



**OKANA**

ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΚΑΤΑ ΤΩΝ ΝΑΡΚΩΤΙΚΩΝ

## ΕΞΩΤΕΡΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

της Πράξης με τίτλο:

«Καμπάνια ενημέρωσης για τις εξαρτήσεις»

**Παραδοτέο Π3:**

**Τελική Έκθεση Αξιολόγησης**



Σεπτέμβριος 2015



## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<b>ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ .....</b>	<b>3</b>
ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ.....	3
ΟΜΑΔΕΣ-ΣΤΟΧΟΣ, ΩΦΕΛΟΥΜΕΝΟΙ ΤΗΣ ΠΡΑΞΗΣ.....	3
<b>ΥΠΟΕΡΓΟ 1: ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ. ΣΥΝΤΑΞΗ ΜΕΛΕΤΩΝ ΚΑΙ ΟΔΗΓΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ .....</b>	<b>6</b>
ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΥΠΟΕΡΓΟΥ .....	6
ΠΑΡΟΥΣΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΚΑΙ ΚΑΤΑΛΗΚΤΙΚΗ ΦΑΣΗ ΤΟΥ ΈΡΓΟΥ .....	8
ΠΑΡΑΔΟΤΕΑ ΤΟΥ ΥΠΟΕΡΓΟΥ .....	8
<b>ΥΠΟΕΡΓΟ 2 : ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΚΑΙ ΕΥΑΙΣΘΗΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΟΥ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ ΣΥΝΟΛΟΥ ΜΕ ΣΤΟΧΟ ΤΗ ΔΙΕΥΚΟΛΥΝΣΗ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΠΟΥ ΣΧΕΤΙΖΟΝΤΑΙ ΜΕ ΤΗΝ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΟΣ ΤΩΝ ΕΞΑΡΤΗΣΕΩΝ ...</b>	<b>10</b>
ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΥΠΟΕΡΓΟΥ .....	10
ΠΑΡΟΥΣΑ ΦΑΣΗ ΚΑΙ ΚΑΤΑΛΗΚΤΙΚΗ ΦΑΣΗ ΤΟΥ ΥΠΟΕΡΓΟΥ .....	12
ΠΑΡΑΔΟΤΕΑ ΤΟΥ ΥΠΟΕΡΓΟΥ 2.....	13
<b>ΥΠΟΕΡΓΟ 3: ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ ΣΕ ΜΕΘΟΔΟΥΣ ΧΕΙΡΙΣΜΟΥ ΜΜΕ.....</b>	<b>14</b>
ΠΑΡΑΔΟΤΕΑ ΤΟΥ ΥΠΟΕΡΓΟΥ .....	14
<b>ΥΠΟΕΡΓΟ 4: ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΚΑΤΑ ΤΩΝ ΕΞΑΡΤΗΣΕΩΝ .....</b>	<b>14</b>
ΠΑΡΟΥΣΑ ΦΑΣΗ ΚΑΙ ΚΑΤΑΛΗΚΤΙΚΗ ΦΑΣΗ ΤΟΥ ΥΠΟΕΡΓΟΥ .....	14
<b>ΥΠΟΕΡΓΟ 5: ΕΞΩΤΕΡΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ .....</b>	<b>15</b>
<b>ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ .....</b>	<b>16</b>
<b>ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ.....</b>	<b>18</b>
<b>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ .....</b>	<b>19</b>
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1.....	20
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1 ΕΙΔΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ : .....	21
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1.1 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΝΤΥΠΟΥ Υ1Δ6 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΤΟΥ WEBSITE ΤΟΥ ΟΚΑΝΑ.....	28
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2.....	30
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2: ΕΙΔΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ ΑΝΑΦΟΡΑΣ ΚΑΙ ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗΣ ΤΩΝ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ ΤΟΥ ΥΠΟΕΡΓΟΥ 2 .....	30
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2.1 : ΠΟΣΟΤΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ ΥΠΟΕΡΓΟΥ 2.....	54
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3 : ΕΙΔΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ ΓΙΑ ΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΤΗΣ ΠΡΑΞΗΣ .....	60
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4.....	82
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4.1 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ SWOT ΑΝΑΛΥΣΗΣ .....	83
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4.2 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΝΤΥΠΟΥ ( Υ4Ε2) ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ ΑΠΟ ΕΚΠΡΟΣΩΠΟΥΣ ΤΟΥ ΟΚΑΝΑ ΚΑΙ ΤΩΝ ΦΟΡΕΩΝ ΠΟΥ ΣΥΜΜΕΤΕΙΧΑΝ ΣΤΟ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΣ .....	90

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4.3 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΝΤΥΠΟΥ ( Υ4Ε2) ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ ΑΠΟ ΕΚΠΡΟΣΩΠΟΥΣ ΤΟΥ ΟΚΑΝΑ ΚΑΙ ΤΩΝ ΦΟΡΕΩΝ ΠΟΥ ΣΥΜΜΕΤΕΙΧΑΝ ΣΤΟ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΤΗΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ .....	95
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4.4 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ & ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΟΥ ΕΝΤΥΠΟΥ Υ4Ε1 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΤΟΥ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΣ (ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ).....	99
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4.5 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ & ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΟΥ ΕΝΤΥΠΟΥ Υ4Ε1 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΤΟΥ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΤΗΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ (ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ) .....	122
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 5.....	144

## ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ

### Σκοπός και στόχοι του έργου

Τα ναρκωτικά αποτελούν μείζον πρόβλημα υγείας στη σύγχρονη εποχή με σοβαρές επιπτώσεις στη νοσηρότητα, τη θνησιμότητα (ειδικά των νέων), αλλά και με σημαντικές κοινωνικές και οικονομικές προεκτάσεις. Τα τελευταία 20 χρόνια η χρήση ναρκωτικών ουσιών άρχισε να εξαπλώνεται ιδιαίτερα στο νεανικό πληθυσμό. Οι θάνατοι από ναρκωτικά στην Ελλάδα ακολουθούν αυξητική πορεία, ενώ η Ελλάδα κατέχει μια από τις πρώτες θέσεις στην ΕΕ όσον αφορά στη μόλυνση εξαρτημένων ατόμων με ηπατίτιδα Β.

Για όλους τους παραπάνω λόγους, η οργάνωση μιας ευρείας, μακρόχρονης και επιστημονικά σχεδιασμένης επικοινωνιακής εκστρατείας, σε συνδυασμό με την αγωγή υγείας, αποτελούν τις σημαντικότερες ευκαιρίες και δυνατότητες για την προστασία και προαγωγή της υγείας του ελληνικού πληθυσμού.

Περαιτέρω, και για όσους είναι ήδη στη χρήση ή/και την εξάρτηση προέχει η εξασφάλιση εύκολης και άμεσης πρόσβασης σε θεραπεία καθώς και η ενημέρωσή τους σχετικά με τις υπάρχουσες δυνατότητες. Το τελευταίο δεν μπορεί εύκολα να επιτευχθεί χωρίς την αντίστοιχη ευαισθητοποίηση του γενικού πληθυσμού, αλλά και των κατοίκων περιοχών όπου πρόκειται να ιδρυθούν Μονάδες, επαγγελματικών τάξεων ή άλλων επιμέρους ομάδων.

### Ομάδες-στόχος, ωφελούμενοι της Πράξης

Οι ομάδες κοινού στις οποίες απευθύνεται το Υπόεργο: «Εκστρατεία Ενημέρωσης και Ευαισθητοποίησης του κοινωνικού συνόλου με στόχο τη διευκόλυνση των πολιτικών που σχετίζονται με την αντιμετώπιση του προβλήματος των εξαρτήσεων» αλλά και σύμφωνα με τις οποίες θα πρέπει να καθοριστούν οι γενικοί και οι επιμέρους επικοινωνιακοί στόχοι, το περιεχόμενο των ενεργειών δημοσιότητας και τα καταλληλότερα μέσα (δίαυλοι) επικοινωνίας – δημοσιότητας, αναλύονται στις ακόλουθες κατηγορίες:

#### **A. Γενικό κοινό**

Από την πράξη θα ωφεληθεί όλος ο πληθυσμός της χώρας :

- Έφηβοι, αγόρια και κορίτσια ηλικίας 13 – 18 ετών
- Άνδρες , ηλικίας 18 και άνω, κάτοικοι της Επικράτειας
- Γυναίκες, ηλικίας 18 και άνω, κάτοικοι της Επικράτειας

**B. Άμεσα Ωφελούμενοι**, που αναλύονται στις εξής υποομάδες :

Υποομάδα 1: η ομάδα των: α) ενεργών χρηστών εξαρτησιογόνων ουσιών, β) πρώην χρηστών εξαρτησιογόνων ουσιών, γ) άτομα που βρίσκονται σε διαδικασία απεξάρτησης. Η υποομάδα αυτή παρουσιάζει υψηλότερα από το μέσο όρο ποσοστά παραγόντων κινδύνου υγείας και θα ωφεληθούν σημαντικά από την προσδοκώμενη ευαισθητοποίηση του ευρύτερου πληθυσμού. Τα μέλη της συγκεκριμένης υποομάδας, μπορεί να ανήκουν και σε μια ή περισσότερες από τις ακόλουθες κατηγορίες :

- άτομα με αναπηρίες,
- άτομα με ψυχικές ασθένειες που διαβιούν εκτός ιδρυμάτων,
- παλιννοστούντες,
- πρόσφυγες και αιτούντες άσυλο,
- μετανάστες,
- φυλακισμένοι,
- αποφυλακισμένοι,
- ανήλικοι παραβάτες,
- ειδικές πολιτισμικές ομάδες (π.χ. Τσιγγάνοι-Πομάκοι),
- ειδικές κατηγορίες γυναικών που απειλούνται με κοινωνικό αποκλεισμό,
- μακροχρόνια άνεργοι άνω των 45 ετών,
- λοιπές κατηγορίες ανέργων σε περιοχές ή κλάδους υψηλής ανεργίας,
- οροθετικοί,
- λοιπές κατηγορίες ατόμων που απειλούνται με κοινωνικό αποκλεισμό .

Υποομάδα 2: όλα τα άτομα που παρουσιάζουν παράγοντες κινδύνου, δεδομένου ότι μέσω της επικοινωνιακής εκστρατείας, θα τους δοθούν σημαντικές ευκαιρίες αλλαγής υιοθέτησης υγιούς συμπεριφοράς

Υποομάδα 3: οι νέοι, δεδομένου ότι ένα σημαντικό τμήμα της όλης επικοινωνιακής εκστρατείας απευθύνεται σ' αυτούς, τόσο σε ότι αφορά την υιοθέτηση υγιών συμπεριφορών αλλά και την πρόληψη της χρήσης.

**Γ. Έμμεσα Ωφελούμενοι των δράσεων του Προγράμματος**, που αναλύονται στις εξής υποομάδες :

Υποομάδα 1: Οι μετέχοντες άμεσα ή έμμεσα στις υπηρεσίες Υγείας και Κοινωνικής Αλληλεγγύης

Υποομάδα 2 : Ερευνητές, Πανεπιστήμια, Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις, λοιποί φορείς του Δημοσίου

Υποομάδα 3 : Συγγενείς / Οικογένειες και άμεσο περιβάλλον των άμεσα ωφελούμενων, εργοδότες και εργασιακό περιβάλλον των άμεσα ωφελουμένων της Υποομάδας Β.1.

**Δ. Οι διαμορφωτές της κοινής γνώμης όπως:**

- Εκπρόσωποι του Τύπου και των ΜΜΕ , που λειτουργούν ως πολλαπλασιαστές των μηνυμάτων και των ωφελημάτων που προκύπτουν από την εφαρμογή της πράξης σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο,
- Κοινωνικοί και κλαδικοί φορείς που λειτουργούν ως ιμάντες μεταβίβασης κρίσιμων πληροφοριών για την επικοινωνία της πράξης.
- Ενδιαφερόμενοι ιδιωτικοί και δημόσιοι φορείς, Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις και Σύλλογοι.
- Επιστήμονες και στελέχη κοινής αποδοχής.

Στη παρούσα πράξη δίδεται προτεραιότητα στις εξής ομάδες (κατά σειρά προτεραιότητας) :

- Άμεσα Ωφελούμενοι των Δράσεων
- Γενικό Κοινό
- Διαμορφωτές Κοινής Γνώμης

Η παραπάνω προτεραιότητα δεν σημαίνει αποκλεισμό των λοιπών ομάδων από την στόχευση των ενεργειών της καμπάνιας.

## ΥΠΟΕΡΓΟ 1: ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ. ΣΥΝΤΑΞΗ ΜΕΛΕΤΩΝ ΚΑΙ ΟΔΗΓΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ

### Περιγραφή του Υποέργου

Μέσω του υποέργου θα πραγματοποιηθούν οι ακόλουθες δράσεις και ενέργειες :

- Συγκρότηση της ομάδας εργασίας για το σχεδιασμό των στρατηγικών και των επιμέρους ενεργειών επικοινωνίας.
- Επιστημονικός σχεδιασμός στρατηγικών επικοινωνίας ανάλογα με την ενέργεια, το στόχο, την ομάδα-στόχο και τη χρονική διάρκεια και σύνταξη σχετικής μελέτης (παραδοτέο 1) από την ομάδα εργασίας. Ορισμός παραμέτρων αξιολόγησης της πράξης.
- Σχεδιασμός θεματολογίας εξειδικευμένου προγράμματος κατάρτισης (παραδοτέο 2) στο υποέργο 3.
- Κατάρτιση οδηγού (παραδοτέο 3) για την έγκυρη παρουσίαση θεμάτων σχετικών με τα ναρκωτικά στο ευρύ κοινό από την ομάδα εργασίας.
- Προώθηση του ως άνω οδηγού σε διαμορφωτές και καθοδηγητές κοινής γνώμης (δημοσιογράφους, πολιτικούς, δημόσια πρόσωπα).
- Διοργάνωση και υλοποίηση συνέντευξης τύπου για την προβολή του οδηγού (παραδοτέο 6).
- Μελέτη για τη διερεύνηση της αποτελεσματικότητας των υλοποιούμενων ενεργειών δημοσιότητας και ευαισθητοποίησης (καμπάνια, στοχευμένες δράσεις) στο μέσον της υλοποίησής τους και τυχόν διορθωτικές παρεμβάσεις και αναμόρφωση της επικοινωνιακής στρατηγικής (παραδοτέο 4).

Μεθοδολογία : Διεξαγωγή έρευνας πεδίου, εισαγωγή δεδομένων σε ηλεκτρονική βάση, στατιστική επεξεργασία, σύνταξη Έκθεσης αποτελεσμάτων.

- Τεχνολογική αναβάθμιση, εμπλουτισμός και ανανέωσης του ιστοτόπου (website) του ΟΚΑΝΑ με στόχο την παροχή καλύτερων και ποιο στοχευόμενων υπηρεσιών προς τους επισκέπτες του, καθώς και η ευκολότερη διαχείριση του περιεχομένου του από τους εξουσιοδοτημένους χρήστες του ΟΚΑΝΑ. (παραδοτέο 5). Συγκεκριμένα μέσα από το site θα αναπτυχθούν οι παρακάτω υπηρεσίες :
- Υπηρεσία ενημέρωσης. Στόχος είναι η ευαισθητοποίηση του κοινού και η ενημέρωση του για τις λειτουργίες του ΟΚΑΝΑ. Η ενότητα αυτή θα παρέχει :

Δελτία τύπου, Ενημέρωση για τις προσφερόμενες υπηρεσίες από τον ΟΚΑΝΑ, Ενημερωτικό υλικό για την πρόληψη και τα προγράμματα θεραπείας, Ενημερωτικό υλικό για τις έρευνες και τα στατιστικά στοιχεία, Χρήσιμες πληροφορίες , Δυνατότητα ηλεκτρονικής επικοινωνίας με τις υπηρεσίες του ΟΚΑΝΑ. Στον ιστότοπο θα δημιουργηθεί διαδραστικός χάρτης με τα σημεία εξυπηρέτησης στην Ελλάδα, με αποτύπωση πάνω σε χάρτη του κάθε σημείου, των προσφερομένων υπηρεσιών, των στοιχείων επικοινωνίας, την δυνατότητα ένταξης σε υφιστάμενα προγράμματα.. Θα υπάρχει επικοινωνία με τον οργανισμό, μέσω e-mail, τηλεφωνικής γραμμής. Και τέλος θα μπορούν να υποβάλλονται αιτήματα για προγράμματα, με την ηλεκτρονική συμπλήρωση της και υποβολή της, και υπηρεσία ενημέρωσης μέσω e-mail ή και κινητό τηλέφωνο.

Διαχείριση Συστήματος – Δημιουργία Αναφορών - Στατιστικά.

Εσωτερικά στον ΟΚΑΝΑ θα δημιουργηθούν οι παρακάτω εσωτερικές υπηρεσίες :

Υπηρεσίες προώθησης ενημερωτικού υλικού, για τα προγράμματα και τις δραστηριότητες.

Το τμήμα δημοσίων σχέσεων, με εξουσιοδοτημένους χρήστες θα μπορούν:

- Να ανεβάζουν περιεχόμενο πληροφοριακού χαρακτήρα στον διαδικτυακό τόπο, υπό την μορφή κειμένου, φωτογραφιών ή Video.
- Να δημιουργούν προωθητικές ενέργειες ενημέρωσης για συγκεκριμένες κατηγορίες ή για συγκεκριμένες περιοχές της Ελλάδας
- Να διαχειρίζονται και να μεταβάλλουν το υφιστάμενο περιεχόμενο για τις προσφερόμενες υπηρεσίες, ή τα γεωγραφικά σημεία
- Να απαντούν σε e-mails
- Να ενημερώνουν εσωτερικά όλα τα κέντρα και όλες τις υπηρεσίες για τις μελλοντικές δραστηριότητες του ΟΚΑΝΑ.
- Να έχουν πρόσβαση σε υπηρεσίες ανάλυσης στατιστικών στοιχείων

Η δημιουργία της ενιαίας βάσης επαφών, και η καθημερινή καταγραφή νέων στοιχείων από όλες τις πλευρές επικοινωνίας με τον οργανισμό, θα δημιουργήσει και ένα σημαντικό υλικό που θα βοηθήσει τον ΟΚΑΝΑ να λαμβάνει καλύτερες αποφάσεις, με βάση την ζήτηση για υπηρεσίες, τα γεωγραφικά διαμερίσματα, την κατηγοριοποίηση των χρηστών.



## Παρούσα Κατάσταση και καταληκτική φάση του Έργου

Ολοκληρώθηκαν όλες οι δράσεις/ενέργειες και τα παραδοτέα που προβλέπονταν στο υπόεργο 1

Τα παραδοτέα Π1.2 Σχεδιασμός θεματολογίας εξειδικευμένου προγράμματος κατάρτισης αξιολογήθηκε μέσω της έρευνας που διεξήχθη κατά την υλοποίηση του Υποέργου 3. Τα αποτελέσματα της έρευνας και η αξιολόγηση έχουν περιγραφεί στην Ενδιάμεση Έκθεση Αξιολόγησης

Επίσης, το παραδοτέο Π1.5 Τεχνολογική αναβάθμιση, εμπλουτισμός και ανανέωση του ιστοτόπου (website) του ΟΚΑΝΑ είχε ολοκληρωθεί και τεθεί σε λειτουργία ο νέος δικτυακός τόπος, κατά την εκπόνηση της ενδιάμεσης έκθεσης αξιολόγησης.

Τα αποτελέσματα των ερωτηματολογίων που αφορούν στο συγκεκριμένο παραδοτέο επισυνάπτονται στην Τελική Έκθεση Αξιολόγησης.

### ΣΗΜΕΙΩΣΗ:

Η Μελέτη για τη διερεύνηση της αποτελεσματικότητας των υλοποιούμενων ενεργειών δημοσιότητας και ευαισθητοποίησης (καμπάνια, στοχευμένες δράσεις στο μέσον της υλοποίησης για τυχόν διορθωτικές ενέργειες και αναμόρφωση της επικοινωνιακής στρατηγικής (παραδοτέο 5)) δεν πραγματοποιήθηκε στο ενδιάμεσο της υλοποίησης

Το μικρό χρονικό διάστημα που μεσολάβησε από την υπογραφή της σύμβασης με τον Ανάδοχο για την υλοποίηση του Υποέργου 2 δεν δικαιολογούσε τη συγκεκριμένη μελέτη στο μέσο της υλοποίησης των ενεργειών. Η μελέτη πραγματοποιήθηκε στην τελική φάση της Πράξης και τα αποτελέσματά της θα χρησιμοποιηθούν μελλοντικά στην επικοινωνιακή πολιτική του ΟΚΑΝΑ.

## Παραδοτέα του υποέργου

Π1.1	Μελέτη για τον Επιστημονικό σχεδιασμό στρατηγικών επικοινωνίας ανάλογα με την ενέργεια, το στόχο, την ομάδα στόχο και τη χρονικά διάρκεια. Παράμετροι αξιολόγησης της πράξης
Π1.2	Σχεδιασμός θεματολογίας εξειδικευμένου προγράμματος κατάρτισης
Π1.3	Οδηγός για την έγκαιρη παρουσίαση θεμάτων σχετικών με τα ναρκωτικά στο ευρύ κοινό

Π1.4	Συνέντευξη τύπου για την προβολή του οδηγού
Π1.5	Μελέτη για τη διερεύνηση της αποτελεσματικότητας των υλοποιούμενων ενεργειών δημοσιότητας και ευαισθητοποίησης
Π1.6	Τεχνολογική αναβάθμιση, εμπλουτισμός και ανανέωσης του ιστοτόπου (website) του ΟΚΑΝΑ
<b>ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΗ ΠΑΡΑΔΟΤΕΩΝ</b>	

Η Αξιολόγηση, α) για τη Μελέτη του επιστημονικού σχεδιασμού στρατηγικών επικοινωνίας, β) του Οδηγού για την έγκαιρη παρουσίαση θεμάτων σχετικών με τα ναρκωτικά στο ευρύ κοινό και γ) των Συνεντεύξεων Τύπου, εμπεριέχεται σε Ειδική Έκθεση/Αναφορά, η οποία μπορεί να βρεθεί στο Παράρτημα 1.

Επίσης στο Παράρτημα 1.1 μπορούν να βρεθούν τα αποτελέσματα από την επεξεργασία του **Εντύπου Υ1Δ6** που αφορά στην αξιολόγηση του website του ΟΚΑΝΑ.

## **ΥΠΟΕΡΓΟ 2 : ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΚΑΙ ΕΥΑΙΣΘΗΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΟΥ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ ΣΥΝΟΛΟΥ ΜΕ ΣΤΟΧΟ ΤΗ ΔΙΕΥΚΟΛΥΝΣΗ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΠΟΥ ΣΧΕΤΙΖΟΝΤΑΙ ΜΕ ΤΗΝ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΟΣ ΤΩΝ ΕΞΑΡΤΗΣΕΩΝ**

### **Περιγραφή του Υποέργου**

Μέσω του συγκεκριμένου υποέργου ο ΟΚΑΝΑ στοχεύει στην υλοποίηση μιας πανελλαδικής εκστρατείας που θα περιλαμβάνει δράσεις ενημέρωσης ευαισθητοποίησης που θα απευθύνονται στο ευρύ κοινό αλλά και στοχευμένες δράσεις που θα απευθύνονται σε επιμέρους πληθυσμιακές ομάδες.

### **Κεντρικοί άξονες της Επικοινωνιακής Στρατηγικής**

- Η ανάπτυξη για πρώτη φορά οργανωμένης και σταθερής καμπάνιας για το θέμα των εξαρτήσεων.
- Η καταπολέμηση της ιδέας των εξαρτήσεων ως τρόπου ζωής.
- Η στόχευση των επικοινωνιακών μηνυμάτων για όλα τα είδη των εξαρτήσεων.
- Η καταπολέμηση του κοινωνικού στίγματος.
- Η ενεργοποίηση ολόκληρης της κοινωνίας και η αλλαγή των κοινωνικών προτύπων, στάσεων και συμπεριφορών, αναφορικά με τη χρήση εξαρτησιογόνων ουσιών.
- Ο περιορισμός των προκαταλήψεων για τους εξαρτημένους και τους απεξαρτημένους χρήστες.
- Ο περιορισμός της ανισότητας στην αντιμετώπιση και στην περίθαλψη των εξαρτημένων, αλλά και των απεξαρτημένων ατόμων.
- Η βελτίωση της ποιότητας της ζωής των απεξαρτημένων ατόμων.
- Η προώθηση ευκαιριών απασχόλησης.
- Η μείωση της κοινωνικής απομόνωσης.
- Η διαμόρφωση υποστηρικτικού κοινωνικού περιβάλλοντος για την πρόληψη και διακοπή των εξαρτήσεων.
- Η ενημέρωση της κοινής γνώμης για τις υπηρεσίες που προσφέρει το Εθνικό Σύστημα Υγείας και Κοινωνικής Αλληλεγγύης για το πρόβλημα των εξαρτήσεων.
- Η προβολή σε εθνική κλίμακα του έργου και των υπηρεσιών που προσφέρουν οι φορείς απεξάρτησης

- Η ενημέρωση του κόσμου της εργασίας των φορέων και των κοινωνικών ομάδων για τα δικαιώματα και τις ιδιαίτερες δυνατότητες των χρηστών.

Η επικοινωνιακή στρατηγική θα πρέπει :

- Να έχει ως κεντρικό σημείο αναφοράς την ανάδειξη της συνολικής κοινής προσπάθειας της χώρας για την επίτευξη των στόχων του Εθνικού Σχεδίου Καταπολέμησης των Εξαρτήσεων.
- Να προβάλλει στους πολίτες την ωφελιμότητα και την προοπτική από τη συμβολή των παρεχόμενων υπηρεσιών από τους εγκεκριμένους φορείς απεξάρτησης στην συνολική αναπτυξιακή προσπάθεια της Χώρας

Οι ενέργειες και τα μέσα της επικοινωνίας θα πρέπει να εξασφαλίζουν, για κάθε ενδιαφερόμενο φορέα, ομάδα και άτομο, ενημέρωση και πληροφόρηση, γνώση, και εύκολη συμμετοχή, σε κάθε ενέργεια εθνικής ή περιφερειακής /τοπικής εμβέλειας, μέσω σαφών, απλών, προσιτών μηνυμάτων, αποτελεσματικών και προσαρμοσμένων στην οικονομική και κοινωνική πραγματικότητα της χώρας, να δημιουργήσουν και να εντάξουν στη συνείδηση των πολιτών όχι μόνο την προσδοκία, αλλά και μια όσο γίνεται πιο ρεαλιστική απεικόνιση /παρουσίαση των υπηρεσιών που παρέχονται από τους φορείς απεξάρτησης, της αναγκαιότητας παροχής τους, με αναφορές και ανάδειξη των ωφελημάτων που προκύπτουν από αυτά προς τον πολίτη.

#### **Ενδεικτικές Ενέργειες Υλοποίησης**

- ✚ Σχεδιασμός και υλοποίηση Ενημερωτικών Εκστρατειών στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (Ραδιόφωνο, Τηλεόραση, Έντυπα Μέσα, Internet, τηλεφωνία, κλπ)
- ✚ Σχεδιασμός και υλοποίηση στοχευμένων δράσεων ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης που θα απευθύνονται στο γενικό πληθυσμό αλλά και σε επιμέρους πληθυσμιακές ομάδες, ανάλογα με τα χαρακτηριστικά τους γνωρίσματα και τις ανάγκες τους (διερεύνηση στάσεων, έκδοση φυλλαδίων και γενικότερου υλικού προώθησης, λειτουργία ενημερωτικών περιπτέρων, διοργάνωση ημερίδων, πολιτιστικών/αθλητικών εκδηλώσεων, ενημερωτικών δράσεων, συνεντεύξεων Τύπου κ.α.)

### **Μεθοδολογία Υλοποίησης**

- Σχεδιασμός του Σχεδίου Επικοινωνιακής Στρατηγικής της Εκστρατείας Ενημέρωσης (Παραδοτέο Α)
- Σχεδιασμός και προσαρμογή του Σχεδίου Δράσεων της Εκστρατείας Ενημέρωσης (Παραδοτέο Β) και επικαιροποιήσεις /αναθεωρήσεις αυτού (Παραδοτέα Βι)
- Υλοποίηση των εγκεκριμένων ενεργειών με βάση τις προτάσεις που θα υποβάλει ο Ανάδοχος και θα εγκρίνει ο ΟΚΑΝΑ (Παραδοτέο Γ).
- Παρακολούθηση του υποέργου
- Περιοδικές αναφορές, απολογιστικές εκθέσεις εποπτείας και ελέγχου του έργου και τήρηση αρχείου των ενεργειών (Παραδοτέα Δ).

### **Παρούσα Φάση και καταληκτική φάση του υποέργου**

Με την υπαρ. 386/04-08-2014 διενεργήθηκε ανοικτός διαγωνισμός για την ανάδειξη αναδόχου παροχής υπηρεσιών για το έργο Εκστρατεία ενημέρωσης για τις εξαρτήσεις της Πράξης με τίτλο ΚΑΜΠΑΝΙΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΞΑΡΤΗΣΕΙΣ.

Η Σύμβαση με τον Ανάδοχο (ΑΞΕΣ ΓΡΑΦΙΚΕΣ ΤΕΧΝΕΣ Α.Ε) υπογράφηκε στις 5/5/2015.

Στη συνέχεια, άρχισε η άμεση υλοποίηση των ενεργειών /δράσεων αυτές περιγράφονταν στη συγκεκριμένη σύμβαση.

## Παραδοτέα του Υποέργου 2

Π2.1	Σχέδιο Επικοινωνιακής Στρατηγικής για την Εκστρατεία Ενημέρωσης
Π2.2	Επικαιροποιήσεις /αναθεωρήσεις του Σχεδίου Δράσεων της Εκστρατείας Ενημέρωσης - επικαιροποιήσεις /αναθεωρήσεις
Π2.3	Υλοποίηση των εγκεκριμένων ενεργειών εκστρατείας ενημέρωσης
Π2.4	Περιοδικές αναφορές, απολογιστικές εκθέσεις εποπτείας και ελέγχου του έργου και τήρηση αρχείου των ενεργειών του Υποέργου
	<b>ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΗ ΠΑΡΑΔΟΤΕΩΝ</b>

Η Αξιολόγηση του Υποέργου 2, πραγματοποιείται με ειδική έκθεση αναφοράς και τεκμηρίωσης των κυριότερων παρεμβάσεων που πραγματοποιήθηκαν , η οποία επισυνάπτεται **Παράρτημα 2.**

Επίσης στο **Παράρτημα 2.1** επισυνάπτονται οι ποσοτικοί δείκτες του Υποέργου.

### ΥΠΟΕΡΓΟ 3: ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ ΣΕ ΜΕΘΟΔΟΥΣ ΧΕΙΡΙΣΜΟΥ ΜΜΕ

Στα πλαίσια υλοποίησης του Υποέργου 3, διεξήχθησαν τέσσερα (4) εκπαιδευτικά σεμινάρια, συνολικής διάρκειας δεκαέξι (16) ωρών το καθένα.

Στο εκπαιδευτικό πρόγραμμα έλαβαν μέρος συνολικά εβδομήντα (70) καταρτιζόμενοι.

Η αξιολόγηση του Υποέργου 3 ( ανάλυση όλων των στοιχείων που συλλέχτηκαν κατά την έρευνα, καθώς και παρουσίαση των συμπερασμάτων) πραγματοποιήθηκε στην Ενδιάμεση Έκθεση Αξιολόγησης.

#### Παραδοτέα του υποέργου

Π3.1	Τέσσερα (4) Τμήματα εκπαίδευσης 20 ωρών το καθένα των είκοσι ατόμων
Π3.2	Περιεχόμενο οδηγού για την έγκυρη παρουσίαση θεμάτων για τα ναρκωτικά
Π3.3	Τεύχος έκθεσης εσωτερικής αξιολόγησης
	<b>ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΗ ΠΑΡΑΔΟΤΕΩΝ</b>

### ΥΠΟΕΡΓΟ 4: ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΚΑΤΑ ΤΩΝ ΕΞΑΡΤΗΣΕΩΝ

#### Παρούσα Φάση και καταληκτική φάση του υποέργου

Με το υπαρ 5088/4-4-2015 έγγραφο του Γ.Γ του ΥΥΚΑ τροποποιήθηκε η Πράξη και καταργήθηκε το συγκεκριμένο Υποέργο.

ΣΗΜΕΙΩΣΗ: Η υλοποίηση δύο(2) Φεστιβάλ, ένα (1) στην Αθήνα και ένα (1) στη Θεσσαλονίκη συμπεριλήφθηκαν στη σύμβαση του Αναδόχου, στο Υποέργο 2 τα οποία και υλοποιήθηκαν.

## ΥΠΟΕΡΓΟ 5: ΕΞΩΤΕΡΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

Σύμφωνα με το αρχικό τεχνικό δελτίο του έργου το χρονοδιάγραμμα της οριζόταν ως εξής :

Παραδοτέα του Έργου	Ημερομηνία
Έναρξη του έργου	20/6/2011
Οδηγός Αξιολόγησης	15 ημέρες από την υπογραφή της σύμβασης
Ενδιάμεση Απολογιστική Έκθεση Αξιολόγησης	31/06/2012
Τελική, Απολογιστική Έκθεση Αξιολόγησης	31/12/2014

Λόγω καθυστερήσεων υπογραφής της σύμβασης και τροποποιήσεων του ΤΔΕ το χρονοδιάγραμμα μεταβλήθηκε ως εξής :

### 1<sup>Η</sup> ΜΕΤΑΒΟΛΗ

Παραδοτέα του Έργου	Ημερομηνία
Έναρξη του έργου	20/6/2011
Οδηγός Αξιολόγησης	3/9/2012
Ενδιάμεση Απολογιστική Έκθεση Αξιολόγησης	12/5/2013
Τελική, Απολογιστική Έκθεση Αξιολόγησης	12/5/2015

### 2<sup>Η</sup> ΜΕΤΑΒΟΛΗ

Παραδοτέα του Έργου	Ημερομηνία
Έναρξη του έργου	20/6/2011
Οδηγός Αξιολόγησης	3/9/2012
Ενδιάμεση Απολογιστική Έκθεση Αξιολόγησης	12/5/2013
Τελική, Απολογιστική Έκθεση Αξιολόγησης	30/9/2015



## ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ

Στο Παράρτημα 3, παρατίθεται Ειδική Έκθεση που αξιολογεί το σύνολο του Έργου

Επίσης το Παράρτημα 4 περιλαμβάνει :

- Το Παράρτημα 4.1 το οποίο εμπεριέχει τα αποτελέσματα της SWOT Ανάλυσης.
- Το Παράρτημα 4.2 το οποίο εμπεριέχει τα αποτελέσματα του Έντυπου Y4E2 (Ημιδομημένες Συνεντεύξεις από εκπροσώπους του ΟΚΑΝΑ και των φορέων που συμμετέχουν στις εκδηλώσεις) αξιολόγησης του Φεστιβάλ της Αθήνας.
- Το Παράρτημα 4.3 το οποίο εμπεριέχει τα αποτελέσματα του Έντυπου Y4E2 (Ημιδομημένες Συνεντεύξεις από εκπροσώπους του ΟΚΑΝΑ και των φορέων που συμμετέχουν στις εκδηλώσεις) αξιολόγησης του Φεστιβάλ της Θεσσαλονίκης.
- Το Παράρτημα 4.4 το οποίο εμπεριέχει τη Στατιστική Ανάλυση και τα αποτελέσματα/συμπεράσματα του Έντυπου Y4E1 το οποίο απευθυνόταν στους επισκέπτες του Φεστιβάλ της Αθήνας.
- Το Παράρτημα 4.5 το οποίο εμπεριέχει τη Στατιστική Ανάλυση και τα αποτελέσματα/συμπεράσματα του Έντυπου Y4E1 το οποίο απευθυνόταν στους επισκέπτες του Φεστιβάλ της Θεσσαλονίκης .

### ΕΠΙΣΗΜΑΝΣΗ

Κατά την διάρκεια υλοποίησης του φυσικού αντικείμενου της πράξης, προέκυψε η ανάγκη τροποποιήσεων τόσο στα χρονοδιαγράμματα υλοποίησης των υποέργων όσο και στο οικονομικό αντικείμενο των υποέργων 2, 5 καθώς και η κατάργηση του Υποέργου 4. Οι τροποποιήσεις οφείλονταν σε εξωγενείς παράγοντες /γεγονότα τα οποία παρατίθενται αναλυτικά στην ειδική έκθεση (Παράρτημα 3) και ήταν αιτιολογημένες.

Ο Ανάδοχος, λαμβάνοντας υπόψη τα νέα δεδομένα υλοποίησης της Πράξης (αλλαγές χρονοδιαγραμμάτων, οικονομικού αντικείμενου, κατάργηση υποέργου κ.α) έκρινε σκόπιμο η διαδικασία της αξιολόγησης να επικαιροποιηθεί και να ανανεωθεί προκειμένου αυτή να συμβαδίσει με τις τροποποιήσεις και τα νέα δεδομένα.

Επισημαίνεται δε, ότι ο Οδηγός Αξιολόγησης είχε παραδοθεί στις 3/9/3012.

Συγκεκριμένα :

- Τα Έντυπα α) Y4E1 Ερωτηματολόγιο το οποίο απευθύνεται στους επισκέπτες των Φεστιβάλ και β) Y4E2 Συνεντεύξεις από εκπροσώπους του ΟΚΑΝΑ και των φορέων που συμμετείχαν στις εκδηλώσεις, είχαν περιγραφεί στον Οδηγό Αξιολόγησης ως

εργαλεία αξιολόγησης του Υποέργου 4. Λόγω της κατάργησης του Υποέργου 4 , προτάθηκε, τα συγκεκριμένα ερωτηματολόγια να χρησιμοποιηθούν ως εργαλεία αξιολόγησης στα (2) Φεστιβάλ) που πραγματοποιήθηκαν κατά την υλοποίηση του Υποέργου 2. Τα προαναφερόμενα έντυπα διαμορφώθηκαν έτσι ώστε να ανταποκρίνονται στις αλλαγές που έγιναν.

- Με σκοπό την αξιολόγηση της πορείας του φυσικού αντικείμενου- στην ενδιάμεση φάση της Πράξης - είχε προταθεί η συλλογή και επεξεργασία στοιχείων Λόγω των χρονικών καθυστερήσεων που όπως προαναφέρθηκε οφείλονταν σε εξωγενείς παράγοντες (βλ Παράρτημα 3) και των αλλαγών που στη συνέχεια προέκυψαν στην υλοποίηση της (φυσικό & οικονομικό αντικείμενο) δεν ήταν εφικτή και σκόπιμη η προτεινόμενη διαδικασία (Έχουν αιτιολογηθεί οι καθυστερήσεις και τροποποιήσεις που δυσχέραναν το αρχικό χρονοδιάγραμμα του φυσικού αντικείμενου βλ Παράρτημα 3).
- Με σκοπό την εξαγωγή αξιόπιστων συμπερασμάτων τα οποία θα συμβάλουν στον ορθό σχεδιασμό μελλοντικών δράσεων προστέθηκε η SWOT ανάλυση ως αξιολογητικό εργαλείο.

Σύμφωνα λοιπόν με τα προαναφερόμενα, η τροποποίηση, προέκυψε από την ανάγκη, να αποτυπωθούν με σαφήνεια όλες οι προαναφερθείσες αλλαγές και η αξιολόγηση να είναι ουσιαστική και χρηστική. Οι τροποποιήσεις ήταν προϊόν συνεργασίας και έγκρισης των αρμοδίων στελεχών του ΟΚΑΝΑ .

**Τέλος στο Παράρτημα 5** παρατίθενται σε ηλεκτρονική μορφή (σκληρό δίσκο) όλο το υλικό τεκμηρίωσης των δράσεων (ενημερωτικό υλικό, Αφίσες, Δελτία Τύπου, προσκλήσεις σε ημερίδες, προγράμματα ημερίδων, φωτογραφικό υλικό κλπ).

## **ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ**

Ο Ανάδοχος της Εξωτερικής Αξιολόγησης « Intraway ΕΠΕ», θα ήθελε να **ευχαριστήσει όλους τους εμπλεκόμενους** στη συγκεκριμένη Πράξη, για τη συνεργασία τους στη διαδικασία της Αξιολόγησης του Έργου.

Επίσης, θα ήθελε να ευχαριστήσει την **κ. Μπάνου Χρυσούλα** (Υπεύθυνη του Τμήματος Προγραμμάτων και Χρηματοδότησης του ΟΚΑΝΑ) για την άμεση ανταπόκριση της και την αποστολή των σχετικών στοιχείων που ζητήθηκαν, κατά τη διαδικασία της αξιολόγησης και γενικότερα για την πολύ καλή συνεργασία.

Τέλος, θα ήθελε να ευχαριστήσει ιδιαίτερα, **την Επιστημονικά Υπεύθυνη της Πράξης κ. Πλαγιανάκου Λίνα**, η οποία σε όλα τα στάδια της αξιολόγησης, μας παρείχε την απαραίτητη πληροφόρηση για την πορεία του φυσικού αντικειμένου, τα προβλήματα/δυσχέρειες που αντιμετώπιζαν, τους τρόπους επίλυσής τους, την εξέλιξη και τα αποτελέσματα των επιμέρους δράσεων καθώς και τα απαραίτητα έγγραφα/στοιχεία τεκμηρίωσης που απαιτούνταν για τη διαδικασία της αξιολόγησης.

Αξίζει να τονιστεί, **η πολύτιμη συμβολή της κ. Πλαγιανάκου**, όχι μόνο στη διαδικασία της Αξιολόγησης αλλά και στην επιτυχή υλοποίηση & ολοκλήρωση της Πράξης γενικότερα.

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

### ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1: ΕΙΔΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ/ΑΝΑΦΟΡΑ ΤΩΝ ΠΑΡΑΔΟΤΕΩΝ:

- Α) ΜΕΛΕΤΗ ΤΟΥ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
- Β) ΟΔΗΓΟΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΓΚΥΡΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΘΕΜΑΤΩΝ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΝΑΡΚΩΤΙΚΑ
- Γ) ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΩΝ ΤΥΠΟΥ

### ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1.1\_ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΝΤΥΠΟΥ Υ1Δ6 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΤΟΥ WEBSITE ΤΟΥ ΟΚΑΝΑ

### ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2: ΕΙΔΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ ΑΝΑΦΟΡΑΣ ΚΑΙ ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗΣ ΤΩΝ ΚΥΡΙΟΤΕΡΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ ΤΟΥ ΥΠΟΕΡΓΟΥ 2

### ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2.1 : ΠΟΣΟΤΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ ΥΠΟΕΡΓΟΥ 2

### ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3 : ΕΙΔΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ ΓΙΑ ΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΤΗΣ ΠΡΑΞΗΣ

### ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4 :

- **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4.1** , ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ SWOT ΑΝΑΛΥΣΗΣ
- **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4.2** ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΝΤΥΠΟΥ ( Υ4Ε2) ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ ΑΠΟ ΕΚΠΡΟΣΩΠΟΥΣ ΤΟΥ ΟΚΑΝΑ ΚΑΙ ΤΩΝ ΦΟΡΕΩΝ ΠΟΥ ΣΥΜΜΕΤΕΙΧΑΝ ΣΤΟ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΣ
- **ΤΟ ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4.3** ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΝΤΥΠΟΥ ( Υ4Ε2) ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ ΑΠΟ ΕΚΠΡΟΣΩΠΟΥΣ ΤΟΥ ΟΚΑΝΑ ΚΑΙ ΤΩΝ ΦΟΡΕΩΝ ΠΟΥ ΣΥΜΜΕΤΕΙΧΑΝ ΣΤΟ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΤΗΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
- **ΤΟ ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4.4** Τ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΟΥ ΈΝΤΥΠΟΥ Υ4Ε1 ΤΟ ΟΠΟΙΟ ΑΠΕΥΘΥΝΟΤΑΝ ΣΤΟΥΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ ΤΟΥ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΣ
- **ΤΟ ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4.5** Τ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΟΥ ΈΝΤΥΠΟΥ Υ4Ε1 ΤΟ ΟΠΟΙΟ ΑΠΕΥΘΥΝΟΤΑΝ ΣΤΟΥΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ ΤΟΥ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΤΗΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

**ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 5 :** παρατίθενται σε ηλεκτρονική μορφή (σκληρό δίσκο)όλο το υλικό τεκμηρίωσης των δράσεων ( ενημερωτικό υλικό , Αφίσες , Δελτία Τύπου προσκλήσεις σε ημερίδες ,προγράμματα ημερίδων, φωτογραφικό υλικό κλπ)

## **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1**

### **ΕΙΔΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ/ΑΝΑΦΟΡΑ ΤΩΝ ΠΑΡΑΔΟΤΕΩΝ:**

- A) ΜΕΛΕΤΗ ΤΟΥ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
- B) ΟΔΗΓΟΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΓΚΥΡΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΘΕΜΑΤΩΝ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΝΑΡΚΩΤΙΚΑ
- Γ) ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΩΝ ΤΥΠΟΥ

## **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1 ΕΙΔΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ :**

### **Α) ΜΕΛΕΤΗ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ, ΑΝΑΛΟΓΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΝΕΡΓΕΙΑ, ΤΟ ΣΤΟΧΟ, ΤΗΝ ΟΜΑΔΑ-ΣΤΟΧΟ ΚΑΙ ΤΗ ΧΡΟΝΙΚΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ. ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΤΗΣ ΠΡΑΞΗΣ».**

Η «Μελέτη Σχεδιασμού Στρατηγικών Επικοινωνίας, ανάλογα με την Ενέργεια, το Στόχο, την Ομάδα-Στόχο και τη Χρονική Διάρκεια. Παράμετροι Αξιολόγησης της Πράξης», αποτελεί το παραδοτέο 1, του Υποέργου 1 της Πράξης ΕΣΠΑ: «Καμπάνια Ενημέρωσης για τις Εξαρτήσεις

Τα μέλη της Επιστημονικής Ομάδας που συνεργάστηκαν για την υλοποίησή της είναι: οι κ.κ Λίνα Πλαγιανάκου (Επιστημονικά Υπεύθυνη της ομάδας), Σταυρούλα Τσακανίκα, Δήμητρα Τσέλικα, Μαρία Σιδηροπούλου, Ρίβα Λάββα, Κατερίνα Μίχα, Χρυσούλα Μπάνου, Άρτεμις Καλαντζάκου, Ανδρέας Μουρσελλάς.

Η Μελέτη βασίστηκε ,σε βιβλιογραφική έρευνα καθώς και σε κείμενα που -για την κάλυψη πολλαπλών αναγκών επικοινωνίας και παρουσίασης του έργου του Οργανισμού– είχε συντάξει το Τμήμα Διεθνών και Δημοσίων Συνεργασιών ΟΚΑΝΑ, στελέχη του οποίου συμμετείχαν στην ως άνω ομάδα. Επίσης, τα επιδημιολογικά στοιχεία αντλήθηκαν από έρευνες και μελέτες του ΕΚΤΕΠΝ και του ΕΠΙΨΥ, ενώ το Media Audit υλοποιήθηκε από την εξωτερική συνεργάτη του ΟΚΑΝΑ, κα Άρτεμις Καλαντζάκου.

Ως προς την οργάνωση /δομή της η Μελέτη εμπεριέχει ,την παρουσίαση του ΟΚΑΝΑ ,ως φορέα παροχής υπηρεσιών στον τομέα των εξαρτήσεων αλλά και ως δικαιούχο της συγκεκριμένης Πράξης , το περιεχόμενο του Προγράμματος ,τον ορισμό των κύριων και οι υποομάδων στόχων , τα μέτρα υλοποίησης του προγράμματος (μέσο) και στους ενδεδειγμένους τρόπους αξιολόγησής του.

**Τα προαναφερόμενα στοιχεία είναι προαπαιτούμενα για το Σχεδιασμό Στρατηγικών Επικοινωνίας και καλύπτονται πλήρως στη συγκεκριμένη Μελέτη**

Οι γενικοί και ειδικοί στόχοι της Επικοινωνιακής Στρατηγικής ήταν σαφείς. Τα αναμενόμενα αποτελέσματα των επικοινωνιακών δράσεων και οι τρόποι για την επίτευξή τους καθορίστηκαν όσο αυτό βέβαια ήταν εφικτό

Ως προς το περιεχόμενο η μελέτη αναλύει σε βάθος

- Τη φύση και την έκταση του προβλήματος των εξαρτήσεων

- Το Έργο του ΟΚΑΝΑ και τη σύνδεση του Οργανισμού με τους κεντρικούς φορείς σχεδιασμού και υλοποίησης δράσεων στον τομέα των εξαρτήσεων
- Τον καθορισμό των διαμορφωτών κοινής γνώμης για τον ΟΚΑΝΑ με σαφή τρόπο λαμβάνει υπόψη το Θεωρητικό υπόβαθρο της επικοινωνίας για το πρόβλημα των εξαρτήσεων
- Τα προβλήματα που αναστέλλουν την υλοποίηση πολιτικών αντιμετώπισης των εξαρτήσεων και σε επίπεδο οργανισμού και σε επίπεδο εθνικό

Ο σχεδιασμός εμπεριείχε στοιχεία του εξωτερικού και εσωτερικού περιβάλλοντος του οργανισμού (ΟΚΑΝΑ) και ήταν προσαρμοσμένος στις σημερινές συνθήκες που επικρατούν στη χώρα, δεδομένης και της κοινωνικοοικονομικής κρίσης

Αναφέρονταν και είχαν προσδιοριστεί **με ενδεικτικά παραδείγματα** ,οι αιτιολογικοί παράγοντες ,που επιβάρυναν στο παρελθόν το επικοινωνιακό έργο του ΟΚΑΝΑ αλλά και την υλοποίηση /εφαρμογή μιας ολιστικής προσέγγισης κατά των εξαρτήσεων

**Αξίζει να σημειωθεί**, ότι με την αναφορά συγκεκριμένων / ενδεικτικών παραδειγμάτων, επισημάνθηκαν τα σημεία εκείνα που έπρεπε να τονισθούν επικοινωνιακά για τον Οργανισμό

Επιπρόσθετα ,ορίστηκαν με σαφήνεια οι διαμορφωτές κοινής γνώμης του ΟΚΑΝΑ , και προτάθηκαν τα επικοινωνιακά μέτρα πληροφόρησης και δημοσιότητας και οι συνέργιες που αποδείχθηκαν λειτουργικά/ές και αποτελεσματικά/ές στο παρελθόν, να αξιοποιηθούν στη συγκεκριμένη επικοινωνιακή εκστρατεία

Στη διαμόρφωση της στρατηγικής του επικοινωνιακού σχεδίου, αφενός έχει ληφθεί υπόψη, **από το διεθνές περιβάλλον** (βιβλιογραφικά και εμπειρικά), **η αποτελεσματικότητα βέλτιστων πρακτικών** επικοινωνίας που εφαρμόστηκαν στον τομέα των εξαρτήσεων ,αφετέρου αιτιολογούνται τα διάφορα μέτρα πληροφόρησης και δημοσιότητας που προτείνονται δίνοντας μια πρώτη εικόνα του τι θα επιτευχθεί.

**Συμπερασματικά** η Μελέτη Σχεδιασμού Στρατηγικών Επικοινωνίας ήταν σε συνέπεια με τους στρατηγικούς στόχους και την πολιτική του ΟΚΑΝΑ, καθώς και με τους στόχους του συγκεκριμένου Έργου . Ήταν σύμφωνη με τους όρους του Τεχνικού Δελτίου και τις πηγές χρηματοδότησης. Υπήρχε πρόβλεψη για τη βιωσιμότητα της στρατηγικής για τα επόμενα χρόνια όμως η εφικτότητα της θα εξαρτηθεί κυρίως από τους διαθέσιμους πόρους.

## **B) ΟΔΗΓΟΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΓΚΥΡΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΘΕΜΑΤΩΝ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΝΑΡΚΩΤΙΚΑ**

Ο Οδηγός, αποτελούσε το Παραδοτέο 3, του Υποέργου 1 «ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΣΥΝΤΑΞΗ ΜΕΛΕΤΗΣ & ΟΔΗΓΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ» της συγκεκριμένης Πράξης.

Η συλλογή στοιχείων, συγγραφή και επιμέλεια κειμένων, ήταν έργο της Επιστημονικής Ομάδας του Υποέργου 1, την οποία αποτελούσαν : η κ Πλαγιανάκου Λίνα- Επιστημονικά Υπεύθυνη Ομάδας και τα μέλη κ. Τσέλικα Δήμητρα, κ. Τσακανίκα Σταυρούλα, κ. Λάββα Ρίβα και κ. Καλαντζάκου Άρτεμις.

Η Επιστημονική εποπτεία των ενότητων: α) Συχνά ερωτήματα,β) Είδη ψυχοδραστικών ουσιών, γ) Γλωσσάρι Όρων, πραγματοποιήθηκε από τον κ. Κοκκώλη Κωνσταντίνο Ψυχίατρο-Υπεύθυνος Μονάδας ΟΚΑΝΑ Γ.Ν. Πειραιά «Τζάνειο», την κ. Μίχα Κατερίνα- Υπεύθυνη Τμήματος Έρευνας & Αξιολόγησης ΟΚΑΝΑ και την κ. Γεωργαλά Νικολέτα Υπεύθυνη Τμήματος Εφαρμογών Πρόληψης ΟΚΑΝΑ.

Κατά κοινή ομολογία, οι εξαρτήσεις αποτελούν ένα σύνθετο κοινωνικό πρόβλημα και το πρόβλημα αυτό, δυστυχώς, ευνοεί την ανάδειξη κάθε φοβίας, κάθε στερεότυπου, κάθε υπερβολής και υστεροβουλίας. Ως εκ τούτου, η ακριβής και έγκυρη πληροφόρηση γίνεται εκ των ων ουκ άνευ προϋπόθεση για την ίδια την ύπαρξη ενός γόνιμου πολιτικού και κοινωνικού διαλόγου για την αντιμετώπιση του συγκεκριμένου προβλήματος.

Από την άλλη πλευρά είναι αδιαμφισβήτητο γεγονός, ο ρόλος των ΜΜΕ ως διαμορφωτές της κοινής γνώμης και των απόψεων που αυτή σχηματίζει για θέματα που έχουν να κάνουν με την καθημερινή ζωή αλλά και για σημαντικά κοινωνικά ζητήματα όπως είναι και ο τομέας των εξαρτήσεων. Δεν είναι τυχαίο ότι τα ΜΜΕ χαρακτηρίζονται ως η «τέταρτη εξουσία» στο πλαίσιο της λειτουργίας μιας δημοκρατικής κοινωνίας, αντικατοπτρίζοντας έτσι τη δύναμη και το ρόλο που διαθέτουν στο πολιτικοοικονομικό και κοινωνικό γίγνεσθαι.

Σκοπός λοιπόν, της δημιουργίας του συγκεκριμένου Οδηγού, είναι η έγκυρη παρουσίαση θεμάτων σχετικά με τα ναρκωτικά, και απευθύνεται κυρίως στους δημοσιογράφους, αλλά και σε όποιον άλλον, μη ειδικό, επιθυμεί να έχει μία πρώτη, αξιόπιστη ενημέρωση. Με στόχο την ευρεία χρήση του, παρατίθεται σε έντυπη αλλά και σε ηλεκτρονική μορφή στην ιστοσελίδα του ΟΚΑΝΑ.

Ο οδηγός περιλαμβάνει τις παρακάτω ενότητες :

- ΜΜΕ – ΚΟΙΝΗ ΓΝΩΜΗ – Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΕΞΑΡΤΗΣΗΣ



- ΕΞΑΡΤΗΣΗ ΚΑΙ (ΑΠΟ)ΣΤΙΓΜΑΤΙΣΜΟΣ
- ΣΥΧΝΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ
- ΕΙΔΗ ΨΥΧΟΔΡΑΣΤΙΚΩΝ ΟΥΣΙΩΝ
- ΓΛΩΣΣΑΡΙ
- ΠΗΓΕΣ

Μέσω του Οδηγού :

- Συστήνεται, η ορθή και ψύχραιμη επιλογή και χρήση λέξεων και εικόνων που έχουν τη δύναμη να καταρρίψουν μύθους και να συμβάλουν στον αποστιγματισμό εξαρτημένων ατόμων.
- Πραγματοποιείται μια πρώτη εισαγωγή στο χώρο των εξαρτήσεων, έναν χώρο που οι γνώσεις εμπλουτίζονται και επικαιροποιούνται συνεχώς.
- Παρατίθενται υπό μορφή ερωτήσεων – απαντήσεων τα θέματα εξάρτησης και θεραπείας, που απασχολούν τους περισσότερους αναγνώστες οι οποίοι θα τύχει να έρθουν σε επαφή με τον χώρο μέσω αναγνωσμάτων.
- Επεξηγούνται με απλό και κατανοητό τρόπο έννοιες που μπορεί να χρησιμοποιούνται συχνά, αλλά ορισμένα σημεία τους, χρήζουν περαιτέρω επεξηγήσεων.
- Κατηγοριοποιούνται οι κύριες ομάδες ουσιών και παρέχονται οι πιο βασικές πληροφορίες για κάθε μια από αυτές.
- Καταγράφονται α) οι επίσημοι φορείς του χώρου των εξαρτήσεων (δημόσιοι φορείς, υπουργεία) β) Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις με σημαντική δραστηριότητα στο πεδίο αυτό γ) ευρωπαϊκοί και διεθνείς οργανισμοί, καθώς αποτελούν σημαντικούς συνεργάτες και καθοδηγητές στην επιστημονική τεκμηρίωση των δεδομένων Παράλληλα αναφέρονται (συνοπτικά) οι παρεχόμενες υπηρεσίες τους και τα στοιχεία επικοινωνίας μαζί τους.
- Αναλύονται, ώστε να γίνουν απολύτως κατανοητές έννοιες & όροι - που πολύ συχνά χρησιμοποιούνται και απαντώνται σε δελτία τύπου του ΟΚΑΝΑ και άλλων φορέων του χώρου- όπως πρόληψη-θεραπεία-κοινωνική επανένταξη, μείωση της βλάβης, συν-νοσηρότητα κ.α.

Ο ΟΚΑΝΑ με τη σύνταξη και έκδοση του συγκεκριμένου Οδηγού, επιχειρεί να προσεγγίσει με αποτελεσματικό τρόπο, όχι μόνο τα ΜΜΕ αλλά και το ευρύτερο κοινό. Οι παρεμβάσεις της πολιτείας γίνονται αποτελεσματικές μόνο με την υποστήριξη των πολιτών. Η αντιμετώπιση του προβλήματος των εξαρτήσεων είναι κατ' εξοχήν θέμα συμμετοχικής διαδικασίας. Σε αυτήν την προσπάθεια συμμετοχής της Κοινωνίας των πολιτών, ο ρόλος των ΜΜΕ είναι καθοριστικός, όχι μόνο με την ισχυρή επίδραση που έχουν και με τα επαναλαμβανόμενα πρότυπα που μπορούν να προβάλουν, έτσι ώστε, να επαναφέρουν το ζήτημα των εξαρτήσεων στην ημερήσια θεματολογία αλλά ενεργοποιώντας ταυτόχρονα, την κοινή γνώμη και παρέχοντας της αξιόπιστη πληροφόρηση.

Το περιεχόμενο του Οδηγού είναι σε συνέπεια με το σκοπό και τους επιμέρους στόχους της δημιουργίας του. Αποσκοπεί στον αποστιγματισμό του χρήστη ουσιών και επιτυγχάνει με απλά και κατανοητά λόγια να παρέχει την απαραίτητη πληροφόρηση, διατηρώντας όμως ταυτόχρονα και την αξιοπιστία της.

Αδιαμφισβήτητα, ο Οδηγός θα αποτελέσει, ένα χρήσιμο εργαλείο για τους δημοσιογράφους παρέχοντας έγκυρες και επιστημονικά τεκμηριωμένες και διαφωτιστικές πληροφορίες και είναι πλέον θέμα βούλησης των ΜΜΕ, να κάνουν ορθή χρήση αυτού.

Τέλος, η ενδυνάμωση της συνεργασίας μεταξύ των φορέων που δραστηριοποιούνται στον συγκεκριμένο τομέα, των ΜΜΕ και της κοινωνίας των πολιτών γενικότερα, είναι αυτή που θα μεγιστοποιήσει και τα οφέλη της Εθνικής Στρατηγικής, στον τομέα των εξαρτήσεων.

## **Γ) ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ ΤΥΠΟΥ**

### **A. ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ 8/9/2015**

Με σκοπό την παρουσίαση του Φεστιβάλ, ο ΟΚΑΝΑ στις 8 Σεπτεμβρίου, διοργάνωσε Συνέντευξη Τύπου στις 1200 MM, στο Ξενοδοχείο *Electra Palace*, Αριστοτέλους 9, Θεσσαλονίκη, (Αίθουσα Βυζάντιο)».

Στη Συνέντευξη Τύπου Θεσσαλονίκης προσκλήθηκαν περισσότεροι από 540 (διαμορφωτές κοινής γνώμης, δημοσιογράφοι της Θεσσαλονίκης και μέλη της ΕΣΗΕΜΘ, ΜΜΕ και συναρμόδιοι φορείς) και παρευρέθηκαν 40 άτομα (εκπρόσωποι και στελέχη συναρμόδιων φορέων, δημοσιογράφοι – Μ.Μ.Ε., καλλιτέχνες κ.α.) Η τηλεοπτική κάλυψη της Σ.Τ. έγινε από τα κανάλια TV 100 και ΔΙΟΝ TV.

Συνολικά καταγράφηκαν 60 δημοσιεύσεις σε έντυπα και ηλεκτρονικά μέσα και 8 αναμεταδόσεις τηλεοπτικού ρεπορτάζ.

Στη Συνέντευξη Τύπου, υπήρχε το απαραίτητο Υλικό Σήμανσης (Κατευθυντήριες Αφίσες , Stand Σήμανσης, Rollup Banner( 4) , Plexi glass Ομιλητών:(4)

Τέλος, σε όλους τους συμμετέχοντες διανεμήθηκε ενημερωτικό & προωθητικό υλικό Συγκεκριμένα διανεμήθηκε : 1 Πάνινη τσάντα που περιελάμβανε: Οδηγό, Folder, Ενημερωτικά Έντυπα, Πρόγραμμα, Μπλοκ, Στυλό, Pin, Καπέλο και T-shirt)

### **B. ΑΘΗΝΑ 23/9/2015**

Στις 23 Σεπτεμβρίου και ώρα 12:25 μ.μ. – 13:10 μμ. στον Πολυχώρο Gazarte (Βουτάδων 32-34, Γκάζι), ο ΟΚΑΝΑ διοργάνωσε Συνέντευξη Τύπου, με σκοπό την παρουσίαση του 2ήμερου Φεστιβάλ Ζωής, που θα πραγματοποιούνταν π στην Αθήνα στις 25 & 26 Σεπτεμβρίου 2015.

Σε επίπεδο προσέλκυσης ΜΜΕ έγιναν όλες οι απαιτούμενες ενέργειες αφού προσκλήθηκαν περισσότεροι από 800 διαμορφωτές κοινής γνώμης, δημοσιογράφοι που καλύπτουν θέματα ΟΚΑΝΑ – Υπουργείου Υγείας και Πολιτιστικά θέματα, ΜΜΕ και συναρμόδιοι φορείς .και παρευρέθηκαν 45 άτομα (εκπρόσωποι και στελέχη συναρμόδιων φορέων, Δημοσιογράφοι – Μ.Μ.Ε. εθνικής και περιφερειακής εμβέλειας, καλλιτέχνες κ.ά.)

Η τηλεοπτική κάλυψη έγινε από το Kontra Channel.

Συνολικά καταγράφηκαν 49 δημοσιεύσεις σε έντυπα και ηλεκτρονικά μέσα.

Στη συνέντευξη τύπου υπήρχαν τα απαραίτητα υλικά σήμανσης (κατευθυντήριες Αφίσες , (3) Rollup Banner, ( 3)Plexi glass Ομιλητών

Τέλος, σε όλους τους συμμετέχοντες διανεμήθηκε ενημερωτικό & προωθητικό υλικό Συγκεκριμένα διανεμήθηκε : 1 Πάνινη τσάντα που περιελάμβανε: Οδηγό, Folder, Ενημερωτικά Έντυπα, Πρόγραμμα, Μπλοκ, Στυλό, Pin, Καπέλο και T-shirt)

**Συμπερασματικά** (και για τις δύο (2) Συνεντεύξεις Τύπου) αξιολογείται, ότι πραγματοποιήθηκαν όλες οι απαραίτητες ενέργειες προετοιμασίας και προσέλκυσης διαμορφωτών κοινής γνώμης (αποστολή προσκλήσεων, ανάρτηση στο site κα) Η οργάνωσή τους ήταν επαρκής και οι χώροι που επιλέχθηκαν ήταν κατάλληλοι (κεντρικά σημεία , εύκολη πρόσβαση κ.α) η δε διαμόρφωση της αίθουσας ήταν λειτουργικά και αισθητικά πολύ ικανοποιητική Υπήρχε υλικοτεχνική/γραμματειακή υποστήριξη ( πρόβλεψη για φωτογραφική κάλυψη ,υποδοχή, των συμμετεχόντων, διανομή έντυπου υλικού κ.α).

Επιπρόσθετα, απεστάλησαν εγκαίρως τα σχετικά Δελτία Τύπου και πραγματοποιήθηκε η απαραίτητη διανομή ενημερωτικού και προωθητικού υλικού στους συμμετέχοντες. Δυστυχώς ,η συμμετοχή των δημοσιογράφων, στη Σ.Τ της Αθήνας, ήταν μικρή και αυτό οφειλόταν σε εξωγενείς παράγοντες όπως: στην Ορκωμοσία της νέας Κυβέρνησης και τις τελετές Παράδοσης-Παραλαβής των Υπουργείων Υγείας και Πολιτισμού, που κάλυπταν οι προσκεκλημένοι δημοσιογράφοι και πραγματοποιούνταν την ίδια ώρα. Το θέμα βέβαια, απασχόλησε τη δημοσιότητα τις επόμενες ημέρες με δημοσιεύματα και ρεπορτάζ σε Μ.Μ.Ε. εθνικής και περιφερειακής εμβέλειας. Επίσης ,η Σ.Τ της Θεσσαλονίκης ,παρόλο που συνέπεσε με εκδηλώσεις στη ΔΕΘ και τη Συνέντευξη Τύπου του κ. Λαφαζάνη στη Θεσσαλονίκη την ίδια ώρα, πραγματοποιήθηκε με επιτυχία.

## **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1.1 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΝΤΥΠΟΥ Υ1Δ6 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΤΟΥ WEBSITE ΤΟΥ ΟΚΑΝΑ**

### **ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗ ΒΑΘΜΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ**

Το ερωτηματολόγιο αξιολόγησης του web-site του ΟΚΑΝΑ εμπεριέχει κλίμακα βαθμολόγησης από το 1- 7.

Οι βαθμολογίες 5,6,7 θεωρούνται θετικές ,με μέγιστη θετική τιμή τον αριθμό 7.

Οι βαθμολογίες 1,2,3 θεωρούνται αρνητικές ,με μέγιστη αρνητική τιμή τον αριθμό 1.

Η βαθμολογία 4 θεωρείται «μέτρια».

**Επισημαίνεται** ,ότι στο τελευταίο πεδίο του ερωτηματολογίου με τίτλο « **Συνολική εντύπωση**» και στο σχετικό υποερώτημα (23) «Συνολική άποψη για τον δικτυακό τόπο» υπάρχει αντίστοιχη κλίμακα βαθμολόγησης από το 1-7

Οι βαθμολογίες 1,2,3 (θεωρούνται θετικές (με μέγιστη θετική τιμή (άριστα) τον αριθμό 1

Οι βαθμολογίες 5,6,7 θεωρούνται αρνητικές ,με μέγιστη αρνητική τιμή τον αριθμό 7 .

Η βαθμολογία 4 , θεωρείται μέτρια

### **ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ**

Τα συγκεκριμένο Έντυπο , συμπλήρωσαν συνολικά 8 άτομα . Την Ομάδα των ερωτηθέντων αποτέλεσαν στελέχη διαφόρων υπηρεσιών του ΟΚΑΝΑ καθώς και εξωτερικοί χρήστες του site

Από την επεξεργασία των συμπληρωμένων Εντύπων προέκυψαν τα παρακάτω :

### **Πεδίο 1 « Ευκολία Χρήσης και Λειτουργίας»**

Οι ερωτηθέντες, **στην πλειονότητά τους , βαθμολογούν πολύ θετικά (6) έως πάρα πολύ θετικά(7)** όλα τα υποερωτήματα του συγκεκριμένου πεδίου

**Θετικά (5)** αξιολογούνται από δύο ερωτηθέντες τα υποερωτήματα που σχετίζονται α) με την αίσθηση της επάρκειας β) με το εάν η ιστοσελίδα προκαλεί μία ευχάριστη και θετική εμπειρία.

Αρνητικά με βαθμολογία (2-3) αξιολογούνται από ερωτηθέντα τα υποερωτήματα του πεδίου που αφορούν α)ελκυστική εμφάνιση) Εάν η αλληλεπίδρασή του χρήστη με το δικτυακό τόπο είναι κατανοητή και αποσαφηνισμένη γ) εάν η σχεδίαση της είναι κατάλληλη του τύπου του δικτυακού τόπου δ)εάν ιστοσελίδα αποπνέει μια αίσθηση επάρκειας και ε) εάν η ιστοσελίδα προκαλεί μία ευχάριστη και θετική εμπειρία.

### **Πεδίο 2 «Ποιότητα Πληροφοριών»**

Οι ερωτηθέντες στην πλειονότητά τους αξιολογούν πολύ θετικά ( 6) έως πάρα πολύ θετικά (7) όλα τα υποερωτήματα του συγκεκριμένου πεδίου

Θετικά (5) αξιολογούνται από τρεις ερωτηθέντες ,τα υποερωτήματα που αφορούν στο εάν

α) Παρέχει ακριβή ενημέρωση β) Παρέχει επίκαιρες πληροφορίες

Αρνητικά με βαθμολογία (2-3) αξιολογούνται από ερωτηθέντα τα υποερωτήματα του πεδίου που αφορούν εάν α) Παρουσιάζει με το σωστό τρόπο τις πληροφορίες β) Παρέχει κατανοητές πληροφορίες γ) εάν παρέχει ακριβή ενημέρωση

### **Πεδίο 3 «Ποιότητα αλληλεπίδρασης»**

Θετικά (5) αξιολογούν οι ερωτηθέντες στην πλειονότητά τους όλα τα υποερωτήματα, του πεδίου εκτός των υποερωτημάτων που αναφέρονται α) στο βαθμό εξατομίκευσης β) στη διευκόλυνση της επικοινωνίας με τον οργανισμό γ)την αίσθηση συμμετοχής σε μια κοινότητα, τα οποία αξιολογούνται από την πλειονότητα των ερωτηθέντων μέτρια (4)

### **Πεδίο 4 «Συνολική εντύπωση»**

Στην πλειονότητά τους οι ερωτηθέντες εκφράζουν ότι η συνολική άποψή τους για τον δικτυακό τόπο είναι πολύ θετική (2) έως άριστη (1)

Δύο ερωτηθέντες εκφράζουν ότι η συνολική άποψή τους είναι αρνητική (6)

### **ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

Όπως προκύπτει από τα προαναφερόμενα αποτελέσματα η πλειονότητα των ερωτηθέντων αξιολογεί

- Πολύ (6) έως πάρα πολύ θετικά (7) όλα τα υποερωτήματα των πεδίων του ερωτηματολογίου
- Το Πεδίο 3 που αναφέρεται στην ποιότητα αλληλεπίδρασης αξιολογείται μέτρια (4) έως θετικά (από την πλειονότητα των ερωτηθέντων) και θα μπορούσαν να γίνουν κάποιες βελτιώσεις μελλοντικά
- Η συνολική εντύπωση των ερωτηθέντων (στην πλειονότητά τους) για το δικτυακό τόπο είναι πολύ θετική (2) έως άριστη (1)
- Η άποψη (συνολική) του Εξωτερικού Αξιολογητή για το δικτυακό τόπο είναι πολύ θετική (2)

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2

### ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2: ΕΙΔΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ ΑΝΑΦΟΡΑΣ ΚΑΙ ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗΣ ΤΩΝ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ ΤΟΥ ΥΠΟΕΡΓΟΥ 2

#### ΔΙΕΝΕΡΓΕΙΑ ΕΡΕΥΝΩΝ ΚΟΙΝΗΣ ΓΝΩΜΗΣ

Στο πλαίσιο υλοποίησης του συγκεκριμένου Υποέργου, διενεργήθηκαν δύο (2) Έρευνες Κοινής Γνώμης, που συνέβαλαν στον εντοπισμό -ποσοτικά και ποιοτικά- του βαθμού ενημέρωσης, γενικά της κοινής γνώμης, αλλά και ενός περισσότερο εξειδικευμένου κοινού, όσον αφορά στο κρίσιμο και ευαίσθητο θέμα των εξαρτήσεων, με γνώμονα πάντα τις ανάγκες του ΟΚΑΝΑ.

Οι έρευνες διενεργήθηκαν από την ΕΤΑΙΡΕΙΑ METRON ANALYSIS η οποία είναι Εξειδικευμένη ανεξάρτητη εταιρεία Ερευνών/Δημοσκοπήσεων, μέλος του ΣΕΔΕΑ και της Ευρωπαϊκής Ένωσης Έρευνας Αγοράς (ESOMAR).

**A. Ποιοτική Έρευνα** (4 ομαδικές συζητήσεις, βάσει ειδικού Οδηγού Συζήτησης Focus Groups, από ειδικευμένους ψυχολόγους της εταιρείας).

Η έρευνα διενεργήθηκε στις 11 – 17 Ιουνίου 2015 και το δείγμα αποτελούσαν α) Νέοι άνδρες και γυναίκες ηλικίας 18-28 ετών β) Γονείς 35+ παιδιών ηλικίας 15-25 ετών Όλοι οι συμμετέχοντες ήταν κάτοικοι του ευρύτερου πολεοδομικού συγκροτήματος Αθηνών – Πειραιά. Ο αριθμός των ερωτηθέντων ήταν συνολικά 40 άτομα (7-10 άτομα σε κάθε ομαδική συζήτηση (typical focus group).)

Η διάρκεια των συνεντεύξεων /συζητήσεων ήταν 2.5 ώρες (maximum) έκαστη.

Τα κυριότερα συμπεράσματα της έρευνας ανά θεματικό άξονα μπορούν να συνοψιστούν ως εξής :

#### **1. Το πλαίσιο & η ενημέρωση**

- Η ενημέρωση σχετικά με τις ουσίες και τη χρήση τους είναι ως επί το πλείστον παθητική και όχι ενεργητική.
- Η πρόσληψη πληροφοριών που προσφέρονται εξαρτάται από το βαθμό στον οποίο κάποιος νοιώθει ότι τον αφορά ή όχι.
- Η απουσία συστηματικής και συντονισμένης ενημέρωσης από ένα θεσμικό πλαίσιο (πολιτεία, σχολείο) έχει μεταφέρει την ευθύνη της ενημέρωσης των νεότερων σχεδόν αποκλειστικά στους γονείς.

- Λόγω ψυχολογικών μηχανισμών άμυνας αλλά και κουλτούρας γενικότερα, οι ουσίες και η χρήση τους, δεν προσεγγίζονται σε ένα προληπτικό επίπεδο/ στάδιο.

## **2. Χρήση ουσιών και χρήστες**

- Η αντίληψη των ουσιών μέσα από ένα συνεχές μεταφέρεται και στην αντίληψη των χρηστών αυτών των ουσιών.
- Οι ουσίες χαρακτηρίζουν το χρήστη και κυριαρχούν στη γενικότερη αντίληψη και στάση απέναντί του.
- Η στάση και η επιθυμητή αντιμετώπιση γίνονται σχεδόν αυτόματες (προκαταλήψεις) με συνέπειες ως προς την εν δυνάμει εγγύτητά μου προς αυτόν.
- Η περιθωριοποίηση, από την πλευρά του μη χρήστη, εδράζεται κυρίως στο φόβο. Παράλληλα, το συνεχές αυτό ορίζει και το επίπεδο αντιλαμβανόμενου ελέγχου τόσο από την πλευρά του χρήστη όσο και του μη χρήστη

## **3. Αντιμετώπιση**

- Υπάρχει γενική συμφωνία της μη ποινικοποίησης του χρήστη – απουσία μίας τιμωρητικής στάσης απέναντί του.
- Ο χρήστης γίνεται κυρίως αντιληπτός ως ένας «ασθενής» που χρήζει βοήθειας.

## **4. Εικόνα OKANA**

- Ο OKANA είναι άμεσα συνδεδεμένος με την παροχή θεραπείας με υποκατάστατο – με τη Μεθαδόνη.
- Η μεθαδόνη δεν γίνεται αντιληπτή ούτε ως θεραπεία αλλά ούτε και ως μέρος μίας πιο ολοκληρωμένης θεραπευτικής προσέγγισης, με αποτέλεσμα να θεωρείται ως απλά μία αντικατάσταση μίας παράνομης ουσίας από ένα νόμιμο φάρμακο.



- Η σύνδεση με τη μεθαδόνη και κατ' επέκταση με την ηρωίνη και τους χρήστες αυτής, ενδεχομένως συμβάλει σε μία «περιθωριοποίηση» και του οργανισμού, κατ' αναλογία των χρηστών ηρωίνης.
- Όπως η χρήση ηρωίνης έρχεται να ορίσει την ταυτότητα του χρήστη και να επισκιάσει κάθε άλλη διάσταση της προσωπικότητάς/ πορείας του, έτσι και η μεθαδόνη κυριαρχεί στην εικόνα του ΟΚΑΝΑ και ορίζει τη δράση και το έργο του.

#### **5. Σταθμός εποπτευόμενης χρήσης**

- Βασικό δίπολο στην αντίληψη των ουσιών αποτελεί η νομιμότητά τους, διαχωρίζοντάς αυτές σε νόμιμες και παράνομες ουσίες.
- Παράλληλα, οι παράνομες ουσίες γίνονται αντιληπτές και ως πιο βαριές και επικίνδυνες οδηγώντας το χρήστη σε απώλεια ελέγχου της ζωής του καθώς και σε περιθωριοποίηση από το κοινωνικό σύνολο.
- Σε ένα πρώτο επίπεδο ο «σταθμός εποπτευόμενης χρήσης» γίνεται αντιληπτός και ως μία προστασία μίας παράνομης κατάστασης, γεγονός που δύσκολα συνδέεται με την αντιμετώπιση του προβλήματος.
- Με βάση την ήδη υπάρχουσα εικόνα του ΟΚΑΝΑ, η λειτουργία ενός τέτοιου σταθμού ενδεχομένως ενισχύσει τη σύνδεσή του με τους χρήστες ηρωίνης και αυτό μέσα από μία δομή που δεν γίνεται αντιληπτή ως θεραπευτική.

#### **B. Ποσοτική Έρευνα: (computer assisted τηλεφωνικές συνεντεύξεις – CATI)**

Η έρευνα πεδίου(τηλεφωνική έρευνα απόψεων για τη χρήση ουσιών και τους χρήστες) διεξήχθη από 22-26/09/2015 Για την επιλογή του δείγματος χρησιμοποιήθηκε τυχαία δειγματοληψία από αρχείο τηλεφωνικών αριθμών . Το μέγεθος του δείγματος ανέρχεται σε 1201 άτομα ηλικίας 18-65 ετών που κάτοικοι των μεγάλων αστικών κέντρων της χώρας :Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Πάτρα, Λάρισα, Ηράκλειο ,Ιωάννινα) Η διάρκεια των τηλεφωνικών συνεντεύξεων **12 λεπτά (maximum)**

Το δείγμα σταθμίστηκε εκ των υστέρων ως προς το φύλο, ηλικία και περιοχή κατοικίας.

Τα κυριότερα συμπεράσματα της έρευνας ανά θεματικό άξονα μπορούν να συνοψιστούν ως εξής :

### **1. Πηγές ενημέρωσης για το ζήτημα των ναρκωτικών**

- Το Internet και η τηλεόραση αποτελούν τις κυριότερες πηγές ενημέρωσης για το ζήτημα των ναρκωτικών με ποσοστά 57,5% και 49,0% αντίστοιχα. Ακολουθούν με πολύ μικρότερα ποσοστά οι εφημερίδες και οι φίλοι.

### **2. Το πρόβλημα των ναρκωτικών στη διάρκεια της κρίσης**

- Πάνω από ένας στους δυο (ποσοστό 53,6%) πιστεύει ότι το πρόβλημα των ναρκωτικών έχει αυξηθεί στα χρόνια της κρίσης στη χώρα μας. Στους συνταξιούχους το ποσοστό αυτό ξεπερνά το 65%

### **3. Στάση & Απόψεις για τη Χρήση και τους Χρήστες**

#### **3.1 Άποψη για τη νομιμοποίηση όλων των ναρκωτικών ουσιών**

- Η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτώμενων (ποσοστό 92,1%) διαφωνεί με τη νομιμοποίηση όλων των ναρκωτικών ουσιών

#### **3.2 Άποψη για τη νομιμοποίηση μόνο της κάνναβης**

- Ωστόσο 1 στους 3 (ποσοστό 35,2%) συμφωνεί με τη νομιμοποίηση μόνο της κάνναβης. Στους φοιτητές το αντίστοιχο ποσοστό αγγίζει το 46,1%

#### **3.3 Ποινική και θεραπευτική διάσταση**

- Η ποινικοποίηση της χρήσης *Όρισμένοι λένε ότι θα πρέπει να επιβάλλονται ποινές*
- στους 5 (ποσοστό 80,7%) πιστεύουν ότι δε θα πρέπει να επιβάλλονται ποινές φυλάκισης στους χρήστες ναρκωτικών ουσιών.

#### **3.4 Άποψη για τη θεραπεία από την εξάρτηση από τα ναρκωτικά**

- Η πλειοψηφία των ερωτώμενων (ποσοστό 86,2%) πιστεύει ότι η εξάρτηση από τα ναρκωτικά θεραπεύεται. Στους νέους 18-24 ετών και στους φοιτητές το ποσοστό αυτό φτάνει το 92%

#### **3.5 Άποψη για την πρόσβαση των εξαρτημένων από ναρκωτικά σε θεραπεία**

- Σχεδόν όλοι (ποσοστό 97,4%) θεωρούν ότι η πρόσβαση σε θεραπεία των εξαρτημένων από ναρκωτικά αποτελεί θεμελιώδες δικαίωμα

#### **3.6 Απόψεις και στάσεις για τη χρήση ουσιών και τους χρήστες**

Οι χρήστες ναρκωτικών πρέπει να αντιμετωπίζονται σαν ασθενείς (82,1 %)

Οι χρήστες ναρκωτικών είναι απρόβλεπτοι (68,1%)

Οι χρήστες ναρκωτικών έχουν αδύναμο χαρακτήρα (68,0 %)

Η περιστασιακή χρήση ναρκωτικών είναι εξ ίσου σοβαρή με την εξάρτηση από ναρκωτικά (62,9 %)

Οι χρήστες ναρκωτικών είναι επικίνδυνοι (48,9 %)

Οι χρήστες ναρκωτικών βλάπτουν μόνο τον εαυτό τους και όχι τους άλλους (31,9%)

Δεν είναι επικίνδυνο να κάνει κανείς χρήση μαριχουάνας ή χασίς περιστασιακά (25,2 %)

### **3.7 Άποψη για τη χορήγηση υποκατάστατων**

- Πάνω από 6 στους 10 (ποσοστό 64,2%) θεωρούν ότι θα πρέπει να υπάρχει δυνατότητα υποκατάστατων, σε όποιον το επιθυμεί. Ωστόσο στους νέους 18-24 ετών το ποσοστό διαφωνίας αγγίζει το 44,5%

### **3.8 Κοινωνική αποδοχή εξαρτημένων ατόμων**

Θα μπορούσα να δουλεύω με ένα άτομο με σωματική αναπηρία ( 93,9 %)

Θα μπορούσα να δουλεύω με έναν αποφυλακισμένο (60,8 %)

Θα μπορούσα να έχω φίλο ένα εξαρτημένο άτομο από ναρκωτικά (46,2 %)

Θα μπορούσα να δουλεύω με έναν αλκοολικό (31,6 %)

Θα μπορούσα να δουλεύω με έναν εξαρτημένο από ναρκωτικά (30,9 %)

Θα μπορούσα να δουλεύω με έναν ψυχικά ασθενή ( 28,4 %)

## **4. Αναγνωρισιμότητα & Εικόνα OKANA**

### **4.1 Αυθόρμητη αναγνωρισιμότητα φορέων**

- Πάνω από ένας στους 2 (ποσοστό 52,5%) αναφέρει αυθόρμητα τον OKANA ως τον φορέα που ασχολείται με την αντιμετώπιση του ζητήματος των ναρκωτικών. Ακολουθεί ο ΚΕΘΕΑ με μεγάλη ωστόσο διαφορά.

### **4.2 Συνολική αναγνωρισιμότητα OKANA-ΚΕΘΕΑ**

- Η συνολική αναγνωρισιμότητα ,τόσο του OKANA όσο και του ΚΕΘΕΑ είναι πλειοψηφική και μάλιστα στην περίπτωση του OKANA **φτάνει το 95,4%**

### **4.3 Familiarity**

- Παρόλο που και οι δυο φορείς σημειώνουν πλειοψηφική αναγνωρισιμότητα ,το ποσοστό όσων δηλώνουν ότι έχουν άποψη για κάθε έναν από αυτούς δεν είναι ανάλογα μεγάλο. 2 στους 5 (ποσοστό 39,2%) έχουν άποψη για τον OKANA ενώ για τον ΚΕΘΕΑ το αντίστοιχο ποσοστό μόλις που ξεπερνά το 30%

## **5. Εικόνα ΟΚΑΝΑ**

Ο ΟΚΑΝΑ είναι μια δημόσια υπηρεσία (63,8 %)

Ο ΟΚΑΝΑ έχει συμβάλει ουσιαστικά στη μείωση του προβλήματος των ναρκωτικών στη χώρα μας (56,4 %)

Ο ΟΚΑΝΑ καλύπτει με τις υπηρεσίες του όλο το φάσμα φροντίδας για τις εξαρτήσεις (πρόληψη, θεραπεία, επανένταξη ( 52,3 %)

Ο ΟΚΑΝΑ έχει μονάδες θεραπείας σε πολλές πόλεις της Ελλάδας ( 49,9 %)

Ο ΟΚΑΝΑ λειτουργεί θεραπευτικά προγράμματα μόνο με υποκατάστατα (δηλαδή με φαρμακευτικές ουσίες που υποκαθιστούν την ηρωίνη, όπως μεθαδόνη/βουπρενοφρίνη) (47,2 %)

## **6. Χώροι εποπτευόμενης χρήσης**

- Σχεδόν 6 στους 10 (ποσοστό 59,6%) συμφωνούν με τη λειτουργία «χώρων εποπτευόμενης χρήσης» στη χώρα μας. Στους διαφωνούντες ωστόσο συγκαταλέγονται οι νέοι 18-24 ετών με ποσοστό 53%

### **6.1 Αποψη για τη λειτουργία χώρων εποπτευόμενης χρήσης στην περιοχή τους**

- Η πλειοψηφία (ποσοστό 86,8%) όσων συμφωνούν ή είναι ουδέτεροι με τη λειτουργία χώρων εποπτευόμενης χρήσης στη χώρα φαίνεται ότι δε θα είχαν πρόβλημα με τη λειτουργία των συγκεκριμένων χώρων στην περιοχή τους

## ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ SITE ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΑΜΠΑΝΙΑ

**Σκοπός** της δημιουργίας του συγκεκριμένου site ήταν η συγκέντρωση και η παροχή διαδικτυακά, όλου του υλικού που παραγόταν στο πλαίσιο της καμπάνιας.

- **ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ ΤΗΣ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ**

### Domain Name

Το συγκεκριμένο Site εμπεριέχεται και στον επίσημο δικτυακό τόπο του ΟΚΑΝΑ, εντούτοις λειτουργεί και αυτόνομα, καθώς είναι προσβάσιμο και απευθείας με δικό του url: **www.okanacampaign2015.gr**

### Το περιεχόμενο του site περιλαμβάνει τα εξής:

- «Ταυτότητα» του ΟΚΑΝΑ (profile, προγράμματα/δράσεις, δομές κλπ)
- Ανακοίνωση-προβολή των Road Shows, των Ημερίδων και των Συνεντεύξεων Τύπου
- Δημοσιότητα για τα Φεστιβάλ (εκδηλώσεις, πρόγραμμα κλπ)
- Παρουσίαση-διάθεση του συνόλου του ενημερωτικού υλικού (Δ.Τ ./ενημερωτικά κείμενα, έντυπα, φωτογραφίες, videos κλπ)

## **ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ (FACEBOOK, TWITTER , HASHTAG),**

Με σκοπό την προβολή των δράσεων /ενεργειών της εκστρατείας ενημέρωσης έγινε ευρεία χρήση των μέσων κοινωνική; δικτύωσης (social media)

### **ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΕΡΓΑΛΕΙΩΝ**

#### **A .Facebook**

Διαμόρφωση σελίδας – Facebook Page, ως τη μεγαλύτερη -έως σήμερα- social media κοινότητα στον κόσμο.

#### **B. Άνοιγμα Λογαριασμού – Twitter Account.**

#### **Γ. Δημιουργία hashtag**

### **ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ ΤΗΣ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ**

Παρατίθενται τα στοιχεία τεκμηρίωσης της ενέργειας

**A. FACEBOOK LINK:** <https://www.facebook.com/OKANACampaign2015?fref=ts>

**B. TWITTER LINK:** <https://twitter.com/OKANACampaign>

#### **Γ. ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ hashtag**

1. #okana
2. #OKANACampaign2015
3. #international\_day\_against\_drugs
4. #okana\_RoadShow\_Iraklio23\_6\_2015
5. #okana\_RoadShow\_Patras25\_6\_2015
6. #okana\_RoadShow\_Komotini27\_6\_2015
7. #okana\_Roadshow\_Larisa29\_6\_2015
8. #okana\_RoadShow\_Giannena26\_6\_2015

#### **Γ.1 ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ HASHTAG για τα Φεστιβάλ**

- #festivalOKANA

## ΣΤΟΧΕΥΜΕΝΕΣ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ

### ΗΜΕΡΙΔΕΣ

#### 1. Διοργάνωση Ημερίδας «ΜΜΕ & Εξαρτήσεις» (25.06.15)

Στις 25η Ιουνίου 2015 ( με αφορμή την Παγκόσμια Ημέρα Κατά των Ναρκωτικών 26/6/2015) πραγματοποιήθηκε στην Αθήνα , στο Ξενοδοχείο Divani Caravel (Αίθουσα Athens View) Ημερίδα του ΟΚΑΝΑ με θέμα «**ΜΜΕ & Εξαρτήσεις**».

Στην Ημερίδα προσκλήθηκαν : περισσότεροι από 500 (διαμορφωτές κοινής γνώμης, δημοσιογράφοι, ΜΜΕ, ειδικές ομάδες στόχου και συναρμόδιοι φορείς και παρευρέθηκαν 70 άτομα (εκπρόσωποι και στελέχη συναρμόδιων φορέων, Δημοσιογράφοι – Μ.Μ.Ε. εθνικής εμβέλειας, καθηγητές και φοιτητές από Σχολές Δημοσιογραφίας και Μ.Μ.Ε. κ.α.)

Η Ημερίδα αυτή αποτέλεσε ευκαιρία άμεσης επικοινωνίας του ΟΚΑΝΑ με την ειδική ομάδα-στόχου, καθώς και της Διοίκησης του Οργανισμού με τους εκπροσώπους των άλλων συναρμόδιων φορέων και με τους άμεσα ενδιαφερομένους δημοσιογράφους - εκπροσώπους των Μ.Μ.Ε., προκειμένου να ενημερωθούν ουσιαστικά για το θέμα των Εξαρτήσεων και την επικοινωνία.

Παράλληλα στην εκδήλωση έγινε ουσιαστική προβολή του «**Οδηγού για την έγκυρη παρουσίαση θεμάτων σχετικά με τα ναρκωτικά**» στους δημοσιογράφους και διαμορφωτές κοινής γνώμης, προκειμένου να αποτελέσει ένα χρήσιμο εργαλείο, το οποίο παρέχει έγκυρες και επιστημονικά τεκμηριωμένες πληροφορίες, δοσμένες με τέτοιο τρόπο, ώστε να είναι κατανοητές και διαφωτιστικές στην προσπάθεια αξιόπιστης ενημέρωσης του κοινού.

Το πρόγραμμα της Ημερίδας ήταν το παρακάτω:

Έναρξη Εργασιών: 12:00 μμ.

Χαιρετισμοί Επισήμων: 12:15-12:30 μμ.

Εναρκτήρια Ομιλία: 12:30 μμ.

Την έναρξη της Εκδήλωσης κήρυξε ο κ. Ευάγγελος Καφετζόπουλος, Νευρολόγος - Ψυχίατρος, Πρόεδρος Δ.Σ. του ΟΚΑΝΑ, ο οποίος αναφέρθηκε στην ανάγκη αλλαγής της μέχρι σήμερα πολιτικής.

Στη συνέχεια ακολούθησαν ομιλίες από τους::

- κ. Γιώργο Πλειό, Καθηγητή & Πρόεδρο του Τμήματος Επικοινωνίας και Μ.Μ.Ε. του Πανεπιστημίου Αθηνών (12:30 μ.μ.)
- κα Νανά Νταουντάκη, Δημοσιογράφο, Εκπρόσωπο της ΕΣΗΕΑ 13:00 μ.μ

- κα Λίνα Πλαγιανάκου, Υπεύθυνη Τμήματος Διεθνών & Δημοσίων Συνεργασιών του ΟΚΑΝΑ13:15 μ.μ.:

Μετά το πέρας των ομιλιών ακολούθησε συζήτηση και έγιναν παρεμβάσεις από παρευρισκόμενους.

Τέλος, παρατέθηκε Ελαφρύ Γεύμα: 14:00 μ.μ.

Τις εργασίες της Ημερίδας, τίμησαν με την παρουσία και τις ομιλίες τους, οι κ.κ. Παναγιώτης Κουρουμπλής, Υπουργός Υγείας και Γιάννης Πανούσης, Αναπληρωτής Υπουργός Προστασίας του Πολίτη, καθώς και η Δρ. Χριστίνα Παπουτσοπούλου-Διαμαντοπούλου, Εθνική Συντονίστρια για την Αντιμετώπιση των Ναρκωτικών.

#### **ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ ΔΗΜΟΣΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΗΣ ΗΜΕΡΙΔΑΣ**

Με σκοπό τη δημοσιοποίηση της διοργάνωσης Ημερίδας αλλά και των αποτελεσμάτων αυτής πραγματοποιήθηκαν ανά κατηγορία ενεργειών τα παρακάτω :

#### **Αποστολή Προσκλήσεων**

- Πραγματοποιήθηκαν όλες οι απαραίτητες ενέργειες δημοσιοποίησης της Ημερίδας (αποστολή έντυπων και ηλεκτρονικών προσκλήσεων Απεστάλησαν περισσότερες από 500 ηλεκτρονικές Προσκλήσεις σε διαμορφωτές κοινής γνώμης, δημοσιογράφους, ΜΜΕ, ειδικές ομάδες στόχου και συναρμόδιους φορείς.

#### **Δελτία Τύπου**

- **Δ.Τ. Ανακοίνωσης** της Ημερίδας.
- **Δ.Τ. Απολογισμού** της Ημερίδας.

(Το Δ.Τ. Απολογισμού περιελάμβανε και τις σχετικές δηλώσεις του Υπουργού Υγείας, κ. Π. Κουρουμπλή, του Αναπληρωτή Υπουργού Προστασίας του Πολίτη, κ. Γ. Πανούση, καθώς και της Εθνικής Συντονίστριας για την Αντιμετώπιση των Ναρκωτικών, Δρ. Χ. Παπουτσοπούλου-Διαμαντοπούλου.)

#### **Αναρτήσεις Υλικού**

- Στο site του ΟΚΑΝΑ & ΟΚΑΝΑ Campaign 2015:-  
Δ.Τ. Απολογισμού της Ημερίδας)
- Στη σελίδα του ΟΚΑΝΑ Campaign 2015 του Facebook και το λογαριασμό Twitter του ΟΚΑΝΑ Campaign 2015- Αποσπάσματα ομιλιών, φωτογραφίες και δημοσιεύματα από την Ημερίδα

#### **Υλικά Σήμανσης – Σκηνικά**



- Κατευθυντήριες Αφίσες και Stand Σήμανσης
- Rollup Banner 150x290cm:1
- Σκηνικό Αίθουσας: 1
- Plexi glass Ομιλητών: 4

#### **Διανομή Υλικού**

Πάνινη τσάντα η οποία περιείχε τον Οδηγό, Folder, Ενημερωτικά Έντυπα ,Πρόγραμμα Εργασιών, Μπλοκ,

Στυλό και Pin.

- Ποσότητα: **150** τμχ

#### **Επιλεκτική Διανομή σε Δημοσιογράφους**

- Καπέλα: **25** τμχ
- T-shirt: **40** τμχ

#### **Δημοσιογραφική Κάλυψη**

Στην εκδήλωση παρευρέθησαν δημοσιογράφοι από Μ.Μ.Ε. εθνικής εμβέλειας και τον ειδικό τύπο. Η τηλεοπτική κάλυψη της Ημερίδας έγινε από την ΕΡΤ - Δημόσια Τηλεόραση.

ΣΗΜΕΙΩΣΗ: Το θέμα -δεδομένων των αναπάντεχων εξελίξεων και την αλλαγή στην agenda της επικαιρότητας λόγω των κρίσιμων πολιτικών ειδήσεων- απασχόλησε τη δημοσιότητα τις επόμενες ημέρες με δημοσιεύματα και ρεπορτάζ σε Μ.Μ.Ε. εθνικής και περιφερειακής εμβέλειας.

#### **Δημοσιεύσεις**

Καταγράφηκαν **50 δημοσιεύσεις** σε έντυπα και ηλεκτρονικά μέσα

#### **Αρχείο**

Οργάνωση του φυσικού αρχείου τεκμηρίωσης της ενέργειας (φωτογραφικό υλικό, δημοσιεύματα κλπ

**2. ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΗΜΕΡΙΔΑΣ με θέμα: «Αντιμετώπιση Διαταραχών Χρήσης Ουσιών στο Σύστημα Υγείας». (10/9/2015)**

Ο Οργανισμός κατά των Ναρκωτικών, στο πλαίσιο υλοποίησης της Πράξης ΕΣΠΑ «Καμπάνια Ενημέρωσης για τις Εξαρτήσεις» διοργάνωσε Ημερίδα με θέμα: «Αντιμετώπιση Διαταραχών Χρήσης Ουσιών στο Σύστημα Υγείας».

Η Ημερίδα πραγματοποιήθηκε την Πέμπτη 10 Σεπτεμβρίου και ώρα 10.30 π.μ., στο Divani Caravel (Βασ. Αλεξάνδρου 2, Αθήνα), αίθουσα Athens View.

Στην Ημερίδα προσκλήθηκαν περισσότεροι από **500** (διαμορφωτές κοινής γνώμης, δημοσιογράφοι, ΜΜΕ, ειδικές ομάδες στόχου, ιατροί και επαγγελματίες του χώρου Υγείας και Πρόνοιας, εκπρόσωποι – στελέχη συναρμόδιων φορέων) και παρευρέθηκαν 70 άτομα (εκπρόσωποι και στελέχη συναρμόδιων φορέων, Δημοσιογράφοι – Μ.Μ.Ε. εθνικής εμβέλειας, ιατροί και επαγγελματίες του χώρου Υγείας και Πρόνοιας κ.ά.)

Την έναρξη της Ημερίδας (11.00 πμ) πραγματοποίησε ο κ. **Ευάγγελος Καφετζόπουλος**, Νευρολόγος - Ψυχίατρος, Πρόεδρος Δ.Σ. ΟΚΑΝΑ ο οποίος αναφέρθηκε στο νέο πολιτικό στίγμα και τις προτεραιότητες του Οργανισμού για τη νέα περίοδο.

Στη συνέχεια(11.15-11.30) το λόγο πήρε η κα Μανίνα Τερζίδου, Επιστημονικά Υπεύθυνη ΕΚΤΕΠΝ. Η κα Τερζίδου, παρουσίασε τα διαθέσιμα μέχρι στιγμής στοιχεία για την εξέλιξη της κατάστασης του προβλήματος των ναρκωτικών στην Ελλάδα, όπως αυτή διαμορφώθηκε το 2014, τα οποία στο σύνολό τους θα παρουσιαστούν στην Ετήσια Έκθεση του 2016.

Ο κ. Κυριάκος Σουλιώτης, Επ. Καθηγητής Πολιτικής Υγείας Πανεπιστημίου Πελοποννήσου, ξεκίνησε την ομιλία του επισημαίνοντας την αναγκαιότητα συμμετοχής της πρωτοβάθμιας φροντίδας υγείας στην αντιμετώπιση των διαταραχών από τη χρήση ουσιών

Στην ομιλία της, η κα Κάκια Νικολάου, Υπεύθυνη Μονάδας Σωματικής Αποτοξίνωσης Detox του Ψυχιατρικού Νοσοκομείου Θεσσαλονίκης, αναφέρθηκε στη λειτουργία της μοναδικής στο είδος της σε ολόκληρη την Ελλάδα Μονάδας Σωματικής Αποτοξίνωσης του ΨΝΘ.

Στην εκδήλωση παρουσιάστηκε και ο επικαιροποιημένος «**Πρακτικός οδηγός αναφοράς για την άμεση αντιμετώπιση της τοξίκωσης και της στέρησης**».

Παρουσιάζοντας τα βασικά σημεία του Οδηγού, ο κ. Κωνσταντίνος Κοκκώλης, (Αν. Διευθυντής Εφαρμογής Προγραμμάτων ΟΚΑΝΑ) επεσήμανε πως αποσκοπεί στην εξοικείωση των κλινικών ιατρών με τους χρήστες ψυχοδραστικών ουσιών, σταχυολογώντας τις βέλτιστες πρακτικές αντιμετώπισης των συνδρόμων στέρησης και της τοξίκωσης στο πλαίσιο της καθημερινής κλινικής πρακτικής

ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ ΔΗΜΟΣΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΗΣ ΗΜΕΡΙΔΑΣ

- Αποστολή Προσκλήσεων
- Ανάρτηση στο site του OKANA & Καμπάνιας
- Αφίσες
- Πρόγραμμα Ημερίδας
- Δελτίο Τύπου
- Φωτογραφικό Υλικό
- Βεβαιώσεις Συμμετοχής
- Ο Οδηγός αναφοράς υπάρχει σε έντυπη και ηλεκτρονική μορφή

*Τον «Οδηγό αναφοράς για την άμεση ιατρική αντιμετώπιση των προβλημάτων που σχετίζονται με τη χρήση» μπορείτε να τον βρείτε στον παρακάτω σύνδεσμο:*

<http://www.okanacampaign2015.gr/images/ebooks/OKANA-IATRIKO-HTML/index.html>

#### Υλικά Σήμανσης

- Κατευθυντήριες Αφίσες και Stand Σήμανσης
- Rollup Banner (150x290cm): **1**
- Σκηνικό Αίθουσας: **1**
- Plexi glass Ομλητών: **5**

#### Διανομή ενημερωτικού & προωθητικού υλικού

- Πάνινη τσάντα (2 Οδηγοί, Folder, Ενημερωτικά Έντυπα, Πρόγραμμα Εργασιών, Μπλοκ, Στυλό, Pin, Καπέλο και T-shirt): **170** τμχ

#### Δημοσιεύσεις

- Το θέμα απασχόλησε τη δημοσιότητα τις επόμενες ημέρες με δημοσιεύματα και ρεπορτάζ σε ενημερωτικά και επιστημονικά ηλεκτρονικά ΜΜΕ.
- Καταγράφηκαν **11 δημοσιεύσεις** σε ηλεκτρονικά μέσα.

### **3. Ενημερωτικές δράσεις / ROAD SHOWS**

Με αφορμή την 26η Ιουνίου – Παγκόσμια Ημέρα Κατά των Ναρκωτικών, πραγματοποιήθηκε σειρά ενημερωτικών δράσεων-Road Shows στις κεντρικές πλατείες των 5 μεγάλων πόλεων της χώρας.

Ο προγραμματισμός και η οργάνωση των street events περιελάμβανε ειδικό όχημα-βαν και ενημερωτικό περίπτερο-infokiosk, για τη διανομή ενημερωτικού υλικού και αναμνηστικών, σύμφωνα πάντα με τις οδηγίες και τις απαιτήσεις του ΟΚΑΝΑ

Οι ημερομηνίες υλοποίησης των προαναφερόμενων δράσεων ήταν από 23-29 Ιουνίου.

Αναλυτικά, οι πόλεις, οι ημερομηνίες και οι τοποθεσίες όπου διενεργήθηκαν τα Road Shows, είναι:

- **Ηράκλειο**, Τρίτη – 23 Ιουνίου (Πλατεία Ελευθερίας)
- **Πάτρα**, Πέμπτη – 25 Ιουνίου (Πλατεία Όλγας)
- **Ιωάννινα**, Παρασκευή 26 Ιουνίου (Κεντρική Πλατεία Ιωαννίνων [Ρολόι])
- **Κομοτηνή**, Σάββατο – 27 Ιουνίου (Κεντρική Πλατεία)
- **Λάρισα**, Δευτέρα – 29 Ιουνίου (Πλατεία Ταχυδρομείου)

## **ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ ΤΗΣ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ**

### **Κεντρικά Στοιχεία**

- 1 λυόμενο Ενημερωτικό Περίπτερο – Infokiosk, διαστάσεων 6m X 4m, συμπεριλαμβανομένων και των ειδικών stands
- Επένδυση οχήματος-Van
- Αντίστοιχα συνεργεία μεταφοράς, εγκατάστασης και λειτουργίας σε 5 πόλεις

### **Προσκλήσεις – Επιστολές**

- Ενημερωτικές Επιστολές απεστάλησαν (ηλεκτρονικά/ταχυδρομικά) στους κατά τόπους Δήμους, για τη διερεύνηση της διαθεσιμότητας και την παραχώρηση/ενοικίαση των χώρων εγκατάστασης των ενημερωτικών Περιπτέρων.
- **5 Προσκλήσεις/Ανακοινώσεις** (ηλεκτρονικές/ενημερωτικά mails) απεστάλησαν σε δημοσιογράφους και ΜΜΕ της κάθε

### **Παραγωγή Υλικών**

- Εικαστικός Σχεδιασμός & Επένδυση Οχήματος: 1 εξωτερική διαφήμιση-αφίσα
- Εικαστικός/κατασκευαστικό Σχεδιασμός & Επένδυση Περιπτέρου – Infokiosk: Banners (4χρωμιά), συμπεριλαμβανομένων των εκτυπώσεων, των επιμέρους υλικών και του μηχανισμού στήριξης

**Διανομή Υλικού (ενημερωτικού & προωθητικού)**

- Ενημερωτικά έντυπα – φυλλάδια: 11.902 τμχ (4πτυχο Πρόληψη) – 12.730 τμχ (4πτυχο γενικό) – 21.660 τμχ (3πτυχο γενικό) – 22.200 τμχ (3πτυχο Πρόληψη) – 20.000 τμχ (γονείς)
- Αφίσες: 445 τμχ
- Κονκάρδες-pins: 6.500 τμχ
- Καπέλα-jockey: 4.615 τμχ
- T-shirts: 6.906 τμχ
- Στυλό/μολύβια: 3.475 τμχ

**Αποστολή Δελτίων Τύπου**

- 5 Δ.Τ. Ανακοίνωσης των Ενημερωτικών Δράσεων – Road Shows (ένα για κάθε περιοχή)
- Ηλεκτρονικές αποστολές σε περιφερειακά/τοπικά ΜΜΕ

**Αναρτήσεις Υλικού**

- Στο site δημοσιότητας και στην fb page και το twitter:
- Δελτία Τύπου ανακοίνωσης (της κάθε περιοχής)
- Φωτογραφικό υλικό από τα street events

**Δημοσιεύσεις**

23 δημοσιεύματα γενικά για τα Road Shows

11 δημοσιεύματα (Ηράκλειο)

7 δημοσιεύματα(Πάτρα)

7 δημοσιεύματα (Ιωάννινα)

5 δημοσιεύματα (Λάρισα)

3 δημοσιεύματα (Κομοτηνή)

**Σύνολο: 56 δημοσιεύματα**

**Ο αριθμός των επισκεπτών, υπολογίζεται περίπου στα 25.000 άτομα.**

## **ΠΑΡΑΓΩΓΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΒΟΛΗ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ & ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΟΥ-ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ**

### **A. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΟΥ ΜΗΝΥΜΑΤΟΣ (TV SPOT)**

Κατά την υλοποίησης της συγκεκριμένης Πράξης πραγματοποιήθηκε ο Σχεδιασμός και Παραγωγή Τηλεοπτικού Μηνύματος (TV Spot) για την προβολή του σε τηλεοπτικούς σταθμούς (εθνικής και περιφερειακής εμβέλειας), ως Κοινωνικό Μήνυμα. Το κεντρικό θέμα του spot ήταν «Υπάρχουν πολλοί τρόποι για να ταξιδέψεις»

Το περιεχόμενο του TV SPOT αφορούσε γενικά στην πρόληψη, εστιάζοντας στη σωστή αντιμετώπιση και τον περιορισμό του προβλήματος των εξαρτήσεων, μέσα από μια θετική και αισιόδοξη ματιά, πάντα σε σύνδεση με τον πολύτιμο ρόλο και την εικόνα αξιοπιστίας του ΟΚΑΝΑ.

Το δημιουργικό του spot ήταν το «Αερόστατο» και οπτικοποίηση-αξιοποίηση των κεντρικών μηνύματων της καμπάνιας, ακολουθώντας την επικοινωνιακή κατεύθυνση που είχε εγκριθεί από τον ΟΚΑΝΑ.

### **ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΗΣ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ**

Η Παραγόμενη ποσότητα ήταν 1 πρωτότυπο TV spot (master υλικό)

ΣΗΜΕΙΩΣΗ: Η αναπαραγωγή σε αντίτυπα (για αποστολή σε τηλεοπτικούς σταθμούς εθνικής/περιφερειακής εμβέλειας), πραγματοποιήθηκε μετά και την οριστικοποίηση του αριθμού των τοπικών/περιφερειακών Μέσων.

### **ΠΑΡΑΓΟΜΕΝΕΣ ΠΟΣΟΤΗΤΕΣ**

#### **Τηλεόραση**

#### **3 TV Spots**

- 1 TV Spot γενικής πληροφόρησης: **38"**
- 1 TV Spot και για τα 2 Φεστιβάλ: **40"**
- 1 TV Spot για το Φεστιβάλ Αθήνας: **38"**

#### **Ραδιόφωνο**

#### **2 RADIO Spots**

- 1 RADIO Spot για το Φεστιβάλ Αθήνας: **38"**
- 1 RADIO Spot για το Φεστιβάλ Θεσσαλονίκης: **38"**

#### **Τύπος**

### **6 Έντυπες Καταχωρήσεις**

- **5** Καταχωρήσεις (μία για το κάθε Road Show σε Ιωάννινα, Ηράκλειο Κρήτης, Κομοτηνή, Λάρισα και Πάτρα)
- **1** Καταχώρηση για το Φεστιβάλ Αθήνας

### **Sites**

- **1 web Καταχώρηση** (web banner) για το Φεστιβάλ Αθήνας
  - **Google/Programatic**
  - **1 Display Καταχώρηση** για το Φεστιβάλ Αθήνας
  - **8 Fb Καταχωρήσεις**
  - **1** Fb Καταχώρηση (γενική)
  - **5** Fb Καταχώρησης για τα Road Shows
  - **1** Fb Καταχώρηση για το Φεστιβάλ Αθήνας
  - **1** Fb Καταχώρηση για το Φεστιβάλ Θεσσαλονίκης
- **Πρωθημένες Δημοσιεύσεις**
- **6** χορηγούμενες προωθήσεις των επιμέρους αναρτήσεων για τα Road Shows
  - **5** χορηγούμενες προωθήσεις των επιμέρους αναρτήσεων για τα Φεστιβάλ Αθήνας/Θεσσαλονίκης

## **B. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ**

Σχεδιασμός και Παραγωγή Έντυπου Ενημερωτικού Υλικού, για τη διανομή του στις Ημερίδες, στις Συνεντεύξεις Τύπου, τα Road Shows και τα Φεστιβάλ, στο πλαίσιο της καμπάνιας.

Το έντυπο υλικό περιείχε σύντομα και κατανοητά μηνύματα για το στο μέσο πολίτη, «έξυπνη» εικαστική αποτύπωση και στοχευμένη προβολή των μηνυμάτων της καμπάνιας (ο γραφιστικός σχεδιασμός ακολούθησε τη δημιουργική προσέγγιση που είχε επιλεγεί από τον ΟΚΑΝΑ) Σε κάθε έντυπο υλικό αποτυπωνόταν ανεξαιρέτως το κεντρικό επικοινωνιακό μήνυμα ,καθώς και τα λογότυπα δημοσιότητας (της Εθνικής Αρχής, του ΟΚΑΝΑ, του ΕΣΠΑ και της ΕΕ

## **Γ. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ /ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΠΡΩΘΗΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ**

Σχεδιασμός και Παραγωγή Προωθητικού Υλικού, για τη διανομή ως αναμνηστικά και συμβολικά «δώρα», στις Ημερίδες, στις Συνεντεύξεις Τύπου, τα Road Shows και τα Φεστιβάλ, στο πλαίσιο της καμπάνιας, αντανακλώντας τα μηνύματα του ΟΚΑΝΑ.

Συγκεκριμένα, το έντυπο-προωθητικό υλικό διατέθηκε για ευρεία χρήση, συμβάλλοντας στον θετικό επηρεασμό και την αποδοχή από τους πολίτες του σημαντικού έργου που επιτελεί ο ΟΚΑΝΑ για τον περιορισμό του κρίσιμου προβλήματος της χρήσης εξαρτησιογόνων ουσιών

## **Δ. ΑΠΟΣΤΟΛΗ-ΔΙΑΝΟΜΗ ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ**

Αποστολή και διανομή του ενημερωτικού υλικού, που δημιουργήθηκε κατά την υλοποίηση της συγκεκριμένης Πράξης, πανελλαδικά στα Κέντρα Πρόληψης του ΟΚΑΝΑ, σε φορείς που δραστηριοποιούνται στον τομέα των εξαρτήσεων καθώς και στα ΜΜΕ.



## **ΨΗΦΙΟΠΟΙΗΣΗ ΥΛΙΚΟΥ για On Line – Digital Προβολή**

Μετατροπή του συνόλου του έντυπου υλικού σε εφαρμογές για το Διαδίκτυο, με ενσωμάτωση στο site της καμπάνιας.

Με τεχνολογία για Social Networks, Web Analytics και Mobile read, δόθηκε η δυνατότητα ανάγνωσης από όλων των τύπων φορητών συσκευών (Smartphones, iPad & android devices).

Τα έντυπα στη μορφή αυτή είχαν το πλεονέκτημα των περιεχομένων, της αναζήτησης συγκεκριμένου κειμένου, του σελιδοδείκτη, ενώ ταυτόχρονα εμφανιζόντουσαν στην οθόνη του χρήστη με την ίδια μορφή της έντυπης έκδοσης.

Ο χρήστης, επιπλέον, είχε τη δυνατότητα εκτύπωσης του εντύπου, ακριβώς στη μορφή που είναι, ή/και αποθήκευσης στον υπολογιστή του για μελλοντική ανάγνωση και χρήση.

### **ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ ΤΗΣ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ**

Ψηφιοποιήθηκαν εννέα (9) διαφορετικά είδη ενημερωτικών εντύπων τα οποία είναι τα παρακάτω:

1. Οδηγός Επικοινωνίας – Press kit
2. Έντυπο για τον ΟΚΑΝΑ (3πτυχο – γενικής πληροφόρησης)
3. Έντυπο για τον ΟΚΑΝΑ (4πτυχο – γενικής πληροφόρησης)
4. Έντυπο Πρόληψης (4πτυχο – γενικό)
5. Έντυπο Πρόληψης (3πτυχο) ειδικά για τους νέους/έφηβους
6. Έντυπο (3πτυχο) ειδικά για τους γονείς
7. Εταιρικό Έντυπο – Profile ΟΚΑΝΑ
8. Έντυπο για Γιατρούς (42 σελίδων – ειδικής/επιστημονικής πληροφόρησης)
9. Έντυπο για Χρήστες (3πτυχο – ειδικής πληροφόρησης)

## **ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ ΤΥΠΟΥ - ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΦΕΣΤΙΒΑΛ**

### **1Α Συνέντευξη Τύπου Θεσσαλονίκης (08.09.2015): 12:00 μ.μ. – 14:00 μ.μ (Ξενοδοχείο Electra Palace)**

Με σκοπό την παρουσίαση του Φεστιβάλ, ο ΟΚΑΝΑ στις 8 Σεπτεμβρίου, διοργάνωσε **Συνέντευξη Τύπου** στις 1200 ΜΜ, στο Ξενοδοχείο *Electra Palace, Αριστοτέλους 9, Θεσσαλονίκη, (Αίθουσα Βυζάντιο)*».

Στη συνέντευξη Τύπου, ο κ. Ευάγγελος Καφετζόπουλος, Νευρολόγος - Ψυχίατρος, Πρόεδρος ΔΣ ΟΚΑΝΑ, παρουσίασε το έργο του Οργανισμού και την Καμπάνια Ενημέρωσης και Ευαισθητοποίησης, με κεντρικό μήνυμα «Εθισμένοι στη ζωή».

Για το έργο του Οργανισμού και τις υπηρεσίες που προσφέρει στην πόλη της Θεσσαλονίκης, μίλησε ο κ. Κων/νος Γαζγαλίδης, Νευρολόγος-Ψυχίατρος, Συντονιστής Μονάδων & Υπηρεσιών ΟΚΑΝΑ Βορείου Ελλάδας.

Στη συνέντευξη τύπου, παρευρέθηκε η κα. Καλυψώ Γούλα, Αντιδήμαρχος Κοινωνικής Πολιτικής & Αλληλεγγύης Δήμου Θεσσαλονίκης.

Επίσης συμμετείχαν οι καλλιτέχνες κ.κ. Δημήτρης Ζερβουδάκης, Γιώργος Παπαποστόλου, μέλος του συγκροτήματος ΜΠΛΕ, Άλκης Κανίδης, τραγουδιστής του συγκροτήματος ΕΚΜΕΚ και ο Γιάννης Λευκαδίτης από τους MICRO.

### **1Β ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ 10/9/2015**

Απευθύνοντας το κεντρικό μήνυμα της καμπάνιας «Εθισμένοι στη ζωή» , ο ΟΚΑΝΑ προσκάλεσε το κοινό της πόλης της Θεσσαλονίκης , να ακούσει, να μάθει και να πράξει.

Το Φεστιβάλ πραγματοποιήθηκε την Πέμπτη 10 Σεπτεμβρίου 2015 στη Θεσσαλονίκη (Νέα Παραλία) και περιελάμβανε δράσεις ενημερωτικού, αλλά και ψυχαγωγικού χαρακτήρα όπως :

#### **ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ**

- Ενημερωτικά περίπτερα ΟΚΑΝΑ, Κέντρων Πρόληψης των Εξαρτήσεων & Προαγωγής της Ψυχοκοινωνικής Υγείας Ν. Θεσσαλονίκης («Δίκτυο Άλφα», «Πυξίδα», «Σείριος», «Ελπίδα») και φορέων όπως ΚΕΘΕΑ, Πρόγραμμα Προαγωγής Αυτοβοήθειας (ΑΠΘ), Τμήμα Αποκατάστασης Εξαρτημένων «Ιανός» ΨΝΘ, ΜΚΟ «PRAKSIS», «ΘΕΤΙΚΗ ΦΩΝΗ», Σύλλογος Ασθενών Ήπατος Ελλάδος «ΠΡΟΜΗΘΕΑΣ», Σύλλογος Θεραπευομένων ΟΚΑΝΑ Βορείου . Ελλάδος «ΣΙΣΥΦΟΣ».

## ΨΥΧΑΓΩΓΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ

- Καλλιτεχνικά δρώμενα
- Βιωματικά εργαστήρια και δραστηριότητες δημιουργικής ενασχόλησης
- Συναυλίες αγαπημένων καλλιτεχνών, αλλά και νεανικών μουσικών συγκροτημάτων: (Δημήτρης Ζερβουδάκης, ΜΠΛΕ, ΜΙΚΡΟ, ΕΚΜΕΚ).

Μέσα σ' ένα ειδικά διαμορφωμένο και ελκυστικό περιβάλλον με χρώματα και μουσικές, οι πολίτες της Θεσσαλονίκης τίμησαν με την παρουσία τους την πρωτοβουλία αυτή και από νωρίς το πρωί, επισκέφθηκαν τα ενημερωτικά περίπτερα του ΟΚΑΝΑ και των συνεργαζόμενων φορέων.

Επίσης Θεσσαλονικείς κάθε ηλικίας συμμετείχαν και στη συναυλία με τους ΜΙΚΡΟ, ΕΚΜΕΚ, ΜΠΛΕ και Δημήτρη Ζερβουδάκη, οι οποίοι με τα τραγούδια τους μετέδωσαν το κέφι και τη θετική τους ενέργεια και αποθεώθηκαν από το κοινό καθ' όλη τη διάρκεια της βραδιάς. Η έναρξη των εκδηλώσεων ξεκίνησε από τις 11:00 πμ και η Ώρα Έναρξης ΣΥΝΑΥΛΙΩΝ ήταν στις 7:30 μμ

Τη βραδιά του Φεστιβάλ παρουσίασε ο Στάθης Παναγιωτόπουλος, δημοσιογράφος-παρουσιαστής

Στο Φεστιβάλ διανεμήθηκε ενημερωτικό και προωθητικό υλικό

Συνολικά, ο αριθμός των επισκεπτών εκτιμάται/υπολογίζεται περίπου στα 5.000 άτομα περίπου(Φεστιβάλ Θεσσαλονίκης)

## ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ

- Αποστολή Προσκλήσεων
- Ανάρτηση στο site του ΟΚΑΝΑ & Καμπάνιας
- Κοινοποίηση στα social media
- Αφίσες
- Πρόγραμμα εκδηλώσεων
- Δελτίο Τύπου
- Φωτογραφικό Υλικό

- Διανομή ενημερωτικού και προωθητικού υλικού

#### ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ

- 8 ρεπορτάζ με στιγμιότυπα σε τηλεοπτικές προβολές στο TV 100 και στο ΔΙΟΝ TV
- 12 δημοσιεύσεις σε έντυπα Μέσα (εφημερίδες πανελλαδικής/περιφερειακής κυκλοφορίας)
- 58 δημοσιεύματα από ηλεκτρονικά Μέσα

#### **2Α. Συνέντευξη Τύπου για την παρουσίαση του Φεστιβάλ Αθήνας (23/9/20)**

Στις 23 Σεπτεμβρίου και ώρα 12:25 μ.μ. – 13:10 μ. στον Πολυχώρο Gazarte (Βουτάδων 32-34, Γκάζι), ο ΟΚΑΝΑ διοργάνωσε Συνέντευξη Τύπου, με σκοπό την παρουσίαση του 2ήμερου Φεστιβάλ Ζωής, που πραγματοποιήθηκε στην Αθήνα την Παρασκευή στις 25 & 26 Σεπτεμβρίου 2015.

Στη Συνέντευξη Τύπου π, ο κ. Ευάγγελος Καφετζόπουλος, Νευρολόγος - Ψυχίατρος, Πρόεδρος Δ.Σ. ΟΚΑΝΑ, μίλησε για το όφελος που προκύπτει για την κοινωνία, τους εξαρτημένους και τους φορείς παροχής υπηρεσιών σε ευπαθείς πληθυσμούς από την αξιοποίηση των σύγχρονων τρόπων και μέσων επικοινωνίας σε μια εποχή που όλα εξελίσσονται ή μεταβάλλονται ταχύτατα. «Η ορθή και έγκυρη ενημέρωση πάντα θα υπάρχει ως ανάγκη του κοινού και είναι χρέος μας αυτήν την ανάγκη να την αναδεικνύουμε και να την ικανοποιούμε με τον καλύτερο και αποτελεσματικότερο δυνατό τρόπο. Το Φεστιβάλ με κεντρικό μήνυμα «Εθισμένοι στη ζωή» είναι η κορύφωση μίας εκστρατείας επικοινωνίας που υλοποιεί ο ΟΚΑΝΑ από τον Μάιο με στόχο την ευαισθητοποίηση και την ενημέρωση όλων για όλα όσα προσφέρει ο χώρος των εξειδικευμένων φορέων αντιμετώπισης των εξαρτήσεων».

Την παρουσίαση ολόκληρης της εκστρατείας του ΟΚΑΝΑ «Εθισμένοι στη ζωή» ([www.okanacampaign2015.gr](http://www.okanacampaign2015.gr)), στο πλαίσιο της οποίας διοργανώθηκε το Φεστιβάλ του ΟΚΑΝΑ, έκανε η Υπεύθυνη του Τμήματος Διεθνών & Δημοσίων Συνεργασιών του Οργανισμού, κα Λίνα Πλαγιανάκου.

Η Αντιδήμαρχος Κοινωνικής Αλληλεγγύης, Πρόνοιας & Ισότητας, κα Μαρία Στρατηγάκη, απηύθυνε χαιρετισμό και ανέφερε: «Το νέο Κοινωνικό Πρόγραμμα του Δήμου Αθηναίων, που σύντομα θα ανακοινωθεί, έχει ως σημαντική προτεραιότητα

το ζήτημα των εξαρτήσεων και περιλαμβάνει μια σειρά δράσεων και παρεμβάσεων για την πρόληψη και την αντιμετώπισή τους σε συνεργασία με τον ΟΚΑΝΑ και τους άλλους εμπλεκόμενους φορείς. Η σύμπραξη όλων είναι σημαντική και αναγκαία».

Το παρών έδωσαν και οι καλλιτέχνες, οι οποίοι προσκάλεσαν όλους τους Αθηναίους να συμμετάσχουν στη μεγάλη αυτή γιορτή.

Η κ. Ελένη Τσαλιγοπούλου είπε, μεταξύ άλλων: «Έχω χάσει ανθρώπους από τις ουσίες. Έχω κερδίσει πίσω ανθρώπους. Είναι ένας πόλεμος, ποιος θα μείνει και ποιος θα φύγει. Χαίρομαι για τη σύμπραξη αυτή, ώστε να βοηθηθούν οι άνθρωποι, που το έχουν πραγματικά ανάγκη.» Στη συνέχεια η κα Θεοδώρα Τσίγκα από το συγκρότημα Belleville δήλωσε: «Αν είμαστε όλοι μαζί και ενωμένοι, τότε μπορούν οι εξαρτημένοι να νικήσουν και να προχωρήσουν στη ζωή τους.» Ο κ. Θοδωρής Μαυρογιώργης και κ. Λάμπης Κουντουρόγιαννης, μέλη του συγκροτήματος Wedding Singers, ανέφεραν: «Τιμή μας να συμμετέχουμε στην προσπάθεια αυτή και να μεταδώσουμε χαρά και μια αισιόδοξη νότα στον κόσμο.» Ο κ. Γιώργος Τσιατσούλης και κ. Κώστας Μητρόπουλος από τους Gadjó Dilo ευχήθηκαν καλή επιτυχία στο Φεστιβάλ και τόνισαν: «Σκοπός στη ζωή είναι η ίδια η ζωή.»

## **2B. ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΑΘΗΝΑΣ 25 & 26 /9/2015**

Ο ΟΚΑΝΑ, σε μια μεγάλη προσπάθεια να ανατραπούν στερεότυπα, προκαταλήψεις, φοβικές στάσεις και συμπεριφορές κοινωνικού στιγματισμού και να στηριχθεί παράλληλα στην πράξη η εφαρμογή μιας ολιστικής προσέγγισης για την καταπολέμηση των εξαρτήσεων, διοργάνωσε την Παρασκευή 25 & το Σάββατο 26 Σεπτεμβρίου, στην Πλατεία Ασωμάτων στο Θησείο, ένα 2ήμερο Φεστιβάλ Ζωής για ένα θέμα που αφορά όλους, διεκδικώντας μια ανοιχτή κοινωνία με ενημερωμένους και ευαισθητοποιημένους πολίτες. Το Φεστιβάλ περιελάμβανε δράσεις ενημερωτικού, αλλά και ψυχαγωγικού χαρακτήρα.

Μέσα σ' ένα περιβάλλον με πολλά χρώματα και δυνατή μουσική, οι Αθηναίοι ανταποκρίθηκαν στην πρόσκληση του ΟΚΑΝΑ και από νωρίς το πρωί της Παρασκευής, άρχισαν να επισκέπτονται τα ενημερωτικά περίπτερα της εκδήλωσης.

Άνθρωποι κάθε ηλικίας και εθνικότητας, άκουσαν την Παρασκευή, τους αγαπημένους τους DJ's Μαίρη Μαργέλη, Γιώργο Αποστόλου και Μανώλη Οικονόμου και τη ζωντανή συναυλία της μπάντας του ΚΕΘΕΑ ΣΤΡΟΦΗ και της Ομάδας μουσικής του ΚΕΘΕΑ ΔΙΑΒΑΣΗ. Μεγάλη η

συμμετοχή του κόσμου και στο θεατρικό ο Μπήντερμαν και οι εμπρηστές', που παίχτηκε από τη Θεατρική Ομάδα Κοινωνικής Επανάστασης του 18ΑΝΩ αλλά και στο Κουκλοθέατρο 'Το Σκιάχτρο' που παρουσιάστηκε από την Ομάδα Κούκλας-Μαριονέτας της ίδιας δομής.

Το Σάββατο, πλήθος κόσμου συμμετείχε με πολύ κέφι στη συναυλία που ξεκίνησε στις 18.30 με τους Belleville και συνεχίστηκε με τους Gautier, Wedding Singers, Gadjo Dilo, Koza Mostra και Γιώτα Νέγκα, η οποία είχε φιλική συμμετοχή στο πρόγραμμα της ροκ μπάντας του ΚΕΘΕΑ ΣΤΡΟΦΗ. Η βραδιά ολοκληρώθηκε με την Ελένη Τσαλιγοπούλου και τους Boğaz Musique, που μετέδωσαν τη θετική τους ενέργεια στο ενθουσιασμένο κοινό, ακόμα και υπό βροχή.

Παρουσιαστής της μεγάλης αυτής γιορτής ήταν ο stand-up comedian Γιώργος Χατζηπαύλου.

Και τις δυο ημέρες, στο χώρο λειτουργούσαν ενημερωτικά περίπτερα του ΟΚΑΝΑ, Κέντρων Πρόληψης των Εξαρτήσεων & Προαγωγής της Ψυχοκοινωνικής Υγείας Ν. Αττικής ("Παλλάς Αθήνα", "Αθηνά Πολύβουλος", "Άρηξίς", "Προνόη", "Ίριδα", "Σταθμός", "Οδοιπορικό") και φορέων όπως: ΚΕΘΕΑ ("Νόστος-Εξάντας", "Στροφή", "Διάβαση", "Δίκτυο Πρόληψης και Έγκαιρης Παρέμβασης"), Μονάδα Απεξάρτησης Τοξικομανών 18 ΑΝΩ- ΨΝΑ και ΜΚΟ (PRAKSIS», «ΘΕΤΙΚΗ ΦΩΝΗ», Σύλλογος Ασθενών Ήπατος Ελλάδος «ΠΡΟΜΗΘΕΑΣ», "ΔΙΟΓΕΝΗΣ", Σύλλογος Θεραπευομένων ΟΚΑΝΑ, "Γιατροί του Κόσμου".

Επίσης πραγματοποιήθηκαν παράλληλες εκδηλώσεις: Θεατρικά δρώμενα και μουσικές από ομάδες και μπάντες θεραπευτικών προγραμμάτων, βιωματικά εργαστήρια και δραστηριότητες δημιουργικής ενασχόλησης από τους συμμετέχοντες φορείς. Τέλος, έγινε διανομή Ενημερωτικού & Προωθητικού υλικού (βλ Παράρτημα 2.1 Ποσοτικοί δείκτες).

Συνολικά, ο αριθμός των επισκεπτών εκτιμάται/υπολογίζεται περίπου στα **8.000 άτομα**.

**ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2.1 : ΠΟΣΟΤΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ ΥΠΟΕΡΓΟΥ 2****1. Παραγωγές για την Προβολή στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης**

ΕΙΔΟΣ ΜΕΣΟΥ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ
<b>TV (SPOTS)</b>	<b>ΣΥΝΟΛΟ 3</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΟΙ ΣΤΑΘΜΟΙ (όπου προβλήθηκε το γενικό TV Spot)</li> </ul>	18
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΟΙ ΣΤΑΘΜΟΙ (όπου προβλήθηκε το TV Spot Φεστιβάλ Αθήνας)</li> </ul>	12
<b>RADIO (SPOTS)</b>	<b>ΣΥΝΟΛΟ 2</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΟΙ ΣΤΑΘΜΟΙ (όπου μεταδόθηκε το RADIO Spot Φεστιβάλ Αθήνας):</li> </ul>	<b>12</b>
<b>ΤΥΠΟΣ</b>	
ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ (όπου δημοσιεύτηκαν οι Καταχωρήσεις για τα Road Shows):	5
<b>ΕΝΤΥΠΕΣ ΚΑΤΑΧΩΡΗΣΕΙΣ</b>	<b>ΣΥΝΟΛΟ 6</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 5 Καταχωρήσεις (μία για το κάθε Road Show σε Ιωάννινα, Ηράκλειο Κρήτης, Κομοτηνή, Λάρισα και Πάτρα)</li> <li>• 1 Καταχώρηση για το Φεστιβάλ Αθήνας</li> </ul>
<b>ΠΡΟΩΘΗΜΕΝΕΣ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ</b>	<b>ΣΥΝΟΛΟ 11</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 6 χορηγούμενες προωθήσεις των επιμέρους αναρτήσεων για τα Road Shows</li> <li>• 5 χορηγούμενες προωθήσεις των επιμέρους αναρτήσεων για τα Φεστιβάλ Αθήνας/Θεσσαλονίκης</li> </ul>

**2. ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΜΦΑΝΙΣΕΩΝ/ΜΕΤΑΔΟΣΕΩΝ/ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΩΝ**

ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΜΟΣ ΜΕΣΟΥ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΜΦΑΝΙΣΕΩΝ/ΜΕΤΑΔΟΣΕΩΝ/ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΩΝ	ΠΕΡΙΟΔΟΣ/ΕΜΦΑΝΙΣΕΩΝ/ΜΕΤΑΔΟΣΕΩΝ/ΑΝΑΡΤΗΣΕΩΝ	ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΙΜΟΤΗΤΑ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΕΣ	ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ
<b>ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ</b>				
TV Spot γενικής πληροφόρησης:	484	10 – 31 Ιουλίου 2015		GRP: 108,1 grps Κάλυψη: 36,9% στο F1+ & 12,6% στο F3 Συχνότητα: 2,7 OTS
TV Spot Φεστιβάλ	263	23 – 26 Σεπτεμβρίου		GRP: 69,9 grps Κάλυψη: 38,4% στο

Αθήνας:		2015		F1+ & 7,4% στο F3 Συχνότητα: 1,82 OTS
<b>ΡΑΔΙΟ</b>				
RADIO Spot Φεστιβάλ Αθήνας:	260	22 – 26 Σεπτεμβρίου 2015		GRP: 202 grps Κάλυψη: 60% στο F1+ Συχνότητα: 3,4 OTS
<b>ΤΥΠΟΣ</b>				
Έντυπες Καταχωρήσεις για τα Road Show: 15 (συνολικά – 3 σε κάθε εφημερίδα)	15 (συνολικά – 3 σε κάθε εφημερίδα)	10 – 31 Ιουλίου 2015	ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ (Πάτρα): 15,40% ΠΑΤΡΙΣ (Ηράκλειο Κρήτης): 12,80% ΠΡΩΪΝΟΣ ΛΟΓΟΣ (Ιωάννινα): 12% ΕΛΕΥΘΕΡΙΑ (Λάρισα): 34,10% ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΗΣ (Κομοτηνή): N/A	
Έντυπες Καταχωρήσεις για το Φεστιβάλ Αθήνας: 8 (συνολικά – 1 σε κάθε εφημερίδα)	8 (συνολικά – 1 σε κάθε εφημερίδα)	21 – 25 Σεπτεμβρίου 2015	ΕΘΝΟΣ: 12.490 ΑΥΓΗ: 1.360 ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ ΤΩΝ ΣΥΝΤΑΚΤΩΝ: 11.690 ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ: 11.600 ΝΕΑ: 16.560 ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ: 19.100 LIFO: 80.000 ATHENS VOICE: 70.000	GRP: 10 grps (πανελλαδικά) – 16,5 grps (Αττική) Κάλυψη: 7% στο F1+ (πανελλαδικά) – 11% στο F1+ (Αττική) Συχνότητα: 1,5 OTS (πανελλαδικά) – 1,4 OTS (Αττική)

### 3. ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

	ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΚΑΤΑΧΩΡΗΣΕΩΝ/ ΠΡΟΩΘΗΜΕΝΩΝ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΩΝ	IMPRESSIONS	CLICKS	LIKES
<b>FACEBOOK</b>				
Fb Καταχώρηση γενική	19 – 30 ΙΟΥΝΙΟΥ 2015 (ΚΑΤΑΧΩΡΗΣΗ) ΠΡΟΩΘΗΜΕΝΕΣ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ + ROAD SHOWS: 19 – 30 ΙΟΥΝΙΟΥ 2015	274.460	2.153	1.122
Fb Καταχώρηση για το Φεστιβάλ Αθήνας	18 – 26 Σεπτεμβρίου 2015 ΚΑΤΑΧΩΡΗΣΗ) ΠΡΟΩΘΗΜΕΝΕΣ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ	1.677.612	6.005 click	200 likes



Fb Καταχώρηση για το Φεστιβάλ Θεσσαλονίκης	4 – 10 Σεπτεμβρίου 2015 ΚΑΤΑΧΩΡΗΣΗ) ΠΡΟΩΘΗΜΕΝΗ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΗ	708.603	2.409 clicks –	636 likes
<b>WEB</b>				
Web Καταχώρηση για το Φεστιβάλ της Αθήνας	21 – 26 Σεπτεμβρίου 2015	1.077.891	958	
<b>GOOGLE</b>				
Καταχώρηση για το Φεστιβάλ της Αθήνας	21 – 26 Σεπτεμβρίου 2015	737.570	3.176	
<b>PROGRAMATIC</b>				
Programatic Καταχώρηση για το Φεστιβάλ της Αθήνας	21 – 26 Σεπτεμβρίου 2015	6.555.435	12.564	
<b>FACEBOOK PAGE</b>	Total Reach	Post Reach	People Engaged	likes
ΣΥΝΟΛΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	429.406	284.854	10.340	4.637

#### 4. ΤΕΛΙΚΕΣ ΠΟΣΟΤΗΤΕΣ ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΟΥ & ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ

ΕΙΔΟΣ/ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΜΟΣ	ΠΟΣΟΤΗΤΕΣ
<b>A. ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ (10 ΕΙΔΗ)</b>	
Οδηγός Επικοινωνίας – Press kit	3.000 τμχ
Έντυπο για τον ΟΚΑΝΑ (3πτυχο	100.000 τμχ
Έντυπο για τον ΟΚΑΝΑ (4πτυχο	50.000 τμχ
Έντυπο Πρόληψης (4πτυχο	50.000 τμχ
Έντυπο Πρόληψης (3πτυχο – Νέοι/Εφηβοι)	100.000 τμχ
Έντυπο (3πτυχο – Γονείς):	50.000 τμχ
Αφίσες (με τα γενικά μηνύματα της καμπάνιας): 3	3.000 τμχ
Εταιρικό Έντυπο – Profile ΟΚΑΝΑ:	20.000 τμχ 5.000 τμχ (αγγλικά)

Έντυπο για Γιατρούς (42 σελίδων):	10.000 τμχ
Έντυπο για Χρήστες (3πτυχο):	10.000 τμχ
<b>A1 ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΩΝ ΕΝΤΥΠΩΝ ΠΟΥ ΕΠΑΝΕΚΤΥΠΩΘΗΚΑΝ</b>	
Έντυπο Πρόληψης (4πτυχο)	15.000 τμχ
Έντυπο Πρόληψης (3πτυχο – νέοι/έφηβοι):	15.000 τμχ
Έντυπο για Γονείς (3πτυχο):	15.000 τμχ
Έντυπο για Χρήστες (3πτυχο)	15.000 τμχ
<b>B. ΠΡΩΘΗΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ 5 διαφορετικά είδη</b>	
Καπέλα – jockey:	15.000 τμχ
T-shirts:	15.000 τμχ
Κονκάρδες:	20.000 τμχ
Στυλό:	10.000 τμχ
Μολύβια:	20.000 τμχ

Οι ποσότητες και τα είδη του υπόλοιπου υλικού προβολής και δημοσιότητας που παράχθηκε και αξιοποιήθηκε στο πλαίσιο του Έργου, αναφέρεται ξεχωριστά σε κάθε κατηγορία Δράσεων στις επόμενες ενότητες.

#### 4.1 . ROAD SHOWS ΔΙΑΝΟΜΗ ΥΛΙΚΟΥ (ενημερωτικού & προωθητικού υλικού)

<b>ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΟ</b>	
Ενημερωτικά έντυπα – φυλλάδια:	11.902 τμχ
(4πτυχο Πρόληψη)	12.730 τμχ
(4πτυχο γενικό)	21.660 τμχ
(3πτυχο γενικό)	22.200 τμχ
3πτυχο Πρόληψη)	20.000 τμχ (γονείς)
<b>ΠΡΩΘΗΤΙΚΟ</b>	
Αφίσες:	445 τμχ
Κονκάρδες-pins	6.500 τμχ
Καπέλα-jockey	4.615 τμχ
T-shirts	6.906 τμχ
Στυλό/μολύβια	3.475 τμχ

**4.2 ΦΕΣΤΙΒΑΛ - ΔΙΑΝΟΜΗ ΥΛΙΚΟΥ (Ενημερωτικού & Προωθητικού συνολικά και για τα 2 Φεστιβάλ)**

ΕΙΔΟΣ/ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΜΟΣ	ΠΟΣΟΤΗΤΕΣ
Ενημερωτικά έντυπα – φυλλάδια	
(4πτυχο γενικό ΟΚΑΝΑ)	2.000 τμχ
(3πτυχο γενικό ΟΚΑΝΑ)	9.000 τμχ
(3πτυχο Πρόληψη)	9.000 τμχ
(3πτυχο Χρήστες)	5.000 τμχ
(3πτυχο Γονείς)	9.000 τμχ
(3πτυχο Στη ζωή της πόλης χωράμε όλοι)	4.000 τμχ
Flyers:	130.000 τμχ
Αφίσες:	1.600 τμχ
Πρόγραμμα (για το Φεστιβάλ Αθήνας):	3.000 τμχ
Κρυπτόλεξο (για τα δρώμενα στο Φεστιβάλ Αθήνας):	3.000 τμχ
Κάρτες Ευχών (για τα δρώμενα στο Φεστιβάλ Αθήνας):	3.000 τμχ
Κονκάρδες-pins:	12.000 τμχ
Καπέλα-jockey:	9.700 τμχ
T-shirts:	7.000 τμχ
Στυλό/μολύβια:	6.000 τμχ
Πάνινες Τσάντες:	:12.000 τμχ

**5. ΑΠΟΣΤΟΛΗ-ΔΙΑΝΟΜΗ ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ**

ΕΙΔΟΣ ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ
Οδηγός Επικοινωνίας – Press kit:	255 τμχ
Έντυπο για τον ΟΚΑΝΑ (3πτυχο):	22.014 τμχ
Έντυπο για τον ΟΚΑΝΑ (4πτυχο):	1.374 τμχ
Έντυπο Πρόληψης (4πτυχο)	36.614 τμχ
Έντυπο Πρόληψης (3πτυχο – Νέοι/Εφηβοί)	37.714 τμχ
Έντυπο (3πτυχο – Γονείς)	7.525 τμχ
Αφίσες (με τα γενικά μηνύματα της καμπάνιας)	999 τμχ
<b>ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΠΟΣΟΤΗΤΑ ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ</b>	<b>106.495 τμχ</b>

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΑΠΟΔΕΚΤΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΟΔΕΚΤΩΝ
Μονάδες ΟΚΑΝΑ -Κέντρα Πρόληψης του ΟΚΑΝΑ (73 Κέντρα στο σύνολο)	73
Συνεργαζόμενοι Φορείς του ΟΚΑΝΑ	14
Δημόσιοι Φορείς (Υπουργεία – Υπηρεσίες – Αυτοδιοίκηση)	12
Εκπαιδευτικά Ιδρύματα	13
ΜΜΕ	17
<b>ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΟΔΕΚΤΩΝ</b>	<b>169 ΦΟΡΕΙΣ</b>

#### 6. ΑΡΙΘΜΟΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ που παράχθηκε

4 VIDEOS
▪ Video Profile (long version): <b>4.22''</b>
▪ Video Profile (cut version): <b>1.10''</b>
▪ Video Profile (English version): <b>4.22''</b>
▪ Video Πρόληψη: <b>1.04'</b>

#### 7 ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΑΡΙΘΜΟΣ ΔΡΑΣΕΩΝ/ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ/Σ.Τ/Δ.Τ

ΕΙΔΟΣ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΜΟΣ ΔΡΑΣΕΩΝ /ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ
ΦΕΣΤΙΒΑΛ	2
ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ-ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΣΥΝΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΦΟΡΕΩΝ (με Περίπτερο) <ul style="list-style-type: none"> <li>Αριθμός Συμμετεχόντων στο Φεστιβάλ Αθήνας:</li> <li>Αριθμός Συμμετεχόντων στο Φεστιβάλ Θεσσαλονίκης :</li> </ul>	15 ΦΟΡΕΙΣ 11 ΦΟΡΕΙΣ
ROAD SHOWS	5
ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΕΣ /ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΕΣ ΗΜΕΡΙΔΕΣ	2
ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ ΤΥΠΟΥ	2
ΔΕΛΤΙΑ ΤΥΠΟΥ	7
ΕΡΕΥΝΕΣ	2 (1 ΠΟΙΟΤΙΚΗ, 1 ΠΟΣΟΤΙΚΗ)

**ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΥΠΟΕΡΓΟΥ 2 739.101,96 €**

## **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3 : ΕΙΔΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ ΓΙΑ ΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΤΗΣ ΠΡΑΞΗΣ**

Για τη συγγραφή της τελικής έκθεσης αξιολόγησης του συνόλου της Πράξης έχουν ληφθεί υπόψη: τα παρακάτω :

- A. Τα εγκεκριμένα ΤΔΕ και ΤΔΠΠ της Πράξης
- B. Τα αιτήματα τροποποιήσεων και η τελική έγκριση αυτών , Αποφάσεις ΔΣ του ΟΚΑΝΑ καθώς και άλλα σχετικά έγγραφα
- Γ. Οι προσωπικές συνεντεύξεις με την Επιστημονικά Υπεύθυνη της Πράξης
- Δ. Τα αποτελέσματα των Εντύπων Υ2Δ1-5 , Υ4Ε1 ,Υ4Ε2 της SWOT ανάλυσης καθώς και του Εντύπου αξιολόγησης του Web/site
- E. Η Σύμβαση και οι Απολογισμοί του Αναδόχου του Υποέργου 2
- ΣΤ. Το υλικό τεκμηρίωσης των παραδοτέων όλων των υποέργων
- Z. Η φυσική παρουσία και έλεγχος από τον αξιολογητή σε επιλεγμένες δράσεις

### **1. ΤΡΟΠΟΠΟΙΗΣΕΙΣ ΤΔΕ**

ΑΡΧΙΚΟ ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ: Έναρξη 1/6/2011 - Λήξη 30/4/2015

#### **1<sup>η</sup> τροποποίηση**

Σύμφωνα με αίτημα του ΟΚΑΝΑ προς τη Μονάδας Β ζητήθηκε τροποποίηση της Πράξης ως προς: την :

#### **A. ΑΛΛΑΓΗ ΤΟΥ ΤΙΤΛΟΥ ΤΗΣ ΠΡΑΞΗΣ**

**Η ΑΛΛΑΓΗ ΤΟΥ ΤΙΤΛΟΥ ΤΗΣ ΠΡΑΞΗΣ** από «Καμπάνια Ενημέρωσης για τις Εξαρτήσεις. Ετήσιο φεστιβάλ κατά των ναρκωτικών» σε **«Καμπάνια Ενημέρωσης για τις εξαρτήσεις»**.

**β. Κατάργηση υποέργου 4 με τίτλο : «Ετήσιο Φεστιβάλ κατά των ναρκωτικών» και προϋπολογισμό : 1.200.000 ευρώ**

Με δεδομένες τις καθυστερήσεις υλοποίησης κρίθηκε σκόπιμη η κατάργηση του υποέργου 4 (υλοποίηση 4 ετήσιων φεστιβάλ τα έτη 2011-14) και η ενσωμάτωση ενός φεστιβάλ το έτος 2014 ως νέας δράσης στο υποέργο 2 της πράξης με τίτλο : «Εκστρατεία Ενημέρωσης και Ευαισθητοποίησης του κοινωνικού συνόλου με στόχο τη διευκόλυνση των πολιτικών που σχετίζονται με την αντιμετώπιση του προβλήματος των εξαρτήσεων»

## **ΤΡΟΠΟΠΟΙΗΣΗ ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΥΠΟΕΡΓΩΝ ΚΑΙ ΤΗΣ ΠΡΑΞΗΣ**

- **ΤΡΟΠΟΠΟΙΗΣΗ ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΥΠΟΕΡΓΟΥ 1** : «ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ. ΣΥΝΤΑΞΗ ΜΕΛΕΤΩΝ ΚΑΙ ΟΔΗΓΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ »

Το αρχικό χρονοδιάγραμμα του υποέργου 1 είχε έναρξη την 20/6/2011 και λήξη την 19/5/2013. Με δεδομένο ότι θα ήταν σε εξέλιξη, και στο μέσον υλοποίησής τους, τα υποέργα 2 και 4 της πράξης. Από την στιγμή που δεν είχαν συμβασιοποιηθεί τα υποέργα 2 και 4 τον Δεκέμβριο 2013 , με την υπ.αριθμ. 801/31/12/2012 απόφαση του Οργανισμού παρατάθηκε η υλοποίηση του έως την 31/12/2014.

Προτάθηκε η παράταση του υποέργου 1 έως τη λήξη υλοποίησης της πράξης : **12/5/2015**.

**Τροποποίηση του χρονοδιαγράμματος του Υποέργου 1 και ως εξής** : έναρξη 20/6/2011 και λήξη 12/5/2015.

- **ΤΡΟΠΟΠΟΙΗΣΗ ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΥΠΟΕΡΓΟΥ 2** «Εκστρατεία Ενημέρωσης και Ευαισθητοποίησης του κοινωνικού συνόλου με στόχο τη διευκόλυνση των πολιτικών που σχετίζονται με την αντιμετώπιση του προβλήματος των εξαρτήσεων»

Ο αρχικός προϋπολογισμός του υποέργου 2 ήταν **2.000.000 ευρώ** με χρονικό διάστημα υλοποίησης τέσσερα έτη. Με δεδομένο ότι έως την ημέρα υποβολής του αιτήματος, δεν είχαν λάβει προέγκριση για την υλοποίηση του υποέργου από την Ειδική Υπηρεσία του Τομέα Υγείας (τροποποίηση προέγκρισης) και το χρονικό διάστημα που απέμενε μέχρι την λήξη υλοποίησης πράξεων 30/5/2015 ήταν κατά πολύ μικρότερο από τον αρχικό σχεδιασμό προτάθηκε η μείωση του προϋπολογισμού του υποέργου στο ποσό του **1.500.000 ευρώ, με προσθήκη νέας δράσης με τίτλο : «Φεστιβάλ Κατά των Ναρκωτικών 2014»**.

**Χρονοδιάγραμμα υλοποίησης υποέργου 2** : από την ημερομηνία συμβασιοποίησης έως 30/5/2015

**ΣΤ.ΤΡΟΠΟΠΟΙΗΣΗ ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΥΠΟΕΡΓΟΥ 5** : «Εξωτερική αξιολόγηση πράξης».

Το αρχικό χρονοδιάγραμμα υλοποίησης του είναι από 28/8/2012 έως 12/5/2015.

**Νέο χρονοδιάγραμμα υλοποίησης υποέργου 4** : από την ημερομηνία συμβασιοποίησης έως 12/5/2015.

### **ΤΡΟΠΟΠΟΙΗΣΗ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΩΝ ΥΠΟΕΡΓΩΝ ΚΑΙ ΠΡΑΞΗΣ**

- Ο αρχικός προϋπολογισμός του υποέργου 2 ήταν **2.000.000 ευρώ** υποέργου στο ποσό του **1.500.000 ευρώ**.
- Το υποέργο 3 της πράξης με αρχικό προϋπολογισμό **45.000 ευρώ** σε : **19.070,49 ευρώ**. Το υποέργο 3 της πράξης με προϋπολογισμό 45.000 ευρώ ολοκληρώθηκε στις 28/2/2013. Με δεδομένο ότι τα προγράμματα επιμόρφωσης έγιναν εντός ωραρίου απασχόλησης στον φορέα, δεν χρησιμοποιήθηκε το κονδύλι για το εκπαιδευτικό επίδομα (5 ευρώ/ώρα) για τους καταρτιζόμενους και οι τελικές δαπάνες του υποέργου ανήλθαν στο ποσό των : **19.070,49 ευρώ**.
- Το υποέργο 5 με αρχικό προϋπολογισμό 45.000 ευρώ. Συμβασιοποιήθηκε στο **ποσό των 33.210 ευρώ**.
- **Την Κατάργηση υποέργου 4 με τίτλο «ετήσιο φεστιβάλ κατά των ναρκωτικών» και τον προϋπολογισμό αυτού : 1.200.000 ευρώ**

Όπως προκύπτει από τις προαναφερθείσες αλλαγές ο **συνολικός προϋπολογισμός της πράξης** από το ποσό των **3.430.000 ευρώ** στο ποσό του **1.692.310 ευρώ**

**ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΡΧΙΚΟΥ ΚΑΙ ΤΡΟΠΟΠΟΙΗΜΕΝΟΥ ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΥ**

<b>ΚΑΜΠΑΝΙΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΞΑΡΤΗΣΕΙΣ - MIS 339499</b>	<b>ΑΡΧΙΚΟΣ ΕΓΚΕΚΡΙΜΕΝΟΣ ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ</b>	<b>ΝΕΟΣ ΤΡΟΠΟΠΟΙΗΜΕΝΟΣ ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ</b>
ΥΠΟΕΡΓΟ 1 : ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ. ΣΥΝΤΑΞΗ ΜΕΛΕΤΩΝ ΚΑΙ ΟΔΗΓΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ	140.000€	140.000€
ΥΠΟΕΡΓΟ 2 : «ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΕΥΑΙΣΘΗΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΟΥ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ ΣΥΝΟΛΟΥ ΜΕ ΣΤΟΧΟ ΤΗ ΔΙΕΥΚΟΛΥΝΣΗ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΠΟΥ ΣΧΕΤΙΖΟΝΤΑΙ ΜΕ ΤΗΝ ΑΝΑΤΜΕΤΩΠΙΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΟΣ ΤΩΝ ΕΞΑΡΤΗΣΕΩΝ	2.000.000€	1.500.000€
ΥΠΟΕΡΓΟ 3. ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ ΣΕ ΜΕΘΟΔΟΥΣ ΧΕΙΡΙΣΜΟΥ ΜΜΕ	45.000€	19.100€
ΥΠΟΕΡΓΟ 4. ΕΤΗΣΙΟ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΚΑΤΑ ΤΩΝ ΕΞΑΡΤΗΣΕΩΝ	1.200.000€	ΚΑΤΑΡΓΗΣΗ ΥΠΟΕΡΓΟΥ
ΥΠΟΕΡΓΟ 5. ΕΞΩΤΕΡΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΠΡΑΞΗΣ	45.000€	33.210€
<b>ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΠΡΑΞΗΣ</b>	<b>3.430.000 €</b>	<b>1.692.310 €</b>

Με την **υπαρ. 5088/4-4-2014 απόφαση** της Ειδικής Υπηρεσίας του τομέα Υγείας και Κοινωνικής Αλληλεγγύης εγκρίθηκε η τροποποίηση της Πράξης ως προς:

- Την αλλαγή του τίτλου της Πράξης σε «Καμπάνια ενημέρωσης για τις εξαρτήσεις»
- Την κατάργηση του Υποέργου 4
- Τη τροποποίηση των υποέργων (σε ονομασία και προϋπολογισμό ως εξής :

ΥΠΟΕΡΓΟ 1: Επιστημονικός Σχεδιασμός ,ποσό **140.000,00 ευρώ**

ΥΠΟΕΡΓΟ 2: Εκστρατεία ενημέρωσης για τις εξαρτήσεις, ποσό **1.000.000,00 ευρώ**

ΥΠΟΕΡΓΟ 3: Κατάρτιση σε μεθόδους χειρισμού ΜΜΕ ,ποσό **19.100,00 ευρώ**

ΥΠΟΕΡΓΟ 4: καταργείται ποσό 0,00 ευρώ

ΥΠΟΕΡΓΟ 5: Εξωτερική Αξιολόγησης , ποσό **33.210,00 ευρώ**



Ως εκ τούτου τη μείωση του συνολικού προϋπολογισμού της Πράξης , εξ αιτίας της ανάγκης προσαρμογής της Πράξης στις τρέχουσες συνθήκες και στη χρηματοοικονομική βαρύτητα των ενεργειών του ΟΚΑΝΑ στο ΕΣΠΑ, στο ποσό των **1.192.310,00**.

Την επέκταση του χρονοδιαγράμματος υλοποίησης έως την 30/9/2015 λόγω της χρονοβόρας διαγνωστικής διαδικασίας του Υποέργου 2.

## **2. ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΠΟΡΕΙΑΣ ΦΥΣΙΚΟΥ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟΥ**

Η πράξη υποβλήθηκε για έγκριση στην Ειδική Υπηρεσία του Τομέα Υγείας και Κοινωνικής Αλληλεγγύης – Υπουργείο Υγείας στις 8/2/2011, εγκρίθηκε προς υλοποίηση στις 10/5/2011 και ξεκίνησε να υλοποιείται τον Ιούνιο του 2011.

### **Β' ΕΞΑΜΗΝΟ 2011-2012**

#### **ΥΠΟΕΡΓΟ 1 Επιστημονικός σχεδιασμός στρατηγικών επικοινωνίας. σύνταξη μελετών και οδηγού για την υλοποίηση του έργου**

A. Πραγματοποιήθηκαν όλες οι προπαρασκευαστικές διαδικασίες (Επιστημονικές διοικητικές-ορισμός ομάδων έργου, σχέδια προκηρύξεων ,διαγωνισμοί κλπ) για την υλοποίηση του έργου.

Ορίστηκαν οι ομάδες έργου που αφορούσαν:

- Στη συγγραφή της μελέτης για τον επιστημονικό σχεδιασμό στρατηγικών επικοινωνίας.
- Στη θεματολογία προγράμματος κατάρτισης (παραδοτέο 2).

Η υλοποίηση της ενδιάμεσης διερεύνησης αποτελεσματικότητας της καμπάνιας (Παραδοτέο 4) δεν ήταν δυνατή το συγκεκριμένο χρονικό διάστημα αφού βασική προϋπόθεση για την υλοποίησή της αποτελούσε η έναρξη του υποέργου 2.

#### **Το συγκεκριμένο χρονικό διάστημα ολοκληρώθηκε :**

- Η θεματολογία προγράμματος κατάρτισης, η οποία και παραλήφθηκε το β' εξάμηνο του 2012 (παραδοτέο 2).
- Η νέα ιστοσελίδα OKANA , η οποία και παραλήφθηκε το β' εξάμηνο του 2012 (Παραδοτέο 5).

#### **ΥΠΟΕΡΓΟ 2 Εκστρατεία Ενημέρωσης και Ευαισθητοποίησης του κοινωνικού συνόλου με στόχο τη διευκόλυνση των πολιτικών που σχετίζονται με την αντιμετώπιση του προβλήματος των εξαρτήσεων»**

Για την υλοποίηση του υποέργου 2 με προϋπολογισμό 2.000.000 ευρώ απαιτούνταν ανοικτός διεθνής διαγωνισμός.

Η προέγκριση για την διενέργεια του διαγωνισμού εκδόθηκε στις 27/12/2012 (αρ.πρωτ. 1975) από την Ειδική Υπηρεσία του Τομέα Υγείας και Κοινωνικής Αλληλεγγύης – Υπουργείο Υγείας.

Ετοιμάστηκε το σχέδιο προκήρυξης.

Έχει γίνει η σχετική προκήρυξη για το Υποέργο και αναμενόταν η συμβασιοποίηση του .

### **ΥΠΟΕΡΓΟ 3 Κατάρτιση σε μεθόδους χειρισμού ΜΜΕ**

Ενέργειες που υλοποιήθηκαν μέσω του Υποέργου 3 έως την περίοδο αναφοράς :

- Σχεδιασμός και χρονοδιάγραμμα εκπαιδευτικού – επιμορφωτικού προγράμματος, καθορισμός κριτηρίων επιλογής συμμετεχόντων σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία.
- Εκπαίδευση στελεχών που απασχολούνται στο χώρο των εξαρτήσεων
- Εσωτερική αξιολόγηση του προγράμματος

### **ΥΠΟΕΡΓΟ 4 Ετήσιο Φεστιβάλ κατά των ναρκωτικών**

Ετοιμάστηκε το σχέδιο προκήρυξης.

### **ΥΠΟΕΡΓΟ 5. ΕΞΩΤΕΡΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΠΡΑΞΗΣ**

Ετοιμάστηκε το σχέδιο προκήρυξης, πραγματοποιήθηκε ο διαγωνισμός και το έργο συμβασιοποιήθηκε στις 28/8/2012.

### **ΕΤΟΣ 2013**

#### **ΥΠΟΕΡΓΟ 1 Επιστημονικός σχεδιασμός στρατηγικών επικοινωνίας. σύνταξη μελετών και οδηγού για την υλοποίηση του έργου:**

Παραδοτέο 3 Οδηγός έγκυρης παρουσίασης θεμάτων για τα ναρκωτικά: Έχει ξεκινήσει η προετοιμασία του.

Παραδοτέο 4 ενδιάμεση διερεύνηση αποτελεσματικότητας καμπάνιας : Προϋπόθεση αποτελεί η έναρξη του υποέργου 2.

Εφ' όσον συμβασιοποίηση το υποέργο 2 της πράξης θα ξεκινήσει και η υλοποίηση του παραδοτέου 4 του υποέργου 1.

### **ΥΠΟΕΡΓΟ 3 Κατάρτιση σε μεθόδους χειρισμού ΜΜΕ**

Το Υποέργο 3 ολοκληρώθηκε στις 28/2/2013.

Ολοκληρώθηκαν τα παραδοτέα του υποέργου :

- Τέσσερα (4) Τμήματα επιμόρφωσης στελεχών που απασχολούνται στο χώρο των εξαρτήσεων (στελέχη των Μονάδων Θεραπείας, επανένταξης, δουλειάς στο δρόμο καθώς και στελέχη των Κέντρων Πρόληψης) από τα οποία 3 στην Αθήνα και ένα στην Θεσσαλονίκη. Κάθε τμήμα επιμόρφωσης είχε διάρκεια 20 ωρών και συνολικά συμμετείχαν εβδομήντα (70) ωφελούμενοι.

Σύνολο εκπαιδευομένων 70 άτομα και σύνολο ωρών επιμόρφωσης 80 ώρες.

- Τεύχος έκθεσης εσωτερικής αξιολόγησης

**ΥΠΟΕΡΓΟ 2 Εκστρατεία Ενημέρωσης και Ευαισθητοποίησης του κοινωνικού συνόλου με στόχο τη διευκόλυνση των πολιτικών που σχετίζονται με την αντιμετώπιση του προβλήματος των εξαρτήσεων**

#### **ΥΠΟΕΡΓΟ 4 ΕΤΗΣΙΟ Φεστιβάλ κατά των ναρκωτικών**

Οι ημερομηνίες διενέργειας των δυο ανοικτών διαγωνισμών (22/3/2013 για το υποέργο 2 και 16/4/2013 για το υποέργο 4) ανεστάλησαν. Στις 22/5/2013 το ΔΣ του Οργανισμού αποφάσισε την εκ νέου τροποποίηση των προκηρύξεων κάνοντας δεκτό αίτημα της ΕΔΕΕ με τις υπ' αριθμ. 21/2/2013 και 15/3/2013 επιστολές της για τροποποίηση των όρων κερδοφορίας που συμπεριλαμβάνονταν στα κείμενα των προκηρύξεων. Το Τμήμα Δημοσίων και Διεθνών Συνεργασιών (ΔΔΣ) προχώρησε στην **τρίτη** τροποποίηση των σχεδίων προκήρυξης.

Στις 3.12.2013 κατόπιν συνεδρίασης του ΔΣ του Οργανισμού αποφασίστηκαν οι σχετικές τροποποιήσεις σε προϋπολογισμό /χρονοδιαγράμματα/κατάργηση υποέργου.

Σύμφωνα με την συγκεκριμένη τροποποίηση καταργείται το Υποέργο 4 με τίτλο **Ετήσιο Φεστιβάλ κατά των ναρκωτικών.**

#### **ΥΠΟΕΡΓΟ 5 Εξωτερική Αξιολόγηση της Πράξης**

Έως την περίοδο αναφοράς έχουν ολοκληρωθεί τα κάτωθι :

- α) Οδηγός αξιολόγησης πράξης

β) Ενδιάμεση Απολογιστική Έκθεση Αξιολόγησης ανά υποέργο και στο σύνολο του πράξης. Το δεύτερο παραδοτέο ενδεικτικά περιλαμβάνει :

1. Στοιχεία για το Περιβάλλον του έργου
2. Αξιολόγηση στοχοθεσίας και σχεδιασμού
3. Αξιολόγηση της οργάνωσης των παρεχόμενων υπηρεσιών
4. Αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας υλοποίησης της πράξης
5. Ανταπόκριση στις ανάγκες των ωφελουμένων
6. Αναμενόμενα αποτελέσματα από την υλοποίηση της πράξης
7. Εκτιμώμενες επιπτώσεις
8. «Βιωσιμότητα» και κοινωνική προστιθέμενη αξία των παρεχόμενων υπηρεσιών
9. Ενσωμάτωση σε εθνικές πολιτικές

Η ενδιάμεση έκθεση αξιολόγησης παραλήφθηκε από την επιτροπή παραλαβής έργου στην οποία δεν περιλαμβάνονταν τα υποέργα 2 και 4 της πράξης (λόγω μη συμβασιοποίησής τους) τα οποία και ο ανάδοχος (με τη συμβασιοποίησή τους) θα παρέδιδε ενδιάμεση απολογιστική έκθεση για τα υποέργα 2 και 4.

Σημείωση : Με σχετικό αίτημα τροποποίησης της Πράξης καταργήθηκε το Υποέργο 4 .Τη θέση του υποέργου 4 πήρε το υποέργο 5 (εξωτερική αξιολόγηση) το οποίο και στο εξής θα αναφέρεται ως υποέργο 4

#### **ΕΤΟΣ 2014**

#### **ΥΠΟΕΡΓΟ 1 Επιστημονικός σχεδιασμός στρατηγικών επικοινωνίας. σύνταξη μελετών και οδηγού για την υλοποίηση του έργου:**

Οδηγός έγκυρης παρουσίασης θεμάτων για τα ναρκωτικά: .(Παραδοτέο 3): Έχει ξεκινήσει η προετοιμασία του και αναμένεται η οριστική παραλαβή του.(Παραδοτέο 3): Αναμένεται η οριστική παραλαβή του.

Ενδιάμεση διερεύνηση αποτελεσματικότητας καμπάνιας ( Παραδοτέο 4) :

Καθώς προϋπόθεση αποτελούσε η έναρξη του υποέργου 2 προβλεπόταν να ξεκινήσει το συγκεκριμένο παραδοτέο εντός του επόμενου εξαμήνου

**ΥΠΟΕΡΓΟ 2 : Εκστρατεία Ενημέρωσης και Ευαισθητοποίησης του κοινωνικού συνόλου με στόχο τη διευκόλυνση των πολιτικών που σχετίζονται με την αντιμετώπιση του προβλήματος των εξαρτήσεων»**

Η σχετική προκήρυξη του Υποέργου και προϋπολογισμό 1.000.000 ευρώ δημοσιεύτηκε στις 4/8/2014. Η ημερομηνία διενέργειας του διαγωνισμού ήταν η 29/9/2014. Λόγω καθυστερήσεων που οφείλονται στην προκήρυξη εθνικών εκλογών και ενώ βρίσκονταν στο στάδιο κατά το οποίο είχαν ανοίξει οι τεχνικές προσφορές, έχει ολοκληρωθεί το πρακτικό της αρμόδιας επιτροπής και στην επόμενη συνεδρίαση του ΔΣ του ΟΚΑΝΑ θα τεθεί ως θέμα για την συνέχιση της διαδικασίας (άνοιγμα οικονομικών προσφορών).

Υπολογιζόταν ότι η διαδικασία συμβασιοποίησης με τον ανάδοχο θα ολοκληρωνόταν μέχρι τις 15/3/2015.

**ΥΠΟΕΡΓΟ 3 Κατάρτιση σε μεθόδους χειρισμού ΜΜΕ**

**Ολοκληρώθηκε στις 28/2/2013**

**ΥΠΟΕΡΓΟ 4 Εξωτερική Αξιολόγηση της Πράξης**

Αναμενόταν η συμβασιοποίηση του Υποέργου 2

Η συμβασιοποίηση του Υποέργου 2 ήταν προϋπόθεση και για τη υλοποίηση του παραδοτέου.

**Α ΕΞΑΜΗΝΟ ΕΤΟΥΣ 2015**

**ΥΠΟΕΡΓΟ 1 Επιστημονικός σχεδιασμός στρατηγικών επικοινωνίας. σύνταξη μελετών και οδηγού για την υλοποίηση του έργου:**

Ολοκληρώθηκαν τα παραδοτέα.

**ΥΠΟΕΡΓΟ 2 Εκστρατεία Ενημέρωσης και Ευαισθητοποίησης του κοινωνικού συνόλου με στόχο τη διευκόλυνση των πολιτικών που σχετίζονται με την αντιμετώπιση του προβλήματος των εξαρτήσεων»**

Η σχετική σύμβαση υπογράφηκε τελικά στις 5/5/2015

Σε εξέλιξη και ολοκλήρωση

**ΥΠΟΕΡΓΟ 3 Κατάρτιση σε μεθόδους χειρισμού ΜΜΕ**

Έχει ολοκληρωθεί το Υποέργο

**ΥΠΟΕΡΓΟ 4. Εξωτερική Αξιολόγηση της Πράξης**

Σε εξέλιξη και ολοκλήρωση

### **3. ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ/ ΔΥΣΧΕΡΕΙΕΣ**

Κατά την διάρκεια υλοποίησης του φυσικού αντικείμενου της πράξης, προέκυψε η ανάγκη τροποποιήσεων : α) στα χρονοδιαγράμματα υλοποίησης των υποέργων και β) στο οικονομικό αντικείμενο των υποέργων 2, 5 της πράξης.

**Οι τροποποιήσεις οφείλονταν σε εξωγενείς παράγοντες /γεγονότα τα οποία παρατίθενται παρακάτω:**

- Οι προκηρύξεις των δυο ανοικτών διαγωνισμών των ανωτέρω έγιναν το Φεβρουάριο του 2013. της πράξης, όμως λόγω των κινητοποιήσεων των εργαζομένων του ΟΚΑΝΑ, οι ημερομηνίες διενέργειας των δυο ανοικτών διαγωνισμών (22/3/2013 για το υποέργο 2 και 16/4/2013 για το υποέργο 4) ανεστάλησαν.
- Στις 22/2/2013 η Ένωση Εταιρειών Διαφήμισης και Επικοινωνίας Ελλάδος (ΕΔΕΕ) με το υπ.αριθμ. 2577/22-2-013 έγγραφο της διαβίβασε γνωμοδοτική επιστολή προς τον ΟΚΑΝΑ, η οποία αφορά στις χρηματοοικονομικές απαιτήσεις που έχει θέσει ο ΟΚΑΝΑ ως προϋπόθεση συμμετοχής στο εν λόγω έργο. Με την απόφαση του θέματος 7 της 62<sup>ης</sup>/22.5.2013 συνεδρίασης του ΔΣ του ΟΚΑΝΑ αποφασίστηκε η επανάληψη του διαγωνισμού με τους ίδιους όρους τις εξής τροποποιήσεις, οι οποίες προέκυψαν μετά την ανωτέρω επιστολή της ΕΔΕΕ : Το Τμήμα Δημοσίων και Διεθνών Συνεργασιών (ΔΔΣ) προχώρησε στην **τρίτη** τροποποίηση των σχεδίων προκήρυξης δεδομένου ότι πλην των συγκεκριμένων όρων που θα άλλαζαν, θα έπρεπε να τροποποιηθούν και οι χρόνοι παράδοσης των παραδοτέων που ζητούνταν από τους αναδόχους.

Συγκεκριμένα τροποποιήθηκαν τα παρακάτω:

A. Το σημείο δ (i) του όρου Β.6.4.Ζ. τέθηκε ως εξής:

«δ) Η αποδοχή των διαγωνιζομένων στον παρόντα διαγωνισμό θα γίνει, εφόσον και μόνο ικανοποιούνται αθροιστικά όλα τα παρακάτω κριτήρια αποδοχής:

(i) Έχουν ως μέσο όρο για τις τελευταίες τρεις (3) οικονομικές χρήσεις κύκλο εργασιών από παροχή συναφών με την προκήρυξη υπηρεσιών που ανέρχεται αθροιστικά στα δύο πέμπτα (2/5) του προϋπολογισμού του παρόντος έργου, άνευ Φ.Π.Α. Παράλληλα, δεν εμφανίζουν ζημία που να υπερβαίνει αθροιστικά το ποσό των 100.000 ευρώ στις τρεις (3) τελευταίες οικονομικές χρήσεις. Τα ανωτέρω αποδεικνύονται με την προσκόμιση δημοσιευμένων ισολογισμών (ή άλλων ανάλογων επίσημων λογιστικών στοιχείων όταν δεν υπάρχει υποχρέωση δημοσίευσης), συνοδευμένων από σχετική υπεύθυνη δήλωση.



Διευκρινίζεται ότι, εφόσον πρόκειται για Ένωση/Κοινοπραξία, οι εν λόγω προϋποθέσεις πρέπει να συντρέχουν στο Μέλος που έχει οριστεί ως υπεύθυνο για το συντονισμό (leader)».

B. Το σημείο α του όρου B.6.4.E να τέθηκε ως εξής:

«α. τα παραπάνω κατά περίπτωση δικαιολογητικά, για τον κάθε προμηθευτή που συμμετέχει στην ένωση ή την κοινοπραξία, με την ειδικότερη διευκρίνιση που τίθεται και στον όρο B.6.4.Z. σημείο δ (i). Επισημαίνεται ότι....»

- Για τις ανωτέρω τροποποιήσεις **απαιτούνταν εκ νέου προέγκριση** από την Ειδική Υπηρεσία του Τομέα Υγείας και Κοινωνικής Αλληλεγγύης – Υπουργείο Υγείας Οι σχετικοί φάκελοι για την προέγκριση των δύο υποέργων εστάλησαν στην Ειδική Υπηρεσία του Τομέα Υγείας στις 28/5/2013, με την ένδειξη του επείγοντος (αρ.πρωτ. ΕΥΤΥΚΑ 2339/28.5.2013) , αλλά έως και τον Σεπτέμβριο του 2013 δεν είχε σταλεί η απαιτούμενη προέγκριση ώστε να προχωρήσει ο ΟΚΑΝΑ σε διαγωνισμό. Μετά από προφορική ενημέρωση που είχε το Τμήμα ΔΔΣ τον Σεπτέμβριο 2013 -για την επιθυμία της αρμόδιας για τον ΟΚΑΝΑ Υφυπουργού Υγείας να περικοπεί το συνολικό ποσό της πράξης,- ενημερώθηκε η Ειδική Υπηρεσία του Τομέα Υγείας να μην προχωρήσει στην προέγκριση των δύο υποέργων καθώς θα έπρεπε να τροποποιηθούν οι προϋπολογισμοί τους. Με δεδομένα τα ανωτέρω, προτάθηκαν από τα αρμόδια τμήματα του Οργανισμού και έγιναν δεκτές από το ΔΣ του Οργανισμού (θέμα 6 της 76<sup>ης</sup> /3.12.2013 συνεδρίασης του ΔΣ του Οργανισμού) οι σχετικές τροποποιήσεις σε προϋπολογισμό /χρονοδιαγράμματα/κατάργηση υποέργου Η σχετική προκήρυξη (υποέργο 2) με προϋπολογισμό 1.000.000 ευρώ δημοσιεύτηκε στις 4/8/2014 και ως ημερομηνία διενέργειας του διαγωνισμού ορίστηκε η 29/9/2014.
- Στη συνέχεια και ενώ η διαδικασία βρίσκονταν στο στάδιο, κατά το οποίο ,είχαν ανοιχτεί οι τεχνικές προσφορές, είχε ολοκληρωθεί το πρακτικό της αρμόδιας επιτροπής και εκκρεμούσε το άνοιγμα οικονομικών προσφορών. προέκυψαν εκ νέου καθυστερήσεις λόγω της **προκήρυξης εθνικών εκλογών** Με την απόφαση επί του 4<sup>ου</sup> θέματος της υπαρ 118/9-3-2015 συνεδρίασης του ΔΣ του Οργανισμού αποφασίστηκε η κατακύρωση του διαγωνισμού και η ανάθεση του Υποέργου 2 «Εκστρατεία Ενημέρωσης για τις εξαρτήσεις της Πράξης με τίτλο ΚΑΜΠΑΝΙΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΞΑΡΤΗΣΕΙΣ στην ανώνυμη εταιρεία ( Ανάδοχο) με την επωνυμία ΑΞΕΣ ΓΡΑΦΙΚΕΣ ΤΕΧΝΕΣ ΑΕ Η σχετική σύμβαση υπογράφηκε τελικά στις 5/5/2015

- Το κρίσιμο και εξαιρετικά σύντομο (ως προς την υλοποίηση μεγάλου αριθμού απαιτούμενων δράσεων) χρονικό διάστημα, που μεσολάβησε από την υπογραφή της σύμβασης του Αναδόχου μέχρι την ολοκλήρωση των δράσεων του Υποέργου 2, για άλλη μια φορά δυσχέραναν την υλοποίησή του εξωγενείς παράγοντες όπως :

**A) Οι πολιτικές εξελίξεις (δημοψήφισμα) της χώρας**

**B) Η προκήρυξη εκ νέου εθνικών εκλογών**

Οι προαναφερόμενες πολιτικές εξελίξεις απέσπασαν την προσοχή και το ενδιαφέρον των ΜΜΕ αλλά και του ευρύτερου κοινού από το συγκεκριμένο κοινωνικό πρόβλημα

**Γ) Οι άσχημες καιρικές συνθήκες που επικρατούσαν** , κατά την διενέργεια των Φεστιβάλ σε Αθήνα & Θεσσαλονίκη, παρεμποδίζοντας έτσι την προσέλευση του κοινού

**Δ) Η αδυναμία προβολής του τηλεοπτικού spot** ( με τη μορφή κοινωνικού μηνύματος) πριν την διενέργεια του Φεστιβάλ Θεσσαλονίκης κατόπιν σχετικής οδηγίας η οποία απαγόρευε κάθε προβολή πράξεων ΕΣΠΑ Μεταγενέστερη απόφαση του ΕΣΡ ,επέτρεπε την προβολή του σχετικού spot, όμως οι χρόνοι δεν ήταν ενδεδειγμένοι χρόνοι για την προβολή του Φεστιβάλ .

Ως εκ τούτων ,αποφασίστηκε η αγορά χρόνου (3 ημερών)για τηλεοπτικό spot (με δυνατότητα μελλοντικής χρήσης) για το φεστιβάλ της Αθήνας καθώς και για την προβολή του εταιρικού προφίλ -διάρκειας 3-4 λεπτών -σε ειδικές συνθήκες (εκδηλώσεις κλπ)

- Τέλος, η συχνή εναλλαγή Διοικήσεων τόσο στον ΟΚΑΝΑ όσο και σε επίπεδο Κεντρικό ,δημιούργησε σοβαρές καθυστερήσεις προκειμένου να ενημερωθούν οι αρμόδιοι και να συμφωνήσουν εκ νέου στην πραγματοποίηση των δράσεων

#### **4. Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΗΣ ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗΣ ΠΡΑΞΗΣ ΣΤΗΝ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΤΩΝ ΕΞΑΡΤΗΣΕΩΝ:**

**Η προτεινόμενη πράξη, μέσω των υποέργων που υλοποιήθηκαν συνέβαλε :**

- Στην οργάνωση μιας ευρείας επιστημονικά σχεδιασμένης επικοινωνιακής εκστρατείας, η οποία σε συνδυασμό με την αγωγή υγείας, αποτέλεσαν τις σημαντικότερες ευκαιρίες και δυνατότητες για την προστασία και προαγωγής της υγείας του ελληνικού πληθυσμού.
- Στην εξασφάλιση εύκολης και άμεσης πρόσβασης των ενεργών χρηστών σε θεραπεία καθώς και η ενημέρωσή τους σχετικά με τις υπάρχουσες δυνατότητες.
- Στην ευαισθητοποίηση του γενικού πληθυσμού, αλλά και των κατοίκων περιοχών όπου πρόκειται να ιδρυθούν Μονάδες, επαγγελματικών τάξεων ή άλλων επιμέρους ομάδων, δεδομένου ότι μέσω της επικοινωνιακής εκστρατείας, θα τους δοθούν σημαντικές ευκαιρίες αλλαγής υιοθέτησης υγιούς συμπεριφοράς.
- Στην υιοθέτηση υγιών συμπεριφορών αλλά και την πρόληψη της χρήσης στους νέους , δεδομένου ότι ένα σημαντικό τμήμα της όλης επικοινωνιακής εκστρατείας απευθυνόταν σ' αυτούς.
- Στη μεγιστοποίηση της ωφέλειας στις ομάδες των: α) ενεργών χρηστών εξαρτησιογόνων ουσιών, β) πρώην χρηστών εξαρτησιογόνων ουσιών, γ) άτομα που βρίσκονται σε διαδικασία απεξάρτησης. Οι υποομάδες αυτές παρουσιάζουν υψηλότερα από το μέσο όρο ποσοστά παραγόντων κινδύνου υγείας και ωφελήθηκαν σημαντικά από την προσδοκώμενη ευαισθητοποίηση του ευρύτερου πληθυσμού.
- Στην ευαισθητοποίηση των διαμορφωτών κοινής γνώμης ,των επαγγελματιών υπηρεσιών υγείας και γενικότερα της ευρύτερη κοινότητας.
- Στην παραγωγή και διανομή μεγάλου αριθμού ενημερωτικού υλικού διαμορφωμένο ανά ομάδα στόχο (νέοι, γονείς κ.α) εντός του προβλεπόμενου χρονοδιαγράμματος και με πανελλαδική διανομή.

## **5. ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ & ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΗΣ ΠΡΑΞΗΣ**

Όπως προκύπτει από την περιγραφή δράσεων/ενεργειών / ειδικών εκθέσεων που παρατίθενται ανά Υποέργο καθώς και από τη χρήση λοιπών στοιχείων του Έργου τεκμηριώνεται ότι :

- Η πορεία υλοποίησης του φυσικού αντικείμενου της Πράξης **,κρίνεται πάρα πολύ ικανοποιητική** ,ιδιαίτερα εάν λάβει κανείς υπόψη, τις δυσκολίες που δημιουργήθηκαν λόγω της καθυστέρησης υπογραφής της σχετικής σύμβασης του Υποέργου 2 (βλ. σχετική ανάλυση στην ενότητα προβλήματα/ δυσχέρειες) Το χρονικό διάστημα. που επόταν της υπογραφής της Σύμβασης, κρίνεται ότι το φυσικό αντικείμενο του Υποέργου 2, υλοποιήθηκε με τον ταχύτερο δυνατό ρυθμό και ολοκληρώθηκαν όλες οι απαιτούμενες δράσεις ,παρόλο που απρόβλεπτοι εξωγενείς παράγοντες (προκήρυξη δημοψηφίσματος και εκλογών) εμπόδισαν εκ νέου την υλοποίησή του.
- Η τροποποίηση των χρονοδιαγραμμάτων των υποέργων αλλά και της Πράξης ήταν πλήρως αιτιολογημένη από τον ΟΚΑΝΑ και αναγκαία. Οι τροποποιήσεις αυτές δεν επηρέασαν το φυσικό αντικείμενο της πράξης και ήταν αναγκαίες προκειμένου να ολοκληρωθεί με επιτυχία το φυσικό αντικείμενο. Η τροποποίηση του οικονομικού αντικείμενου ( τροποποίηση εγκεκριμένου προϋπολογισμού, κατάργηση υποέργου) αποδεικνύουν όχι μόνο την αναγκαιότητά του, αλλά και την ορθή παρακολούθηση / διαχείριση του οικονομικού αντικείμενου από τους Υπευθύνους υλοποίησης της Πράξης.
- Οι διαδικασίες που ακολουθήθηκαν α) για την επιλογή εξωτερικών συνεργατών β) τους δημόσιους διαγωνισμούς, ήταν σύμφωνες με το ισχύον νομικό πλαίσιο που διέπει αυτά και τις κατατεθείσες τεχνικές προδιαγραφές.
- Η τήρηση όλων των συμβατικών υποχρεώσεων, από τον Ανάδοχο, του Υποέργου 2, καθώς και η επιτυχής ολοκλήρωση των εγκεκριμένων δράσεων/ενεργειών του συγκεκριμένου Υποέργου εντός του προβλεπόμενου χρονοδιαγράμματος.
- Η εναρμόνιση του εθνικού νομικού πλαισίου /διοικητικού πλαισίου με τις οδηγίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης και εν γένει η ενσωμάτωση των δράσεων στις εθνικές πολιτικές.
- Η συνεργασία και δικτύωση μεταξύ των υπηρεσιών του ΟΚΑΝΑ καθώς και με α) αρμόδιους φορείς που δραστηριοποιούνται στο συγκεκριμένο τομέα (συμμετοχή φορέων στα Φεστιβάλ) β) ΜΜΕ.

- Η επιτυχής ολοκλήρωση των Παραδοτέων της Πράξης ,τα οποία είναι σύμφωνα με τα τροποποιημένα ΤΔΕ.
- Τα αποτελέσματα των υποέργων αλλά και της Πράξης ως σύνολο, κρίνονται πολύ ικανοποιητικά και σύμφωνα με την απόφαση ένταξης , το τεχνικό δελτίο της πράξης και τις υποχρεώσεις του Συμφώνου Αποδοχής.
- Οι εκτιμώμενες επιπτώσεις (impact indicators) του έργου (δηλ συνέπειες του έργου μετά την παρέλευση κάποιου χρόνου από την άμεση επίδραση των αποτελεσμάτων) κρίνεται ότι θα είναι θετικές, και πολλαπλασιαστικές .Ενδεικτικά παραδείγματα δεικτών είναι : α) ο συνολικός αριθμός των επισκεπτών στα social media , likes κλπ β) ο μεγάλος αριθμός συμμετεχόντων στα road shows και στα Φεστιβάλ Αθήνας και Θεσσαλονίκης γ) ο πάρα πολύ μεγάλος βαθμός ικανοποίησης των επισκεπτών στα Φεστιβάλ.

## **6. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

Η Πράξη αρχικά περιελάμβανε συνολικά πέντε (5) υποέργα, εστιάζοντας όχι μόνο τις μαζικές επικοινωνιακές δράσεις αλλά και σε δουλειά υποδομής απαραίτητης για την ευδοκίμηση των μαζικών επικοινωνιακών ενεργειών. Κατόπιν των εγκεκριμένων τροποποιήσεων υλοποιήθηκαν τα τέσσερα (4) υποέργα.

Στα πλαίσια υλοποίησης του συγκεκριμένου Υποέργου, διενεργήθηκαν δύο (2) Έρευνες Κοινής Γνώμης, που συνέβαλαν στον εντοπισμό -ποσοτικά και ποιοτικά- του βαθμού ενημέρωσης, γενικά της κοινής γνώμης, αλλά και ενός περισσότερο εξειδικευμένου κοινού, όσον αφορά στο κρίσιμο και ευαίσθητο θέμα των εξαρτήσεων, με γνώμονα πάντα τις ανάγκες του ΟΚΑΝΑ.

Το Site αποτέλεσε μια έγκυρη και επικαιροποιημένη πηγή πληροφόρησης για τους web-χρήστες και, κυρίως, τις νεότερες ηλικίες, σχετικά με τις δομές και τις προσφερόμενες υπηρεσίες του ΟΚΑΝΑ, καθώς και τα σημαντικά οφέλη που προκύπτουν για όλους από τις δράσεις και το έργο του Οργανισμού. Παράλληλα με τη δημοσιοποίηση των δράσεων (Φεστιβάλ/Road Shows) ενίσχυσε τη συμμετοχή του κοινού σε αυτές.

Γενικά ήταν σύγχρονο, τεχνικά εύχρηστο, λειτουργικό, φιλικό και ελκυστικό για το χρήστη. Υπήρχε διαρκής διαχείριση και υποστήριξη του (επικαιροποίηση /ανανέωση) έως τη λήξη της Σύμβασης και πραγματοποιήθηκε πλήθος αναρτήσεων διαφορετικού περιεχομένου (Ανακοινώσεις, ενημερωτικό υλικό, φωτογραφικό υλικό, Δελτία Τύπου κτ) Όπως προκύπτει και από τα αποτελέσματα του εντύπου αξιολόγησης του site (βλ Παράρτημα 1.1) η συνολική εκτίμηση της πλειονότητας των ερωτηθέντων για το δικτυακό τόπο είναι πολύ θετική (2) έως άριστη (1).

Οι λογαριασμοί στα Social Media αναδείχθηκαν σε ένα διαδραστικό εργαλείο επικοινωνίας και διαλόγου με το ευρύ κοινό και ιδιαίτερα με τους νέους. Κρίνεται ότι ήταν ιδιαίτερο χρήσιμο εργαλείο αφενός για ευρεία ενημέρωση των δράσεων του ΟΚΑΝΑ, αφετέρου για τη συμμετοχή του ευρύτερου κοινού στα Φεστιβάλ και τα Road Shows.

Με τη διοργάνωση των Road Shows, ο ΟΚΑΝΑ, ήρθε σε άμεση επαφή με το ευρύ κοινό και πρόβαλε σημαντικές δράσεις και αποτελέσματα που αφορούν στην αντιμετώπιση του κρίσιμου και ευαίσθητου προβλήματος των εξαρτήσεων. Η προετοιμασία και η διενέργεια των Ενημερωτικών Δράσεων- Road Shows στην κάθε πόλη ολοκληρώθηκε με επιτυχία και εντός του προβλεπόμενου χρονοδιαγράμματος, λαμβάνοντας σημαντική αποδοχή από το κοινό, σε σχέση με τον προβλεπόμενο προγραμματισμό, αναδεικνύοντας όχι μόνο την καμπάνια του ΟΚΑΝΑ, αλλά και την πολύτιμη συμβολή του στον περιορισμό του προβλήματος των εξαρτήσεων.

Η παραγωγή και προβολή των TV & Radio spots συνέβαλε σημαντικά στη δημοσιοποίηση /γνωστοποίηση των Δράσεων στο ευρύ κοινό ενώ παράλληλα ενίσχυσε θετικά το προφίλ του Οργανισμού. Επιπρόσθετα, η δημιουργία του video/spot του εταιρικού προφίλ του Οργανισμού, είναι ένα σύγχρονο εργαλείο προβολής των παρεχόμενων υπηρεσιών του και δίνει τη δυνατότητα χρήσης του μελλοντικά, όποτε αυτό κριθεί σκόπιμο.

Η διοργάνωση των Ημερίδων, συνέβαλε αφενός στην ενίσχυση της εικόνας του ΟΚΑΝΑ ως έναν αξιόπιστο και σημαντικό φορέα, στον χώρο των εξαρτήσεων και των ψυχικών νοσημάτων, αφετέρου στην ενημέρωση όλων των συμμετεχόντων για εξειδικευμένα ζητήματα επικοινωνίας των εξαρτήσεων. Με αυτό τον τρόπο επιτεύχθηκε μια στοχευμένη επαφή των στελεχών του ΟΚΑΝΑ, κυρίως με τους άμεσα ενδιαφερομένους δημοσιογράφους και διαμορφωτές κοινής γνώμης δημιουργώντας έτσι την ευκαιρία για την ανάπτυξη ενός γόνιμου διαλόγου.

Η διοργάνωση των Φεστιβάλ σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη, αποτέλεσε μια μεγάλη προσπάθεια προσέγγισης τόσο των χρηστών αλλά και του ευρύτερου κοινού και κυρίως των νέων, με απώτερο σκοπό, αφενός να ανατραπούν στερεότυπα, προκαταλήψεις, φοβικές στάσεις και συμπεριφορές κοινωνικού στιγματισμού αφετέρου την επίτευξη έμπρακτης στήριξης στην εφαρμογή μιας ολιστικής προσέγγισης για την καταπολέμηση των εξαρτήσεων. Τα Φεστιβάλ πραγματοποιήθηκαν με εξαιρετική επιτυχία (παρά τις αντίξοες καιρικές συνθήκες που επικράτησαν) γεγονός που τεκμηριώνεται από τον αριθμό συμμετεχόντων, την κάλυψη των αναγκών των επισκεπτών και το βαθμό ικανοποίησης του κοινού που συμμετείχε (Βλ.Αναλυτικά αποτελέσματα στο Παράρτημα 4.4 & 4.5). Ενδεικτικά αναφέρονται α) τα υψηλά ποσοστά που παρατηρήθηκαν στην ερώτηση αναφορικά με τη γενική ικανοποίηση από την εμπειρία επίσκεψης/συμμετοχής στα Φεστιβάλ (Αθήνας & Θεσσαλονίκης)με την πλειοψηφία των επισκεπτών, να δηλώνει, πάρα πολύ και πολύ ικανοποιημένη ( με ποσοστά 50,5% και 41,1% αντίστοιχα για την Αθήνα & 44,4% και 46,5% αντίστοιχα για τη Θεσ/κη).

Μέσω της συγκεκριμένης Πράξης, επιτεύχθηκε η δημιουργία/παραγωγή μεγάλου αριθμού ενημερωτικού και προωθητικού υλικού ενημερώνοντας και επηρεάζοντας θετικά το ευρύ κοινό αλλά και τις ειδικές ομάδες για το σημαντικό έργο που επιτελεί ο ΟΚΑΝΑ στον τομέα των Εξαρτήσεων.

Στο σημείο αυτό αξίζει να τονισθεί, ότι εάν η πανελλαδική διανομή γινόταν από τον ΟΚΑΝΑ, το κόστος αυτής (διανομής) θα επιβάρυνε σημαντικά τον Οργανισμό. Οι Υπεύθυνοι της Πράξης (Επιστημονικά Υπεύθυνη και άλλοι εμπλεκόμενοι) όμως κατάφεραν, αξιοποιώντας με τον αποδοτικότερο τρόπο τις δυνατότητες της Σύμβασης, η πανελλαδική διανομή του σχετικού υλικού να γίνει από τον Ανάδοχο. Έτσι επιτεύχθηκε η διανομή του

σχετικού υλικού και η διάχυση των σχετικών μηνυμάτων χωρίς να επιβαρυνθεί οικονομικά ο ΟΚΑΝΑ.

Αξίζει να τονισθεί, ότι η παραγωγή ενημερωτικού υλικού **σύγχρονης αισθητικής** καθώς και η διακίνηση αυτού είτε μέσω των Road Shows/Φεστιβάλ είτε **μέσω των δομών του ΟΚΑΝΑ ή των συνεργαζόμενων με αυτόν δομών πανελλαδικά**, θεωρείται ότι αποτέλεσε ένα κατάλληλο εργαλείο για τη συμπληρωματική υποστήριξη των δράσεων πληροφόρησης και ευαισθητοποίησης.. Επιπρόσθετα, η ανάρτησή του στο site δημοσιότητας, συνέβαλε στην περαιτέρω ευαισθητοποίηση και έγκυρη πληροφόρηση της κοινής γνώμης για τους κινδύνους της χρήσης, την πρόληψη, τη θεραπεία, αλλά και την κοινωνική/επαγγελματική επανένταξη των απεξαρτημένων ατόμων. Επισημαίνεται δε, ότι οι παραγόμενες ποσότητες είναι ικανές να καλύψουν τις ανάγκες του ΟΚΑΝΑ για τα προσεχή 2- 3 χρόνια.

Μέσω της συγκεκριμένης Πράξης ο ΟΚΑΝΑ, κατάφερε να αναδείξει τη φιλοσοφία το όραμά του και να ενισχύσει την αξιοπιστία του μέσα από εξειδικευμένη πληροφόρηση, αξιόπιστες απαντήσεις και χρηστικές οδηγίες,. Με αυτό τον τρόπο προσέφερε ενδεδειγμένους και αποτελεσματικούς τρόπους πρόληψης και αντιμετώπισης του φαινομένου, στους νέους και τους εφήβους, προκειμένου να υιοθετήσουν σωστή συμπεριφορά απέναντι στους κινδύνους της χρήσης ουσιών Διαμορφώθηκε μια εταιρική επικοινωνιακή ταυτότητα για τον Οργανισμό, η οποία περιελάμβανε όλη την γκάμα των δραστηριοτήτων του (πρόληψη, θεραπεία, κοινωνική και επαγγελματική ένταξη, μείωση της βλάβης, εκπαίδευση επαγγελματιών) Παράλληλα, αναδύθηκαν τα αποτελέσματα που έχει να επιδείξει μέσα από μια μακρά και αξιόλογη πορεία, επηρεάζοντας με αυτό τον τρόπο θετικά την κοινή γνώμη αλλά και ταυτόχρονα ενεργοποιώντας αυτή, για το πρόβλημα των ναρκωτικών Επιπρόσθετα, κρίνεται ότι η εικόνα του, εκσυγχρονίστηκε προκειμένου να προσελκύσει και να εδραιώσει μια σχέση εμπιστοσύνης με το νεανικό κοινό.

Μέσω των επιμέρους Υποέργων, εκπονήθηκαν και παραδόθηκαν σημαντικά έργα (όπως η Μελέτη σχεδιασμού στρατηγικών επικοινωνίας με τίτλο: “Η επικοινωνία στην αντιμετώπιση του προβλήματος των εξαρτήσεων”, και ο “Οδηγός για την έγκυρη παρουσίαση θεμάτων σχετικά με τα ναρκωτικά”.) που μπορούν να **αποτελέσουν παρακαταθήκη** για τον Οργανισμό, αλλά και για το πεδίο των εξαρτήσεων γενικότερα.

Τα στελέχη του ΟΚΑΝΑ (ιατρικό, θεραπευτικό, διοικητικό προσωπικό) καταρτίστηκαν σε μεθόδους χειρισμού ΜΜΕ (υποέργο 3), με επιστημονικά ολοκληρωμένο τρόπο (θεωρητική & βιωματική εκπαίδευση). Η κατάρτιση αποσκοπούσε στην απόκτηση των απαραίτητων γνώσεων σχετικά με τον καθοριστικό ρόλο που παίζουν τα ΜΜΕ στη διαμόρφωση της κοινής γνώμης (συμπεριλαμβανομένου και του θέματος των εξαρτήσεων) αλλά και στην απόκτηση των απαραίτητων ικανοτήτων /δεξιοτήτων ώστε οι ίδιοι να χειρίζονται αυτά



(ΜΜΕ) αποτελεσματικά και να συμβάλλουν στη διαμόρφωση της κοινής γνώμης, όταν τους δίνεται δημόσιο βήμα. Η επιλογή εκπαιδευτών, προερχόμενων από χώρους όπως τα ΜΜΕ (δημοσιογράφοι) αλλά και πανεπιστημιακές σχολές δημοσιογραφίας και επικοινωνίας συνέβαλε στην επιτυχή ολοκλήρωση του προγράμματος.

Η επιλογή των μέσων επικοινωνίας που χρησιμοποιήθηκαν **κρίνεται πολύ εύστοχη** και ο συνδυασμός αυτών, συνέβαλε σημαντικά στη βέλτιστη επικοινωνιακή υποστήριξη της συνολικής καμπάνιας του ΟΚΑΝΑ, καθώς και στην ευρεία συμμετοχή του κοινού στις επιμέρους δράσεις. Οι Ομάδες στόχοι, προσεγγίστηκαν από διαφορετικές διόδους επικοινωνίας, οι οποίες λειτούργησαν συμπληρωματικά, μεγιστοποιώντας την αποτελεσματικότητα και εξασφαλίζοντας με τον τρόπο αυτό, σαφή αποκωδικοποίηση των μηνυμάτων και υψηλότερη αναμνησιμότητα.

Για πρώτη φορά πραγματοποιήθηκε μια σχεδιασμένη και με επιστημονικό τρόπο δομημένη Καμπάνια Ενημέρωσης για τις Εξαρτήσεις από τον Οργανισμό, με ορισμένους στόχους (που καλύπτουν σημαντικά πεδία, από την πρόληψη των εξαρτήσεων έως την καταπολέμηση του κοινωνικού στίγματος των εξαρτημένων ατόμων), επιστημονικά σχεδιασμένη στρατηγική επικοινωνίας, αλλά και στοχευμένες ενέργειες υλοποίησης.

Δυστυχώς, οι καθυστερήσεις από την έγκριση της Πράξης μέχρι και την ολοκλήρωσή της, ήταν πολλές και μεγάλης διάρκειας και οφείλονταν σε γραφειοκρατικά & διοικητικά θέματα ( συχνή εναλλαγή διοικήσεων στον οργανισμό /ΥΥΚΑ) αλλά και σε μια σειρά από εξωγενείς παράγοντες (βλ Ενότητα 3- Δυσχέρειες/ Προβλήματα) που δυσχέραναν την υλοποίηση της. Επίσης, οι προβλεπόμενες από το θεσμικό πλαίσιο διαδικασίες, ήταν εξαιρετικά πολύπλοκες και δυσκόλεψαν την υλοποίηση της, η οποία από τη φύση της ήταν πολύπλοκη και σε βάθος χρόνου αναπόφευκτα θα είχε αλλαγές.

Οι Υπεύθυνοι (Επιστημονικά Υπεύθυνη, διοικητικό/οικονομικά υπεύθυνοι, στελέχη κ.α) της Πράξης, αξιοποίησαν με τον αποδοτικότερο και αποτελεσματικότερο τρόπο, όλες τις δυνατότητες που τους έδινε το πρόγραμμα και προέβησαν σε όλες τις απαραίτητες ενέργειες προκειμένου να ξεπεραστούν τα προβλήματα που προέκυπταν κατά καιρούς. Κρίνεται σκόπιμο, σε μελλοντικό σχεδιασμό παρόμοιων δράσεων να ληφθούν υπόψη τα αποτελέσματα της SWOT Ανάλυσης (βλ Παράρτημα 4.1) προκειμένου να αποφευχθούν προβλήματα και να επιτευχθεί ένας αποτελεσματικός συνδυασμός παρεμβάσεων στον τομέα εξαρτήσεων.

Έκδηλη ήταν, η θετική ανταπόκριση του κοινού και η συμμετοχή του στη συνολική καμπάνια του ΟΚΑΝΑ, συμβάλλοντας έμπρακτα στην υποστήριξη του έργου και των

δράσεων για την αντιμετώπιση του ευαίσθητου και κρίσιμου προβλήματος των εξαρτήσεων στη χώρα μας.

Λαμβάνοντας υπόψη, τα ποιοτικά και ποσοτικά στοιχεία/δείκτες (όπως αυτά αποτυπώνονται στις επιμέρους εκθέσεις αξιολόγησης) της Πράξης, συνυπολογίζοντας τα προβλήματα /δυσχέρειες που προέκυψαν κατά την υλοποίησή της, σε συνδυασμό με το βαθμό δυσκολίας που ενείχε σε επίπεδο πολυπλοκότητας και απουσία εμπειρίας (από τον Οργανισμό) και σε σχέση με το σύντομο χρονοδιάγραμμα υλοποίησης των σημαντικότερων δράσεων (Υποέργο 2), **τα αποτελέσματα της, κρίνονται στο μέγιστο βαθμό ικανοποιητικά.**

Επισημαίνεται δε, ότι ενισχύθηκε σημαντικά η δημοσιότητα και η περαιτέρω προβολή του έργου και των προτεραιοτήτων του ΟΚΑΝΑ σε Μ.Μ.Ε εθνικής και περιφερειακής εμβέλειας.

Η τεχνογνωσία και η εμπειρία που αποκτήθηκε, κατά τη διάρκεια υλοποίησης ενός έργου, τέτοιου μεγέθους, **είναι ιδιαίτερα σημαντική** και θα μπορούσε να αξιοποιηθεί από τον Οργανισμό ώστε να συνεχισθούν παρόμοιες επικοινωνιακές παρεμβάσεις στο μέλλον.

Είναι αδιαμφισβήτητο γεγονός ότι θα πρέπει να υπάρχει συνεχής ενημέρωση και συντονισμένη δράση του ΟΚΑΝΑ ώστε να προσεγγίζει ενεργητικά τους αποδέκτες του. Ο οργανισμός θα πρέπει να συνεχίσει να δίνει έμφαση στα στοιχεία αυτά που συμβάλλουν στο κοινωνικό όφελος τόσο στη διαφύλαξη της δημόσιας υγείας όσο και στο θέμα της κοινωνικής όχλησης.

Εν κατακλείδι, το θέμα των εξαρτήσεων αποτελεί ένα πολυπαραγοντικό πρόβλημα που απαιτεί ένα συνδυασμό παρεμβάσεων για την αντιμετώπισή του. Οι καμπάνιες ΜΜΕ σε συνδυασμό με στοχευμένες παρεμβάσεις μικρότερες κλίμακας, θα συνέβαλαν με τον πλέον αποτελεσματικό τρόπο στην ολιστική αντιμετώπιση του προβλήματος. Βέβαια ο σχεδιασμός και η υλοποίηση παρόμοιων παρεμβάσεων στο μέλλον είναι πρωτίστως θέμα πολιτικής βούλησης και διάθεσης των απαραίτητων πόρων για την πραγματοποίησή τους.

Την περίοδο της οικονομικής κρίσης που διανύει η χώρα μας, η χρηματοδότηση τέτοιου είδους παρεμβάσεων από το ΕΣΠΑ, αποτελεί σημαντική ευκαιρία για την υλοποίησή τους.

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4

- **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4.1** , ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ SWOT ΑΝΑΛΥΣΗΣ
- **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4.2** ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΝΤΥΠΟΥ (Υ4Ε2) ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ ΑΠΟ ΕΚΠΡΟΣΩΠΟΥΣ ΤΟΥ ΟΚΑΝΑ ΚΑΙ ΤΩΝ ΦΟΡΕΩΝ ΠΟΥ ΣΥΜΜΕΤΕΙΧΑΝ ΣΤΟ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΣ
- **ΤΟ ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4.3** ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΝΤΥΠΟΥ (Υ4Ε2) ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ ΑΠΟ ΕΚΠΡΟΣΩΠΟΥΣ ΤΟΥ ΟΚΑΝΑ ΚΑΙ ΤΩΝ ΦΟΡΕΩΝ ΠΟΥ ΣΥΜΜΕΤΕΙΧΑΝ ΣΤΟ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΤΗΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
- **ΤΟ ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4.4** ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΟΥ ΈΝΤΥΠΟΥ Υ4Ε1 ΤΟ ΟΠΟΙΟ ΑΠΕΥΘΥΝΟΤΑΝ ΣΤΟΥΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ ΤΟΥ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΣ
- **ΤΟ ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4.5** Τ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΟΥ ΈΝΤΥΠΟΥ Υ4Ε1 ΤΟ ΟΠΟΙΟ ΑΠΕΥΘΥΝΟΤΑΝ ΣΤΟΥΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ ΤΟΥ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΤΗΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4.1 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ SWOT ANALYSES

Στη SWOT ANALYSIS συμμετείχαν η κ. Πλαγιανάκου Λίνα (Επιστημονικά Υπεύθυνη της Πράξης & Υπεύθυνη του Τμήματος Διεθνών & Δημοσίων Συνεργασιών ΟΚΑΝΑ) η κ. Μπάνου Χρυσούλα (Υπεύθυνη του Τμήματος Προγραμμάτων και Χρηματοδότησης του ΟΚΑΝΑ.) η κ.Τσακανίκα Σταυρούλα και η κ. Τσέλικα Δήμητρα (Στελέχη του Τμήματος Διεθνών & Δημοσίων Συνεργασιών ΟΚΑΝΑ).

Οι συμμετέχοντες ήταν άμεσα εμπλεκόμενοι στην Πράξη και οι απόψεις τους αφενός, παρέχουν μια αξιόπιστη πληροφόρηση για τα αποτελέσματα της Πράξης , αφετέρου οι επισημάνσεις τους ,σχετικά με τα προβλήματα που αντιμετώπισαν κατά την υλοποίηση του Έργου , θα συμβάλουν στην πραγματοποίηση των απαραίτητων διορθωτικών ενεργειών είτε σε επίπεδο Οργανισμού είτε σε επίπεδο Κεντρικής Διοίκησης ώστε να αποφευχθούν μελλοντικά παρόμοια προβλήματα. Τέλος ,κρίνεται σκόπιμο οι απόψεις τους σχετικά με το τι θεωρούν κίνδυνο ή ευκαιρία για τη συνέχιση παρόμοιων παρεμβάσεων στο μέλλον θα πρέπει να ληφθεί σοβαρά υπόψη από τους χαράσσοντες πολιτική και σε επίπεδο Οργανισμού &Κεντρικής Διοίκησης.

Οι απαντήσεις, του focus group ,παρατίθενται όπως αυτές καταγράφηκαν (με μικρές παρεμβάσεις από τον αξιολογητή σε θέματα που αλληλεπικαλύπτονταν) κατά τη διενέργεια της SWOT analysis.

### ΘΕΤΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

**Αναφέρετε - κατά τη γνώμη σας – και με ιεραρχική σειρά τα περισσότερα σημαντικά αποτελέσματα του συγκεκριμένου Έργου (συμπεριλαμβάνονται όλα τα υποέργα)**

- Για πρώτη φορά πραγματοποιήθηκε μια σχεδιασμένη και με επιστημονικό τρόπο δομημένη Καμπάνια Ενημέρωσης για τις Εξαρτήσεις από τον Οργανισμό, με ορισμένους στόχους (που καλύπτουν σημαντικά πεδία, από την πρόληψη των εξαρτήσεων έως την καταπολέμηση του κοινωνικού στίγματος των εξαρτημένων ατόμων), επιστημονικά σχεδιασμένη στρατηγική επικοινωνίας, αλλά και στοχευμένες ενέργειες υλοποίησης.
- Κατά τη διάρκεια υλοποίησης και στο πλαίσιο επιμέρους υποέργων, εκπονήθηκαν και παραδόθηκαν σημαντικά έργα (υποέργο 1), που μπορούν να αποτελέσουν παρακαταθήκη για τον Οργανισμό, αλλά και για το πεδίο των εξαρτήσεων γενικότερα, όπως είναι η μελέτη σχεδιασμού στρατηγικών επικοινωνίας με τίτλο: “Η επικοινωνία στην αντιμετώπιση του προβλήματος των εξαρτήσεων”, και ο “Οδηγός για την έγκυρη παρουσίαση θεμάτων σχετικά με τα ναρκωτικά”.

- Επιστημονικά σχεδιασμένη και οργανωμένη, η εκστρατεία έχει ως ομάδα-στόχο τόσο το ευρύ κοινό, όσο και επιμέρους ομάδες, με καίριους επικοινωνιακούς άξονες, από την προβολή του έργου και των υπηρεσιών, που προσφέρει ο ΟΚΑΝΑ και την ανάδειξη της συνολικής κοινής προσπάθειας της χώρας για την επίτευξη των στόχων της Εθνικής Πολιτικής για την αντιμετώπιση της εξάρτησης, μέχρι την καταπολέμηση της ιδέας των εξαρτήσεων ως τρόπου ζωής (μέσω της ενεργοποίησης ολόκληρης της κοινωνίας για αλλαγή στάσεων/κοινωνικών προτύπων αναφορικά με τη χρήση όλων των ειδών των ουσιών) αλλά και τον περιορισμό των προκαταλήψεων για τα εξαρτημένα, τα υπό απεξάρτηση και τα απεξαρτημένα άτομα.
- Η εξωτερική αξιολόγηση (υπόεργο 4), στοιχείο παραπάνω από απαραίτητο για κάθε επιστημονική δράση και πράξη, δίνει μια μοναδική ευκαιρία να διαπιστωθούν και να καταγραφούν τα όσα υλοποιήθηκαν αποτελώντας ένα ιδιαίτερα σημαντικό εργαλείο.
- Παρουσία και παρουσίαση του ΟΚΑΝΑ και του έργου του με διάρκεια, στόχευση και πολλαπλούς τρόπους και μέσα διάχυσης μηνυμάτων (τηλεόραση, internet, social media, έντυπα μέσα, ημερίδες, road show, φεστιβάλ).
- Δημιουργία ενημερωτικού υλικού (έντυπα, εκδόσεις, σποτ) για διαφορετικές ομάδες πληθυσμού (γονείς, εφήβους, κοινότητα, δημοσιογράφους, ιατρικό και νοσηλευτικό προσωπικό).
- Εκπαίδευση στελεχών του Οργανισμού σε διαχείριση ΜΜΕ.
- Ανανέωση ιστοσελίδας του Οργανισμού.
- Ενημέρωση και ευαισθητοποίηση του γενικού πληθυσμού γύρω από το θέμα των εξαρτήσεων.
- Έγκυρη πληροφόρηση των νέων σχετικά με τη χρήση ή τους κινδύνους από τη χρήση εξαρτησιογόνων ουσιών και άλλων εξαρτητικών συμπεριφορών και τη μεταστροφή των αντιλήψεων γύρω από το ζήτημα αυτό.
- Πληρέστερη ενημέρωση γύρω από τις υπάρχουσες δομές, πρόληψης, μείωσης της βλάβης, θεραπείας και κοινωνικής επανένταξης και των υπηρεσιών που προσφέρουν σε ολόκληρη τη χώρα.
- Καταπολέμηση του κοινωνικού στίγματος των εξαρτημένων και υπό απεξάρτηση ατόμων και τη διευκόλυνση της επανένταξης των απεξαρτημένων ατόμων.
- Εξάλειψη των διακρίσεων στην αγορά εργασίας.

- Βελτίωση της υγείας και της φυσικής κατάστασης ολόκληρου του ανθρώπινου δυναμικού της χώρας, μέσω της προώθησης της πρόληψης και προαγωγής της υγείας.
- Απασχόληση ενός αριθμού εργαζομένων στους αναδόχους των υποέργων που θα αναλάβουν δράσεις οργάνωσης, εφαρμογής και συντονισμού, παραγωγής επικοινωνιακού υλικού, οργάνωσης στοχευμένων δράσεων και των φεστιβάλ, αξιολόγησης της πράξης.
- Συγκέντρωση και οργάνωση όλων των πληροφοριών και της εμπειρίας αναφορικά με την επικοινωνία στο χώρο των εξαρτήσεων.
- Βελτίωση της αξιοπιστίας των πληροφοριών που λαμβάνουν και αξιοποιούν ομάδες πληθυσμού (μη ειδικών) σχετικά με τις εξαρτήσεις και με τους εξαρτημένους προκειμένου ο δημόσιος διάλογος να χαρακτηρίζεται από εγκυρότητα και ψυχραιμία.
- Διάχυση της ενημέρωσης και των μηνυμάτων πρόληψης, αποστιγματισμού των χρηστών και αποφόρτισης της κοινότητας απέναντι στην εξάρτηση σε όλη τη χώρα.
- Ευαισθητοποίηση των ειδικών σχετικά με την ιδιαίτερη φύση του τομέα της μαζικής επικοινωνίας, ο οποίος αποτελεί απαραίτητο συμπλήρωμα για την εκφορά δημόσιου λόγου από κρατικούς φορείς παροχής εξειδικευμένης πληροφόρησης και εξειδικευμένων υπηρεσιών.
- Διαμόρφωση εταιρικής επικοινωνιακής ταυτότητας για τον ΟΚΑΝΑ, η οποία περιλαμβάνει όλη την γκάμα των δραστηριοτήτων του (πρόληψη, θεραπεία, κοινωνική και επαγγελματική ένταξη, μείωση της βλάβης, εκπαίδευση επαγγελματιών).
- Βελτίωση και εκσυγχρονισμός της εικόνας του ΟΚΑΝΑ με ιδιαίτερη στόχευση στην αντίληψη που το νεανικό κοινό έχει για τον Οργανισμό, προκειμένου να αρχίσει να εδραιώνεται σχέση εμπιστοσύνης προς τον Οργανισμό από την πλευρά των νέων.
- Συνεργασία όλων των ομότιμων φορέων κάτω από την ομπρέλα των φεστιβάλ που διοργάνωσε ο ΟΚΑΝΑ σε Θεσσαλονίκη και Αθήνα.
- Δημιουργία νέου ενημερωτικού υλικού σύγχρονης αισθητικής που διακινήθηκε σε όλη τη χώρα μέσω των δομών του ΟΚΑΝΑ ή των συνεργαζόμενων με αυτόν δομών. Παραγωγή του υλικού σε ποσότητες ικανές να καλύψουν τις ανάγκες του ΟΚΑΝΑ για τα προσεχή 2-3 χρόνια.

## **ΔΥΣΧΕΡΕΙΕΣ/ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ**

**Αναφέρετε - κατά τη γνώμη σας – και με ιεραρχική σειρά τα σημαντικότερα προβλήματα που αντιμετωπίσατε κατά τη διάρκεια του συγκεκριμένου Έργου (συμπεριλαμβάνονται όλα τα υποέργα).**

- Εναλλαγή διοικήσεων του Οργανισμού, η οποία εκτός από τις προφανείς καθυστερήσεις που προκαλούσε στο έργο λόγω των διαδοχικών ενημερώσεων που έπρεπε να γίνονται σε καθεμιά από αυτές, δεν εξασφάλιζε τον ίδιο βαθμό ευαισθητοποίησης και (πολιτικής) βούλησης για τη λήψη των απαιτούμενων αποφάσεων καθ' όλη τη διάρκεια του σχεδιασμού του έργου.
- όχι επαρκή γνώση ή/και ασαφής γνώση διαδικασιών και κανονισμών που διέπουν το ΕΣΠΑ (και εσωτερικά στον ΟΚΑΝΑ και εξωτερικά σε εμπλεκόμενους φορείς/αρχές).
- Δυσκολία στον καθορισμό και διαχωρισμό αρμοδιοτήτων σε όλο το εύρος των ενεργειών και πράξεων που απαιτούνται για το σχεδιασμό και την υλοποίηση τέτοιων Έργων.
- Για την υλοποίηση του υποέργου 2 με προϋπολογισμό 2.000.000 ευρώ απαιτείται ανοικτός διεθνής διαγωνισμός. Η προέγκριση για την διενέργεια του διαγωνισμού εκδόθηκε στις 27/12/2012 (αρ.πρωτ. 1975) από την Ειδική Υπηρεσία του Τομέα Υγείας και Κοινωνικής Αλληλεγγύης – Υπουργείο Υγείας και η προκήρυξη δημοσιεύτηκε από τον ΟΚΑΝΑ στις 28/1/2013 και η καταληκτική προθεσμία υποβολής ήταν η 21/3/2013. Λόγω κατάληψης της Κεντρικής Υπηρεσίας του Οργανισμού από τον Σύλλογο Εργαζομένων ΟΚΑΝΑ, την περίοδο εκείνη, δεν κατέστη δυνατή η υποβολή προσφορών από τους ενδιαφερόμενους. Επίσης στις 22/2/2013 η Ένωση Εταιρειών Διαφήμισης και Επικοινωνίας Ελλάδος (ΕΔΕΕ) με το υπ.αριθμ. 2577/22-2-013 έγγραφο της διαβίβασε γνωμοδοτική επιστολή προς τον ΟΚΑΝΑ, η οποία αφορά στις χρηματοοικονομικές απαιτήσεις που έχει θέσει ο ΟΚΑΝΑ ως προϋπόθεση συμμετοχής στο εν λόγω έργο. γεγονός που δημιούργησε περαιτέρω καθυστερήσεις.
- Πολύπλοκες προβλεπόμενες από το θεσμικό πλαίσιο διαδικασίες, που μάλλον δυσχεραίνουν την υλοποίηση ενός τέτοιου έργου, που από τη φύση του σε βάθος 4ετία υπόκειται αναπόφευκτα σε αλλαγές.

- Αρχική απειρία του Οργανισμού στο σχεδιασμό επικοινωνιακών εκστρατειών τέτοιου προϋπολογισμού και τώσης διάρκειας, ιδιαίτερα σύμφωνα με τις προβλεπόμενες από το θεσμικό πλαίσιο του ΕΣΠΑ διαδικασίες.
- Η ωρίμανση του προτεινόμενου έργου μεταβλήθηκε πολλές φορές λόγω των συνεχών καθυστερήσεων σε βάθος 4ετίας.
- Ανεπαρκής υποστήριξη από την πλευρά των εμπλεκόμενων διοικητικών τμημάτων του Οργανισμού λόγω φόρτου πάγιων εργασιών ή/και ελλιπούς στελέχωσής τους.
- Εξωτερικοί παράγοντες προκάλεσαν πολλές απρόβλεπτες δυσκολίες την τελευταία 4ετία: 5 αλλαγές ΔΣ ΟΚΑΝΑ, 3 αλλαγές Προέδρων, οικονομική κρίση που οδήγησε τον Οργανισμό, λόγω των περικοπών, σε στέρση αναγκαίων υλικών και υπηρεσιών και άρα θα χαρακτηριζόταν ανορθόδοξη η απορρόφηση και η δαπάνη του αρχικού κονδυλίου για την υλοποίηση καμπάνιας επικοινωνίας, capital controls, 5 εκλογικές αναμετρήσεις σε γενικότερο σκηνικό πολιτικής αστάθειας και κινητοποιήσεων εργαζομένων, που είχε ως συνέπεια ακόμα και στη φάση της 4μηνιας υλοποίησης να μην μπορεί να υλοποιηθεί το πλάνο προβολής από ΜΜΕ λόγω προεκλογικών περιορισμών.

## **ΚΙΝΔΥΝΟΙ**

**Αναφέρετε –κατά τη γνώμη σας- τι θεωρείτε ως σημαντικότερη απειλή για τη συνέχιση των συγκεκριμένων παρεμβάσεων στο μέλλον.**

- Το τόσο ασταθές και ανασφαλές οικονομικό-πολιτικό περιβάλλον μόνο απειλή μπορεί να αποτελεί για τη συνέχιση τέτοιων παρεμβάσεων, αλλά και για την περαιτέρω αξιοποίηση δράσεων/παρεμβάσεων, που έχουν ήδη υλοποιηθεί. Κάτι τέτοιο μόνο οξύμωρο μπορεί να είναι, αφού την ίδια στιγμή η ολοένα και επιδεινούμενη οικονομική κατάσταση έχει άμεσο αντίκτυπο στη διάλυση του κοινωνικού ιστού και στη δημιουργία συνθηκών, όπου μεταξύ άλλων, ενισχύονται οι παράγοντες κινδύνου εξάπλωσης της χρήσης (κάθε είδους ουσιών, νόμιμων και μη).
- Τώρα, περισσότερο ίσως από ποτέ, υπάρχει αδήριτη ανάγκη για τέτοιου είδους παρεμβάσεις.
- Υποχρηματοδότηση.
- Δεδομένης της οικονομικής κατάστασης της χώρας, η έλλειψη χρηματοδότησης δράσεων ενημέρωσης, πληροφόρησης από τον τακτικό προϋπολογισμό του ΟΚΑΝΑ ή από συγχρηματοδοτούμενες δράσεις της Ε.Ε.



- Πολύπλοκο θεσμικό πλαίσιο που αποτελεί αντί-κίνητρο για τη διεκδίκηση τέτοιων προγραμμάτων.
- Πολιτική αστάθεια και οικονομική κρίση.
- Απειρία του κρατικού μηχανισμού ως προς τη διευκόλυνση της υλοποίησης τέτοιων προγραμμάτων για τους αναδόχους ή έλλειψη πολιτικής βούλησης για την ορθολογική αξιοποίηση ευρωπαϊκών πόρων.
- Οι επικοινωνιακές εκστρατείες θα πρέπει να έχουν σαφές και αναλυτικό φυσικό αντικείμενο, ενδελεχή τεκμηρίωση, ολοκληρωμένη στρατηγική και στοχοθεσία και πρωτοποριακές ενέργειες υλοποίησης προκειμένου να αποφεύγεται η μη ορθή χρήση της επικοινωνίας για στόχους διαφορετικούς από εκείνους που εξυπηρετεί το φυσικό αντικείμενο. Ο εν λόγω κίνδυνος είναι μεγαλύτερος σε συστήματα με συνεχείς εναλλαγές διοικήσεων.
- Οι εκστρατείες θα πρέπει να προσαρμόζονται στα νέα δεδομένα επικοινωνίας, στις νέες τεχνολογίες ή άλλα επικοινωνιακά μέσα και να είναι ανοιχτές στην επικαιροποίηση και τον εκσυγχρονισμό, ιδιαίτερα σε μακροχρόνιους σχεδιασμούς υλοποίησης, αλλιώς κινδυνεύουν να είναι παρωχημένες και να θέτουν και την εικόνα του φορέα υλοποίησης σε κίνδυνο.

## **ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ**

### **Τι θεωρείτε ότι μπορεί να αποτελέσει «ευκαιρία» για τη συνέχιση των συγκεκριμένων παρεμβάσεων στο μέλλον**

- Η εμπειρία που αποκτήθηκε, κατά τη διάρκεια υλοποίησης του έργου, η εξωστρέφεια και το “άνοιγμα” του Οργανισμού προς την κοινωνία, το υλικό, που δημιουργήθηκε και παράχθηκε, οι συνεργασίες, που ξεκίνησαν και μπορούν να αξιοποιηθούν περαιτέρω, αλλά το σημαντικότερο οι ίδιες οι ανάγκες τόσο της κοινωνίας όσο και των χιλιάδων ανθρώπων, που εξυπηρετεί καθημερινά ο Οργανισμός, είναι μοναδική ευκαιρία για την αξιοποίηση και τη συνέχιση τέτοιων παρεμβάσεων στο μέλλον. Και όλα αυτά γιατί αφορούν ένα ζήτημα βαθιά κοινωνικό, που μας αφορά όλους.
- Δεδομένης της οικονομικής κατάστασης της χώρας, η συγχρηματοδότηση σχετικών δράσεων από το ΕΣΠΑ θα αποτελούσε μια σημαντική ευκαιρία συνέχισης των συγκεκριμένων παρεμβάσεων στο μέλλον.

- Οι καμπάνιες ΜΜΕ για κοινωνικά ζητήματα δεν μπορούν να αποτελούν 4ετές πρόγραμμα από μόνες τους. Μια μαζική εκστρατεία εθνικής κλίμακας κατά των εξαρτήσεων για να πειστούν οι πολίτες να μην κάνουν χρήση εξαρτησιογόνων ουσιών δεν μπορεί να στηρίζονται αποκλειστικά σε προωθητικές ενέργειες ευρείας κλίμακας και δεν μπορεί να είναι το μόνο μέσο για την επικοινωνία ενός τέτοιου πολυπαραγοντικού προβλήματος. Εκ των πραγμάτων θα πρέπει να είναι συνοδευτική στοχευμένων παρεμβάσεων μικρότερης κλίμακας με στόχο τη δημιουργία πυρήνων που θα λειτουργούν ως πολλαπλασιαστές στην κοινότητα. Ευκαιρία, επομένως, εκτιμώ ότι θα ήταν ο σχεδιασμός και η υλοποίηση μίας κοινωνικής εκστρατείας, εθνικής κλίμακας 4ετούς διάρκειας στην κοινότητα που δευτερευόντως θα αξιοποιούσε τα ΜΜΕ για την ενίσχυση των στόχων της.

## **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4.2 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΝΤΥΠΟΥ ( Υ4Ε2) ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ ΑΠΟ ΕΚΠΡΟΣΩΠΟΥΣ ΤΟΥ ΟΚΑΝΑ ΚΑΙ ΤΩΝ ΦΟΡΕΩΝ ΠΟΥ ΣΥΜΜΕΤΕΙΧΑΝ ΣΤΟ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΣ**

Το έντυπο ( Υ4Ε2) συμπληρώθηκε από 4 άτομα ,τα οποία συμμετείχαν ενεργά στο Φεστιβάλ Αθήνας. Συγκεκριμένα συμπληρώθηκαν από την Επιστημονικά Υπεύθυνη του Προγράμματος, το Διοικητικό Υπάλληλο της Θεραπευτικής Μονάδας Περιστερίου, τη Σύμβουλο Διεκδίκησης/Υπεράσπισης Δικαιωμάτων της Εταιρείας Διογένης ( Πρωτοβουλία για την Πολιτική των Ναρκωτικών στη Νότιο-ανατολική Ευρώπη), την Κοινωνική Λειτουργό-Υπεύθυνη Θεραπευτικού Προγράμματος ΚΕΘΕΑ.

Στην πλειονότητά τους οι ερωτηθέντες είναι κάτοχοι Μεταπτυχιακού Διπλώματος, διαθέτουν τη σχετική επαγγελματική εμπειρία στον τομέα των εξαρτήσεων και έχουν συμμετάσχει στο παρελθόν σε παρόμοιες εκδηλώσεις.

### **Πεδίο 3.1 « Συμμετοχή»**

Οι ερωτηθέντες χαρακτηρίζουν τη συμμετοχή του κοινού στο φεστιβάλ αρκετά έως πολύ μαζική Δηλώνουν ότι η μεγαλύτερη προσέλευση κοινού παρατηρήθηκε το Σάββατο 18.00 – 22.00 ενώ η μικρότερη προσέλευση παρατηρήθηκε το Σάββατο 11.00-13.00 (λόγω βροχόπτωσης).

Στο υποερώτημα που αφορούσε στα χαρακτηριστικά της κυρίαρχης ομάδας επισκεπτών οι ερωτηθέντες απάντησαν ως εξής: (παρατίθενται οι απαντήσεις τους όπως ακριβώς καταγράφηκαν στα ερωτηματολόγια)

- Υπήρχαν αρκετά ζευγάρια ( άρα τόσο γυναίκες όσο και άνδρες), ένας μέσος ηλικίας τα 35 έτη. Αρκετοί θεραπευόμενοι από διάφορα Προγράμματα του Ο.ΚΑ.ΝΑ, χρήστες εκτός Προγραμμάτων αλλά και κάποιοι με “καλή” σχέση με το αλκοόλ.
- Δεν υπήρχε μια κυρίαρχη ομάδα επισκεπτών. Υπήρχε ποικιλία από μικρές ηλικίες μέχρι μεγάλες, άνδρες & γυναίκες, γενικός πληθυσμός, χρήστες ουσιών, απόφοιτοι προγραμμάτων, εργαζόμενοι στο χώρο των εξαρτήσεων.
- Δεν υπήρχε κυρίαρχη ομάδα. Ήταν γενικός πληθυσμός.
- Χρήστες, μέλη των φορέων που συμμετείχαν, καλεσμένοι των φορέων, περαστικοί.

Στο υποερώτημα που αφορούσε στην αναφορά των χαρακτηριστικών του ειδικού κοινού που επισκέφθηκε το Φεστιβάλ οι ερωτηθέντες απάντησαν ως εξής:

- Αρκετοί μετανάστες, άστεγοι, έφηβοι που βρέθηκαν τυχαία στο χώρο.
- Πολλοί θεραπευόμενοι σε προγράμματα θεραπείας για εξαρτήσεις συγκριτικά με την εκπροσώπηση αυτής της ομάδας σε γενικού ενδιαφέροντος εκδηλώσεις.

Στο υποερώτημα σχετικά με την κατηγορία εκδηλώσεων, που θεωρούν οι ερωτηθέντες ότι ήταν πιο δημοφιλή και λιγότερο δημοφιλή για τους επισκέπτες απάντησαν ως εξής:

- Αρκετά μεγάλο ενδιαφέρον αλλά και συμμετοχή του κοινού υπήρξε κατά τη διάρκεια των συναυλιών. Υπήρξαν αρκετές ερωτήσεις και ενδιαφέρον για τα Προγράμματα Υποκατάστασης αλλά και απεξάρτησης. Κάτι που να είχε λιγότερο ενδιαφέρον, δεν έγινε αντιληπτό από εμένα.
- Οι συναυλίες ήταν το κομμάτι εκείνο του φεστιβάλ που βοήθησε ιδιαίτερα στην προσέλκυση του κόσμου.
- Πιο δημοφιλής: συναυλία με γνωστά μουσικά σχήματα το Σάββατο Αμέσως μετά: η φωτογράφιση σε photo booth με τα μηνύματα της καμπάνιας για τα κοινωνικά δίκτυα (social media).
- Θεωρώ ότι η πιο δημοφιλής κατηγορία ήταν η συναυλία και τα θεατρικά δρώμενα
- **Λιγότερο δημοφιλής:** οι εκθέσεις ίσως λόγω της τοποθέτησης των εκθεμάτων μέσα στα ενημερωτικά περίπτερα.

### Πεδίο 3.2 « Εμπειρία των επισκεπτών – αποτελέσματα»

Η εμπειρία των επισκεπτών από το Φεστιβάλ, θεωρείται από τους ερωτηθέντες, ότι ήταν **πολύ θετική**.

Επίσης σε όλα τα επιμέρους υποερωτήματα οι ερωτηθέντες δηλώνουν **πολύ έως πάρα πολύ ικανοποιημένοι** εκτός από τα υποερωτήματα που σχετίζονται με «*την αλλαγή στάσης/συμπεριφοράς του κοινού απέναντι στις εξαρτήσεις και στους χρήστες*» τα οποία θεωρούν ότι επηρεάστηκαν σε μικρό βαθμό.

*Εάν κρίνετε απαραίτητο, δώστε συμπληρωματικές πληροφορίες για τα ανωτέρω*

- Οι πρώην Χρήστες και τώρα Υπάλληλοι του Ο.ΚΑ.ΝΑ, συνέχισαν και στο Φεστιβάλ να κάνουν σωστά τη δουλειά τους, στον τομέα της ενημέρωσης και όχι μόνο. Το ίδιο ( χωρίς να έχω προσωπική εικόνα) φυσικά έγινε και από τα μέλη του ΚΕΘΕΑ

- Πιστεύω ότι στα παραπάνω θα βοηθούσαν περισσότερο κάποιες δράσεις με τη συμμετοχή του κοινού προκειμένου να υπάρξει μεγαλύτερη και άμεση ευαισθητοποίηση. Επίσης, απουσίαζε η συμμετοχή του Συλλόγου Θεραπευομένων του ΟΚΑΝΑ από τις καλλιτεχνικές δράσεις του φεστιβάλ
- Είναι βέβαιο ότι η στάση και η προκατάληψη απέναντι στη χρήση χρειάζεται πολύ μεγάλη προσπάθεια για να αλλάξει προς μία θετική κατεύθυνση. Ωστόσο θεωρώ ότι ήταν μια σημαντική προσπάθεια του ΟΚΑΝΑ και με την εμπλοκή όλων των φορέων που δουλεύουν την απεξάρτηση δόθηκε ένα σημαντικό μήνυμα

### **Πεδίο 3.3 « Οργάνωση/ Χώρος»**

Σε όλα τα υποερωτήματα του πεδίου οι ερωτηθέντες εκφράζουν **πολύ έως πάρα πολύ μεγάλο βαθμό ικανοποίησης** εκτός των υποερωτημάτων του πεδίου, που σχετίζονται με τους «χώρους υγιεινής» και την προσέλευση /στάθμευση με ΙΧ στα οποία εκφράζεται μικρός βαθμός ικανοποίησης.

### **Πεδίο 4.» Γενική εκτίμηση, προτάσεις, παρατηρήσεις για επόμενα Φεστιβάλ»**

Οι ερωτηθέντες εκφράζουν **πολύ έως παρά πολύ μεγάλο βαθμό ικανοποίησης** από την εμπειρία της συμμετοχής τους στο Φεστιβάλ.

Στο υποερώτημα ,σχετικά με τα ποια θέματα σχετικά με το πρόβλημα των εξαρτήσεων εκτιμούν οι ερωτηθέντες, ότι δεν προβλήθηκαν επαρκώς οι απαντήσεις τους συνοψίζονται ως εξής:

- Μείωση βλάβης/ Καινοτόμες παρεμβάσεις στο χώρο των εξαρτήσεων/ Καταπολέμηση στίγματος.
- Χρηματοδότηση θεραπευτικών προγραμμάτων και εναλλακτική τρόποι εξασφάλισής της.

Στο υποερώτημα «*Τι είδους ενημέρωση / πληροφόρηση εκτιμάτε ότι θα έπρεπε να παρασχεθεί στους επισκέπτες σε επόμενα Φεστιβάλ* » οι ερωτηθέντες απάντησαν ως εξής: (παρατίθενται οι απαντήσεις τους ,όπως ακριβώς αυτές καταγράφηκαν)

- Η γνώμη μου είναι πως θα έπρεπε να υπάρχει ειδικό περίπτερο, αποτελούμενο από street workers, μέλη φροντίδας εξαρτημένων ατόμων και γενικότερα από πρώην

χρήστες, με αυστηρά καθοδηγητικό χαρακτήρα. και δευτερευόντως με τη χορήγηση προωθητικού υλικού.

- Μείωση βλάβης/ Καινοτόμες παρεμβάσεις στο χώρο των εξαρτήσεων/ Καταπολέμηση στίγματος.
- Ενημέρωση και ευαισθητοποίηση για καινοτόμες παρεμβάσεις που δεν υλοποιούνται λόγω των αρνητικών στάσεων του κοινού.
- Ένταξη μικρών ομάδων ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης σε κάποιους κλειστούς χώρους όπως στην προκειμένη περίπτωση ήταν ο χώρος των αρχαιολόγων.

Στο υποερώτημα «*Τι είδους εκδηλώσεις εκτιμάτε ότι θα έπρεπε να προστεθούν σε επόμενα Φεστιβάλ*» οι ερωτηθέντες εκτιμούν ότι θα πρέπει να προστεθούν:

- Σύντομες και περιεκτικές ομιλίες από τη Διοίκηση για τις παρεχόμενες υπηρεσίες του OKANA και να δοθεί μεγαλύτερη έμφαση στην πρόληψη.
- Δράσεις από τα άτομα που βρίσκονται στα προγράμματα υποκατάστασης/ διαδραστικές ομάδες ενημέρωσης.
- Διαδραστικές ενέργειες με τη συμμετοχή επισκεπτών πέρα από τους χώρους του φεστιβάλ και μέσα στην πόλη (π.χ. δουλειά στο δρόμο από μεικτές ομάδες επαγγελματιών και κοινού για παροχή ειδών πρώτης ανάγκης και υποστήριξης σε χρήστες).
- Πραγματοποίηση ραδιοφωνικών εκπομπών όπου γνωστοί παραγωγοί να παίρνουν συνεντεύξεις από τους συμμετέχοντες αλλά και από τους περαστικούς σε σχέση με τη χρήση και την απεξάρτηση. Έτσι το μήνυμα θα μεταδίδεται και σε πολύ περισσότερους αποδέκτες.

Στο υποερώτημα «*Σε ποια σημεία εκτιμάτε ότι θα πρέπει να βελτιωθεί η οργάνωση σε επόμενα Φεστιβάλ*» οι ερωτηθέντες εκτιμούν ότι :

- Ο τρόπος οργάνωσης του Φεστιβάλ **ήταν άρτιος** και δεν υπάρχουν σημεία που μπορούν να τύχουν βελτίωσης.

και προτείνουν :

- Σε επίπεδο προληπτικών ενεργειών ,δεδομένης της απρόβλεπτης συμπεριφοράς του καιρού σε εκδηλώσεις που διοργανώνονται μήνες πριν, προτείνεται να επιλέγονται τοποθεσίες με ταυτόχρονη δυνατότητα επιλογής κλειστού ή ανοιχτού χώρου .

Στο υποερώτημα «Αναφέρατε θέματα ή παρατηρήσεις που θεωρείτε σημαντικές και δεν καλύφθηκαν από το ερωτηματολόγιο αυτό. « οι ερωτηθέντες αναφέρουν τα παρακάτω:

- Νομίζω ότι οι ερωτήσεις σχετικά με την αλλαγή στάσης/συμπεριφοράς του κόσμου απέναντι στις εξαρτήσεις και στους χρήστες είναι λίγο δύσκολο να απαντηθούν καθώς δεν υπάρχει κάποια μέτρηση για τις στάσεις/συμπεριφορές/αντιλήψεις του κόσμου πριν το φεστιβάλ και μετά από αυτό. Υπήρχε κόσμος που ήταν ήδη ευαισθητοποιημένος γύρω από το θέμα και το αντίθετο. Ίσως θα ήταν ενδιαφέρον να υπάρχει κάποιο σύντομο ερωτηματολόγιο που θα συμπλήρωνε ο κόσμος και θα μετρούσε τις στάσεις του και τις γνώσεις του γύρω από το θέμα των εξαρτήσεων, με μια σύντομη ανατροφοδότηση και ενημέρωση γύρω από λανθασμένες στάσεις και την αλλαγή που πιθανότατα είχε ως επίδραση το φεστιβάλ.

### **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4.3 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΝΤΥΠΟΥ ( Υ4Ε2) ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ ΑΠΟ ΕΚΠΡΟΣΩΠΟΥΣ ΤΟΥ ΟΚΑΝΑ ΚΑΙ ΤΩΝ ΦΟΡΕΩΝ ΠΟΥ ΣΥΜΜΕΤΕΙΧΑΝ ΣΤΟ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΤΗΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ**

Το έντυπο ( Υ4Ε2) συμπληρώθηκε από 4 άτομα (προσωπικό ΟΚΑΝΑ)τα οποία συμμετείχαν ενεργά στο Φεστιβάλ Θεσσαλονίκης . Στην πλειονότητά τους είναι κάτοχοι Μεταπτυχιακού Διπλώματος ,διαθέτουν τη σχετική επαγγελματική εμπειρία στον τομέα των εξαρτήσεων και ηλικιακά εντάσσονται στην κατηγορία των 35-45 ετών.

Από την επεξεργασία των Εντύπων Υ4Ε2 (Ημιδομημένων Συνεντεύξεων Προσωπικού) προκύπτουν τα παρακάτω:

#### **Πεδίο 3.1 « Συμμετοχή»**

Οι ερωτηθέντες δηλώνουν ότι οι ίδιοι ότι έχουν συμμετάσχει σε παρόμοιες .

Επίσης χαρακτηρίζουν τη συμμετοχή του κοινού στο φεστιβάλ αρκετά έως πολύ μαζική.

Δηλώνουν ότι η μεγαλύτερη προσέλευση κοινού παρατηρήθηκε περίπου στις 18.30 -23.00.

Ενώ η μικρότερη προσέλευση παρατηρήθηκε περίπου στις 12.00 -1500.

Στο υποερώτημα που αφορούσε στα χαρακτηριστικά της κυρίαρχης ομάδας επισκεπτών οι ερωτηθέντες απάντησαν ως εξής: (παρατίθενται οι απαντήσεις τους όπως ακριβώς καταγράφηκαν στα ερωτηματολόγια)

- Άντρες- Γυναίκες 25-45 ετών, γενικό κοινό.
- Καθώς το συγκεκριμένο σημείο αποτελεί “πέραςμα” επισκεπτών από όλες τις ηλικίες και των δυο φύλων, θεωρώ ότι στην εκδήλωση συμμετείχαν περιοδικά άτομα όλων των ηλικιών.
- Η κυρίαρχη ομάδα επισκεπτών θα μπορούσε να χωριστεί σε 2 κατηγορίες: 1. νέοι, αγόρια και κυρίως κορίτσια (18-25), που εν δυνάμει μπορεί να πειραματίζονται οι ίδιοι με κάποιου είδους ουσία (νόμιμη ή μη) ή να υπάρχουν άτομα στο περιβάλλον τους που πειραματίζονται ή κάνουν κάποιου είδους χρήση και 2. Άνδρες και γυναίκες από 40-50, που μπορεί οι ίδιοι να είναι γονείς.

Στο υποερώτημα που αφορούσε στην αναφορά των χαρακτηριστικών του ειδικού κοινού που επισκέφθηκε το Φεστιβάλ οι ερωτηθέντες απάντησαν ως εξής:

- Επαγγελματίες του χώρου των εξαρτήσεων
- Άνδρες (35-55), που φαινόταν ότι είχαν κάποια σχέση με ουσίες ή οι ίδιοι δήλωσαν ότι είναι/ήταν μέλη θεραπευτικού προγράμματος



- Μέλη προγραμμάτων κι ενδιαφερόμενοι για ένταξη.
- Η ευρύτερη κοινότητα

Στο υποερώτημα σχετικά με την κατηγορία εκδηλώσεων, που θεωρούν οι ερωτηθέντες ότι ήταν πιο δημοφιλή και λιγότερο δημοφιλή για τους επισκέπτες απάντησαν ως εξής

- Ως πιο δημοφιλή θεωρούν τη συναυλία και το photo booth, που υπήρχε στο χώρο.
- Ως λιγότερο δημοφιλή την κλασσικού τύπου ενημέρωση
- Επισημαίνουν όμως το κλίμα αλληλεπίδρασης που υπήρχε κατά την επίσκεψη/συζήτηση των επισκεπτών στα επιμέρους περίπτερα

### **Πεδίο 3.2 « Εμπειρία των επισκεπτών – αποτελέσματα»**

Η εμπειρία των επισκεπτών από το Φεστιβάλ θεωρείται από τους ερωτηθέντες ότι ήταν **θετική έως πολύ θετική**.

Επίσης σε όλα τα επιμέρους υποερωτήματα οι ερωτηθέντες δηλώνουν **πολύ έως πάρα πολύ ικανοποιημένοι** Μία ερωτηθείσα, εκφράζει μικρό βαθμό ικανοποίησης ο οποίος οφείλεται α) στις δυσμενείς καιρικές συνθήκες που επικρατούσαν την ημέρα διεξαγωγής του Φεστιβάλ, γεγονός που εμπόδισε την προσέλευση του κόσμου καθώς και την πραγματοποίηση καλλιτεχνικών δρώμενων β) στα πολύ πιεσμένα χρονικά περιθώρια οργάνωσης και επικοινωνιών με τους φορείς γεγονός που εμπόδισε την προετοιμασία εκθέσεων.

### **Πεδίο 3.3 « Οργάνωση/ Χώρος»**

Σε όλα τα υποερωτήματα του πεδίου, οι ερωτηθέντες εκφράζουν **πολύ έως πάρα πολύ μεγάλο βαθμό ικανοποίησης** . Μία ερωτηθείσα εκφράζει μικρό βαθμό ικανοποίησης στα υποερωτήματα του πεδίου που σχετίζονται με τους «χώρους υγιεινής» και την προσέλευση /στάθμευση με ΙΧ.

### **Πεδίο 4.» Γενική εκτίμηση, προτάσεις, παρατηρήσεις για επόμενα Φεστιβάλ»**

Οι ερωτηθέντες εκφράζουν **πολύ έως παρά πολύ μεγάλο βαθμό ικανοποίησης** από την εμπειρία της συμμετοχής τους στο Φεστιβάλ.

Στο υποερώτημα σχετικά με *ποια θέματα σε σχέση με το πρόβλημα των εξαρτήσεων εκτιμούν οι ερωτηθέντες ότι δεν προβλήθηκαν επαρκώς* οι απαντήσεις τους συνοψίζονται ως εξής:

- Εκτιμούν, ότι όλα τα σχετικά με το πρόβλημα θέματα και από όλους τους τομείς (πρόληψη, μείωση της βλάβης, θεραπεία, επανένταξη και ψυχοκοινωνική υποστήριξη) **προβλήθηκαν επαρκέστατα** Προτείνεται σε επόμενα Φεστιβάλ . **να δοθεί περισσότερος χώρος στο κομμάτι της επαγγελματικής ένταξης των απεξαρτημένων ή υπό απεξάρτηση ατόμων.**

Στο υποερώτημα *«Τι είδους ενημέρωση / πληροφόρηση εκτιμάτε ότι θα έπρεπε να παρασχεθεί στους επισκέπτες σε επόμενα Φεστιβάλ* « οι ερωτηθέντες απάντησαν ως εξής: (παρατίθενται οι απαντήσεις τους ,όπως ακριβώς αυτές καταγράφηκαν)

- .....Ενημέρωση σχετικά με τους επικείμενους κινδύνους αύξησης της χρήσης και κατάχρησης ουσιών στο πλαίσιο της οικονομικής κρίσης σε συνδυασμό με την υποχρηματοδότηση των δημόσιων φορέων απεξάρτησης και τις πιθανές συνέπειες για την κοινωνία και τη δημόσια υγεία.
- .....Πρωτόηση αξιών και μηνυμάτων που να αναδεικνύουν ότι οι νόμιμες και παράνομες εξαρτήσεις αφορούν όλους και όχι συγκεκριμένες ομάδες και να τονιστούν όλες οι μορφές εξάρτησης
- .....Το τρίπτυχο πρόληψη-θεραπεία-επανένταξη θα πρέπει πάντα να αποτελεί τον βασικό κορμό κάθε τέτοιου είδους φεστιβάλ.
- .....Ο διαθέσιμος χρόνος για τη διοργάνωση και τη φροντίδα των επιμέρους λεπτομερειών της θα πρέπει να είναι μεγαλύτερος

Στο υποερώτημα *«Τι είδους εκδηλώσεις εκτιμάτε ότι θα έπρεπε να προστεθούν σε επόμενα Φεστιβάλ* « οι ερωτηθέντες εκτιμούν ότι θα πρέπει να προστεθούν:

- Δράσεις για παιδιά και εφήβους (διαδραστικά παιχνίδια, καλλιτεχνικά εργαστήρια, κλπ.)
- Εκδηλώσεις -δρώμενα που προέρχονται από την ευρύτερη κοινότητα

Στο υποερώτημα *«Σε ποια σημεία εκτιμάτε ότι θα πρέπει να βελτιωθεί η οργάνωση σε επόμενα Φεστιβάλ*» οι ερωτηθέντες εκτιμούν ότι :

- Χρειάζεται πιο συντονισμένη δημοσιοποίηση των εκδηλώσεων από τοπικούς φορείς και ότι αυτό θα επιτευχθεί με την εμπλοκή τους στην διοργάνωση.
- Ο διαθέσιμος χρόνος για τη διοργάνωση και τη φροντίδα των επιμέρους λεπτομερειών της θα πρέπει να είναι μεγαλύτερος.

Στο υποερώτημα «Αναφέρατε θέματα ή παρατηρήσεις που θεωρείτε σημαντικές και δεν καλύφθηκαν από το ερωτηματολόγιο αυτό.» οι ερωτηθέντες αναφέρουν τα παρακάτω:

- Η οργάνωση Φεστιβάλ γενικού ενδιαφέροντος και με γιορτινή διάθεση είναι προτιμότερο να γίνεται Σαββατοκύριακα, αυξάνοντας ακόμη περισσότερο την προσέλευση του κοινού όλες τις ώρες
- Στις ερωτήσεις όπου δίνεται η κλίμακα 1. ΚΑΘΟΛΟΥ  2. ΛΙΓΟ  3. ΠΟΛΥ  4. ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ, λείπει η επιλογή ΑΡΚΕΤΑ.

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4.4 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ & ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΟΥ ΕΝΤΥΠΟΥ Υ4Ε1 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΤΟΥ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΣ (ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ)

### Στοιχεία Φεστιβάλ

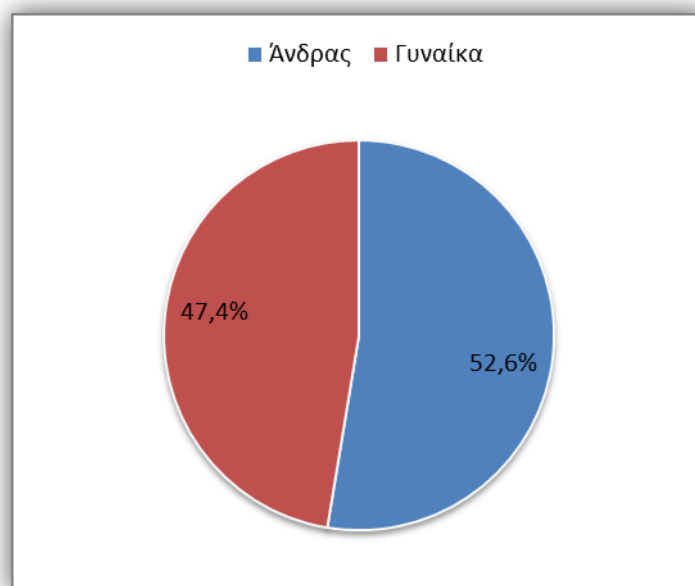
Έτος: 2015

Τόπος Διεξαγωγής: Αθήνα

Ημερομηνίες Συμπλήρωσης Ερωτηματολογίου: 25-26/09/2015

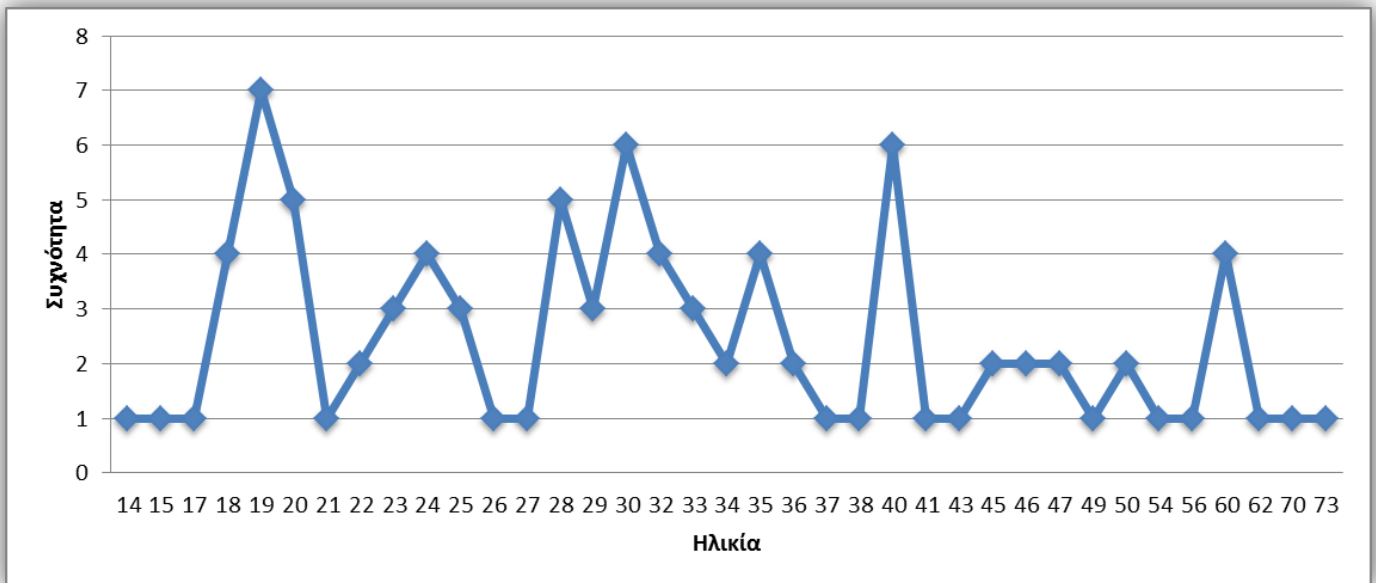
Στην έρευνα που πραγματοποιήθηκε στα πλαίσια της αξιολόγησης του Φεστιβάλ στην Αθήνα την 25<sup>η</sup> και 26<sup>η</sup> Σεπτεμβρίου 2015, συμμετείχαν συνολικά 100 επισκέπτες. Αναφορικά με το φύλο των συμμετεχόντων στην έρευνα το 52,6% επί του συνόλου των συμμετεχόντων είναι άνδρες, το 47,4% γυναίκες και το υπόλοιπο 5% των συμμετεχόντων δεν δήλωσε το φύλο του.

Φύλο:				
		Συχνότητα	Ποσοστό	Ποσοστό Έγκυρων Απαντήσεων
Έγκυρες Απαντήσεις	Άνδρας	50	50,0%	<b>52,6%</b>
	Γυναίκα	45	45,0%	<b>47,4%</b>
	Σύνολο	95	95,0%	100,0%
Ελλείπουσες Τιμές		5	5,0%	
<b>Σύνολο</b>		100	100,0%	



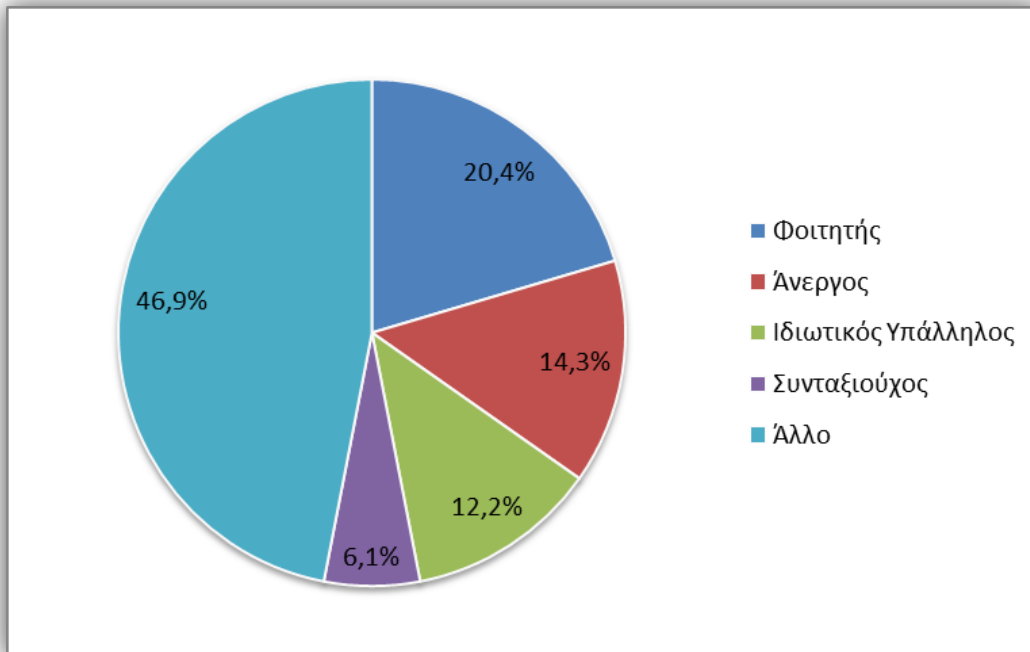
Σε ότι αφορά την ηλικία των συμμετεχόντων στην έρευνα, ο μέσος όρος ηλικίας τους διαμορφώνεται στα 32,99 έτη με την ελάχιστη τιμή να διαμορφώνεται στην ηλικία των 14 ετών και την μέγιστη στα 73 έτη.

	Σύνολο Απαντήσεων	Ελάχιστο	Μέγιστο	Μέσος Όρος
<b>Ηλικία:</b>	91	14	73	<b>32,99</b>



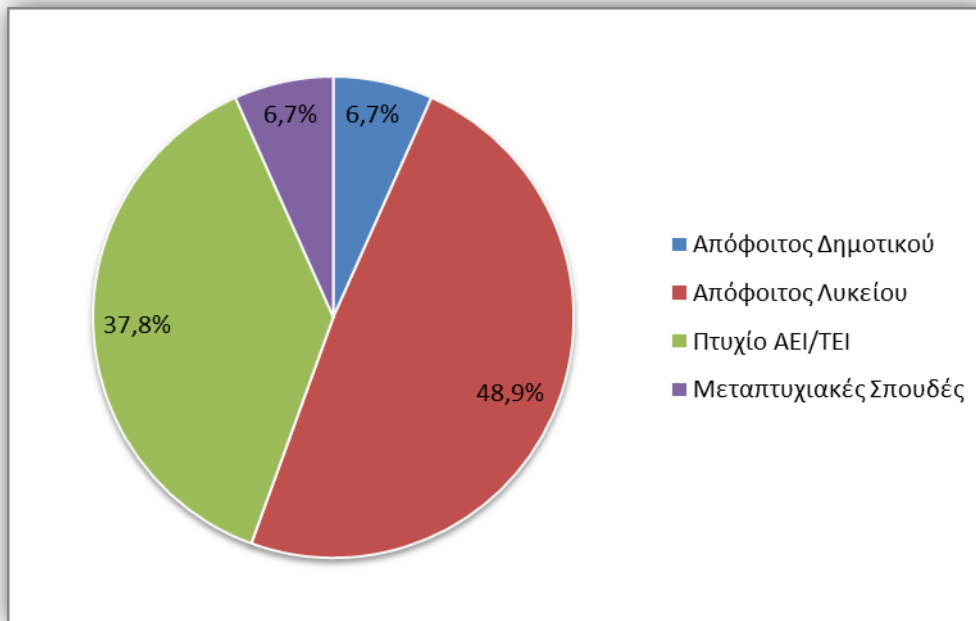
Αναφορικά με το επάγγελμα και την ιδιότητα των επισκεπτών που συμμετείχαν στην έρευνα, σε ποσοστό 20,4% δήλωσαν ότι είναι φοιτητές, 14,3% δήλωσαν άνεργοι, 12,2% δήλωσαν ιδιωτικοί υπάλληλοι, 6,1% δήλωσαν συνταξιούχοι και οι υπόλοιποι συμμετέχοντες (ποσοστό 46,9%) δήλωσαν άλλα επαγγέλματα ή ιδιότητες.

3. Επάγγελμα, Ιδιότητα:				
		Συχνότητα	Ποσοστό	Ποσοστό Έγκυρων Απαντήσεων
Έγκυρες Απαντήσεις	Φοιτητής	20	20,0%	<b>20,4%</b>
	Άνεργος	14	14,0%	<b>14,3%</b>
	Ιδιωτικός Υπάλληλος	12	12,0%	<b>12,2%</b>
	Συνταξιούχος	6	6,0%	<b>6,1%</b>
	Άλλο	46	46,0%	<b>46,9%</b>
	Σύνολο	98	98,0%	100,0%
<b>Ελλείπουσες Τιμές</b>		2	2,0%	
<b>Σύνολο</b>		100	100,0%	



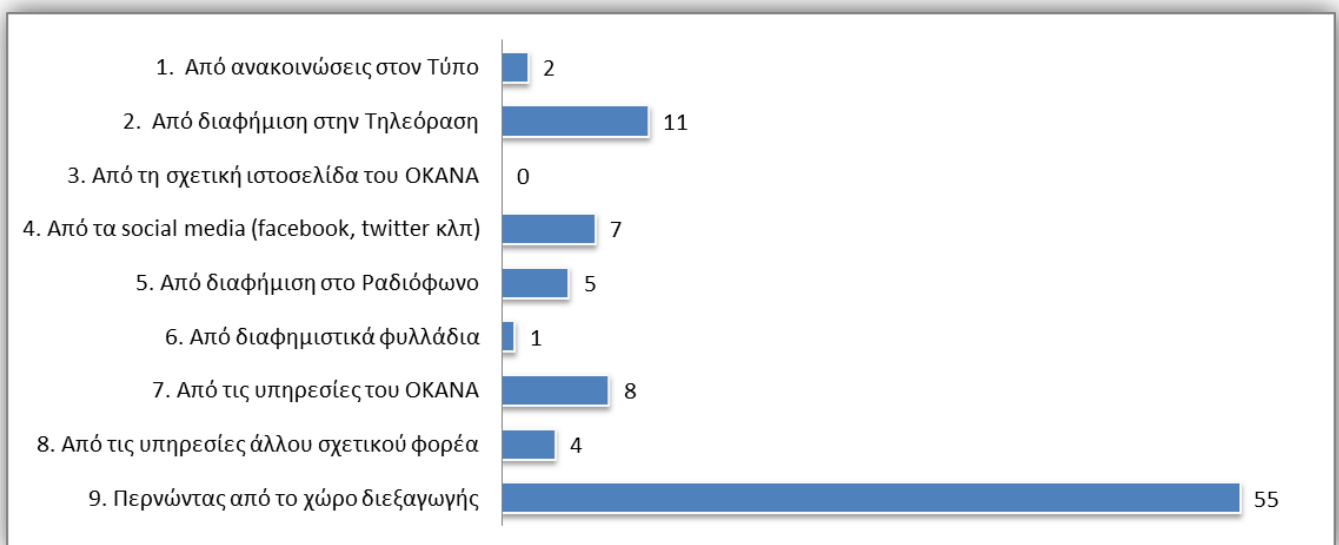
Ως προς το μορφωτικό επίπεδο, οι συμμετέχοντες στην έρευνα επισκέπτες είναι στο μεγαλύτερο ποσοστό τους (48,9%) απόφοιτοι Λυκείου, ενώ σε λίγο χαμηλότερο ποσοστό 37,8% είναι κάτοχοι πτυχίου ΑΕΙ/ΤΕΙ. Ποσοστό 6,7% έχουν παρακολουθήσει μεταπτυχιακές σπουδές, και σε ίδιο ποσοστό είναι απόφοιτοι Δημοτικού.

<b>Μορφωτικό Επίπεδο:</b>				
		Συχνότητα	Ποσοστό	Ποσοστό Έγκυρων Απαντήσεων
<b>Έγκυρες Απαντήσεις</b>	Απόφοιτος Δημοτικού	6	6,0%	<b>6,7%</b>
	Απόφοιτος Λυκείου	44	44,0%	<b>48,9%</b>
	Πτυχίο ΑΕΙ/ΤΕΙ	34	34,0%	<b>37,8%</b>
	Μεταπτυχιακές Σπουδές	6	6,0%	<b>6,7%</b>
	Σύνολο	90	90,0%	100,0%
<b>Ελλείπουσες Τιμές</b>		10	10%	
<b>Σύνολο</b>		100	100%	



Ο κύριος τρόπος (ποσοστό 55%) με τον οποίο έμαθαν για την διεξαγωγή του Φεστιβάλ οι συμμετέχοντες στην έρευνα επισκέπτες, ήταν περνώντας από το χώρο διεξαγωγής. Οι αμέσως επόμενοι δημοφιλέστεροι τρόποι ήταν από διαφήμιση στην τηλεόραση (ποσοστό 11%), από τις υπηρεσίες του ΟΚΑΝΑ (ποσοστό 8%) και από τα social media (ποσοστό 7%). Σε χαμηλότερα ποσοστά έμαθαν για την διεξαγωγή από διαφήμιση στο ραδιόφωνο (5%), από τις υπηρεσίες άλλου σχετικού φορέα (4%), από ανακοινώσεις στον Τύπο (2%) και από διαφημιστικά φυλλάδια (1%).

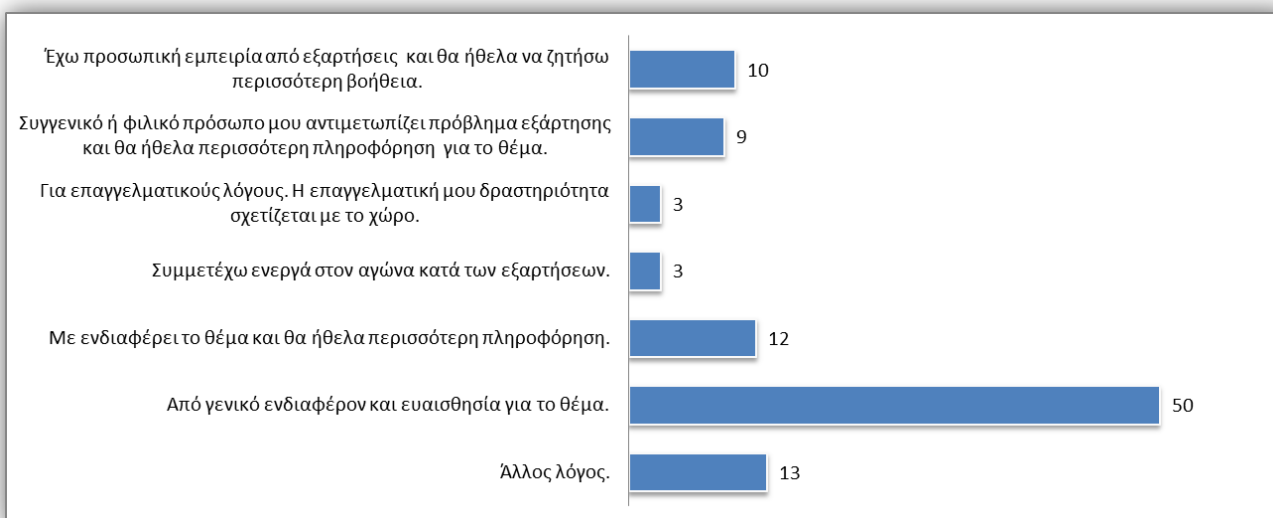
Με ποιον τρόπο μάθατε για την διεξαγωγή του Φεστιβάλ:		
	Συχνότητα	Ποσοστό
1. Από ανακοινώσεις στον Τύπο	2	2,0%
2. Από διαφήμιση στην Τηλεόραση	11	11,0%
3. Από τη σχετική ιστοσελίδα του ΟΚΑΝΑ	0	0,0%
4. Από τα social media (facebook, twitter κλπ)	7	7,0%
5. Από διαφήμιση στο Ραδιόφωνο	5	5,0%
6. Από διαφημιστικά φυλλάδια	1	1,0%
7. Από τις υπηρεσίες του ΟΚΑΝΑ	8	8,0%
8. Από τις υπηρεσίες άλλου σχετικού φορέα	4	4,0%
9. Περνώντας από το χώρο διεξαγωγής	55	55,0%





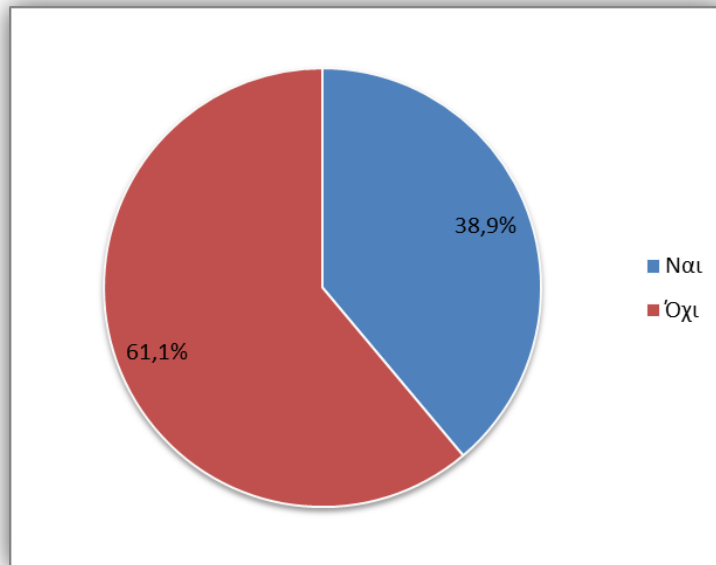
Σχετικά με το βασικό λόγο για τον οποίο επισκεφθήκαν το χώρο το Φεστιβάλ, η πλειοψηφία των ερωτώμενων (50%) ανέφεραν το γενικό ενδιαφέρον και την ευαισθησία για το θέμα, σε ποσοστό 13% ανέφεραν άλλους λόγους, σε παρόμοιο ποσοστό 12% ανέφεραν ότι τους ενδιαφέρει το θέμα και θα ήθελαν περισσότερη πληροφόρηση, και σε παρόμοια ποσοστά 10% και 9% ανέφεραν ότι έχουν προσωπική εμπειρία από εξαρτήσεις και θα ήθελαν να ζητήσουν περισσότερη βοήθεια και ότι συγγενικό ή φιλικό πρόσωπο τους αντιμετωπίζει πρόβλημα εξάρτησης και θα ήθελαν περισσότερη πληροφόρηση για το θέμα. Χαμηλότερα ποσοστά (3%) εμφανίζονται στις απαντήσεις “για επαγγελματικούς λόγους, η επαγγελματική μου δραστηριότητα σχετίζεται με το χώρο”, και “συμμετέχω ενεργά στον αγώνα κατά των εξαρτήσεων”.

Ποιος ήταν ο βασικός λόγος για τον οποίο επισκεφθήκατε το χώρο του Φεστιβάλ:		
	Συχνότητα	Ποσοστό
Έχω προσωπική εμπειρία από εξαρτήσεις και θα ήθελα να ζητήσω περισσότερη βοήθεια.	10	10,0%
Συγγενικό ή φιλικό πρόσωπο μου αντιμετωπίζει πρόβλημα εξάρτησης και θα ήθελα περισσότερη πληροφόρηση για το θέμα.	9	9,0%
Για επαγγελματικούς λόγους. Η επαγγελματική μου δραστηριότητα σχετίζεται με το χώρο.	3	3,0%
Συμμετέχω ενεργά στον αγώνα κατά των εξαρτήσεων.	3	3,0%
Με ενδιαφέρει το θέμα και θα ήθελα περισσότερη πληροφόρηση.	12	12,0%
Από γενικό ενδιαφέρον και ευαισθησία για το θέμα.	50	50,0%
Άλλος λόγος.	13	13,0%



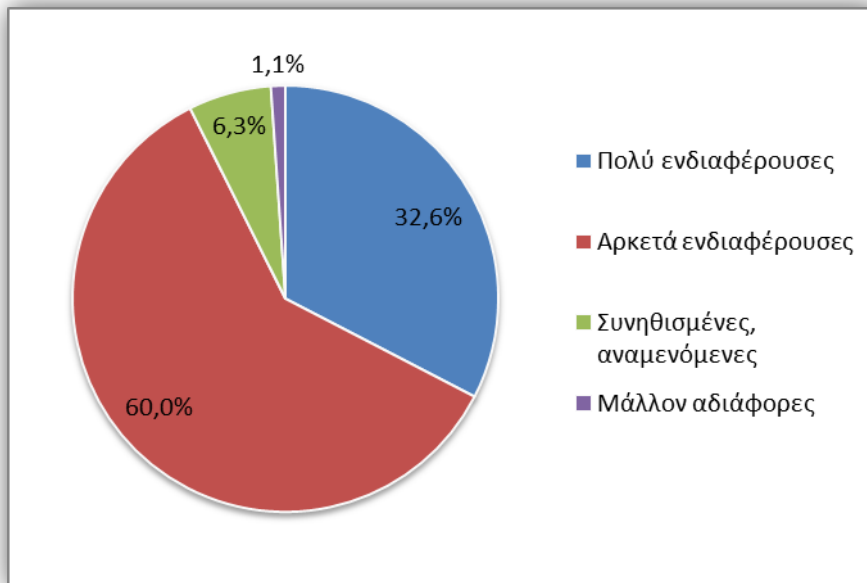
Αναφορικά με το εάν έχουν επισκεφθεί/συμμετάσχει σε παρόμοιες εκδηλώσεις, σε ποσοστό 61,1% επί των έγκυρων απαντήσεων οι ερωτώμενοι απάντησαν αρνητικά, ενώ χαμηλότερο ποσοστό 38,9% απάντησαν θετικά.

Στο παρελθόν έχετε επισκεφθεί/συμμετάσχει σε παρόμοιες εκδηλώσεις:				
		Συχνότητα	Ποσοστό	Ποσοστό Έγκυρων Απαντήσεων
Έγκυρες Απαντήσεις	Ναι	35	35,0%	<b>38,9%</b>
	Όχι	55	55,0%	<b>61,1%</b>
	Σύνολο	90	90,0%	100,0%
Ελλείπουσες Τιμές		10	10,0%	
Σύνολο		100	100,0%	



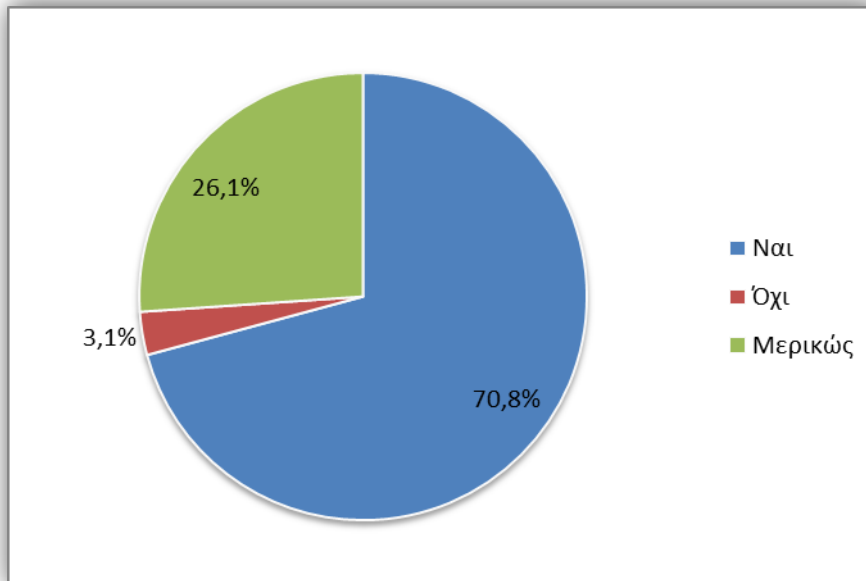
Ιδιαίτερα θετική είναι η άποψη των συμμετεχόντων στην έρευνα επισκεπτών σχετικά με τις εκδηλώσεις του Φεστιβάλ, με ποσοστό 60% να τις χαρακτηρίζει *αρκετά ενδιαφέρουσες*, και ποσοστό 32,6% να τις χαρακτηρίζει *πολύ ενδιαφέρουσες*, ενώ μόλις το 6,3% και 1,1% τις χαρακτήρισε *συνηθισμένες/αναμενόμενες* και *μάλλον αδιάφορες* αντίστοιχα.

Γενικά, πως θα χαρακτηρίζατε τις εκδηλώσεις του Φεστιβάλ;				
		Συχνότητα	Ποσοστό	Ποσοστό Έγκυρων Απαντήσεων
Έγκυρες Απαντήσεις	Πολύ ενδιαφέρουσες	31	31,0%	<b>32,6%</b>
	Αρκετά ενδιαφέρουσες	57	57,0%	<b>60,0%</b>
	Συνηθισμένες, αναμενόμενες	6	6,0%	<b>6,3%</b>
	Μάλλον αδιάφορες	1	1,0%	<b>1,1%</b>
	Σύνολο	95	95,0%	100,0%
Ελλείπουσες Τιμές		5	5,0%	
Σύνολο		100	100,0%	



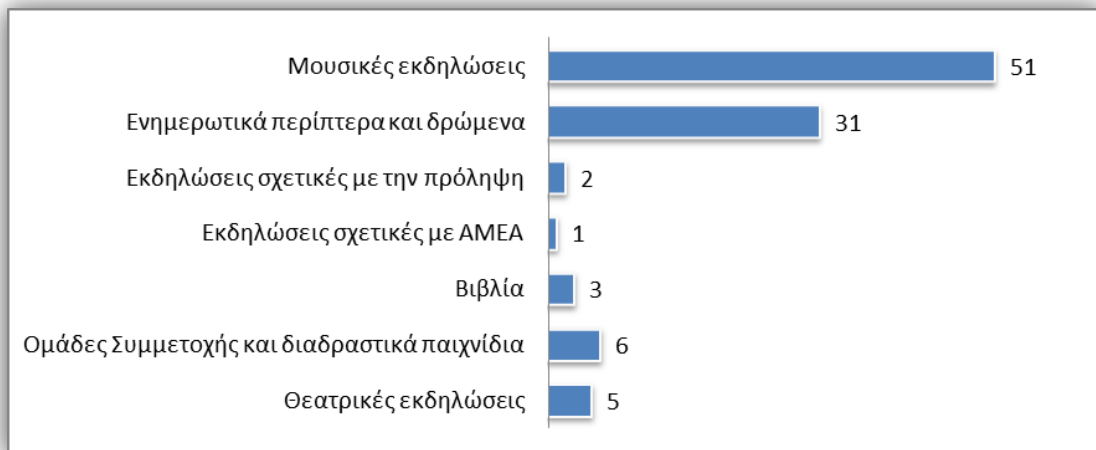
Στην πλειοψηφία (ποσοστό 70,8%) τους οι ερωτώμενοι απάντησαν θετικά στην ερώτηση εάν οι εκδηλώσεις ικανοποίησαν το σκοπό για τον οποίο επισκεφθήκαν το Φεστιβάλ, ενώ σε ποσοστό 26% απάντησαν πως έμειναν *μερικώς ικανοποιημένοι* και μόλις σε ποσοστό 3,1% έδωσαν αρνητική απάντηση.

Οι εκδηλώσεις ικανοποίησαν το σκοπό για τον οποίο επισκεφθήκατε το Φεστιβάλ;				
		Συχνότητα	Ποσοστό	Ποσοστό Έγκυρων Απαντήσεων
<b>Έγκυρες Απαντήσεις</b>	Ναι	68	68,0%	<b>70,8%</b>
	Όχι	3	3,0%	<b>3,1%</b>
	Μερικώς	25	25,0%	<b>26,1%</b>
	Σύνολο	96	96,0%	100,0%
<b>Ελλείπουσες Τιμές</b>		4	4,0%	
<b>Σύνολο</b>		100	100,0%	



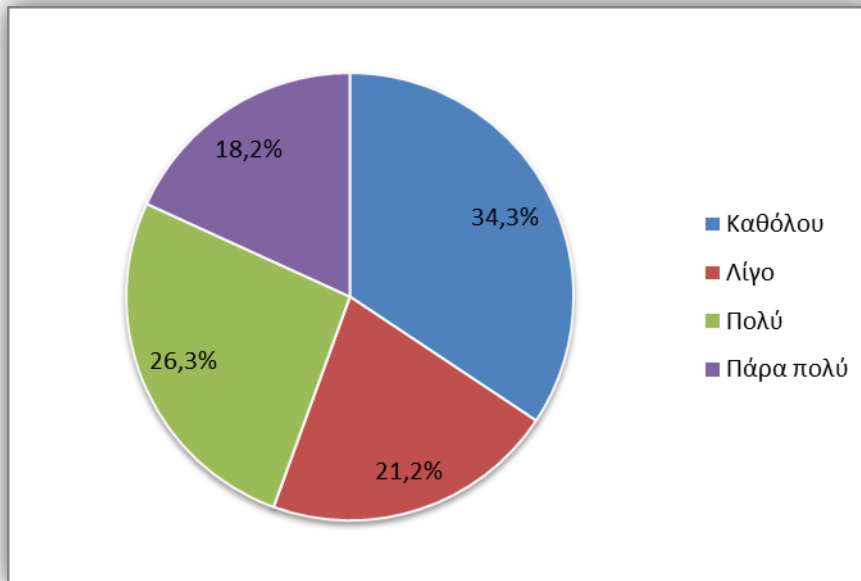
Σχετικά με τις κατηγορίες των εκδηλώσεων, οι μουσικές εκδηλώσεις και τα ενημερωτικά περίπτερα και δρώμενα ήταν οι πιο κοντά στα ενδιαφερόμενα των ερωτώμενων (ποσοστό 51% και 31% αντίστοιχα), και ακολουθούν με χαμηλότερα ποσοστά οι ομάδες συμμετοχής και τα διαδραστικά παιχνίδια, οι θεατρικές εκδηλώσεις, τα βιβλία, οι εκδηλώσεις σχετικά με την πρόληψη και οι εκδηλώσεις σχετικά με ΑΜΕΑ.

Ποια κατηγορία εκδηλώσεων θεωρείτε ότι ήταν πιο κοντά στα ενδιαφέροντά σας;		
	Συχνότητα	Ποσοστό
Μουσικές εκδηλώσεις	51	51,0%
Ενημερωτικά περίπτερα και δρώμενα	31	31,0%
Εκδηλώσεις σχετικές με την πρόληψη	2	2,0%
Εκδηλώσεις σχετικές με ΑΜΕΑ	1	1,0%
Βιβλία	3	3,0%
Ομάδες Συμμετοχής και διαδραστικά παιχνίδια	6	6,0%
Θεατρικές εκδηλώσεις	5	5,0%



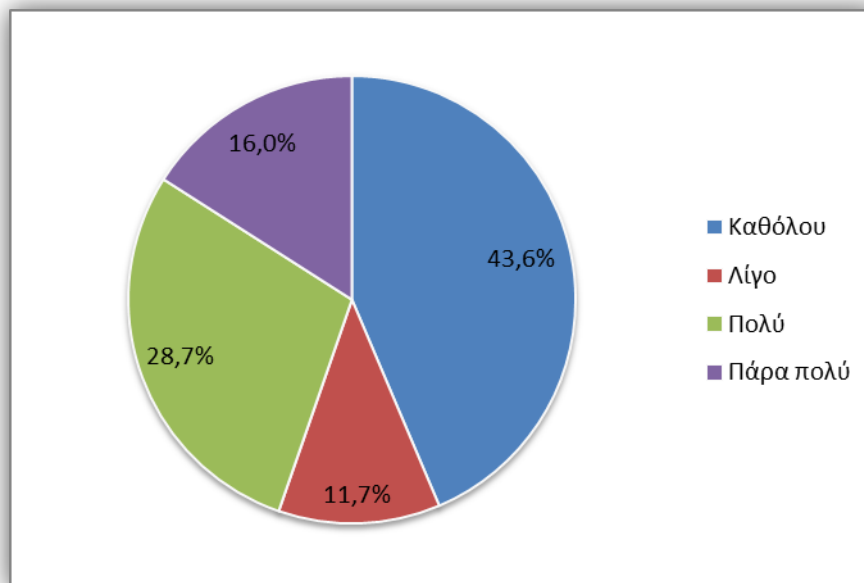
Αναφερόμενοι στο πόσο επηρεάστηκε η στάση και η συμπεριφορά τους σχετικά με τη χρήση των εξαρτησιογόνων ουσιών, οι ερωτώμενοι δήλωσαν στην πλειοψηφία τους (ποσοστό 34,3%) ότι δεν επηρεάστηκε καθόλου, σε ποσοστό 26,3% ότι επηρεάστηκε πολύ, ενώ σε παρόμοια ποσοστά 21,2% και 18,2% ότι επηρεάστηκε λίγο και πάρα πολύ αντίστοιχα.

Πόσο επηρεάστηκε η στάση και η συμπεριφορά σας σχετικά με τη χρήση των εξαρτησιογόνων ουσιών;				
		Συχνότητα	Ποσοστό	Ποσοστό Έγκυρων Απαντήσεων
Έγκυρες Απαντήσεις	Καθόλου	34	34,0%	<b>34,3%</b>
	Λίγο	21	21,0%	<b>21,2%</b>
	Πολύ	26	26,0%	<b>26,3%</b>
	Πάρα πολύ	18	18,0%	<b>18,2%</b>
	Σύνολο	99	99,0%	100,0%
<b>Ελλείπουσες Τιμές</b>		1	1,0%	
<b>Σύνολο</b>		100	100,0%	



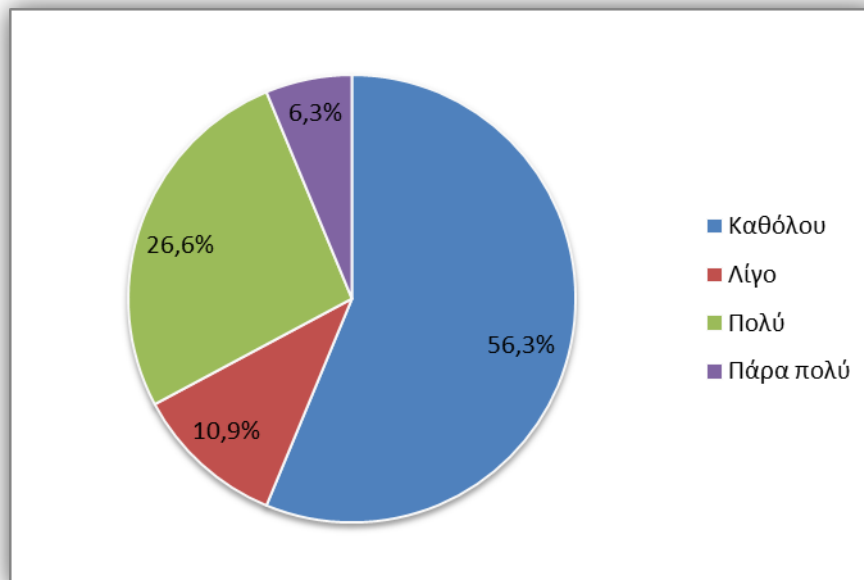
Αντίστοιχα, αναφερόμενοι στο πόσο επηρεάστηκε η στάση τους απέναντι στους χρήστες, οι ερωτώμενοι δήλωσαν στην πλειοψηφία τους (ποσοστό 43,6%) ότι δεν επηρεάστηκε καθόλου, σε ποσοστό 28,7% δήλωσαν ότι επηρεάστηκε πολύ, ενώ σε χαμηλότερα ποσοστά δήλωσαν ότι επηρεάστηκε πάρα πολύ (ποσοστό 16%) και λίγο (ποσοστό 11,7%).

Πόσο επηρεάστηκε η στάση σας απέναντι στους χρήστες;				
		Συχνότητα	Ποσοστό	Ποσοστό Έγκυρων Απαντήσεων
Έγκυρες Απαντήσεις	Καθόλου	41	41,0%	<b>43,6%</b>
	Λίγο	11	11,0%	<b>11,7%</b>
	Πολύ	27	27,0%	<b>28,7%</b>
	Πάρα πολύ	15	15,0%	<b>16,0%</b>
	Σύνολο	94	94,0%	100,0%
<b>Ελλείπουσες Τιμές</b>		6	6,0%	
<b>Σύνολο</b>		100	100,0%	



Επίσης, όσον αφορά το βαθμό που επηρεάστηκαν τυχόν προκαταλήψεις που είχαν οι ερωτώμενοι για τους εξαρτημένους και απεξαρτημένους χρήστες, στην συντριπτική πλειοψηφία τους δήλωσαν ότι δεν επηρεάστηκαν καθόλου (ποσοστό 56,3%), σε ποσοστό 26,6% δήλωσαν ότι επηρεάστηκαν πολύ, ενώ σε χαμηλότερα ποσοστά δήλωσαν ότι επηρεάστηκαν λίγο (ποσοστό 10,9%) και πάρα πολύ (ποσοστό 6,3%).

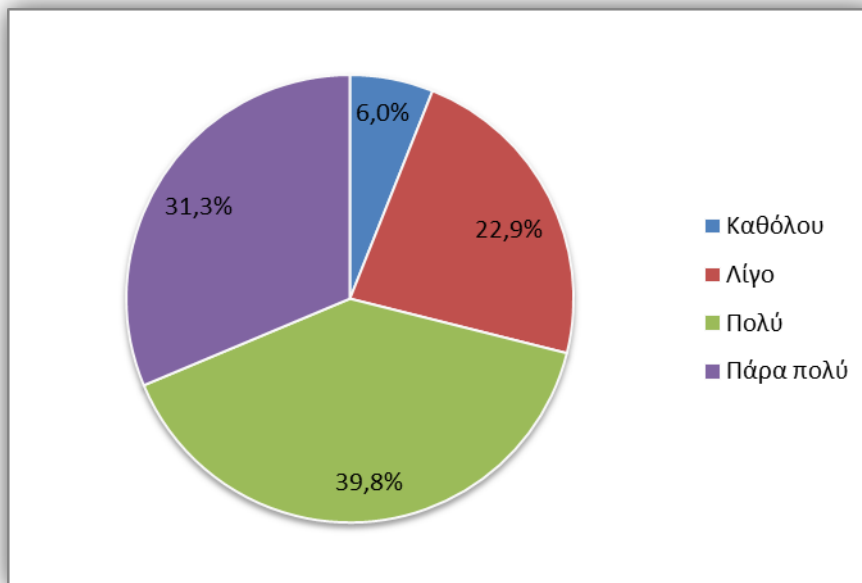
Σε ποιο βαθμό επηρεάστηκαν τυχόν προκαταλήψεις που είχατε για τους εξαρτημένους και απεξαρτημένους χρήστες:				
		Συχνότητα	Ποσοστό	Ποσοστό Έγκυρων Απαντήσεων
Έγκυρες Απαντήσεις	Καθόλου	36	36,0%	<b>56,3%</b>
	Λίγο	7	7,0%	<b>10,9%</b>
	Πολύ	17	17,0%	<b>26,6%</b>
	Πάρα πολύ	4	4,0%	<b>6,3%</b>
	Σύνολο	64	64,0%	100,0%
<b>Ελλείπουσες Τιμές</b>		36	36,0%	
<b>Σύνολο</b>		100	100,0%	





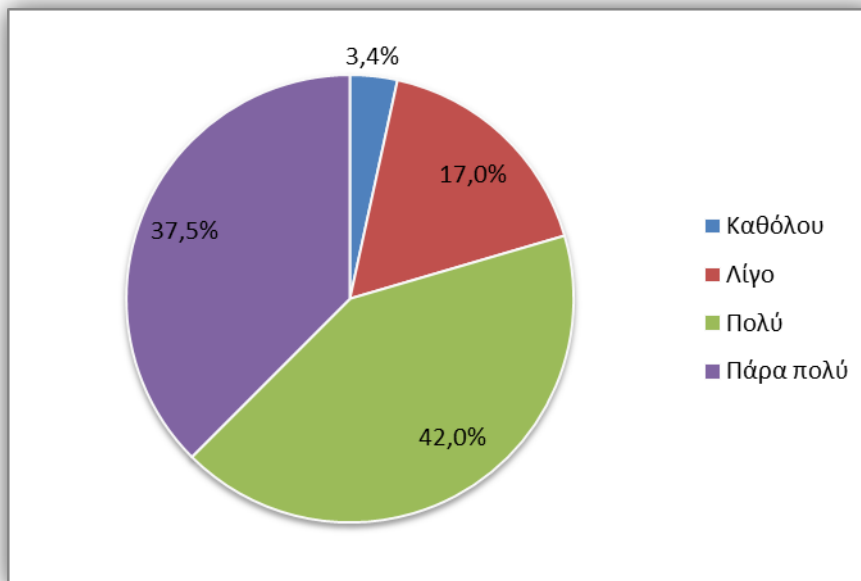
Κυρίως θετική ήταν η άποψη των ερωτώμενων σχετικά με την συνολική ενημέρωση που έλαβαν για τα δικαιώματα και τις ιδιαίτερες δυνατότητες των χρηστών, με την πλειοψηφία σε ποσοστό 39,8% και 31,3% να θεωρεί την ενημέρωση *πολύ καλή* και *πάρα πολύ καλή* αντίστοιχα, ενώ το 22,9% και 6% θεωρεί ότι η ενημέρωση ήταν *λίγο καλή* και *καθόλου καλή* αντίστοιχα.

Πώς κρίνετε τη συνολική ενημέρωση που λάβατε για τα δικαιώματα και τις ιδιαίτερες δυνατότητες των χρηστών;				
		Συχνότητα	Ποσοστό	Ποσοστό Έγκυρων Απαντήσεων
Έγκυρες Απαντήσεις	Καθόλου	5	5,0%	<b>6,0%</b>
	Λίγο	19	19,0%	<b>22,9%</b>
	Πολύ	33	33,0%	<b>39,8%</b>
	Πάρα πολύ	26	26,0%	<b>31,3%</b>
	Σύνολο	83	83,0%	100,0%
<b>Ελλείπουσες Τιμές</b>		17	17,0%	
<b>Σύνολο</b>		100	100,0%	



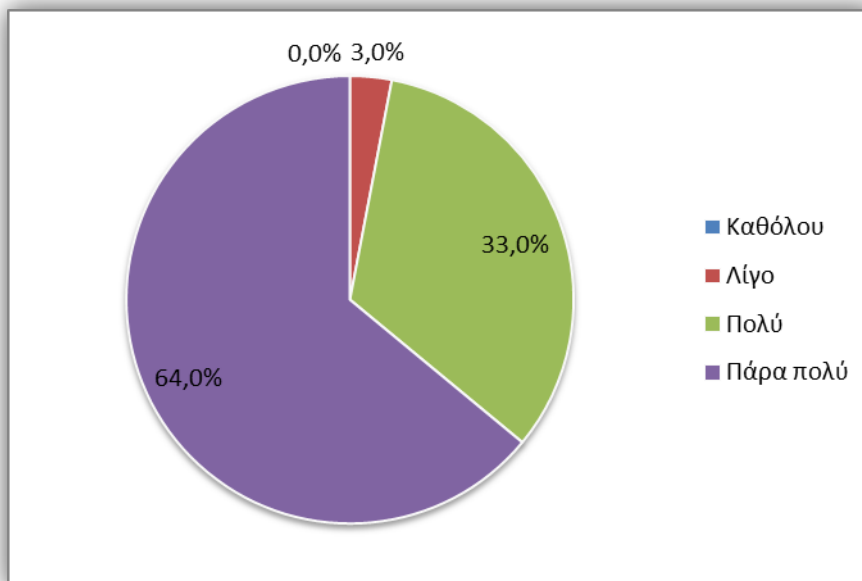
Επίσης θετική ήταν η άποψη των ερωτώμενων σχετικά με την συνολική ενημέρωση που παρείχε ο ΟΚΑΝΑ για τις υπηρεσίες που προσφέρει, με την πλειοψηφία σε ποσοστό 42% και 37,5% να θεωρεί την ενημέρωση *πολύ καλή* και *πάρα πολύ καλή* αντίστοιχα, ενώ το 17% και 3,4% θεωρεί ότι η ενημέρωση ήταν *λίγο καλή* και *καθόλου καλή* αντίστοιχα.

Πώς κρίνετε τη συνολική ενημέρωση που παρείχε ο ΟΚΑΝΑ για τις υπηρεσίες που προσφέρει;				
		Συχνότητα	Ποσοστό	Ποσοστό Έγκυρων Απαντήσεων
Έγκυρες Απαντήσεις	Καθόλου	3	3,0%	<b>3,4%</b>
	Λίγο	15	15,0%	<b>17,0%</b>
	Πολύ	37	37,0%	<b>42,0%</b>
	Πάρα πολύ	33	33,0%	<b>37,5%</b>
	Σύνολο	88	88,0%	100,0%
<b>Ελλείπουσες Τιμές</b>		12	12,0%	
<b>Σύνολο</b>		100	100,0%	



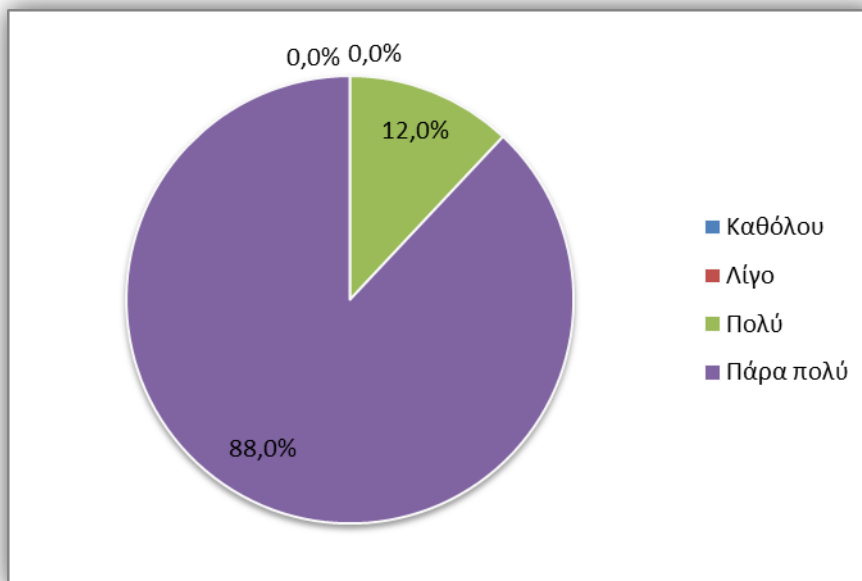
Αναφορικά με την καταλληλότητα του χώρου στον οποίο διενεργήθηκε το Φεστιβάλ, οι συμμετέχοντες στην έρευνα επισκέπτες είχαν θετική άποψη, με την πλειοψηφία να δηλώνει ότι ο χώρος ήταν *πάρα πολύ κατάλληλος* (ποσοστό 64%) και *πολύ κατάλληλος* (ποσοστό 33%) και πολύ μικρό ποσοστό (3%) να δηλώνει ότι ο χώρος ήταν *λίγο κατάλληλος*.

Α) Καταλληλότητα του χώρου:				
		Συχνότητα	Ποσοστό	Ποσοστό Έγκυρων Απαντήσεων
Έγκυρες Απαντήσεις	Καθόλου	0	0,0%	<b>0,0%</b>
	Λίγο	3	3,0%	<b>3,0%</b>
	Πολύ	33	33,0%	<b>33,0%</b>
	Πάρα πολύ	64	64,0%	<b>64,0%</b>
	Σύνολο	100	100,0%	100,0%
<b>Ελλείπουσες Τιμές</b>		0	0,0%	
<b>Σύνολο</b>		100	100,0%	



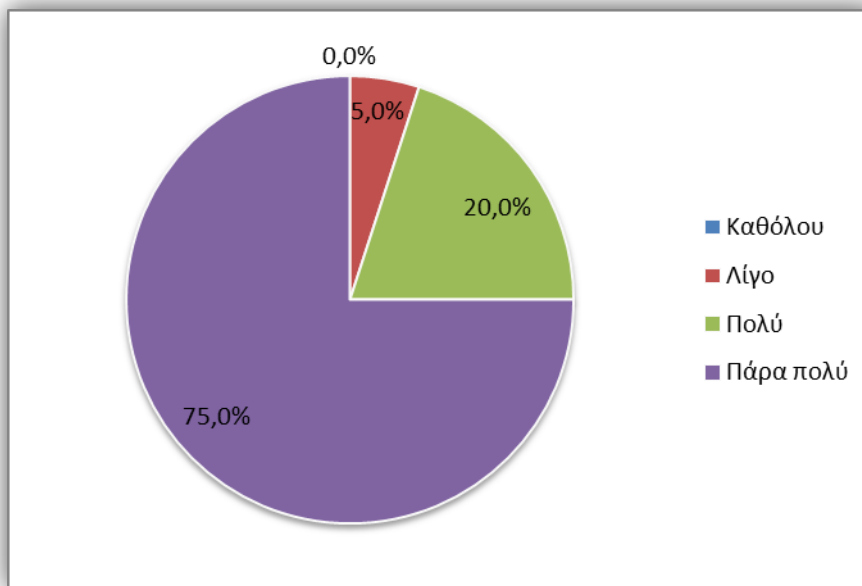
Απόλυτα θετική ήταν η άποψη των επισκεπτών συμμετεχόντων στην έρευνα όσον αφορά την ευκολία πρόσβασης στον χώρο όπου διενεργήθηκε το Φεστιβάλ. Συγκεκριμένα, με ποσοστό 88%, οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι η πρόσβαση ήταν *πάρα πολύ εύκολη* και με το υπολειπόμενο ποσοστό 12% δήλωσαν ότι η πρόσβαση ήταν *πολύ εύκολη*.

<b>Β) Ευκολία πρόσβασης:</b>				
		Συχνότητα	Ποσοστό	Ποσοστό Έγκυρων Απαντήσεων
<b>Έγκυρες Απαντήσεις</b>	Καθόλου	0	0,0%	<b>0,0%</b>
	Λίγο	0	0,0%	<b>0,0%</b>
	Πολύ	12	12,0%	<b>12,0%</b>
	Πάρα πολύ	88	88,0%	<b>88,0%</b>
	Σύνολο	100	100,0%	100,0%
<b>Ελλείπουσες Τιμές</b>		0	0,0%	
<b>Σύνολο</b>		100	100,0%	



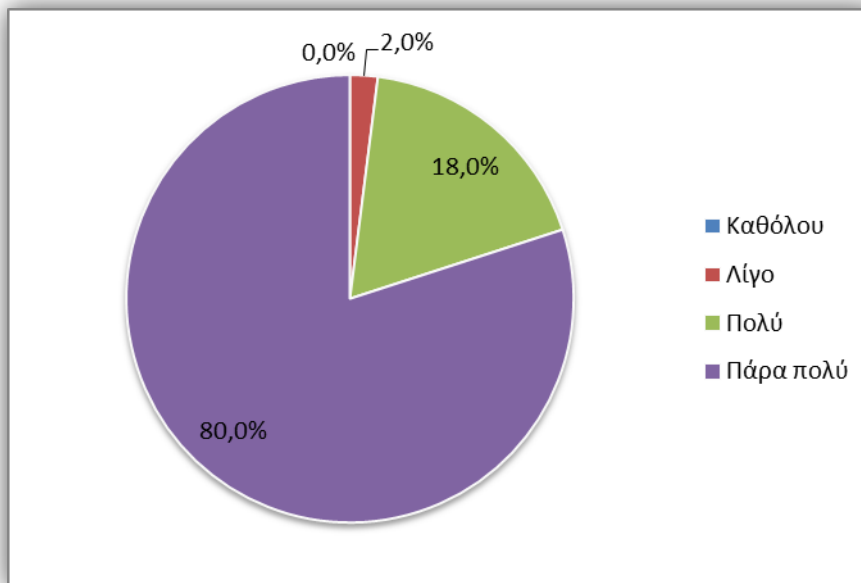
Αναφερόμενοι στο αίσθημα της ασφάλειας στον χώρο που διενεργήθηκε το Φεστιβάλ, οι ερωτώμενοι δήλωσαν στην πλειοψηφία τους ότι ένιωθαν *πάρα πολύ* ασφαλείς (ποσοστό 75%), *πολύ* ασφαλείς (ποσοστό 20%) και ελάχιστοι δήλωσαν ότι ένιωθαν *λίγο* ασφαλείς (ποσοστό 5%).

Γ) Αίσθημα ασφάλειας:				
		Συχνότητα	Ποσοστό	Ποσοστό Έγκυρων Απαντήσεων
Έγκυρες Απαντήσεις	Καθόλου	0	0,0%	<b>0,0%</b>
	Λίγο	5	5,0%	<b>5,0%</b>
	Πολύ	20	20,0%	<b>20,0%</b>
	Πάρα πολύ	75	75,0%	<b>75,0%</b>
	Σύνολο	100	100,0%	100,0%
<b>Ελλείπουσες Τιμές</b>		0	0,0%	
<b>Σύνολο</b>		100	100,0%	



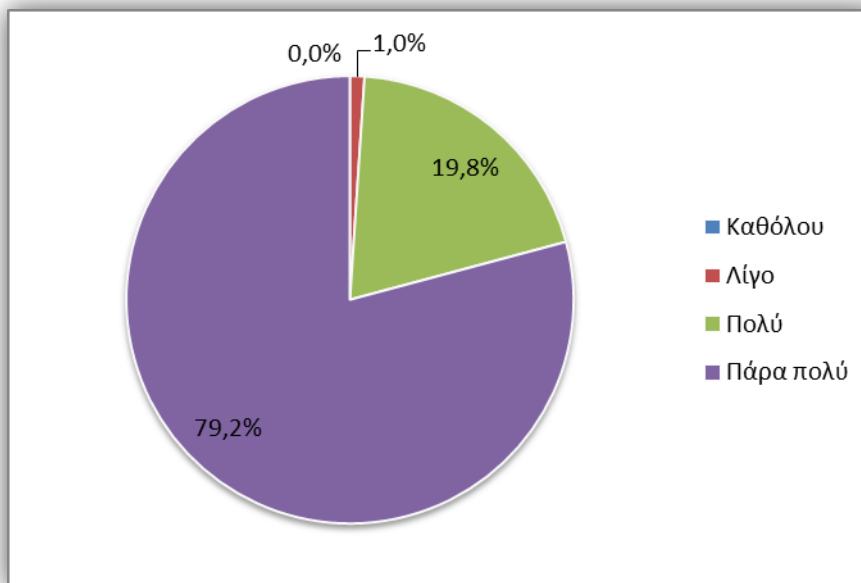
Ιδιαίτερα ικανοποιημένοι δήλωσαν οι ερωτώμενοι σχετικά με την ευκολία εντοπισμού των περιπτέρων και των χώρων εκδηλώσεων, με ποσοστό 80% και 18% να δηλώνουν *πάρα πολύ* και *πολύ* ικανοποιημένοι αντίστοιχα, ενώ μόλις το 2% δήλωσε *λίγο* ικανοποιημένο από την ευκολία εντοπισμού των περιπτέρων και των χώρων εκδηλώσεων.

<b>A) Ευκολία εντοπισμού περιπτέρων και χώρων εκδηλώσεων:</b>				
		Συχνότητα	Ποσοστό	Ποσοστό Έγκυρων Απαντήσεων
<b>Έγκυρες Απαντήσεις</b>	Καθόλου	0	0,0%	<b>0,0%</b>
	Λίγο	2	2,0%	<b>2,0%</b>
	Πολύ	18	18,0%	<b>18,0%</b>
	Πάρα πολύ	80	80,0%	<b>80,0%</b>
	Σύνολο	100	100,0%	100,0%
<b>Ελλείπουσες Τιμές</b>		0	0,0%	
<b>Σύνολο</b>		100	100,0%	



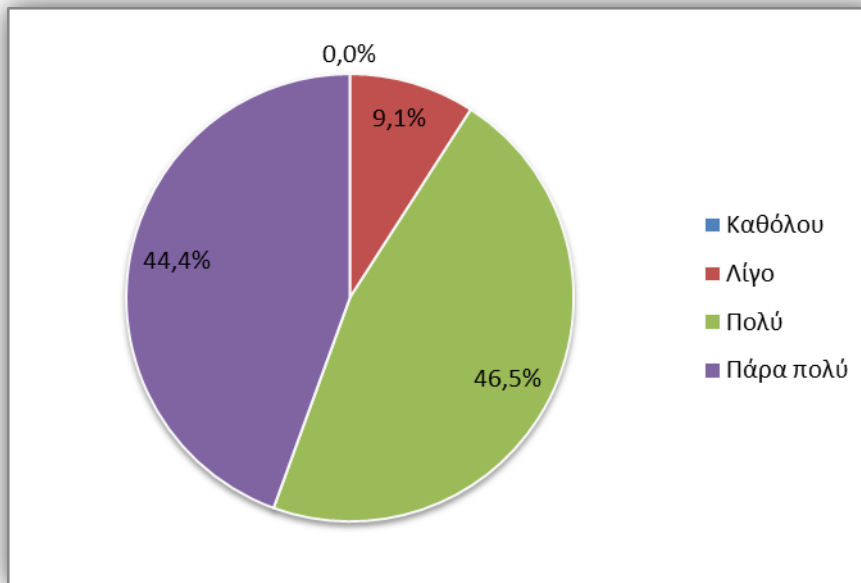
Επίσης θετική ήταν η άποψη των ερωτώμενων όσον αφορά την προθυμία του προσωπικού για εξυπηρέτηση/παροχή πληροφοριών. Με ποσοστό 79,2% και 19,8%, οι ερωτώμενοι δήλωσαν *πάρα πολύ* και *πολύ* ικανοποιημένοι από το προσωπικό, και μόνο το 1% των ερωτώμενων δήλωσε *λίγο* ικανοποιημένο.

<b>B )Πρόθυμο προσωπικό για εξυπηρέτηση/παροχή πληροφοριών:</b>				
		Συχνότητα	Ποσοστό	Ποσοστό Έγκυρων Απαντήσεων
<b>Έγκυρες Απαντήσεις</b>	Καθόλου	0	0,0%	<b>0,0%</b>
	Λίγο	1	1,0%	<b>1,0%</b>
	Πολύ	19	19,0%	<b>19,8%</b>
	Πάρα πολύ	76	76,0%	<b>79,2%</b>
	Σύνολο	96	96,0%	100,0%
<b>Ελλείπουσες Τιμές</b>		4	4,0%	
<b>Σύνολο</b>		100	100,0%	



Πολύ υψηλά ποσοστά παρατηρήθηκαν και στην ερώτηση αναφορικά με την γενική ικανοποίηση από την εμπειρία επίσκεψης/συμμετοχής στο Φεστιβάλ, με την πλειοψηφία να δηλώνει *πάρα πολύ* και *πολύ* ικανοποιημένη (ποσοστά 44,4% και 46,5% αντίστοιχα) και μόλις το 9,1% να δηλώνει *λίγο* ικανοποιημένο.

Πόσο ικανοποιημένος είστε γενικά από την εμπειρία επίσκεψης/συμμετοχής στο Φεστιβάλ;				
		Συχνότητα	Ποσοστό	Ποσοστό Έγκυρων Απαντήσεων
<b>Έγκυρες Απαντήσεις</b>	Καθόλου	0	0,0%	<b>0,0%</b>
	Λίγο	9	9,0%	<b>9,1%</b>
	Πολύ	46	46,0%	<b>46,5%</b>
	Πάρα πολύ	44	44,0%	<b>44,4%</b>
	Σύνολο	99	99,0%	100,0%
<b>Ελλείπουσες Τιμές</b>		1	1,0%	
<b>Σύνολο</b>		100	100,0%	





Αναφορικά με θέματα ή παρατηρήσεις που θεωρούν σημαντικά/ές και δεν καλύφθηκαν από το ερωτηματολόγιο αυτό, οι ερωτώμενοι δήλωσαν τα ακόλουθα:

Βοηθά τους ανθρώπους να φύγουν από τα ναρκωτικά και την χρήση ουσιών και να μην ξαναπάρουν

Για τον σχολικό εκφοβισμό

Δουλειά των χρηστών (καλλιτεχνικά) και πώληση

Είμαι κατά να φεύγεις από μία αρρώστια και να πηγαίνεις σε άλλη (μεθαδόνη). Να γίνεται απεξάρτηση κατευθείαν με ψυχοθεραπευτή, να γίνεται εργασιοθεραπεία και απότομη αλλαγή περιβάλλοντος.

Ενημέρωση και πρόληψη για τα μικρά παιδιά

Ενημέρωση στα σχολεία

Η συμμετοχή άλλων φορέων απεξάρτησης με τις ίδιες δυνατότητες ανάδειξης του έργου τους και της φιλοσοφίας τους

Θα ήθελα μεγαλύτερη συμμετοχή από υπεύθυνους και παιδιά εξαρτημένα και μη

Θέλω να υπάρχουν να λαμβάνουν κάποιες εισφορές και κουπόνια και να δίνουμε κάποια χρήματα προς βοήθεια

Καλύτερη ενημέρωση για τους χρήστες και μη

Καλλιτεχνικό εργαστήριο όπου θα πωλούνται τα πράγματα που έχουν φτιάξει οι χρήστες ουσιών

Κάποια περίπτερα είναι πιο απομακρυσμένα με τα άλλα θα ήταν καλύτερο να είναι πιο κοντά το ένα με το άλλο

Να γίνει σε έναν πιο μεγάλο χώρο

Να γίνονται συνέχεια γιατί είναι καλό

Να δω κάτι ασυνήθιστο, όχι απλά περίπτερα

Να ενδιαφερθούν περισσότεροι από την πολιτεία

Να μιλήσει κάποιος χρήστης

Να μην υπάρχουν μύρες στον χώρο γιατί είναι σαν ουσία

Να μιλούν οι χρήστες

Να συνεχίσουν έτσι

Να υπάρχουν κάποιοι χρήστες να μιλήσουν δημόσια για τις προσωπικές τους εμπειρίες

Να υπάρχουν περισσότεροι εθελοντές

Να υπάρχουν χρήστες και ψυχολόγοι να μιλάνε σε άτομα που κάνουν χρήση ή σε γονείς προς βοήθειά τους

Όχι στα ναρκωτικά, η ζωή είναι ωραία

Περισσότερη ενημέρωση

Περισσότερη ενημέρωση για την διεξαγωγή εκδηλώσεων

Περισσότερη στήριξη, έλεγχος για τους χρήστες (ψυχολόγος – ψυχίατρος)

Περισσότεροι εθελοντές

Περισσότεροι εθελοντές συμμετέχοντες

Πιο διαδραστικό

Πιο συχνά

Ρατσισμός

Συχνότερα

Χώροι υγιεινής (τουαλέτες)

**Επισημαίνεται** ότι στο Πεδίο «Επιπτώσεις από την επίσκεψη σας στο Φεστιβάλ» και συγκεκριμένα στα υποερωτήματα που διερευνούν πόσο επηρεάστηκε 1) η στάση και η

συμπεριφορά των επισκεπτών σχετικά με τη χρήση των εξαρτησιογόνων ουσιών 2) η στάση τους απέναντι στους χρήστες 3) τυχόν προκαταλήψεις που είχαν για τους εξαρτημένους και απεξαρτημένους χρήστες, κρίθηκε σκόπιμο να διερευνηθεί από τους συνεντευκτές και να διευκρινιστεί από τους ερωτηθέντες α) ποια ήταν η προϋπάρχουσα στάση/συμπεριφορά / τους στο συγκεκριμένο θέμα και στη συνέχεια β) εάν και πόσο αυτή επηρεάστηκε από την επίσκεψή τους το Φεστιβάλ. Όπως προέκυψε από τα αποτελέσματα των συγκεκριμένων ερωτήσεων, το ποσοστό που απαντάει στα προαναφερόμενα ερωτήματα ότι επηρεάστηκε «λίγο» ή «καθόλου», απαντά με αυτό τον τρόπο γιατί είχε εξαρχής μια «θετική στάση», με την έννοια ότι θεωρεί αφενός τους χρήστες «ως ασθενείς» που χρήζουν «θεραπεία», αφετέρου ότι οι εξαρτήσεις είναι ένα κοινωνικό πρόβλημα που αφορά όλους και όλοι πρέπει να ευαισθητοποιηθούν για την επίλυσή του, αυτή η «ευαισθητοποίησή» τους, στο συγκεκριμένο θέμα, τους ώθησε να επισκεφθούν και το Φεστιβάλ.

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4.5 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ & ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΟΥ ΕΝΤΥΠΟΥ Υ4Ε1 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΤΟΥ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΤΗΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ (ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ)

### Στοιχεία Φεστιβάλ

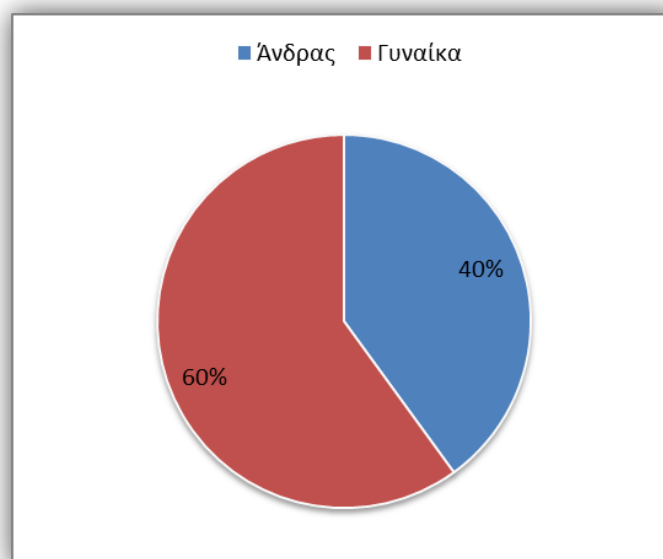
Έτος: 2015

Τόπος Διεξαγωγής: Θεσσαλονίκη

Ημερομηνία Συμπλήρωσης Ερωτηματολογίου: 10/09/2015

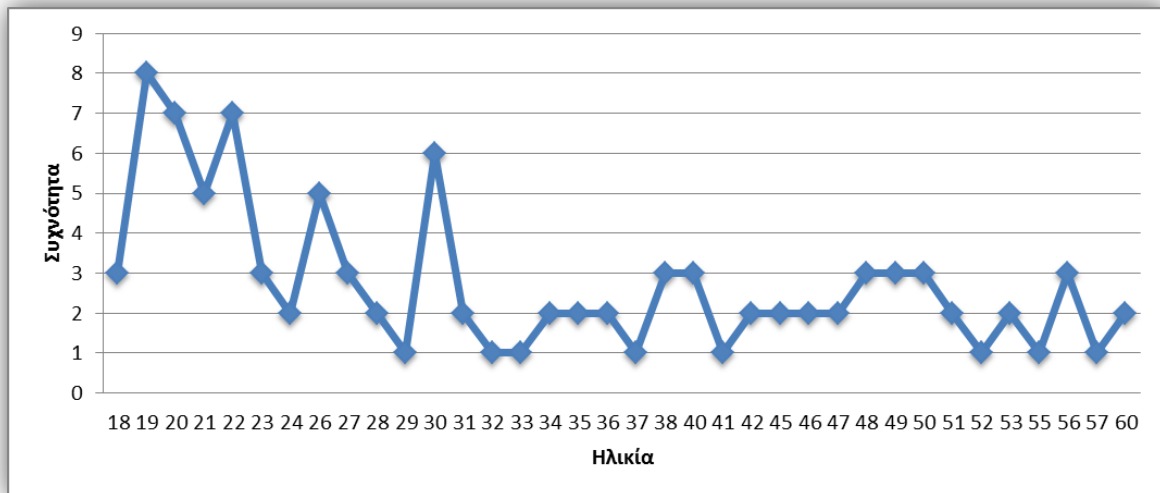
Στην έρευνα που πραγματοποιήθηκε στα πλαίσια της αξιολόγησης του Φεστιβάλ στην Θεσσαλονίκη την 10<sup>η</sup> Σεπτεμβρίου 2015, συμμετείχαν συνολικά 100 επισκέπτες. Αναφορικά με το φύλο των συμμετεχόντων στην έρευνα το 57% επί του συνόλου των συμμετεχόντων είναι γυναίκες, το 38% άνδρες και το υπόλοιπο 5% των συμμετεχόντων δεν δήλωσε το φύλο του.

Φύλο:				
		Συχνότητα	Ποσοστό	Ποσοστό Έγκυρων Απαντήσεων
Έγκυρες Απαντήσεις	Άνδρας	38	38,0%	<b>40,0%</b>
	Γυναίκα	57	57,0%	<b>60,0%</b>
	Σύνολο	95	95,0%	100,0%
Ελλείπουσες Τιμές		5	5,0%	
<b>Σύνολο</b>		100	100,0%	



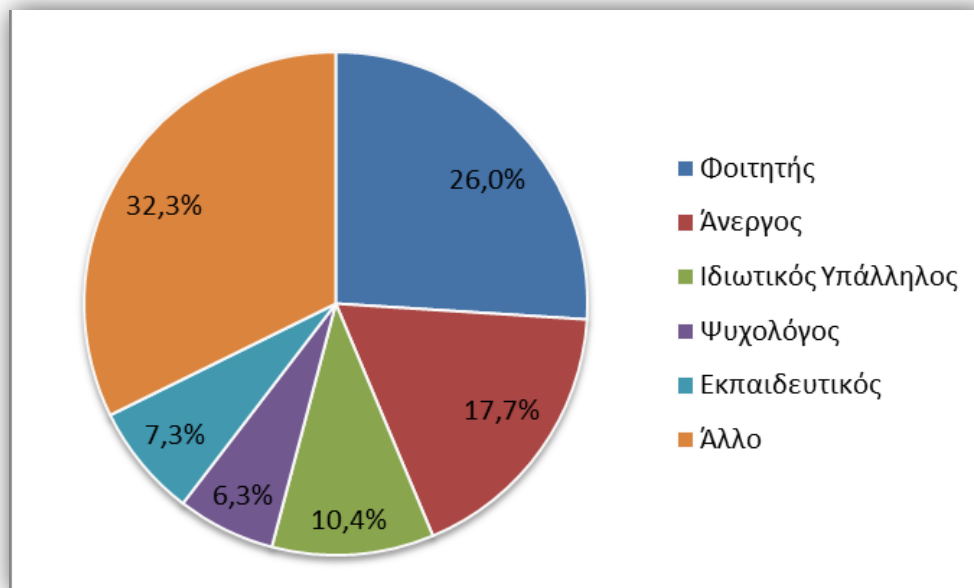
Σε ότι αφορά την ηλικία των συμμετεχόντων στην έρευνα, ο μέσος όρος ηλικίας τους διαμορφώνεται στα 33,41 έτη με την ελάχιστη τιμή να διαμορφώνεται στην ηλικία των 18 ετών και την μέγιστη στα 60 έτη.

	Σύνολο Απαντήσεων	Ελάχιστο	Μέγιστο	Μέσος Όρος
<b>Ηλικία:</b>	99	18	60	<b>33,41</b>



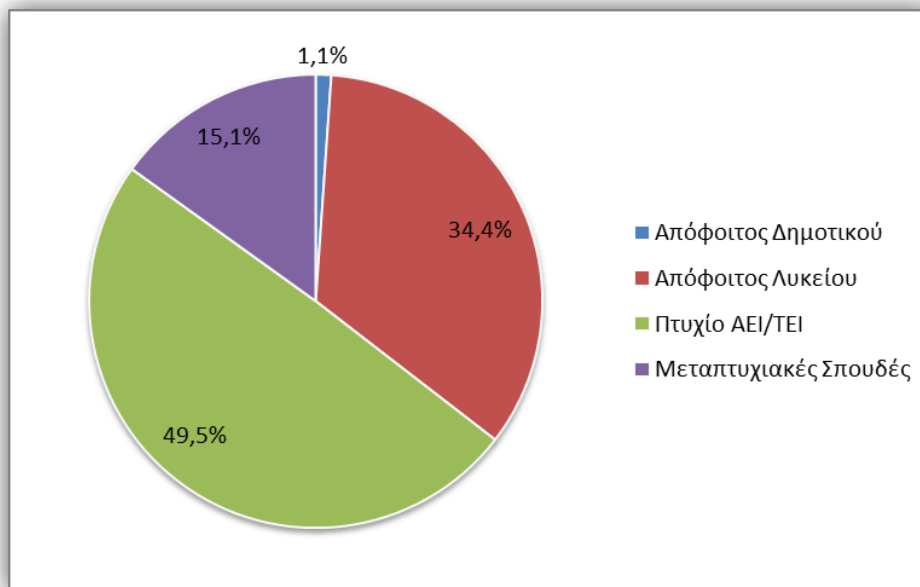
Αναφορικά με το επάγγελμα και την ιδιότητα των επισκεπτών που συμμετείχαν στην έρευνα, σε ποσοστό 26% δήλωσαν ότι είναι φοιτητές, 17,7% δήλωσαν άνεργοι, 10,4% δήλωσαν ιδιωτικοί υπάλληλοι, 7% δήλωσαν εκπαιδευτικοί, 6,3% δήλωσαν ψυχολόγοι και οι υπόλοιποι συμμετέχοντες (ποσοστό 32,3%) δήλωσαν άλλα επαγγέλματα ή ιδιότητες.

3. Επάγγελμα, Ιδιότητα:				
		Συχνότητα	Ποσοστό	Ποσοστό Έγκυρων Απαντήσεων
Έγκυρες Απαντήσεις	Φοιτητής	25	25,0%	<b>26,0%</b>
	Άνεργος	17	17,0%	<b>17,7%</b>
	Ιδιωτικός Υπάλληλος	10	10,0%	<b>10,4%</b>
	Ψυχολόγος	6	6,0%	<b>6,3%</b>
	Εκπαιδευτικός	5	7,0%	<b>7,3%</b>
	Άλλο	33	31,0%	<b>32,3%</b>
	Σύνολο	96	96,0%	100,0%
<b>Ελλείπουσες Τιμές</b>		4	4,0%	
<b>Σύνολο</b>		100	100,0%	



Ως προς το μορφωτικό επίπεδο, οι συμμετέχοντες στην έρευνα επισκέπτες είναι στο μεγαλύτερο ποσοστό τους (49,5%) κάτοχοι πτυχίου ΑΕΙ/ΤΕΙ, ενώ σε λίγο χαμηλότερο ποσοστό 34,4% είναι απόφοιτοι Λυκείου. Ποσοστό 15,1% έχουν παρακολουθήσει μεταπτυχιακές σπουδές, ενώ μόλις 1 συμμετέχοντας είναι απόφοιτος Δημοτικού.

<b>Μορφωτικό Επίπεδο:</b>				
		Συχνότητα	Ποσοστό	Ποσοστό Έγκυρων Απαντήσεων
<b>Έγκυρες Απαντήσεις</b>	Απόφοιτος Δημοτικού	1	1,0%	<b>1,1%</b>
	Απόφοιτος Λυκείου	32	32,0%	<b>34,4%</b>
	Πτυχίο ΑΕΙ/ΤΕΙ	46	46,0%	<b>49,5%</b>
	Μεταπτυχιακές Σπουδές	14	14,0%	<b>15,1%</b>
	Σύνολο	93	93,0%	100,0%
<b>Ελλείπουσες Τιμές</b>		7	7,0%	
<b>Σύνολο</b>		100	100,0%	



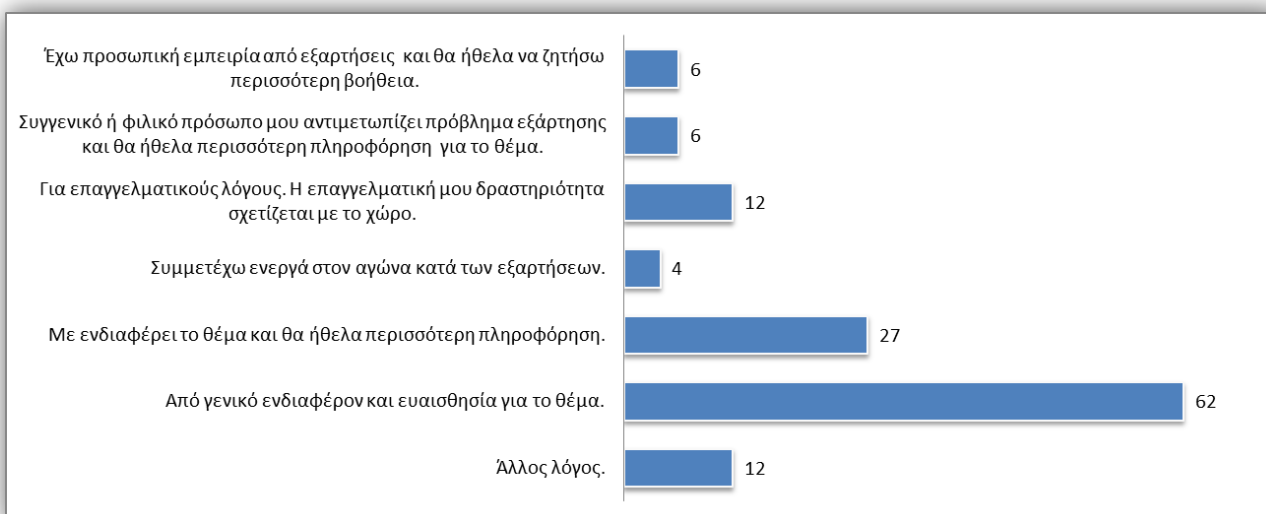
Ο κύριος τρόπος (ποσοστό 62%) με τον οποίο έμαθαν για την διεξαγωγή του Φεστιβάλ οι συμμετέχοντες στην έρευνα επισκέπτες, ήταν *περνώντας από το χώρο διεξαγωγής*. Οι αμέσως επόμενοι δημοφιλέστεροι τρόποι ήταν *από τα social media* (ποσοστό 13%), *από τις υπηρεσίες του ΟΚΑΝΑ* (ποσοστό 13%) και *από τη σχετική ιστοσελίδα του ΟΚΑΝΑ* (ποσοστό 11%). Σε ίσο χαμηλότερο ποσοστό (3%) έμαθαν για την διεξαγωγή από *ανακοινώσεις στον Τύπο*, από *διαφήμιση στην τηλεόραση*, από *διαφήμιση στο ραδιόφωνο*, από *διαφημιστικά φυλλάδια* και από *τις υπηρεσίες άλλου σχετικού φορέα*.

Με ποιον τρόπο μάθατε για την διεξαγωγή του Φεστιβάλ:		
	Συχνότητα	Ποσοστό
1. Από ανακοινώσεις στον Τύπο	3	3,0%
2. Από διαφήμιση στην Τηλεόραση	3	3,0%
3. Από τη σχετική ιστοσελίδα του ΟΚΑΝΑ	11	11,0%
4. Από τα social media (facebook, twitter κλπ)	13	13,0%
5. Από διαφήμιση στο Ραδιόφωνο	3	3,0%
6. Από διαφημιστικά φυλλάδια	3	3,0%
7. Από τις υπηρεσίες του ΟΚΑΝΑ	13	13,0%
8. Από τις υπηρεσίες άλλου σχετικού φορέα	3	3,0%
9. Περνώντας από το χώρο διεξαγωγής	62	62,0%



Σχετικά με το βασικό λόγο για τον οποίο επισκεφθήκαν το χώρο το Φεστιβάλ, η πλειοψηφία των ερωτώμενων (62%) ανέφεραν το γενικό ενδιαφέρον και την ευαισθησία για το θέμα, σε ποσοστό 27% ανέφεραν ότι τους ενδιαφέρει το θέμα και θα ήθελαν περισσότερη πληροφόρηση, και σε ίσο ποσοστό 12% ανέφεραν επαγγελματικούς λόγους και άλλους λόγους. Χαμηλότερα ποσοστά εμφανίζονται στις απαντήσεις “έχω προσωπική εμπειρία από εξαρτήσεις και θα ήθελα να ζητήσω περισσότερη βοήθεια”, “συγγενικό ή φιλικό πρόσωπο μου αντιμετωπίζει πρόβλημα εξάρτησης και θα ήθελα περισσότερη πληροφόρηση για το θέμα”, “συμμετέχω ενεργά στον αγώνα κατά των εξαρτήσεων” (6%, 6% και 4% αντίστοιχα).

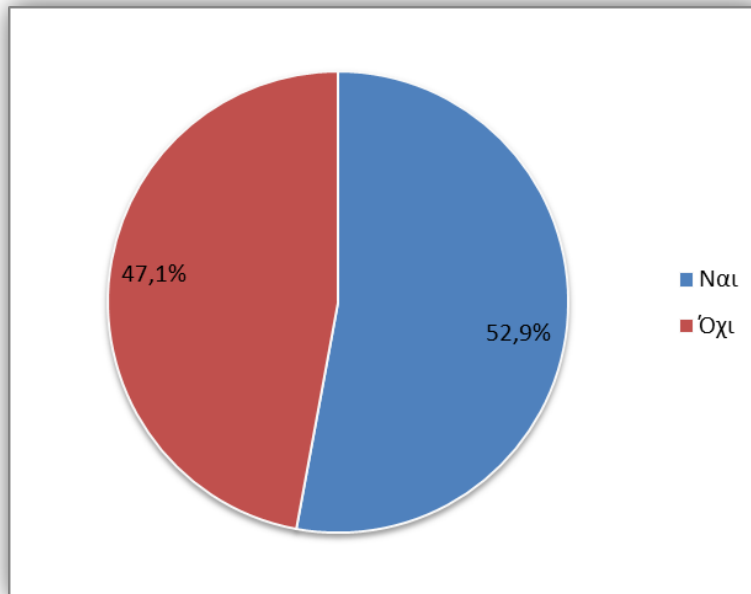
Ποιος ήταν ο βασικός λόγος για τον οποίο επισκεφθήκατε το χώρο του Φεστιβάλ:		
	Συχνότητα	Ποσοστό
Έχω προσωπική εμπειρία από εξαρτήσεις και θα ήθελα να ζητήσω περισσότερη βοήθεια.	6	6,0%
Συγγενικό ή φιλικό πρόσωπο μου αντιμετωπίζει πρόβλημα εξάρτησης και θα ήθελα περισσότερη πληροφόρηση για το θέμα.	6	6,0%
Για επαγγελματικούς λόγους. Η επαγγελματική μου δραστηριότητα σχετίζεται με το χώρο.	12	12,0%
Συμμετέχω ενεργά στον αγώνα κατά των εξαρτήσεων.	4	4,0%
Με ενδιαφέρει το θέμα και θα ήθελα περισσότερη πληροφόρηση.	27	27,0%
Από γενικό ενδιαφέρον και ευαισθησία για το θέμα.	62	62,0%
Άλλος λόγος.	12	12,0%





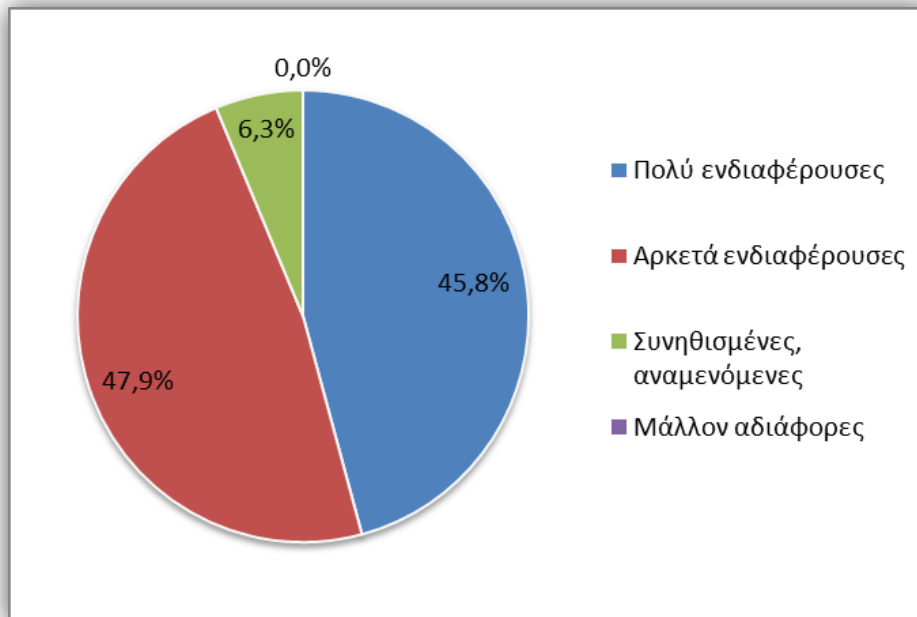
Αναφορικά με το εάν έχουν επισκεφθεί/συμμετάσχει σε παρόμοιες εκδηλώσεις, σε ποσοστό 52,9% επί των έγκυρων απαντήσεων οι ερωτώμενοι απάντησαν θετικά, ενώ παρόμοιο ποσοστό 47,1% απάντησαν αρνητικά.

Στο παρελθόν έχετε επισκεφθεί/συμμετάσχει σε παρόμοιες εκδηλώσεις:				
		Συχνότητα	Ποσοστό	Ποσοστό Έγκυρων Απαντήσεων
Έγκυρες Απαντήσεις	Ναι	37	37,0%	<b>52,9%</b>
	Όχι	33	33,0%	<b>47,1%</b>
	Σύνολο	70	70,0%	100,0%
Ελλείπουσες Τιμές		30	30,0%	
<b>Σύνολο</b>		100	100,0%	



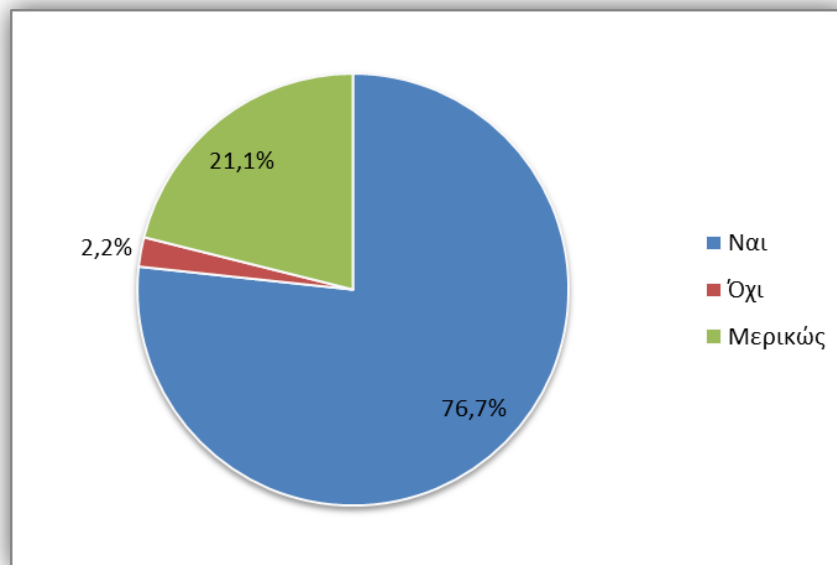
Ιδιαίτερα θετική είναι η άποψη των συμμετεχόντων στην έρευνα επισκεπτών σχετικά με τις εκδηλώσεις του Φεστιβάλ, με ποσοστό 47,9% να τις χαρακτηρίζει *αρκετά ενδιαφέρουσες*, και παρόμοιο ποσοστό 45,8% να τις χαρακτηρίζει *πολύ ενδιαφέρουσες*, ενώ μόλις το 6,3% τις χαρακτήρισε *συνηθισμένες/αναμενόμενες*.

Γενικά, πως θα χαρακτηρίζατε τις εκδηλώσεις του Φεστιβάλ;				
		Συχνότητα	Ποσοστό	Ποσοστό Έγκυρων Απαντήσεων
Έγκυρες Απαντήσεις	Πολύ ενδιαφέρουσες	44	44,0%	<b>45,8%</b>
	Αρκετά ενδιαφέρουσες	46	46,0%	<b>47,9%</b>
	Συνηθισμένες, αναμενόμενες	6	6,0%	<b>6,3%</b>
	Μάλλον αδιάφορες	0	0%	<b>0%</b>
	Σύνολο	96	96,0%	100,0%
Ελλείπουσες Τιμές		4	4,0%	
Σύνολο		100	100,0%	



Στην πλειοψηφία (ποσοστό 76,7%) τους οι ερωτώμενοι απάντησαν θετικά στην ερώτηση εάν οι εκδηλώσεις ικανοποίησαν το σκοπό για τον οποίο επισκέφθηκαν το Φεστιβάλ, ενώ σε ποσοστό 21,1% απάντησαν πως έμειναν *μερικώς ικανοποιημένοι* και μόλις σε ποσοστό 2,2% έδωσαν αρνητική απάντηση.

Οι εκδηλώσεις ικανοποίησαν το σκοπό για τον οποίο επισκεφθήκατε το Φεστιβάλ;				
		Συχνότητα	Ποσοστό	Ποσοστό Έγκυρων Απαντήσεων
Έγκυρες Απαντήσεις	Ναι	69	69,0%	<b>76,7%</b>
	Όχι	2	2,0%	<b>2,2%</b>
	Μερικώς	19	19,0%	<b>21,1%</b>
	Σύνολο	90	90,0%	100,0%
Ελλείπουσες Τιμές		10	10,0%	
Σύνολο		100	100,0%	



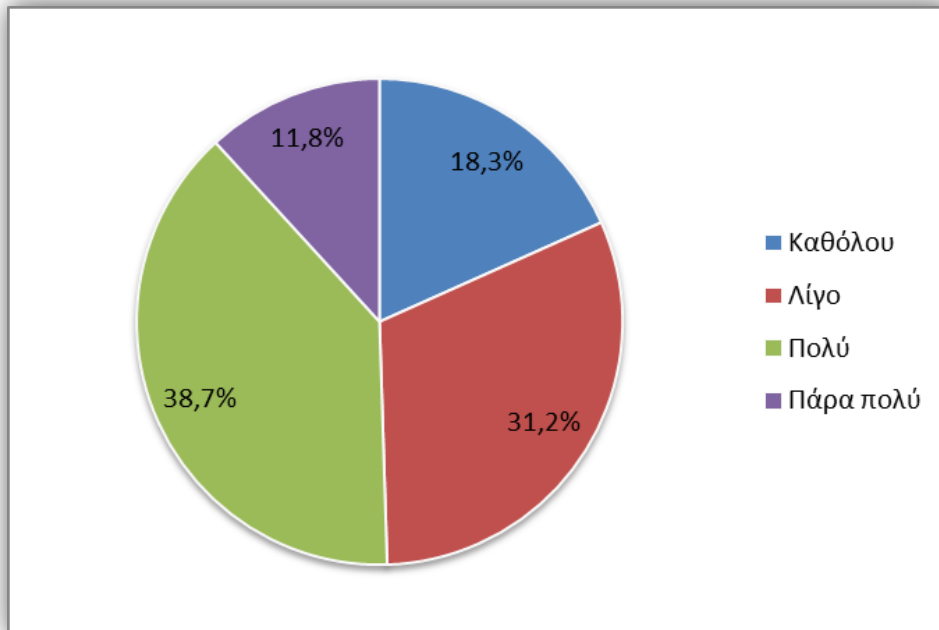
Σχετικά με τις κατηγορίες των εκδηλώσεων, οι μουσικές εκδηλώσεις και τα ενημερωτικά περίπτερα και δρώμενα ήταν οι πιο κοντά στα ενδιαφερόμενα των ερωτώμενων (ποσοστό 26% και 21% αντίστοιχα), και ακολουθούν οι εικαστικές εκδηλώσεις, η εξέταση HIV και οι εκδηλώσεις σχετικά με την πρόληψη, με ποσοστά 6%, 3% και 2% αντίστοιχα.

Ποια κατηγορία εκδηλώσεων θεωρείτε ότι ήταν πιο κοντά στα ενδιαφέροντά σας;		
	Συχνότητα	Ποσοστό
Ενημερωτικά περίπτερα και δρώμενα	21	21,0%
Μουσικές εκδηλώσεις	26	26,0%
Εκδηλώσεις σχετικές με την πρόληψη	2	2,0%
Εικαστικές εκδηλώσεις	6	6,0%
HIV Εξέταση αίματος	3	3,0%



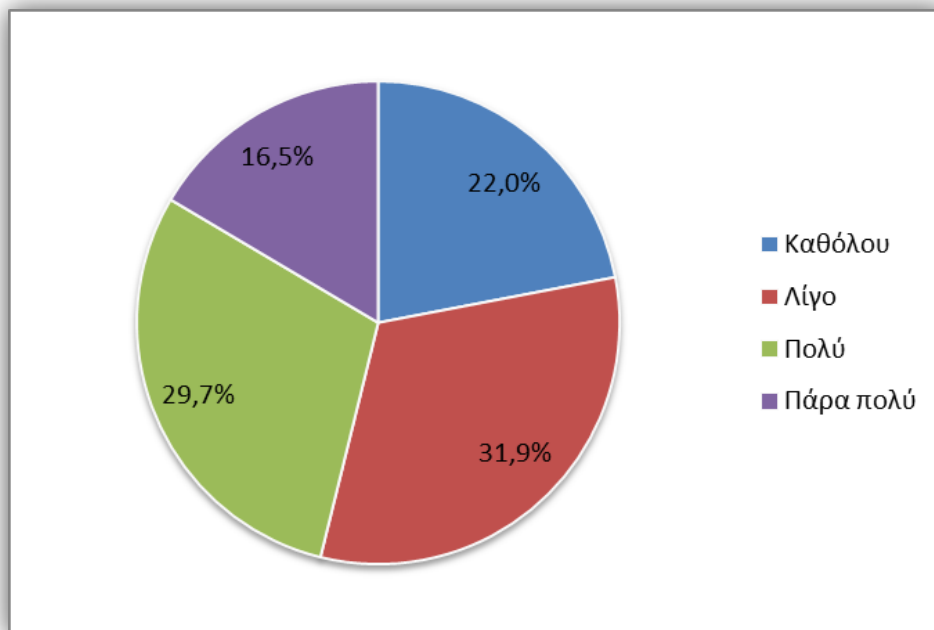
Αναφερόμενοι στο πόσο επηρεάστηκε η στάση και η συμπεριφορά τους σχετικά με τη χρήση των εξαρτησιογόνων ουσιών, οι ερωτώμενοι δήλωσαν σε παρόμοια ποσοστά ότι επηρεάστηκε *πολύ* (ποσοστό 38,7%) και *λίγο* (ποσοστό 31,2%), ενώ επίσης σε παρόμοια ποσοστά δήλωσαν ότι *δεν επηρεάστηκε καθόλου* (ποσοστό 18,3%) και ότι επηρεάστηκε *πάρα πολύ* (11,8%).

Πόσο επηρεάστηκε η στάση και η συμπεριφορά σας σχετικά με τη χρήση των εξαρτησιογόνων ουσιών;				
		Συχνότητα	Ποσοστό	Ποσοστό Έγκυρων Απαντήσεων
Έγκυρες Απαντήσεις	Καθόλου	17	17,0%	<b>18,3%</b>
	Λίγο	29	29,0%	<b>31,2%</b>
	Πολύ	36	36,0%	<b>38,7%</b>
	Πάρα πολύ	11	11,0%	<b>11,8%</b>
	Σύνολο	93	93,0%	100,0%
<b>Ελλείπουσες Τιμές</b>		7	7,0%	
<b>Σύνολο</b>		100	100,0%	



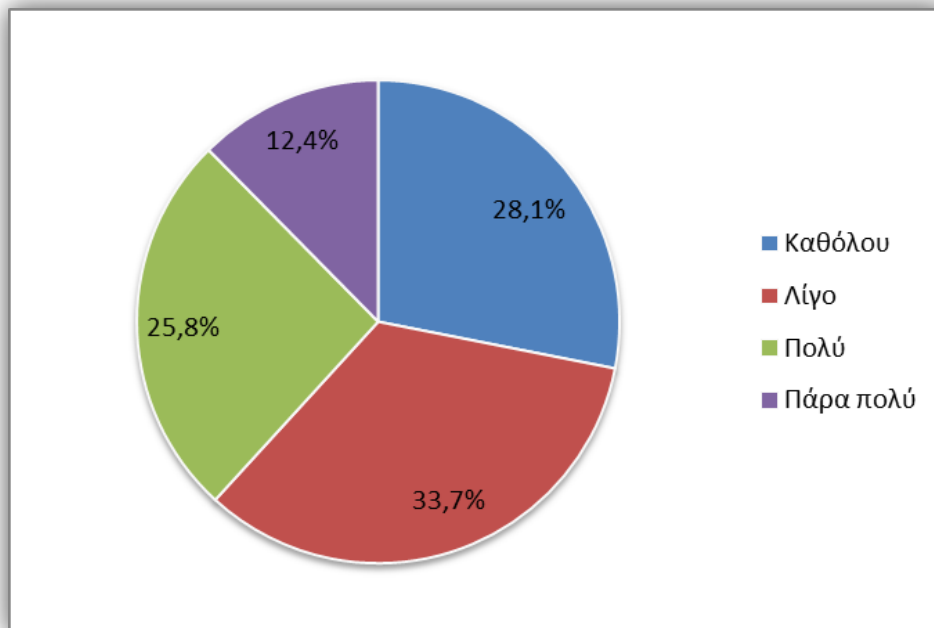
Αντίστοιχα, αναφερόμενοι στο πόσο επηρεάστηκε η στάση τους απέναντι στους χρήστες, οι ερωτώμενοι δήλωσαν σε παρόμοια ποσοστά ότι επηρεάστηκε *λίγο* (ποσοστό 31,7%) και *πολύ* (ποσοστό 31,9%), ενώ επίσης σε παρόμοια ποσοστά δήλωσαν ότι δεν επηρεάστηκε *καθόλου* (ποσοστό 22%) και ότι επηρεάστηκε *πάρα πολύ* (16,5%).

Πόσο επηρεάστηκε η στάση σας απέναντι στους χρήστες;				
		Συχνότητα	Ποσοστό	Ποσοστό Έγκυρων Απαντήσεων
Έγκυρες Απαντήσεις	Καθόλου	20	20,0%	<b>22,0%</b>
	Λίγο	29	29,0%	<b>31,9%</b>
	Πολύ	27	27,0%	<b>29,7%</b>
	Πάρα πολύ	15	15,0%	<b>16,5%</b>
	Σύνολο	91	91,0%	100,0%
<b>Ελλείπουσες Τιμές</b>		9	9,0%	
<b>Σύνολο</b>		100	100,0%	



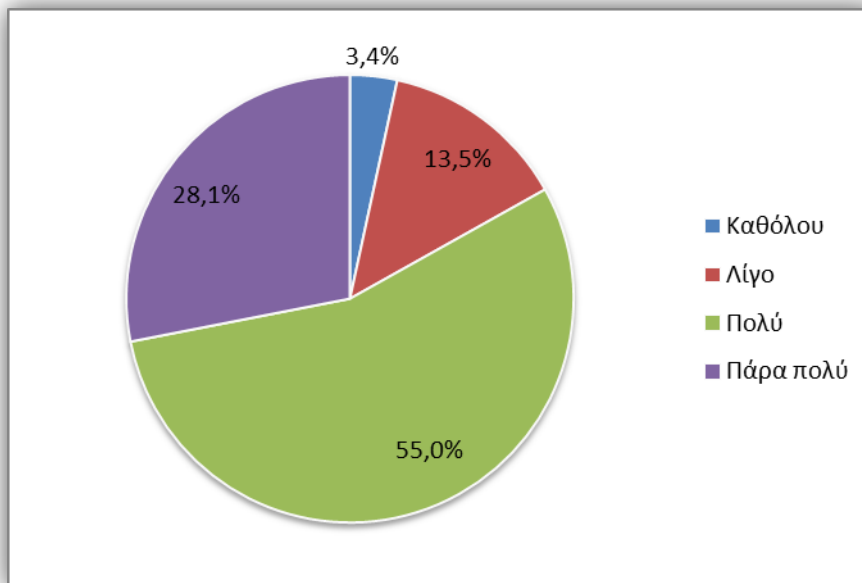
Επίσης, όσον αφορά το βαθμό που επηρεάστηκαν τυχόν προκαταλήψεις που είχαν οι ερωτώμενοι για τους εξαρτημένους και απεξαρτημένους χρήστες, δήλωσαν σε παρόμοια ποσοστά ότι επηρεάστηκαν λίγο (ποσοστό 33,7%) ή καθόλου (ποσοστό 28,1%), ενώ σε ποσοστά 25,8% και 12,4% αντίστοιχα, ότι επηρεάστηκαν πολύ και πάρα πολύ.

Σε ποιο βαθμό επηρεάστηκαν τυχόν προκαταλήψεις που είχατε για τους εξαρτημένους και απεξαρτημένους χρήστες;				
		Συχνότητα	Ποσοστό	Ποσοστό Έγκυρων Απαντήσεων
Έγκυρες Απαντήσεις	Καθόλου	25	25,0%	<b>28,1%</b>
	Λίγο	30	30,0%	<b>33,7%</b>
	Πολύ	23	23,0%	<b>25,8%</b>
	Πάρα πολύ	11	11,0%	<b>12,4%</b>
	Σύνολο	89	89,0%	100,0%
Ελλείπουσες Τιμές		11	11,0%	
Σύνολο		100	100,0%	



Κυρίως θετική ήταν η άποψη των ερωτώμενων σχετικά με την συνολική ενημέρωση που έλαβαν για τα δικαιώματα και τις ιδιαίτερες δυνατότητες των χρηστών, με την πλειοψηφία σε ποσοστό 55,1% και 28,1% να θεωρεί την ενημέρωση *πολύ καλή* και *πάρα πολύ καλή* αντίστοιχα, ενώ μόλις το 13,5% και 3,4% θεωρεί ότι η ενημέρωση ήταν *λίγο καλή* και *καθόλου καλή* αντίστοιχα.

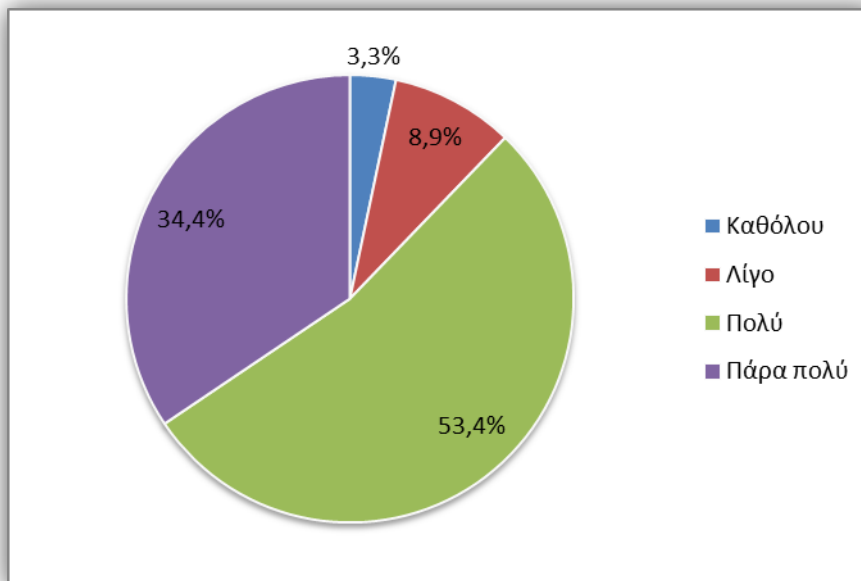
Πώς κρίνετε τη συνολική ενημέρωση που λάβατε για τα δικαιώματα και τις ιδιαίτερες δυνατότητες των χρηστών;				
		Συχνότητα	Ποσοστό	Ποσοστό Έγκυρων Απαντήσεων
Έγκυρες Απαντήσεις	Καθόλου	3	3,0%	<b>3,4%</b>
	Λίγο	12	12,0%	<b>13,5%</b>
	Πολύ	49	49,0%	<b>55,1%</b>
	Πάρα πολύ	25	25,0%	<b>28,1%</b>
	Σύνολο	89	89,0%	100,0%
<b>Ελλείπουσες Τιμές</b>		11	11,0%	
<b>Σύνολο</b>		100	100,0%	





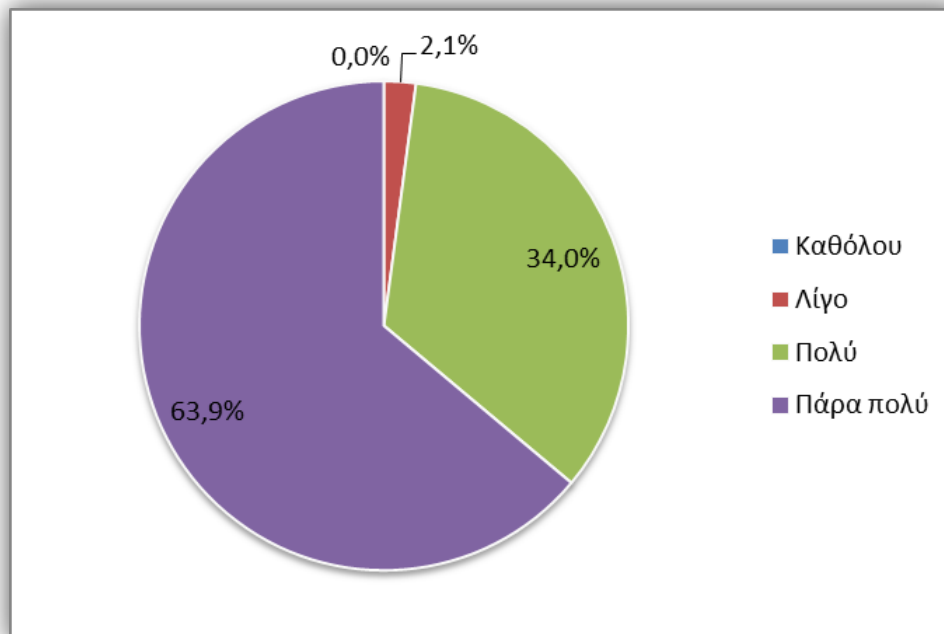
Επίσης θετική ήταν η άποψη των ερωτώμενων σχετικά με την συνολική ενημέρωση που παρείχε ο ΟΚΑΝΑ για τις υπηρεσίες που προσφέρει, με την πλειοψηφία σε ποσοστό 53,3% και 34,4% να θεωρεί την ενημέρωση *πολύ καλή* και *πάρα πολύ καλή* αντίστοιχα, ενώ μόλις το 8,9% και 3,3% θεωρεί ότι η ενημέρωση ήταν *λίγο καλή* και *καθόλου καλή* αντίστοιχα.

Πώς κρίνετε τη συνολική ενημέρωση που παρείχε ο ΟΚΑΝΑ για τις υπηρεσίες που προσφέρει;				
		Συχνότητα	Ποσοστό	Ποσοστό Έγκυρων Απαντήσεων
Έγκυρες Απαντήσεις	Καθόλου	3	3,0%	<b>3,3%</b>
	Λίγο	8	8,0%	<b>8,9%</b>
	Πολύ	48	48,0%	<b>53,3%</b>
	Πάρα πολύ	31	31,0%	<b>34,4%</b>
	Σύνολο	90	90,0%	100,0%
<b>Ελλείπουσες Τιμές</b>		10	10,0%	
<b>Σύνολο</b>		100	100,0%	



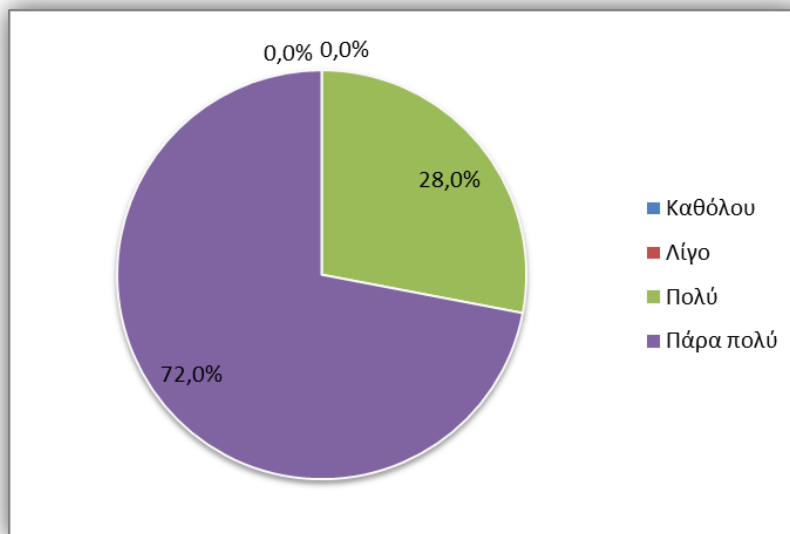
Αναφορικά με την καταλληλότητα του χώρου στον οποίο διενεργήθηκε το Φεστιβάλ, οι συμμετέχοντες στην έρευνα επισκέπτες είχαν θετική άποψη, με την πλειοψηφία να δηλώνει ότι ο χώρος ήταν *πάρα πολύ κατάλληλος* (ποσοστό 63,9%) και *πολύ κατάλληλος* (ποσοστό 34%) και πολύ μικρό ποσοστό (2,1%) να δηλώνει ότι ο χώρος ήταν *λίγο κατάλληλος*.

Α) Καταλληλότητα του χώρου:				
		Συχνότητα	Ποσοστό	Ποσοστό Έγκυρων Απαντήσεων
Έγκυρες Απαντήσεις	Καθόλου	0	0,0%	<b>0,0%</b>
	Λίγο	2	2,0%	<b>2,1%</b>
	Πολύ	33	33,0%	<b>34,0%</b>
	Πάρα πολύ	62	62,0%	<b>63,9%</b>
	Σύνολο	97	97,0%	100,0%
<b>Ελλείπουσες Τιμές</b>		3	3,0%	
<b>Σύνολο</b>		100	100,0%	



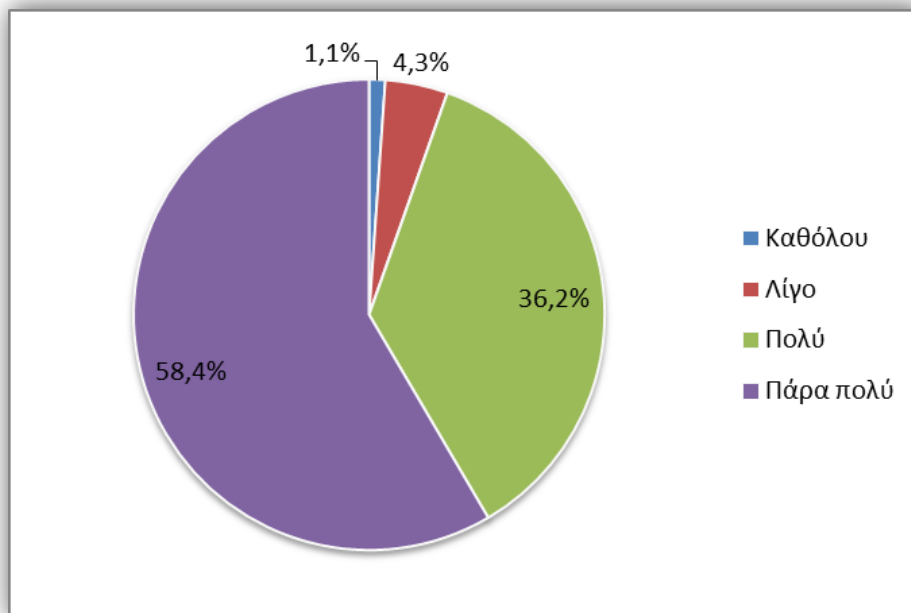
Απόλυτα θετική ήταν η άποψη των επισκεπτών συμμετεχόντων στην έρευνα όσον αφορά την ευκολία πρόσβασης στον χώρο όπου διενεργήθηκε το Φεστιβάλ. Συγκεκριμένα, με ποσοστό 72%, οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι η πρόσβαση ήταν *πάρα πολύ εύκολη* και με το υπολειπόμενο ποσοστό 28% δήλωσαν ότι η πρόσβαση ήταν *πολύ εύκολη*.

<b>Β) Ευκολία πρόσβασης:</b>				
		Συχνότητα	Ποσοστό	Ποσοστό Έγκυρων Απαντήσεων
<b>Έγκυρες Απαντήσεις</b>	Καθόλου	0	0,0%	<b>0,0%</b>
	Λίγο	0	0,0%	<b>0,0%</b>
	Πολύ	26	26,0%	<b>28,0%</b>
	Πάρα πολύ	67	67,0%	<b>72,0%</b>
	Σύνολο	93	93,0%	100,0%
<b>Ελλείπουσες Τιμές</b>		7	7,0%	
<b>Σύνολο</b>		100	100,0%	



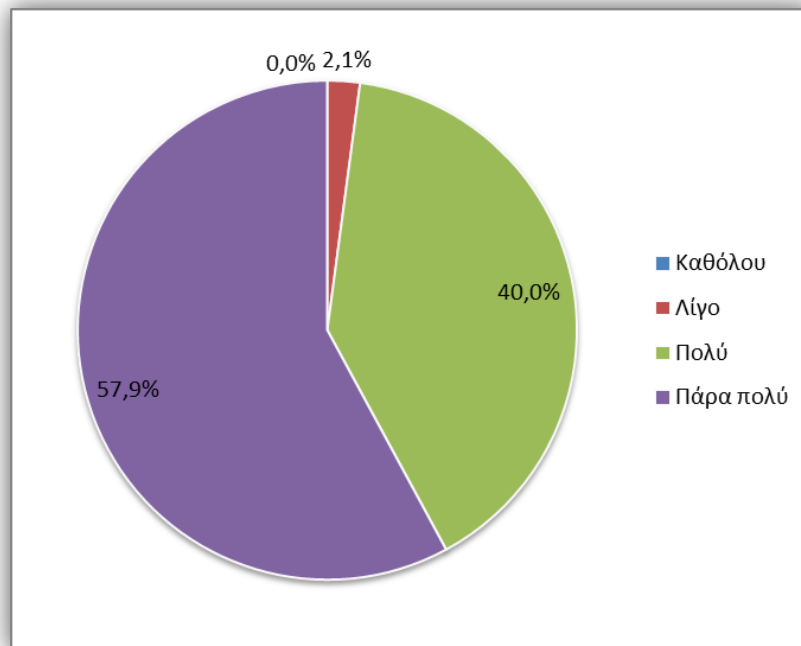
Αναφερόμενοι στο αίσθημα της ασφάλειας στον χώρο που διενεργήθηκε το Φεστιβάλ, οι ερωτώμενοι δήλωσαν στην πλειοψηφία τους ότι ένιωθαν *πάρα πολύ* ασφαλείς (ποσοστό 58,5%), *πολύ* ασφαλείς (ποσοστό 36,2%) και ελάχιστοι δήλωσαν ότι ένιωθαν *λίγο* ή *καθόλου* ασφαλείς (ποσοστά 4,3% και 1,1% αντίστοιχα).

Γ) Αίσθημα ασφάλειας:				
		Συχνότητα	Ποσοστό	Ποσοστό Έγκυρων Απαντήσεων
Έγκυρες Απαντήσεις	Καθόλου	1	1,0%	<b>1,1%</b>
	Λίγο	4	4,0%	<b>4,3%</b>
	Πολύ	34	34,0%	<b>36,2%</b>
	Πάρα πολύ	55	55,0%	<b>58,5%</b>
	Σύνολο	94	94,0%	100,0%
<b>Ελλείπουσες Τιμές</b>		6	6,0%	
<b>Σύνολο</b>		100	100,0%	



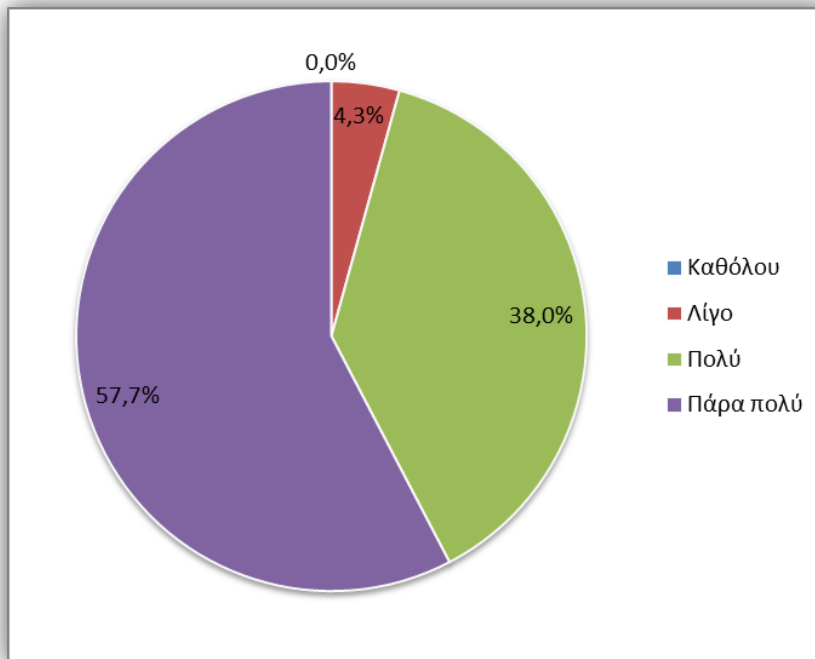
Ιδιαίτερα ικανοποιημένοι δήλωσαν οι ερωτώμενοι σχετικά με την ευκολία εντοπισμού των περιπτέρων και των χώρων εκδηλώσεων, με ποσοστό 57,9% και 40% να δηλώνουν *πάρα πολύ* και *πολύ* ικανοποιημένοι αντίστοιχα, ενώ μόλις το 2,1% δήλωσε *λίγο* ικανοποιημένο από την ευκολία εντοπισμού των περιπτέρων και των χώρων εκδηλώσεων.

Α) Ευκολία εντοπισμού περιπτέρων και χώρων εκδηλώσεων:				
		Συχνότητα	Ποσοστό	Ποσοστό Έγκυρων Απαντήσεων
Έγκυρες Απαντήσεις	Καθόλου	0	0,0%	<b>0,0%</b>
	Λίγο	2	2,0%	<b>2,1%</b>
	Πολύ	38	38,0%	<b>40,0%</b>
	Πάρα πολύ	55	55,0%	<b>57,9%</b>
	Σύνολο	95	95,0%	100,0%
<b>Ελλείπουσες Τιμές</b>		5	5,0%	
<b>Σύνολο</b>		100	100,0%	



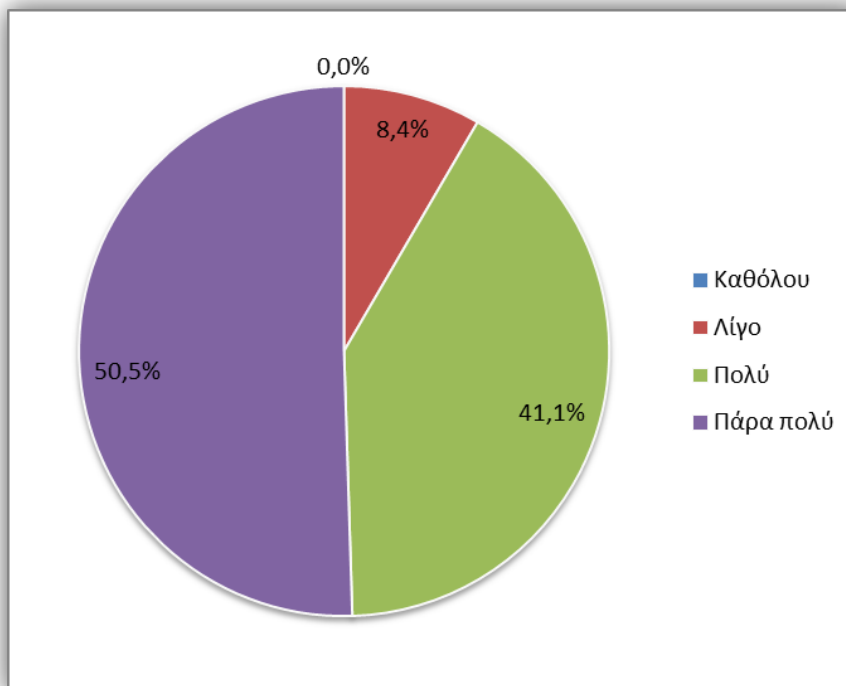
Επίσης θετική ήταν η άποψη των ερωτώμενων όσον αφορά την προθυμία του προσωπικού για εξυπηρέτηση/παροχή πληροφοριών. Με ποσοστό 57,6% και 38%, οι ερωτώμενοι δήλωσαν *πάρα πολύ* και *πολύ* ικανοποιημένοι από το προσωπικό, και μόνο το 4,3% των ερωτώμενων δήλωσε *λίγο* ικανοποιημένο.

<b>B )Πρόθυμο προσωπικό για εξυπηρέτηση/παροχή πληροφοριών:</b>				
		Συχνότητα	Ποσοστό	Ποσοστό Έγκυρων Απαντήσεων
<b>Έγκυρες Απαντήσεις</b>	Καθόλου	0	0,0%	<b>0,0%</b>
	Λίγο	4	4,0%	<b>4,3%</b>
	Πολύ	35	35,0%	<b>38,0%</b>
	Πάρα πολύ	53	53,0%	<b>57,6%</b>
	Σύνολο	92	92,0%	100,0%
<b>Ελλείπουσες Τιμές</b>		8	8,0%	
<b>Σύνολο</b>		100	100,0%	



Πολύ υψηλά ποσοστά παρατηρήθηκαν και στην ερώτηση αναφορικά με την γενική ικανοποίηση από την εμπειρία επίσκεψης/συμμετοχής στο Φεστιβάλ, με την πλειοψηφία να δηλώνει *πάρα πολύ* και *πολύ* ικανοποιημένη (ποσοστά 50,5% και 41,1% αντίστοιχα) και μόλις το 8,4% να δηλώνει *λίγο* ικανοποιημένο.

Πόσο ικανοποιημένος είστε γενικά από την εμπειρία επίσκεψης/συμμετοχής στο Φεστιβάλ;				
		Συχνότητα	Ποσοστό	Ποσοστό Έγκυρων Απαντήσεων
Έγκυρες Απαντήσεις	Καθόλου	0	0,0%	<b>0,0%</b>
	Λίγο	8	8,0%	<b>8,4%</b>
	Πολύ	39	39,0%	<b>41,1%</b>
	Πάρα πολύ	48	48,0%	<b>50,5%</b>
	Σύνολο	95	95,0%	100,0%
<b>Ελλείπουσες Τιμές</b>		5	5,0%	
<b>Σύνολο</b>		100	100,0%	



Αναφορικά με θέματα ή παρατηρήσεις που θεωρούν σημαντικά/ές και δεν καλύφθηκαν από το ερωτηματολόγιο αυτό, οι ερωτώμενοι δήλωσαν τα ακόλουθα:

Δεν έχω καμία πρόταση, όλα λειτουργούν τέλεια.
Έκθεση περισσότερων έργων των παιδιών.
Έλλειψη ενημέρωσης από τα μέσα ενημέρωσης. Θα μπορούσαν να είχαν αναρτηθεί διαφημίσεις στους δρόμους με την μορφή αφισών.
Ερωτήσεις σχετικά με το υλικό που διανέμονταν από τα περίπτερα των φορέων.
Θα έπρεπε να έχουν προσκληθεί άτομα που ξεπέρασαν τον εθισμό, ώστε να μιλήσουν για τα βιώματά τους, ώστε να ευαισθητοποιηθούν παραπάνω άτομα.
Θα ήθελα να γίνονται πιο συχνά, και στην TV να μιλάνε πιο συχνά.
Θεωρώ ότι χρειάζεται να διαφημιστεί περισσότερο. Προσωπικά πέρασα τυχαία από τον χώρο και το έμαθα.
Περισσότερη διαφήμιση
Περισσότερη συμμετοχή του κόσμου.
Προτάσεις για άλλου τύπου δραστηριότητες.
Προτεινόμενο θέμα συζήτησης-προβληματισμού: Η συμπεριφορά των εθισμένων και των απεξαρτημένων προς τους υπόλοιπους. Τι δικαιώματα δίνουν οι ίδιοι στους υπόλοιπους. Π.χ. συνάδελφος-συνεργάτης που στηρίζεται πάνω του ή άτομο που εκμεταλλεύεται το παρελθόν του και σε φέρνει σε 'δύσκολη θέση'.
Σε γενικές γραμμές ήταν ικανοποιητικά. Ήθελα να υπάρχει ένα γενικό φυλλάδιο για τη δημόσια υγεία.
Στις αφίσες έπρεπε να αναφερθούν σημεία εντοπισμού στο χώρο της νέας παραλίας, σχετικά με τον τόπο διεξαγωγής του φεστιβάλ.



## **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 5**

**Παρατίθενται σε ηλεκτρονική μορφή (σκληρό δίσκο) όλο το υλικό τεκμηρίωσης των δράσεων (ενημερωτικό υλικό, αφίσες, Δελτία Τύπου προσκλήσεις σε ημερίδες, προγράμματα ημερίδων, φωτογραφικό υλικό).**