, ΕΤΑΠ επιχ/τητα 18-24/11/2019 και Καινοτομία 6-7/3/2019, επιμ. χίου: επιχ/τητα και καινοτομία. Από την υλοποίηση αυτών επωφελήθηκαν από τα σεμινάρια επιχ/τητας 103 συνολικά επιχ/τιες (στόχος 100) και από την καινοτομία 50 (στόχος 40). Ακυρώθηκαν όλες οι ενημερωτικές παρουσιάσεις των αποτελεσμάτων της πράξης εντός του 2020 και η 4η συνάντηση στην χίο.

Συνοπτική περιγραφή στόχων έργου:

Βασικός στόχος και επιδίωξη του παρόντος έργου αποτελεί η προώθηση και ανάδειξη του brand name των προϊόντων ή/και υπηρεσιών των περιοχών των συμμετεχόντων εταιρών στους 2 βασικούς πυλώνες της τοπικής οικονομίας: τον αγροδιατροφικό κλάδο και τον τουριστικό κλάδο. Αυτό θα γίνει μέσω της δημιουργίας αντίστοιχα 2 clusters ΜΜΕ ανά συμμετέχουσα



περιοχή, τα οποία θα συνίστανται από επιχειρήσεις που ανήκουν στους δυο προαναφερόμενους πυλώνες. Αναφερόμαστε λοιπόν στην δημιουργία 2 κλαδικών clusters (πχ cluster τροφίμων & ποτών, cluster Aegean cuisine) σε τομείς που συμπίπτουν με τις προτεραιότητες της έξυπνης εξειδίκευσης ανά συμμετέχουσα περιφέρεια (RIS3). Ο κάθε εταίρος μπορεί να αιτηθεί την υποστήριξη από το έργο και υφιστάμενου/νων clusters τα οποία ήδη βρίσκονται σε λειτουργία. Στην περίπτωση ενός cluster εταιρειών στον κλάδο των τροφίμων και ποτών απαραίτητη προϋπόθεση συμμετοχής μιας ΜΜΕ αποτελεί να είναι πιστοποιημένη με κάποιο αναγνωρισμένο σύστημα πιστοποίησης (πχ HACCP ή ISO) ή να δεσμευτεί ότι θα πιστοποιήσει τα προϊόντα της κατά την διάρκεια υλοποίησης του παρόντος έργου. (η πιστοποίηση αποτελεί προϋπόθεση για την εξαγωγή προϊόντων στο εξωτερικό). Η συμμετοχή των ΜΜΕ στα clusters θα είναι δωρεάν.

Πληροφόρηση-δημοσιότητα

Ο γενικός στόχος της στρατηγικής επικοινωνίας της πράξης είναι διττός: αφενός η προβολή και προώθηση της ίδιας της πράξης (και μέσω αυτής του προγράμματος Συνεργασίας Interreg V-A 'Ελλάδα-Κύπρος), και αφετέρου των δράσεων και των παραδοτέων της (κατά την υλοποίηση ή με την ολοκλήρωση της) βασιζόμενοι πάντα στις συνιστώσες της διαφάνειας και της ευαισθητοποίησης των δυνητικών και πραγματικών δικαιούχων, των τοπικών κοινωνιών αλλά και του τοπικού τύπου.

Το εταιρικό σχήμα προσέδωσε ιδιαίτερη σημασία στην εφαρμογή μιας ολοκληρωμένης στρατηγικής επικοινωνίας και για το λόγο αυτό εκπονήθηκε ειδικό σχέδιο επικοινωνίας και δημοσιότητας του έργου και των παραδοτέων του στο προσχέδιο υλοποίησης των δράσεων του (μελετών branding, info centres, info materials, events, workshops, conferences etc). Οι ομάδες στόχοι της πράξης αφορούν: • στις επιχειρήσεις/μέλη των δικαιούχων του εταιρικού σχήματος • στους τοπικούς κοινωνικούς εταίρους • στους τελικούς καταναλωτές της διασυνοριακής περιοχής • στη κοινή γνώμη σε τοπικό, περιφερειακό και ευρωπαϊκό επίπεδο.

Στο πλαίσιο υλοποίησης της πράξης:

- εκπονήθηκε και εφαρμόστηκε σχέδιο επικοινωνίας και δημοσιότητας του έργου και των παραδοτέων του
- παράχθηκε υλικό πληροφόρησης -ενημέρωσης του έργου {1000 leaflets/εταίρο με max 8 σελίδες A4-τετραχρωμία, τέσσερα (4) A2 roll banners/εταίρο, 4 e-newsletters-4σελίδων A4}
- δημιουργήθηκε ιστο-σελίδα και logo του έργου
- πραγματοποιήθηκαν κοινές δράσεις προβολής προώθησης στο εξωτερικό όπως: συμμετοχή σε χώρα της Ε.Ε έκθεση τροφίμων -ποτών ή/και τουρισμού, οργάνωση ελλαδικής -κυπριακής κουζίνας, 1 κοινό promo tour σε 1 ευρωπαϊκή πρωτεύουσα, 1 επιχ/κή αποστολή σε χώρα της ΕΕ, αξιοποίηση των κοινωνικών δικτύων για δράσεις προβολής, προώθησης, διείσδυσης σε νέες αγορές, πωλήσεις κλπ



- υλοποιήθηκαν workshops (5 ανα περιοχή) για την προετοιμασία της δημιουργίας των δικτύων-clusters-κλαδικών ομάδων προϊόντων καθώς και δράσεις διάχυσης των αποτελεσμάτων της κάθε μελέτης για κάθε προϊόν/υπηρεσία ανά περιοχή (5 συνολικά)
- υλοποιήθηκαν 2 εξειδικευμένα workshop για τους επιχειρηματίες των δύο κλάδων που αναφέρονται στις μελέτες (10 συνολικά workshops). Σε κάθε εκδήλωση συγχρόνως με την παρουσίαση των μελετών στις 5 περιοχές πραγματοποιήθηκαν αντίστοιχες παρουσιάσεις για την προώθηση της καινοτομίας στους αντίστοιχους κλάδους που εντάχθηκαν στα δίκτυα
- λειτούργησε το info desks στην περιοχή του κάθε δικαιούχου με ανθρωπινή και υλικοτεχνική στελέχωση
- Δημιουργήθηκαν 20 κλαδικά video (4video/περιοχή-2 με ελληνόφωνη κ 2 με αγγλόφωνη αφήγηση) που αναδεικνύουν το ιδιαίτερα τους χαρακτηριστικά και τα οποία διαδραστικά προβάλλονται μέσω των info desks.

Αποτελέσματα δράσεων δημοσιότητας

Το εταιρικό σχήμα έδωσε ιδιαίτερη σημασία στην εφαρμογή μιας ολοκληρωμένης στρατηγικής επικοινωνίας και για το λόγο αυτό εκπονήθηκε ειδικό σχέδιο επικοινωνίας και δημοσιότητας του έργου και των παραδοτέων (επισυνάπτεται) που περιλαμβάνει μελέτες branding, info centres, info materials, events, workshops, conferences κλπ. Ο βασικός στόχος του σχεδίου επικοινωνίας ήταν να εξασφαλίσει την επικοινωνιακή προβολή του έργου πρωτίστως στους εξωτερικούς εμπλεκόμενους του έργου και δευτερευόντως στους συμμετέχοντες εταίρους.

Το σχέδιο επικοινωνίας υποστηρίζει την εκπλήρωση των βασικών στοχεύσεων των δράσεων προβολής και δημοσιότητας του έργου, όπως η πληροφόρηση των διαμορφωτών πολιτικής, των πολιτικών, των τοπικών εμπλεκόμενων και του κοινού. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στους στόχους του έργου, τα αποτελέσματά του, τη διασυνωριακή του διάσταση και τη συνεισφορά του στις τοπικές κοινωνίες.

Ειδικότερα στο πλαίσιο του έργου δημιουργήθηκε ιστοσελίδα www.gobrand.gr παράχθηκαν 6.000 τεμ. έντυπου 16σέλιδου booklet περιγραφής του έργου στα αγγλικά, 1 roll up banner για κάθε ένα από τα 10 cluster, 1 roll up banner του έργου για κάθε δικαιούχο, 1 roll up banner με το λογότυπο του κάθε δικαιούχου, καθώς επίσης και 900 usb sticks 16GB με το λογότυπο της πράξης.

Συγχρόνως οι δικαιούχοι υλοποιώντας τα γραφεία πληροφόρησης προχώρησαν με την προμήθεια του σχετικού εξοπλισμού δηλ..(Η/Υ, διαδραστικές οθόνες, οπτικός εξοπλισμός) . Υπό την ομπρέλα της πράξης, 2 εκπρόσωποι από κάθε συμμετέχοντα δικαιούχο αλλά και με την συμμετοχή επιχ/τιων των αντίστοιχων ΜΜΕ των clusters της κάθε περιοχής συμμετείχαν στην έκθεση τροφίμων και ποτών Tutto food στο Μιλάνο της Ιταλίας 5-9 Μαΐου 2019. Μέσα από ένα ενιαίο περίπτερο προέβαλαν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τα υψηλής ποιότητας προϊόντα που



παράγονται στην Κύπρο, την Κρήτη, τα Δωδεκάνησα, τις Κυκλάδες και τη Χίο και πραγματοποιήθηκαν προγραμματισμένα B2B με αγοραστές από το εξωτερικό. Δημιουργήθηκαν κλαδικά βίντεο με ελληνική και αγγλική αφήγηση αλλά και αντίστοιχους υπότιτλους (για κάθε δημιουργηθέν cluster) και αναρτήθηκαν και στους ιστοτόπους κάθε δικαιούχου. Εκπονήθηκαν αντίστοιχα 10 κλαδικές μελέτες που αποτύπωναν το πλαίσιο λειτουργίας και οργάνωσης της αγοράς κάθε δημιουργούμενου cluster που παραδόθηκαν στους δικαιούχους και τελικούς χρήστες τους (ΜΜΕ) για αξιοποίηση και μελλοντική χρήση.

Επίσης για την ενημέρωση, πληροφόρηση και δημοσιότητα του έργου υλοποιήθηκαν από τους εκάστοτε δικαιούχους σε τοπικό επίπεδο καταχωρήσεις σε έντυπο και ηλεκτρονικό Τύπο όσων αφορά στις προσκλήσεις συμμετοχής τόσο στα workshops όσο και στις εκδηλώσεις. Επίσης, για τη δημοσιοποίηση των εκδηλώσεων και των δράσεων της πράξης αναρτήθηκαν τα σχετικά έγγραφα (Δελτία Τύπου, Προσκλήσεις εκδήλωσης ενδιαφέροντος, Ενημερώσεις) στον ιστοτόπο του έργου Go_Brand όπως και στο portal των δικαιούχων. Για τη διάχυση της πληροφόρησης αναφορικά με τις δράσεις της πράξης απεστάλησαν e-newsletter στα μέλη των δικαιούχων αλλά και μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mails).

Στη διάρκεια του έργου αλλά και μετά το τέλος της πράξης οι ωφελούμενοι επιχειρηματίες έχουν τη δυνατότητα χρήσης των γραφείων ενημέρωσης που στεγάζονται στα γραφεία των δικαιούχων από τα οποία μπορούν να λαμβάνουν πληροφορίες που αφορούν στον κλάδο τους μέσα από τη χρήση της διαδραστικής πλατφόρμας του έργου.

Επιπλέον, οι επιχειρηματίες έχουν πρόσβαση στις κλαδικές μελέτες branding που εκπονήθηκαν τόσο για τα τοπικά προϊόντα των 2 κλαδικών clusters όσο και για το σύνολο των κλαδικών μελετών που εκπονήθηκαν για όλες τις περιοχές της πράξης. Αντίστοιχη πρόσβαση και χρήση έχουν και στα κλαδικά videos που δημιουργήθηκαν για όλες τις περιοχές της πράξης με ελληνική και αγγλική αφήγηση.