

Multiple Framework Contract for the Support to Structural Reforms in EU Member States

“Σχεδιασμός και Ανάπτυξη στρατηγικής για την Ανάπτυξη και τον Μετασχηματισμό της Ελληνικής Βιομηχανίας”

Παραδοτέο 3: Επικοινωνιακό Σχέδιο για την Εθνική Στρατηγική για τη Βιομηχανία

Μάϊος 2022



Με τη συγχρηματοδότηση της
Ευρωπαϊκής Ένωσης μέσω του
Technical Support Instrument



- Το παρόν Παραδοτέο έχει προετοιμαστεί στο πλαίσιο υλοποίησης του έργου με αντικείμενο «Σχεδιασμός και Ανάπτυξη στρατηγικής για την Ανάπτυξη και τον Μετασχηματισμό της Ελληνικής Βιομηχανίας» σύμφωνα με τη σύμβαση με αρ. SRSS/2018/01/FWC/002-07.
- Το παρόν Παραδοτέο έχει προετοιμαστεί από την «PricewaterhouseCoopers Business Solutions A.E. Ανώνυμη Εταιρεία Παροχής Επιχειρηματικών & Λογιστικών Υπηρεσιών» (PwC) για την αποκλειστική χρήση του Υπουργείου Ανάπτυξης και Επενδύσεων/Γενική Γραμματεία Βιομηχανίας
- Ο Σύμβουλος δεν αναλαμβάνει καμία αρμοδιότητα ελέγχου, ούτε υποκαθιστά τα εντεταλμένα όργανα ελέγχου βάσει των Εθνικών Κανόνων Ελέγχου από ορκωτό ελεγκτή.
- Ο Σύμβουλος δεν φέρει ευθύνη από τη χρήση των Παραδοτέων για λόγους ελεγκτικούς, λογιστικούς, φορολογικούς, οικονομικούς, νομικούς, κτλ. από τρίτους (για παράδειγμα δημόσιες αρχές, ελεγκτικοί φορείς, κτλ.).
- Το προϊόν αυτής της εργασίας περιορίζεται σε υποστηρικτικές υπηρεσίες που προσφέρονται στην Αναθέτουσα Αρχή.
- Η ευθύνη για τις τελικές αποφάσεις βαρύνει αποκλειστικά την Αναθέτουσα Αρχή. Η PwC δεν λαμβάνει αποφάσεις για θέματα που εμπίπτουν στην αρμοδιότητα της Διοίκησης ή των υπηρεσιακών οργάνων ή των στελεχών της Αναθέτουσας Αρχής.
- Για την υλοποίηση του έργου, θα συλλεχθούν δεδομένα και άλλες σχετικές πληροφορίες μέσω συνεντεύξεων και ερωτηματολογίων με τα ενδιαφερόμενα μέρη, όπως συζητήθηκε και συμφωνήθηκε με την Αναθέτουσα Αρχή. Ο κατάλογος των ερωτηθέντων/συνεντευξιζόμενων συμφωνήθηκε με την Αναθέτουσα Αρχή και η PwC δεν είναι υπεύθυνη για τις δηλώσεις των συνεντεύξεων και την ακρίβειά τους, καθώς αυτές θα ληφθούν ως ακριβείς και αληθείς χωρίς περαιτέρω επαλήθευση.
- Ο Σύμβουλος, ουδεμία ευθύνη φέρει για την επεξεργασία στοιχείων που ουδέποτε του υπεβλήθησαν ή του υπεβλήθησαν λανθασμένα ή εκπρόθεσμα.
- Η παρούσα μελέτη ισχύει στο σύνολό της. Η PwC δεν φέρει καμία ευθύνη για ενδεχόμενη κατακερματισμένη χρήση, η οποία μπορεί να οδηγήσει σε εσφαλμένες ερμηνείες.

Πληροφορίες εγγράφου

Ιστορικό

Έκδοση	Ημ/νία	Συντάκτης	Κατάσταση	Περιγραφή αλλαγών
v.1	15 Φεβρουαρίου 2022	PwC	Δημιουργία εγγράφου	1 ^η έκδοση του εγγράφου
v.2	13 Μαΐου 2022	PwC	2 ^η έκδοση εγγράφου	Ενσωμάτωση σχολίων ΓΒ και DG Reform

Περιεχόμενα

Περιεχόμενα	4
Λίστα συντομογραφιών	5
Εισαγωγή	7
Executive Summary	8
Επιτελική Σύνοψη Εθνικής Στρατηγικής για τη Βιομηχανία	15
1. Επικοινωνιακό Σχέδιο για την Εθνική Στρατηγική της Βιομηχανίας	22
1.1 Βασικοί Στόχοι.....	22
1.2 Πολλαπλασιαστές γνώσης	23
1.3 Ομάδες-Στόχοι	27
1.4 Στρατηγική Επικοινωνίας.....	31
Γενικές στρατηγικές κατευθύνσεις.....	31
Ειδικές στρατηγικές κατευθύνσεις.....	32
1.5 Εργαλεία Επικοινωνίας.....	32
1.6 Εργαλεία επικοινωνίας ανά φορέα.....	36
1.7 Φορέας Υλοποίησης Επικοινωνιακού Σχεδίου.....	38
2. Στρατηγική Προσέγγισης της Επικοινωνίας	40
2.1 Χρονοδιάγραμμα Επικοινωνίας	40
Περίοδος Ωρίμανσης 1-12/2022.....	40
Περίοδος Αξιοποίησης Αποτελεσμάτων 2023 – 2030	40
2.2 Χρηματοδότηση ενεργειών επικοινωνίας	41
2.3 Ανθρώπινο Δυναμικό	41
3. Φάσεις Υλοποίησης.....	42
3.1 Α' Φάση Υλοποίησης.....	42
3.2 Β' Φάση Υλοποίησης	45
3.3 Γ' Φάση Υλοποίησης.....	47
4. Αξιολόγηση Επικοινωνιακών Δράσεων.....	49
4.1 Στόχοι αξιολόγησης.....	49
4.2 Μέθοδοι Αξιολόγησης.....	49
4.3 Δείκτες Απόδοσης (KPIs)	50
5. Βασικές Προκλήσεις.....	52
Παράρτημα.....	53
I. Πολλαπλασιαστές γνώσης στον βιομηχανικό τομέα	53
II. Ομάδες στόχοι	55
III. Ενημερωτικό Υλικό	60

Λίστα συντομογραφιών

Στον ακόλουθο πίνακα παρουσιάζεται η λίστα με τις συντομογραφίες, η οποία περιέχει όλους τους βασικούς όρους που περιλαμβάνονται στο έγγραφο.

Συντομογραφία	Ορισμός
DG REFORM	Directorate-General for Structural Reform Support
ΗΕΤiA	Ένωση Ελληνικών Εταιρειών Αναδυόμενων Τεχνολογιών/Hellenic Emerging Technologies Industry Association
ΚΡΙ	Key Performance Indicator
ΑΒΣ	Άτυπων Βιομηχανικών Συγκεντρώσεων
ΓΓΒ	Γενική Γραμματεία Βιομηχανίας
ΓΓΕΚ	Γενική Γραμματεία Έρευνας και Καινοτομίας
ΓΔΑΕΕ	Γενική Διεύθυνση Αμυντικών Εξοπλισμών και Επενδύσεων
ΓΣΕΒΕΕ	Γενική Συνομοσπονδία Επαγγελματιών Βιοτεχνών Εμπόρων Ελλάδας
ΔΑ	Διαχειριστική Αρχή
ΕΒΕΑ	Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθήνας
ΕΕ	Ευρωπαϊκή Ένωση
ΕΙΕ	Εθνικό Ίδρυμα Ερευνών
ΕΝΠΕ	Ένωση Περιφερειών Ελλάδος
ΕΣ	Επικοινωνιακό Σχέδιο
ΕΣΒ	Εθνική Στρατηγική για τη Βιομηχανία
ΙΜΕ	Ινστιτούτο Μικρών Επιχειρήσεων
ΙΟΒΕ	Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών
ΚΕΒ	Κυβερνητική Επιτροπή Βιομηχανίας
ΚΕΕ	Κεντρική Ένωση Επιμελητηρίων Ελλάδος

ΚΕΤΕΠ	Κέντρο Εφαρμογών των Τεχνολογιών Επικοινωνίας και Πληροφορίας
ΜΚΔ	Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης
ΜΜΕ	Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης
ΜμΕ	Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις
ΟΒΙ	Οργανισμός Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας
ΣΒΑΠ	Σύνδεσμος Βιομηχανιών Αττικής- Πειραιώς
ΣΒΕ	Σύνδεσμος Βιομηχανιών Ελλάδος
ΣΒΘΚΕ	Σύνδεσμος Βιομηχανιών Θεσσαλίας και Κεντρικής Ελλάδος
ΣΒΠΕ	Σύνδεσμος Βιομηχανιών Πλαστικών Ελλάδος
ΣΔΙΤ	Συμπράξεις Δημοσίου και Ιδιωτικού Τομέα
ΣΕΒ	Σύνδεσμος Επιχειρήσεων και Βιομηχανιών
ΣΕΒΕ	Σύνδεσμος Εξαγωγέων Βορείου Ελλάδος
ΣΕΒΠΑΕ	Σύνδεσμος Επιχειρήσεων και Βιομηχανιών Πελοποννήσου και Δυτικής Ελλάδος
ΣΘΕΒ	Σύνδεσμος Θεσσαλικών Επιχειρήσεων Βιομηχανιών
ΣΚ	Στρατηγική Κατεύθυνση
ΣΜΕ	Σύνδεσμος Μεταλλευτικών Επιχειρήσεων
ΣΥΒΙΠΥΣ	Σύνδεσμος Βιομηχάνων Παραγωγής Υλικών και Συσκευασίας
ΣΦΕΕ	Σύνδεσμος Φαρμακευτικών Επιχειρήσεων
ΥΑ	Υπουργική Απόφαση

Εισαγωγή

Το παρόν παραδοτέο συντάχθηκε στο πλαίσιο του έργου «Σχεδιασμός και Ανάπτυξη στρατηγικής για την Ανάπτυξη και τον Μετασχηματισμό της Ελληνικής Βιομηχανίας» που χρηματοδοτείται από την ΕΕ μέσω του Προγράμματος Στήριξης Διαρθρωτικών Μεταρρυθμίσεων και αποτελεί το τρίτο Παραδοτέο του έργου, με τίτλο «Επικοινωνιακό Σχέδιο για την Εθνική Βιομηχανική Στρατηγική» στο πλαίσιο του έργου τεχνικής βοήθειας της DG REFORM με δικαιούχο την Γενική Γραμματεία Βιομηχανίας (ΓΓΒ).

Στο παρόν παραδοτέο, παρουσιάζεται το Επικοινωνιακό Σχέδιο της Εθνικής Στρατηγικής για τη Βιομηχανία. Σκοπός του παραδοτέου είναι η κατάρτιση ενός Επικοινωνιακού Σχεδίου που να συμβάλλει στη διάδοση και προώθηση του οράματος και των στόχων της Εθνικής Στρατηγικής για τη Βιομηχανία (ΕΣΒ), με σαφή και ολοκληρωμένο τρόπο σε όλους τους ενδιαφερόμενους φορείς.

Στα επόμενα κεφάλαια αναλύονται οι βασικοί στόχοι καθώς και ομάδες ενδιαφέροντος στις οποίες απευθύνεται το Επικοινωνιακό Σχέδιο, οι οποίες χωρίζονται στις βασικές «ομάδες-στόχοι» και στους «πολλαπλασιαστές γνώσης». Στη συνέχεια παρουσιάζονται αναλυτικά τα επικοινωνιακά εργαλεία που θα αξιοποιηθούν κατά τη διάρκεια υλοποίησης του Επικοινωνιακού Σχεδίου. Με βάση τα παραπάνω, στη συνέχεια, ορίζεται το προτεινόμενο χρονοδιάγραμμα υλοποίησης του Σχεδίου που αποτελείται από τρεις (3) φάσεις υλοποίησης, καθώς και οι απαιτούμενοι ανθρώπινοι και οικονομικοί πόροι. Το παρόν παραδοτέο συμπληρώνεται από το προτεινόμενο σύστημα αξιολόγησης των επικοινωνιακών ενεργειών που προτείνονται, συμπεριλαμβανομένων των στόχων, των μεθόδων και των Βασικών Δεικτών Απόδοσης (KPIs) που θα αξιοποιηθούν. Τέλος, αναφέρονται συνοπτικά οι βασικές προκλήσεις που μπορεί να αντιμετωπίσουν τα εμπλεκόμενα μέρη κατά την εφαρμογή του παρόντος επικοινωνιακού σχεδίου.

Το παρόν παραδοτέο περιλαμβάνει τα εξής κεφάλαια:

- **Κεφάλαιο 1:** Το κεφάλαιο περιλαμβάνει ανάλυση του Επικοινωνιακού Σχεδίου, συμπεριλαμβανομένων των βασικών στόχων, των ομάδων που πρέπει να προσεγγισθούν (ομάδες-στόχοι και πολλαπλασιαστές) καθώς και των επικοινωνιακών εργαλείων.
- **Κεφάλαιο 2:** Το κεφάλαιο αναλύει τις περιόδους υλοποίησης του Επικοινωνιακού Σχεδίου και τους ανθρώπινους και οικονομικούς πόρους που απαιτούνται για την υλοποίηση του
- **Κεφάλαιο 3:** Στο κεφάλαιο παρουσιάζονται οι τρεις (3) φάσεις υλοποίησης του Επικοινωνιακού Σχεδίου, περιγράφοντας διάρκεια, προϋπολογισμό και ενέργειες επικοινωνίας ανά φάση.
- **Κεφάλαιο 4:** Το κεφάλαιο περιλαμβάνει την προτεινόμενη μεθοδολογία αξιολόγησης του Επικοινωνιακού Σχεδίου.
- **Κεφάλαιο 5:** Το κεφάλαιο αναλύει τις βασικές προκλήσεις και πιθανά εμπόδια για τη υλοποίηση του Επικοινωνιακού Σχεδίου.
- **Παράρτημα**
 - ο Ενδεικτικές ομάδες ενδιαφέροντος οι οποίες θα μπορούσαν να αποτελέσουν ομάδες στόχο ή πολλαπλασιαστές των μηνυμάτων του Επικοινωνιακού Σχεδίου.
 - ο Ενδεικτικό ενημερωτικό υλικό, προς αξιοποίηση σε επικοινωνιακές δράσεις.

Executive Summary

The Greek industry, after a long recession (2008-2015), recorded a significant recovery in the period 2014-2019 which was even higher than that of the Greek economy as a whole¹. The industry increased its contribution to the GDP from 10.68% in 2014 to 10.72% in 2019, creating (cumulatively for all four years) more than 26 thousand new jobs, while maintaining its significant contribution to the Greek economy:

- producing more than 70% of the total products exported by the country,
- investing five times more per employee than the economy as a whole,
- and recording investment in R&D that was equivalent to 35% of all private investment in R&D.

The recovery of the Greek industry was interrupted by the pandemic crisis and its negative consequences (limited demand and disruption of the supply chain), with industrial production recording a 9% decrease in the second quarter of 2020. Despite the adverse business environment created by the pandemic, the Greek industry managed to adapt quickly and recover. More specifically, the industrial production index recovered gradually from January 2021 and then surpassed pre-pandemic levels. In addition, a significant increase was recorded in the revenue of the industry in the second quarter of 2021 (by 36.7% compared to the corresponding quarter of the previous year), thus contributing decisively to the faster recovery of the Greek economy, (increase of GDP by 16.2%), which was higher than the EU average² (13.8%) during the same period. In this context, the National Industrial Strategy (NIS) specifies and promotes the accomplishment of the objectives of the "Development Plan for the Greek Economy" linked to the increase of productivity and employment, at the same time the NIS is integrated into the wider context of the European Industrial Strategy and the implementation of the European Green Deal. The main aim of the Strategy regarding the Greek industry and its role in the wider economy and society is reflected in the following vision.

Graph 1: Vision



¹ Eurostat, National accounts aggregates by industry, https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/NAMA_10_A64_custom_1319810/default/table?lang=en

² Industry Development Bulletin, IOBE, September 2021

The above-mentioned vision is a national objective until 2030 and highlights the role of the Greek Industry in the transformation of the country's production model. The Greek industrial sector maintains capacities such as resilience, growth dynamics and a multiplier effect to the Greek economy. **Industry can lead the transformation of the country's production model by focusing on domestic value-added production and industrial autonomy.** In the new transformed model of the Greek economy, Industrial Enterprises should have the critical size required to participate in European value chains and ensure their position in international competition.

Maintaining the leading role of Industry in the country's production model requires **an increase in production capacity and, consequently, an increase in productive capital.** This requires new domestic and foreign investments in Greece. Investments in Industry should be targeted at the development of innovation and competitiveness of production units and products. Investments and the development of new production lines are enhanced by the efficient cooperation of enterprises along the value chain and require effective cooperation of enterprises with the state and society. The development of synergies and economies of scale will strengthen the domestic industrial sector and support the industrial transition to cutting-edge sectors and technologies.

Strengthening the competitiveness of the Greek industrial production requires **an increase in the size of the companies that currently form the country's industrial base.** The increase in the size of small and medium enterprises should be combined with their organisational and technological transformation. This ensures that they are better connected to international value chains, as well as to the large and more mature domestic industrial enterprises.

The National Industrial Strategy, incorporating objectives of the National Smart Specialisation Strategy 2021-2027, focuses **on the promotion of industrial innovation through the improvement of the business environment** which will address the existing barriers of the national innovation system by facilitating and supporting collaboration between enterprises and research/academic institutions.

At the same time, the National Industrial Strategy fully integrates the objectives of the National Strategy for Digital Transformation of the Industry and promotes **the digital and technological upgrade of the Greek industry.** The integration of new digital technologies brings significant changes to the production model by redefining industrial products, generating new business models (as-a-Service” or “pay-as-you go”) and reshaping the work environment.

In that framework and recognizing the existence of different needs between Greek industrial enterprises, technological transition is promoted for enterprises with limited digital maturity and the use of cutting-edge technologies (Industry 4.0) for enterprises with high digital maturity. At the same time, the capitalisation of business opportunities arising through digital transformation for the development of "smart" products and digital systems and technologies is also promoted.

Accordingly, **the Green Transformation**, which has emerged as a key development policy of the EU, is fully adopted by the National Industrial Strategy. In this context, green entrepreneurship is promoted, taking advantage of opportunities arising through the green transformation for the development of new products and technologies. The Strategy by specifying the objectives of the National Energy and Climate Plan (ESEK) and the National Action Plan for the Circular Economy promotes the utilisation of RES and the improvement of the energy efficiency of industry with the aim of weaning off fossil fuels and the achievement of competitive energy costs, as well as the implementation of circular economy models through the promotion of industrial symbiosis.

The effective implementation of the National Industrial Strategy requires **the development of new skills and the attraction of suitable and specialized human resources** in new or traditional industrial sectors. The main objective of the Strategy is to promote the transformation of the domestic labor market, through the creation of new highly specialized jobs and the reduction of unemployment in professions related to industry. Emphasis is also placed on the upskilling & reskilling of the workforce, in order to develop appropriate skills to support the investment plans for the transformation of industrial enterprises and to reduce the risk of job loss. At the same time, the reform of the educational system and the improvement of its interconnection with the Industry are promoted, in order to support the development of appropriate specialties and skills for the young people and facilitate immediate integration in the labor market.

The National Industrial Strategy highlights the gaps and promotes **the improvement of the Business Environment** emphasising on the needs of the industrial enterprises. More specifically, the Strategy suggests the development of appropriate supporting structures and infrastructures, the reduction of bureaucracy and simplification of the institutional framework, in order to support the capitalisation of opportunities from the Greek Industry.

Taking into account the lessons learned and the special needs that arose during the pandemic and the energy crisis, **the resilience of the Industry is promoted and the role of Greek Industry in achieving strategic autonomy at an EU level is highlighted**, mainly through limiting Europe's dependencies on non-EU countries in critical value chains. In this context, the management of the current energy crisis is prioritized through achieving energy sufficiency and competitive energy costs. In addition, the Strategy promotes the development of appropriate mechanisms for the prevention and preparation of industrial enterprises to deal with future emergencies and crises.

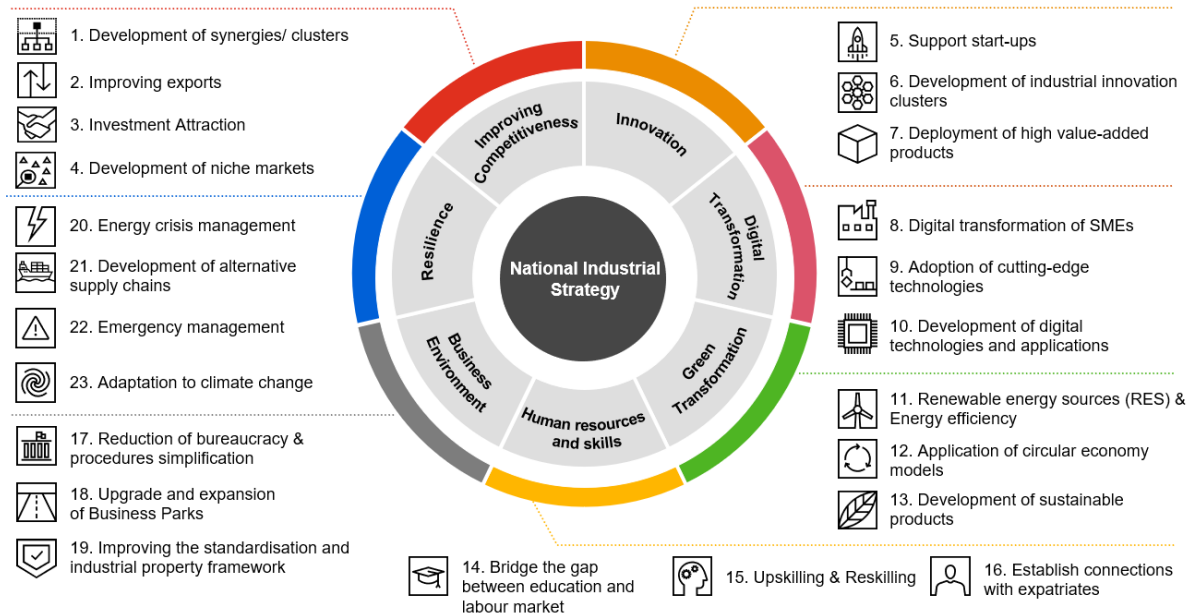
Finally, under the current conditions, the National Industrial Strategy as a coherent reform initiative is expected to contribute decisively to the following issues:

- Install of a permanent partnership between the Public Administration and the Greek industrial sector with the aim of implementing an effective industrial policy.
- Development an effective governance mechanism, facilitating coordination between the involved public authorities in the implementation of the industrial policy.
- Support the participation of Greek enterprises in international value chains and in particular in Important Projects of Common European Interest (IPCEI), promote transfer of technology/know-how and strengthen the innovative capacity of the Greek industrial ecosystem.
- Optimum utilisation of funding from the Recovery and Resilience Fund and the NSRF 2021–2027 to promote productive investments in sectors of high added value.

Strategic Axes and Objectives

In order to achieve the vision, the following Strategic Axes and Objectives were identified and are presented in detail below.

Graph 2: Strategic Axes and Objectives for the Greek industry



(SA1) Increasing Competitiveness, through the promotion of scaling up and internationalisation of industrial enterprises, focusing on the following strategic objectives:

- *Development of synergies/ clusters*, allows industrial enterprises (especially SMEs) to become robust and more competitive by taking advantage of their shared resources through strategic partnerships.
- *Improving exports*, by providing incentives and developing support structures in order to promote business expansion into new markets.
- *Investment Attraction*, by providing incentives and formulating an appropriate institutional framework aiming to increase both domestic and foreign investments and fill the investment gap in Greece.
- *Development of niche markets*, to effectively promote product diversification and boost productivity and value added.

(SA2) Innovation, promotion of industrial research and innovation and integration of R&D results and new technologies into the industrial production process, focusing on the following strategic objectives:

- *Support start-ups*, by increasing funding and creating structures to support start-ups throughout their lifecycle.
- *Development of industrial innovation clusters of enterprises*, and improvement of the institutional framework enabling efficient collaboration with researchers and academia.
- *Deployment of high value-added products*, by increasing funding for emerging technologies and upgrading the national innovation system, by developing appropriate technology infrastructures providing services for mature technologies, to support SMEs on commercialising new ideas and research outcomes.

(SA3) Digital Transformation, this Strategic Axe is developed based on the National Strategy for Digital Transformation of the Greek Industry, aiming to promote the technological upgrade and digital transformation of industrial enterprises, according to their technological maturity, as follows:

- *Digital transformation of SMEs*, facilitating digital transformation of enterprises with limited digital maturity in low-tech sectors, through installing and upgrading of basic IT equipment, in the framework of implementing targeted business plans.
- *Adoption of cutting-edge technologies* (mainly Industry 4.0) for enterprises with high digital maturity.
- *Development of digital technologies and applications*, by supporting and strengthening the domestic production of digital technologies and applications.

(SA4) Green Transformation, the European Green Deal pinpoints industry as a significant sector for achieving climate neutrality by 2050. In this context, the following objectives are identified:

- *Renewable energy sources (RES) & Energy efficiency*, mobilisation of significant investments and reform of the institutional framework to support production and storage of energy from RES as well as taking measures aiming to improve active and passive energy efficiency of the Industry.
- *Application of circular economy models* mainly by promoting industrial symbiosis in order to capitalize the need to reduce environmental footprint.
- *Development of sustainable products*, by capitalising opportunities anticipated to be created by the application of circular economy models.

(SA5) Human Resources and Skills, skills development, emphasising on technical and STEM (Science, Technology, Engineering, and Mathematics) skills, as well as attracting suitable human resources, are key priorities for industrial enterprises, in order to adapt in the green and digital transition, in this context the following strategic objectives are identified:

- *Bridge the gap between education and labour market*, by reforming the educational system and improving connection with the labour market, to develop specialties and skills with high demand in the labour market, to reduce youth unemployment and prevent brain drain.
- *Upskilling & Reskilling* of human resources through vocational training in order to support both business transformation and smooth adaptation of human resources to emerging needs that arise in the labour market.
- *Establish connections with expatriates*, support enterprises to create high quality jobs aiming to repatriate Greeks working abroad and establish a network of contacts with expatriate professionals.

(SK6) Business Environment, improvement of the Business Environment based on the needs of industrial enterprises and the new challenges arising mainly due to green and digital transformation. In this context, the following strategic objectives are identified:

- *Reduction of bureaucracy & procedures simplification* (mainly for enterprises) through the digitalisation of public services and the simplification of procedures with high administrative cost.
- *Upgrade and expansion of Business Parks*, by emphasising in the consolidation of Informal Industrial Concentrations and the creation of new Business Parks as well as the reform of the institutional framework regulating their operations.

- *Improving the standardisation and industrial property framework*, in order to adapt to the needs of green and digital transformation and to effectively support of industrial innovation.

(SA7) Resilience, improve resilience of the Greek industrial sector, through the following strategic objectives:

- *Energy crisis management*, secure energy sufficiency and achieving competitive energy costs for industrial enterprises.
- *Development of alternative supply chains*, to strengthen the strategic autonomy of industrial production at European and national level.
- *Emergency management*, deployment of appropriate structures and mechanisms to deal with emergency situations.
- *Adaptation to climate change*, taking initiatives, for the rapid adaption of the industrial sector to the climate change and to deal with its consequences.

Dissemination Plan for the National Industrial Strategy

Aiming to effectively disseminate and promote the vision and objectives of the National Industrial Strategy in a clear and comprehensive manner to all stakeholders, the following Dissemination Plan was developed.

The Dissemination Plan utilizes knowledge multipliers to disseminate information through communication tools to the identified target groups in the three phases of implementation of the Plan. In addition, it sets guidelines for the immediate, accurate and coordinated transmission of information to the appropriate organisations. More specifically, as knowledge multipliers are defined the organisations that receive the information and relay it to the target groups. Knowledge multipliers have been divided into knowledge multipliers in the public sector and knowledge multipliers in the industrial sector based on the type of organisation and its field of activity. The selection of the organisations was based on the role that they possess in the formulation of the National Industrial Strategy and their interaction with the industrial sector. Specifically, the Network of Contact Points for Industry is identified as a multiplier of knowledge in the public sector, accordingly as multipliers of knowledge in the industrial sector the Social Partners that participate in the National Industrial Committee (NIC) and the Working Groups, are selected.

Afterwards, as part of the Dissemination Plan specific target groups were selected, as the final recipients of the information. Target groups belong to the wider spectrum of Greek entrepreneurship and society and are directly or indirectly affected by the National Industrial Strategy. The target groups are Social Partners and enterprises, public authorities, academic and research institutions and finally the wider Greek society.

The effective implementation of the Dissemination Plan requires the development of a communication strategy, which includes an integrated set of activities and tools with general and specific strategic axes, aiming to achieve specific objectives. In order to achieve these objectives, the utilisation of communication tools is deemed necessary, given that they are the main means of connection with the target groups. The proposed communication tools combine all forms of communication both in printed and electronic form, as well as more interpersonal with direct interaction and participation. These tools concern printed and electronic material, informative actions and events, Social Media campaigns, official websites as well as mass media such as television and radio.

The selection of communication tools is configured, based on the implementation phase of the Dissemination Plan. The proposed Dissemination Plan is implemented in three distinct phases, with each phase being a continuation, integration and specialisation of the previous one. The first phase of implementation is marked by the official launch of the strategy and the third phase is completed with the completion of the National Industrial Strategy. All phases of the implementation of the Dissemination Plan include specific actions that require the use of corresponding communication tools, while specific KPIs are used to monitor and evaluate the actions.

Επιτελική Σύνοψη Εθνικής Στρατηγικής για τη Βιομηχανία

Η Ελληνική βιομηχανία μετά από μία περίοδο έντονης ύφεσης (2008-2015) κυρίως λόγω της οικονομικής κρίσης, κατέγραψε σημαντική ανάκαμψη την περίοδο 2014 – 2019 η οποία μάλιστα ήταν μεγαλύτερη από αυτή του συνόλου της οικονομίας³. Την περίοδο αυτή η βιομηχανία αύξησε τη συμμετοχή της στο ΑΕΠ από 10,68% το 2014 σε 10,72% το 2019 δημιουργώντας (σωρευτικά και για τα τέσσερα έτη) περισσότερες από 26 χιλ. νέες θέσεις εργασίας⁴. Παράλληλα η βιομηχανία διατήρησε σταθερή τη μεγάλη συνεισφορά της στην Ελληνική οικονομία:

- παράγοντας άνω του 70% των συνολικών προϊόντων που εξήγαγε η χώρα,
- επενδύοντας πέντε φορές περισσότερο ανά απασχολούμενο σε σχέση με το σύνολο της οικονομίας
- και καταγράφοντας επενδύσεις σε Ε&Α που ισοδυναμούσαν με το 35% του συνόλου των ιδιωτικών επενδύσεων σε Ε&Α.

Η πορεία ανάκαμψης της οικονομίας διακόπηκε από την κρίση της πανδημίας και τις αρνητικές συνέπειες αυτής (περιορισμένη ζήτηση και προβλήματα στις μεταφορές και την εφοδιαστική αλυσίδα), με τη βιομηχανική παραγωγή να παρουσιάζει μείωση 9% κατά το β' τρίμηνο του 2020.

Παρά το δυσμενές επιχειρηματικό περιβάλλον που διαμορφώθηκε λόγω της πανδημίας, η βιομηχανία κατάφερε να προσαρμοστεί άμεσα και να ανακάμψει. Πιο συγκεκριμένα, ο δείκτης βιομηχανικής παραγωγής επανήλθε σταδιακά και από τον Ιανουάριο του 2021, και μετά ξεπέρασε τα προ πανδημίας επίπεδα. Επιπλέον, σημαντική αύξηση συνέχισε να καταγράφει και ο κύκλος εργασιών της βιομηχανίας το β' τρίμηνο του 2021 (κατά 36,7% σε σχέση με το ίδιο διάστημα πέρσι), συμβάλλοντας έτσι καθοριστικά στην ταχύτερη ανάκαμψη της ελληνικής οικονομίας, (αύξηση του ΑΕΠ κατά 16,2%), η οποία υπήρξε μεγαλύτερη από το μέσο όρο της ΕΕ⁵ (13,8%) κατά το ίδιο διάστημα.

Στο πλαίσιο αυτό, η Εθνική Στρατηγική για τη Βιομηχανία εξειδικεύει και προωθεί την επίτευξη των επιμέρους στόχων του «Σχεδίου Ανάπτυξης για την Ελληνική Οικονομία» που συνδέονται με την αύξηση της παραγωγικότητας και της απασχόλησης και ταυτόχρονα συναρθρώνεται στο ευρύτερο πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Βιομηχανικής Στρατηγικής και της υλοποίησης του αναπτυξιακού σχεδίου της Ευρωπαϊκής Πράσινης Συμφωνίας.

Η βασική στόχευση της Στρατηγικής όσον αφορά την εγχώρια βιομηχανία και το ρόλο που μπορεί να διαδραματίσει στην Ελληνική οικονομία και κοινωνία αποτυπώνεται στο όραμα που ακολουθεί.

³ Eurostat, National accounts aggregates by industry, https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/NAMA_10_A64_custom_1319810/default/table?lang=en

⁴ Ibid.

⁵ Δελτίο εξελίξεων στη βιομηχανία, IOBE Σεπτέμβριος 2021

Γράφημα 3: Όραμα Εθνικής Στρατηγικής για τη Βιομηχανία



Η Βιομηχανία **μετασχηματίζει** το παραγωγικό μοντέλο της χώρας, επενδύει στην **καινοτομία**, τις **συνεργασίες** και τις **δεξιότητες** του ανθρώπινου δυναμικού, προσελκύει **επενδύσεις** και συμμετέχει δυναμικά σε διεθνείς αλυσίδες αξίας με **ανταγωνιστικά προϊόντα**, δημιουργώντας **βιώσιμα** και **χωρίς αποκλεισμούς αποτελέσματα** για την Ελληνική κοινωνία.

Το όραμα για τη Βιομηχανία αποτελεί εθνικό στόχο έως το 2030 και αναδεικνύει καταρχήν το ρόλο της Βιομηχανίας στον μετασχηματισμό του παραγωγικού μοντέλου της χώρας. Η Βιομηχανία παρουσιάζει χαρακτηριστικά όπως ανθεκτικότητα, τάσεις ανάπτυξης και δυνατότητες ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής οικονομίας. **Η Βιομηχανία μπορεί να ηγηθεί του μετασχηματισμού του παραγωγικού μοντέλου της χώρας εστιάζοντας στην εγχώρια παραγωγή προστιθέμενης αξίας και την βιομηχανική αυτονομία.** Στο νέο μετασχηματισμένο μοντέλο της ελληνικής οικονομίας οι Βιομηχανικές Επιχειρήσεις θα πρέπει να διαθέτουν την κρίσιμη μάζα που απαιτείται για να συμμετέχουν στις ευρωπαϊκές αλυσίδες αξίας και να διασφαλίσουν τη θέση τους στον διεθνή ανταγωνισμό.

Η διατήρηση του ηγετικού ρόλου της Βιομηχανίας στο παραγωγικό μοντέλο της χώρας απαιτεί **αύξηση της παραγωγικής δυναμικότητας και, κατά συνέπεια, αύξηση του παραγωγικού κεφαλαίου.** Αυτό προϋποθέτει νέες επενδύσεις στην Ελλάδα από εγχώριες και ξένες επιχειρήσεις. Οι επενδύσεις στη Βιομηχανία θα πρέπει να στοχεύουν στην ανάπτυξη της καινοτομίας και της ανταγωνιστικότητας των παραγωγικών μονάδων και προϊόντων. Οι επενδύσεις και η ανάπτυξη νέων παραγωγικών δραστηριοτήτων ενισχύονται με τη αποδοτική συνεργασία των επιχειρήσεων κατά μήκος της αλυσίδας αξίας και απαιτούν αποτελεσματική συνεργασία των επιχειρήσεων με το κράτος και την κοινωνία. Η ανάπτυξη συνεργασιών και οικονομιών κλίμακας θα ενισχύσουν τον εγχώριο βιομηχανικό τομέα, θα δημιουργήσουν νέες συνεργασίες και θα στηρίξουν τη βιομηχανική μετάβαση σε τομείς και τεχνολογίες αιχμής.

Η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας της εγχώριας βιομηχανικής παραγωγής προϋποθέτει την **αύξηση του μεγέθους των επιχειρήσεων που αποτελούν σήμερα την βιομηχανική βάση της χώρας.** Η αύξηση του μεγέθους των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων θα πρέπει να συνδυάζεται με τον οργανωτικό και τεχνολογικό μετασχηματισμό τους. Αυτό διασφαλίζει την καλύτερη διασύνδεσή τους με διεθνείς αλυσίδες αξίας, καθώς και με τις μεγαλύτερες και πιο ώριμες βιομηχανικές επιχειρήσεις.

Η Στρατηγική για τη Βιομηχανία, ενσωματώνοντας κατευθύνσεις της Εθνικής Στρατηγικής Έξυπνης Εξειδίκευσης 2021-2027, εστιάζει στην **προώθηση της βιομηχανικής καινοτομίας μέσω της δημιουργίας ενός ευνοϊκού επιχειρηματικού περιβάλλοντος** το οποίο θα αντιμετωπίζει τα υφιστάμενα εμπόδια και αγκυλώσεις του εθνικού συστήματος καινοτομίας

διευκολύνοντας και υποστηρίζοντας τις συνεργασίες μεταξύ επιχειρήσεων και ερευνητικών/ακαδημαϊκών ιδρυμάτων.

Παράλληλα, η Στρατηγική για τη Βιομηχανία ενσωματώνει πλήρως τις κατευθύνσεις της Εθνικής Στρατηγικής για τον Ψηφιακό Μετασχηματισμό της Βιομηχανίας εστιάζει **στη ψηφιακή και τεχνολογική αναβάθμιση της εγχώριας βιομηχανίας**. Η ενσωμάτωση νέων ψηφιακών τεχνολογιών επιφέρει σημαντικές αλλαγές στο παραγωγικό πρότυπο επαναπροσδιορίζοντας τα παραγόμενα βιομηχανικά προϊόντα, αναδεικνύοντας νέα επιχειρηματικά μοντέλα (as-a-Service” or “pay-as-you go”) και αναδιαμορφώνοντας το εργασιακό περιβάλλον.

Στην κατεύθυνση αυτή και αναγνωρίζοντας την ύπαρξη διαφορετικών αναγκών μεταξύ των εγχώριων βιομηχανικών επιχειρήσεων προωθείται τεχνολογική μετάβαση για επιχειρήσεις με περιορισμένη ψηφιακή ωριμότητα και η χρήση τεχνολογιών αιχμής (Βιομηχανίας 4.0) για επιχειρήσεις με υψηλή ψηφιακή ωριμότητα. Παράλληλα, ενισχύεται και η αξιοποίηση επιχειρηματικών ευκαιριών που προκύπτουν μέσω του ψηφιακού μετασχηματισμού για την ανάπτυξη «έξυπνων» προϊόντων και ψηφιακών συστημάτων και τεχνολογιών.

Αντίστοιχα ο **Πράσινος Μετασχηματισμός**, ο οποίος έχει αναδειχθεί ως βασική αναπτυξιακή πολιτική της ΕΕ, υιοθετείται πλήρως από την Εθνική Στρατηγική για την Βιομηχανία. Στο πλαίσιο αυτό προωθείται η πράσινη επιχειρηματικότητα, αξιοποιώντας ευκαιρίες που προκύπτουν μέσω του πράσινου μετασχηματισμού για την ανάπτυξη νέων προϊόντων και τεχνολογιών. Η Στρατηγική για τη Βιομηχανία εξειδικεύοντας τις κατευθύνσεις του Εθνικού Σχεδίου για την Ενέργεια και το Κλίμα (ΕΣΕΚ) και του Εθνικού Σχεδίου Δράσης για την Κυκλική Οικονομία προωθεί την αξιοποίηση των ΑΠΕ και τη βελτίωση της ενεργειακής αποδοτικότητας της βιομηχανίας με στόχο την απεξάρτηση από ορυκτά καύσιμα και την επίτευξη ανταγωνιστικού ενεργειακού κόστους, καθώς και την εφαρμογή μοντέλων κυκλικής οικονομίας μέσω της προώθησης της βιομηχανικής συμβίωσης.

Η αποτελεσματική υλοποίηση της Στρατηγικής για την Βιομηχανία προϋποθέτει την **ανάπτυξη νέων δεξιοτήτων και προσέλκυση κατάλληλου και εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού** σε νέες ή παραδοσιακές βιομηχανικές δραστηριότητες. Βασικός στόχος της Στρατηγικής είναι η προώθηση του μετασχηματισμού της εγχώριας αγοράς εργασίας, μέσω της δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας υψηλής εξειδίκευσης και ο περιορισμός της ανεργία στα επαγγέλματα που σχετίζονται με την βιομηχανία. Έμφαση δίνεται και στην επανακατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού, προκειμένου να αναπτυχθούν κατάλληλες δεξιότητες για την υποστήριξη των επενδυτικών σχεδίων παραγωγικού μετασχηματισμού των επιχειρήσεων και να μειωθεί ο κίνδυνος απώλειας εργασίας. Παράλληλα, προωθείται η αναμόρφωση του εκπαιδευτικού συστήματος και η βελτίωση της διασύνδεσης του με τη Βιομηχανία, ώστε να υποστηριχθεί η ανάπτυξη κατάλληλων ειδικοτήτων και δεξιοτήτων στους νέους και η άμεση ένταξη τους στην αγορά εργασίας.

Η Στρατηγική για τη Βιομηχανία αναδεικνύει τα κενά και προωθεί την **αναμόρφωση του Επιχειρηματικού Περιβάλλοντος** δίνοντας έμφαση στις ιδιαίτερες ανάγκες της Βιομηχανίας. Προτείνει την ανάπτυξη κατάλληλων υποστηρικτικών δομών και υποδομών, μειώνοντας τη γραφειοκρατία και απλοποιώντας το θεσμικό πλαίσιο, προκειμένου να υποστηριχθεί η αξιοποίηση των δυνατοτήτων και ευκαιριών από την εγχώρια Βιομηχανία.

Λαμβάνοντας υπόψη τα διδάγματα και τις ιδιαίτερες ανάγκες που προέκυψαν τόσο κατά την κρίση της πανδημίας και την ενεργειακή κρίση, προωθείται η **ενίσχυση της ανθεκτικότητας και η ανάδειξη του ρόλου της Ελληνικής Βιομηχανίας στην επίτευξη στρατηγικής αυτονομίας**

της ΕΕ, μέσω του περιορισμού των εξαρτήσεων της Ευρώπης από τρίτες χώρες σε ιδιαίτερα κρίσιμες αλυσίδες αξίας. Στην κατεύθυνση αυτή προτεραιότητα αποτελεί η διαχείριση της τρέχουσας ενεργειακής κρίσης και η διασφάλιση των προϋποθέσεων για την επίτευξη ανταγωνιστικού ενεργειακού κόστους. Επιπλέον, μέριμνα λαμβάνεται και για την ανάπτυξη κατάλληλων μηχανισμών για την πρόληψη και την προετοιμασία των βιομηχανικών επιχειρήσεων για την αντιμετώπιση μελλοντικών έκτακτων συνθηκών και κρίσεων.

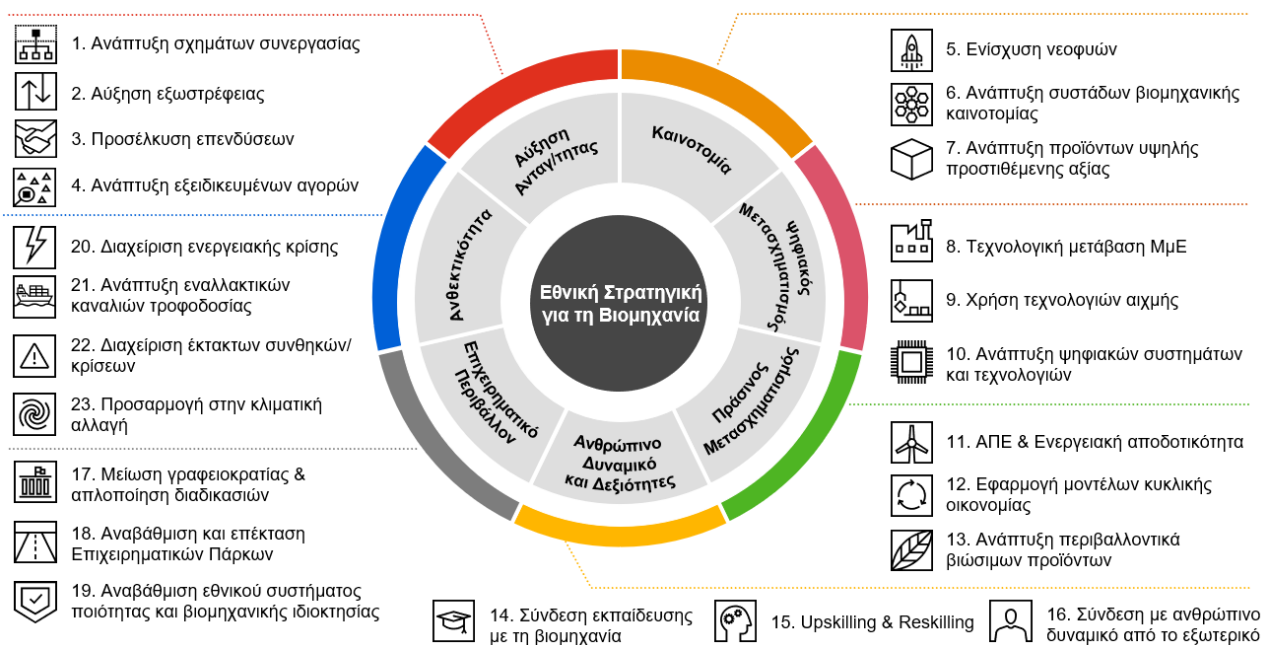
Τέλος, υπό τις τρέχουσες συνθήκες, η Εθνική Στρατηγική για τη Βιομηχανία ως μία συνεκτική μεταρρυθμιστική προσπάθεια αναμένεται να συμβάλει καθοριστικά και στα εξής ζητήματα:

- Καλλιέργεια μια μόνιμης, εταιρικής σχέσης μεταξύ της Δημόσιας Διοίκησης και των παραγωγικών φορέων της χώρας με στόχο την άσκηση αποτελεσματικής βιομηχανικής πολιτικής.
- Ανάπτυξη ενός αποτελεσματικού μηχανισμού διακυβέρνησης για τον συντονισμό μεταξύ των εμπλεκόμενων δημόσιων αρχών που σχετίζονται με την άσκηση βιομηχανικής πολιτικής.
- Ενίσχυση των προσπάθειών που έχουν ήδη δρομολογηθεί για τη συμμετοχή των ελληνικών βιομηχανικών επιχειρήσεων σε διεθνείς αλυσίδες αξίας και ειδικότερα σε Σημαντικά Έργα Κοινού Ευρωπαϊκού Ενδιαφέροντος και Ευρωπαϊκές (ΣΕΚΕΕ) και κεφαλαιοποίηση του οφέλους από τη μεταφορά τεχνολογίας/ τεχνογνωσίας και την ενίσχυση του καινοτομικού δυναμικού του ελληνικού επιχειρηματικού οικοσυστήματος.
- Βέλτιστη αξιοποίηση των πόρων από το Ταμείο Ανάκαμψης και Ανθεκτικότητας και του ΕΣΠΑ 2021–2027 για την προώθηση παραγωγικών επενδύσεων σε τομείς που έχουν προσδιοριστεί ως τομείς μεγάλης προστιθέμενης αξίας.

Στρατηγικές Κατευθύνσεις και Στόχοι

Για την επίτευξη του οράματος, αναγνωρίστηκαν οι κάτωθι Στρατηγικές Κατευθύνσεις οι οποίες εξειδικεύτηκαν σε επιμέρους Στρατηγικούς Στόχους και παρουσιάζονται αναλυτικά παρακάτω.

Γράφημα 4: Στρατηγικοί στόχοι για τη βιομηχανία



(ΣΚ1) Αύξηση Ανταγωνιστικότητας, μέσω της προώθησης της παραγωγικής μεγέθυνσης και διεθνοποίησης των βιομηχανικών επιχειρήσεων, εστιάζοντας στους κάτωθι στρατηγικούς στόχους:

- *Ανάπτυξη σχημάτων συνεργασίας*, για την επίτευξη κρίσιμης μάζας και βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των βιομηχανικών επιχειρήσεων (ιδίως ΜμΕ).
- *Αύξηση της εξωστρέφειας*, μέσω της παροχής κινήτρων και ανάπτυξης δομών υποστήριξης για την προώθηση της επέκτασης των επιχειρήσεων σε νέες αγορές.
- *Προσέλκυση επενδύσεων*, παροχή κινήτρων και διαμόρφωση κατάλληλου θεσμικού πλαισίου για την αύξηση των εγχώριων και άμεσων ξένων επενδύσεων με στόχο την κάλυψη του επενδυτικού κενού.
- *Ανάπτυξη εξειδικευμένων αγορών*, για την αποτελεσματική προώθηση πολιτικών διαφοροποίησης προϊόντων και αύξηση της παραγόμενης προστιθέμενης αξίας και παραγωγικότητας.

(ΣΚ2) Καινοτομία, προώθηση της έρευνας και καινοτομίας στη βιομηχανία και της ενσωμάτωσης ερευνητικών αποτελεσμάτων και νέων τεχνολογιών στην παραγωγική διαδικασία, εστιάζοντας στους κάτωθι στρατηγικούς στόχους:

- *Ενίσχυση νεοφυών*, μέσω της αύξησης της χρηματοδότησης των νεοφυών επιχειρήσεων, καθώς και της δημιουργίας δομών για την υποστήριξη τους κατά τα διάφορα στάδια του κύκλου ζωής τους, με σκοπό την ανάπτυξη του εγχώριου οικοσυστήματος νεοφυών επιχειρήσεων.
- *Ανάπτυξη συστάδων βιομηχανικής καινοτομίας* μεταξύ επιχειρήσεων και αλλαγή θεσμικού πλαισίου για την απρόσκοπτη και αποτελεσματική συνεργασία με την ερευνητική / ακαδημαϊκή κοινότητα.
- *Ανάπτυξη προϊόντων υψηλής προστιθέμενης αξίας*, μέσω της αύξησης της χρηματοδότησης για ανερχόμενες τεχνολογίες και της αναβάθμισης του εθνικού συστήματος καινοτομίας, με τη δημιουργία κατάλληλων τεχνολογικών υποδομών και την παροχή υπηρεσιών για στάδια υψηλής τεχνολογικής ωριμότητας ενισχύοντας τις προσπάθειες (ιδίως των ΜμΕ) για την εμπορευματοποίηση νέων ιδεών και ερευνητικών αποτελεσμάτων.

(ΣΚ3) Ψηφιακός Μετασχηματισμός, η εν λόγω Στρατηγική Κατεύθυνση αντανakλά και ενσωματώνει τις κατευθύνσεις της Εθνικής Στρατηγικής για τη Ψηφιοποίηση της Βιομηχανίας στοχεύοντας στην προώθηση της τεχνολογικής αναβάθμισης και του ψηφιακού μετασχηματισμού των βιομηχανικών επιχειρήσεων ανάλογα με το βαθμό της τεχνολογικής τους ωριμότητας, ως εξής:

- *Τεχνολογική μετάβαση ΜμΕ*, ενίσχυση του ψηφιακού μετασχηματισμού επιχειρήσεων με περιορισμένη ψηφιακή ωριμότητα σε τομείς χαμηλής τεχνολογικής έντασης, μέσω της εγκατάστασης και αναβάθμισης βασικού εξοπλισμού και ψηφιακών λειτουργιών, στο πλαίσιο υλοποίησης στοχευμένων επιχειρησιακών δράσεων, B2B συνεργασιών και ολοκληρωμένων σχεδίων διδύμου μετασχηματισμού.
- *Χρήση τεχνολογιών αιχμής* για τις ψηφιακά ανεπτυγμένες επιχειρήσεις αξιοποιώντας τεχνολογίες που εμπίπτουν στο φάσμα των τεχνολογιών της Βιομηχανίας 4.0.
- *Ανάπτυξη ψηφιακών συστημάτων και τεχνολογιών*, μέσω της ενίσχυσης της εγχώριας παραγωγής ψηφιακών συστημάτων και τεχνολογιών.

(ΣΚ4) Πράσινος Μετασχηματισμός, η Ευρωπαϊκή Πράσινη Συμφωνία αναδεικνύει τη βιομηχανία ως τομέα καθοριστικής σημασίας για την επίτευξη της κλιματικής ουδετερότητας μέχρι το 2050. Στο πλαίσιο αυτό εντοπίζονται οι κάτωθι στόχοι:

- *ΑΠΕ και ενεργειακή αποδοτικότητα,* κινητοποίηση σημαντικών επενδύσεων και αναμόρφωση του θεσμικού πλαισίου για την ενεργό παραγωγή και αποθήκευση ενέργειας μέσω ΑΠΕ καθώς και τη λήψη μέτρων για τη βελτίωση της ενεργητικής και παθητικής ενεργειακής αποδοτικότητας της βιομηχανίας.
- *Εφαρμογή μοντέλων κυκλικής οικονομίας* κυρίως μέσω της προώθησης της βιομηχανικής συμβίωσης με στόχο την επιχειρηματική αξιοποίηση της ανάγκης μείωσης του περιβαλλοντικού αποτυπώματος.
- *Ανάπτυξη περιβαλλοντικά βιώσιμων προϊόντων,* αξιοποιώντας επιχειρηματικές ευκαιρίες που αναμένεται να δημιουργηθούν από την εφαρμογή μοντέλων κυκλικής οικονομίας.

(ΣΚ5) Ανθρώπινο Δυναμικό και Δεξιότητες, η ανάπτυξη των δεξιοτήτων, με έμφαση στις τεχνικές δεξιότητες και τις δεξιότητες STEM (Science, Technology, Engineering, and Mathematics) καθώς και η προσέλκυση του κατάλληλου ανθρώπινου δυναμικού, αποτελούν βασικές προτεραιότητες για την προσαρμογή των επιχειρήσεων στην πράσινη και ψηφιακή μετάβαση, στο πλαίσιο αυτό καθορίζονται οι κάτωθι στρατηγικοί στόχοι:

- *Σύνδεση της εκπαίδευσης με τη βιομηχανία,* αναμόρφωση του εκπαιδευτικού συστήματος για την ανάπτυξη κατάλληλων ειδικοτήτων και δεξιοτήτων (ιδίως σε επίπεδο STEM και τεχνικών δεξιοτήτων) με μεγάλη ζήτηση στη βιομηχανία καθώς και βελτίωση της διασύνδεσης της εκπαίδευσης με τη βιομηχανία, συμβάλλοντας στη μείωση της ανεργίας ιδίως στους νέους και στην αποτροπή του Brain drain.
- *Upskilling & Reskilling* ανθρώπινου δυναμικού μέσω προγραμμάτων συνεχιζόμενης επαγγελματικής κατάρτισης για την υποστήριξη, τόσο του μετασχηματισμού των επιχειρήσεων όσο και την ομαλή προσαρμογή του ανθρώπινου δυναμικού στις νέες ανάγκες της αγοράς εργασίας, περιορίζοντας τον κίνδυνο αποκλεισμού του από αυτή.
- *Σύνδεση με ανθρώπινο δυναμικό από το εξωτερικό,* μέσω της δημιουργία ενός δικτύου επαφής με απόδημους επιστήμονες.

(ΣΚ6) Επιχειρηματικό Περιβάλλον, βελτίωση του Επιχειρηματικού Περιβάλλοντος με βάση τις ανάγκες των βιομηχανικών επιχειρήσεων και τα νέα δεδομένα που προκύπτουν κυρίως λόγω πράσινου και ψηφιακού μετασχηματισμού, στο πλαίσιο αυτό καθορίζονται οι κάτωθι στρατηγικοί στόχοι:

- *Μείωση της γραφειοκρατίας και απλοποίηση διαδικασιών* προς τις επιχειρήσεις, μέσω της ψηφιοποίησης των δημόσιων υπηρεσιών και της απλοποίησης διαδικασιών με μεγάλο διοικητικό κόστος.
- *Αναβάθμιση και επέκταση Επιχειρηματικών Πάρκων,* με ειδική μέριμνα για την εξυγίανση Άτυπων Βιομηχανικών Συγκεντρώσεων (ΑΒΣ) και τη δημιουργία νέων Επιχειρηματικών Πάρκων καθώς και αναμόρφωση του θεσμικού πλαισίου που διέπει τη λειτουργία τους.
- *Αναβάθμιση του εθνικού συστήματος ποιότητας και βιομηχανικής ιδιοκτησίας,* για την προσαρμογή στις ανάγκες του πράσινου και ψηφιακού μετασχηματισμού και την αποτελεσματικότερη υποστήριξη της βιομηχανικής καινοτομίας.

(ΣΚ7) Ανθεκτικότητα, προώθηση της Ανθεκτικότητας του εγχώριου βιομηχανικού τομέα, μέσω των κάτωθι στρατηγικών στόχων:

- *Διαχείριση ενεργειακής κρίσης*, εξασφάλιση ενεργειακής επάρκειας και επίτευξη ανταγωνιστικού ενεργειακού κόστους για τις βιομηχανικές επιχειρήσεις.
- *Ανάπτυξη εναλλακτικών καναλιών τροφοδοσίας*, για την ενίσχυση της στρατηγικής αυτονομίας της βιομηχανικής παραγωγής σε ευρωπαϊκό και εθνικό επίπεδο.
- *Διαχείριση έκτακτων συνθηκών/ κρίσεων*, δημιουργία κατάλληλων δομών και μηχανισμών για την αντιμετώπιση έκτακτων συνθηκών.
- *Προσαρμογή στην κλιματική αλλαγή*, λήψη μέτρων για την ταχεία προσαρμογή της Βιομηχανίας στην κλιματική αλλαγή και την αντιμετώπιση των συνεπειών της.

Επικοινωνιακό Σχέδιο

Με βασικό στόχο την αποτελεσματική διάδοση και προώθηση του οράματος και των στόχων της Εθνικής Στρατηγικής για την Βιομηχανία με σαφή και ολοκληρωμένο τρόπο σε όλους τους ενδιαφερόμενους φορείς, διαμορφώθηκε το Επικοινωνιακό Σχέδιο.

Το Επικοινωνιακό Σχέδιο αξιοποιεί πολλαπλασιαστές γνώσης για να διαδώσει την πληροφορία μέσω των επικοινωνιακών εργαλείων στις ομάδες-στόχους σε τρεις φάσεις υλοποίησης. Επιπλέον, θέτει κατευθυντήριες γραμμές για την άμεση, ορθή και συντονισμένη μετάδοση πληροφοριών στους κατάλληλους φορείς. Αναλυτικότερα, ως πολλαπλασιαστές γνώσης ορίζονται οι οργανισμοί οι οποίοι λαμβάνουν την πληροφορία και την αναμεταδίδουν στις ομάδες-στόχους. Έχει γίνει ένας διαχωρισμός των πολλαπλασιαστών γνώσης σε πολλαπλασιαστές γνώσης στο δημόσιο τομέα και σε πολλαπλασιαστές γνώσης στο βιομηχανικό τομέα με κριτήριο την μορφή του εκάστοτε φορέα και τον τομέα δραστηριότητας του. Η επιλογή των φορέων έγινε με βάση τον ρόλο που διαδραματίζουν στην διαμόρφωση της Εθνικής Στρατηγικής για την Βιομηχανία και την αλληλεπίδραση τους με τον βιομηχανικό κλάδο. Συγκεκριμένα, ως πολλαπλασιαστής γνώσης στο δημόσιο τομέα ορίζεται το Δίκτυο Σημείων Επαφής για τη Βιομηχανία και ως πολλαπλασιαστές γνώσης στο βιομηχανικό τομέα αναδεικνύονται οι φορείς-μέλη που συμμετέχουν στην Κυβερνητική Επιτροπή Βιομηχανίας (ΚΕΒ) καθώς και οι Ομάδες εργασίας, οι οποίες συστήνονται με απόφαση της ΚΕΒ. Στην συνέχεια, ορίζονται οι ομάδες-στόχοι, οι τελικοί αποδέκτες της πληροφορίας, οι οποίοι αποτελούνται από το ευρύτερο φάσμα της ελληνικής επιχειρηματικότητας και κοινωνίας, που επηρεάζεται άμεσα ή έμμεσα από την Εθνική Στρατηγική της Βιομηχανίας. Ως ομάδες-στόχοι καθορίζονται βιομηχανικοί φορείς και επιχειρήσεις, δημόσιοι φορείς, ακαδημαϊκά και ερευνητικά ιδρύματα και τέλος το ευρύ κοινό.

Η αποτελεσματική εφαρμογή του Επικοινωνιακού Σχεδίου, αφορά την διαμόρφωση στρατηγικής επικοινωνίας, η οποία περιλαμβάνει ένα ολοκληρωμένο σύνολο δραστηριοτήτων και εργαλείων με γενικές και ειδικές στρατηγικές κατευθύνσεις προς επίτευξη συγκεκριμένων επιμέρους στόχων. Προς επίτευξη αυτών των στόχων, κρίνεται απαραίτητη η αξιοποίηση επικοινωνιακών εργαλείων, δεδομένου ότι αποτελούν το βασικό μέσο προσέγγισης των ομάδων-στόχων. Τα προτεινόμενα εργαλεία επικοινωνίας συνδυάζουν όλες τις μορφές επικοινωνίας τόσο σε έντυπη και ηλεκτρονική μορφή, όσο και πιο διαπροσωπική με έντονη αλληλεπίδραση και δυνατότητα άμεσης συμμετοχής. Τα εργαλεία αυτά αφορούν έντυπο και ηλεκτρονικό υλικό, ενημερωτικές δράσεις και εκδηλώσεις, Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, επίσημους ιστότοπους καθώς και ΜΜΕ όπως τηλεόραση και ραδιόφωνο. Η επιλογή των επικοινωνιακών εργαλείων διαμορφώνεται και επιλέγεται, ανάλογα με την φάση υλοποίησης του Επικοινωνιακού Σχεδίου. Το προτεινόμενο Επικοινωνιακό Σχέδιο υλοποιείται σε τρεις διακριτές φάσεις, με κάθε φάση να αποτελεί συνέχεια, ολοκλήρωση και εξειδίκευση της προηγούμενης. Η πρώτη φάση υλοποίησης σηματοδοτείται από την επίσημη εκκίνηση της στρατηγικής και η τρίτη φάση ολοκληρώνεται με το τέλος της Εθνικής Στρατηγικής της Βιομηχανίας. Όλες οι φάσεις υλοποίησης του Επικοινωνιακού Σχεδίου εμπεριέχουν συγκεκριμένες δράσεις που απαιτούν την χρήση αντίστοιχων επικοινωνιακών εργαλείων, ενώ για τη παρακολούθηση και αξιολόγηση των δράσεων χρησιμοποιούνται συγκεκριμένοι δείκτες-στόχοι.

1. Επικοινωνιακό Σχέδιο για την Εθνική Στρατηγική της Βιομηχανίας

Το Επικοινωνιακό Σχέδιο της Εθνικής Στρατηγικής για τη Βιομηχανία στοχεύει στην αποτελεσματική ενημέρωση των ομάδων ενδιαφέροντος σχετικά με το Όραμα, τις Στρατηγικές Κατευθύνσεις/ Στόχους της Στρατηγικής, την ανάδειξη του ρόλου της ΓΓΒ και στην εν γένει βελτίωση της αντίληψης της κοινωνίας σχετικά με τη βιομηχανία.

Στο πλαίσιο αυτό στο παρόν κεφάλαιο καθορίζονται οι βασικοί στόχοι της επικοινωνιακής στρατηγικής, εντοπίζονται οι ομάδες ενδιαφέροντος (ομάδες στόχοι – πολλαπλασιαστές) στις οποίες απευθύνεται το Επικοινωνιακό Σχέδιο, καθορίζονται και κοστολογούνται συγκεκριμένα εργαλεία που θα χρησιμοποιηθούν για την μετάδοση των μηνυμάτων. Επιπλέον, παρατίθεται η δυνητική πηγή χρηματοδότησης από την οποία προτείνεται να αντληθούν πόροι για τη χρηματοδότηση της υλοποίησης του Επικοινωνιακού Σχεδίου, και παράλληλα καταρτίζεται και ο τρόπος με τον οποίο προτείνεται να γίνει η διακυβέρνηση του παρόντος Σχεδίου.

Το Επικοινωνιακό Σχέδιο αξιοποιεί πολλαπλασιαστές γνώσης, οι οποίοι προέρχονται από το δημόσιο και το βιομηχανικό τομέα και δρουν ως διαμεσολαβητές της πληροφορίας μέσω των επικοινωνιακών εργαλείων στις ομάδες-στόχους. Οι ομάδες στόχοι αποτελούνται από το ευρύτερο φάσμα της ελληνικής επιχειρηματικότητας και κοινωνίας, οι οποίοι άμεσα ή έμμεσα επηρεάζονται από την Εθνική Στρατηγική της Βιομηχανίας. Το Επικοινωνιακό Σχέδιο διαμορφώνεται σε τρεις φάσεις υλοποίησης και θέτει κατευθυντήριες γραμμές για την άμεση, ορθή και συντονισμένη μετάδοση πληροφοριών στους κατάλληλους φορείς.

1.1 Βασικοί Στόχοι

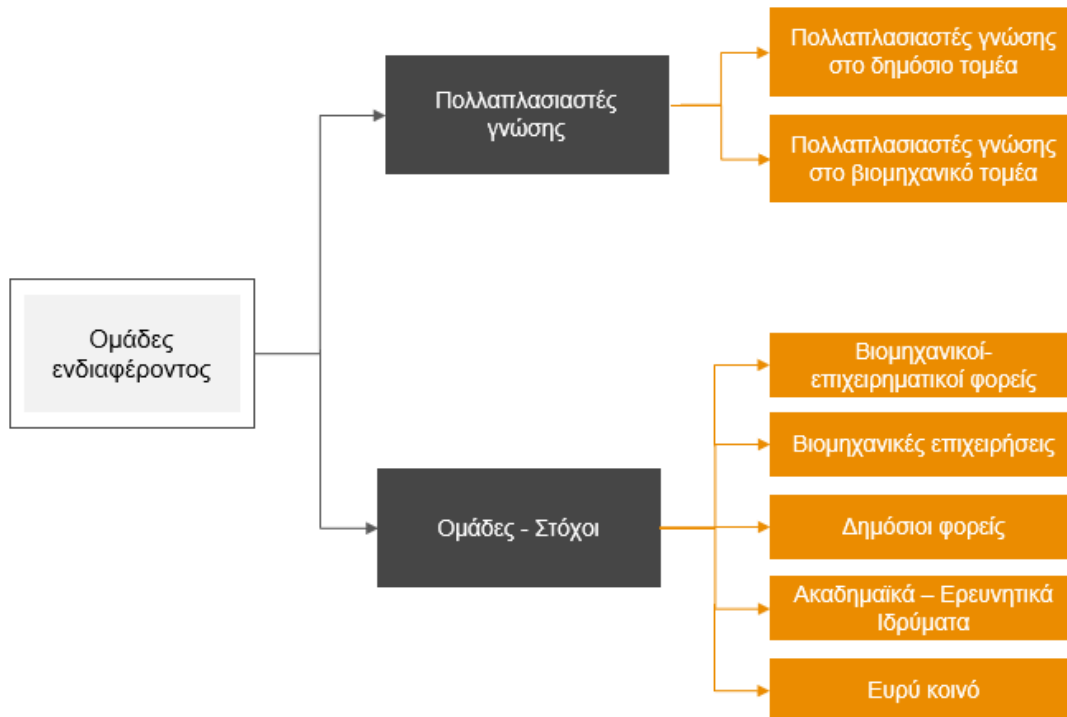
Το Επικοινωνιακό Σχέδιο έχει αναπτυχθεί με βάση **έξι** **καίριους στόχους** οι οποίοι επικεντρώνονται στη διάδοση χρήσιμων πληροφοριών από τη Γενική Γραμματεία Βιομηχανίας (ΓΓΒ), ως κύριο φορέα πολιτικής και υλοποίησης. Οι κύριοι στόχοι της στρατηγικής είναι οι εξής:

- Διαμόρφωση μιας ενιαίας αντίληψης της Εθνικής Στρατηγικής για τη Βιομηχανία, μέσω της δημιουργίας ενός επικοινωνιακού δικτύου μεταξύ της ΓΓΒ και των ομάδων ενδιαφέροντος, ώστε να διαχέεται με σαφή και αποτελεσματικό τρόπο η πληροφορία μεταξύ τους.
- Προώθηση του οράματος, των στρατηγικών στόχων, προτεραιοτήτων και των δράσεων της στρατηγικής στις ομάδες ενδιαφέροντος .
- Ανάπτυξη κινήτρων για την ενεργή συμμετοχή όλων των ενδιαφερόμενων μερών στην υλοποίηση της στρατηγικής.
- Παροχή έγκυρων και έγκαιρων πληροφοριών σχετικά με τις δράσεις της στρατηγικής, συμπεριλαμβανομένων των όρων και των κριτηρίων που πρέπει να πληρούνται από τα ενδιαφερόμενα μέρη για τη συμμετοχή τους σε αυτή.
- Διασφάλιση της διαφάνειας των διαδικασιών του Επικοινωνιακού Σχεδίου, ειδικά όσον αφορά τη διαχείριση των διαθέσιμων πόρων, προωθώντας την επίτευξη μεσοπρόθεσμων αλλά και μακροπρόθεσμων αποτελεσμάτων.

Η επικοινωνιακή στρατηγική για να είναι επιτυχημένη πρέπει να πετύχει τη διάχυση της πληροφορίας σε όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη, προκειμένου να δώσει μια σαφή εικόνα για τις παρεμβάσεις και τη στόχευση της Στρατηγικής για τη Βιομηχανία, καθώς και εν γένει του ρόλου της Βιομηχανίας στο μετασχηματισμό του παραγωγικού μοντέλου της χώρας.

Οι ομάδες ενδιαφέροντος χωρίζονται σε δυο διακριτές κατηγορίες, από τη μια σε αυτούς που λαμβάνουν την πληροφορία και αποτελούν τον «στόχο» και ονομάζονται ομάδες-στόχοι. Από την άλλη σε αυτούς που λαμβάνουν την πληροφορία με σκοπό τον «πολλαπλασιασμό» της, ήτοι τη διάδοσή της στις ομάδες-στόχους και ονομάζονται πολλαπλασιαστές γνώσης. Επομένως, η πρώτη κατηγορία αφορά το κοινό στο οποίο η ΓΓΒ θέλει να διαδώσει την ΕΣΒ, ενώ η δεύτερη λειτουργεί ως «μεσάζοντας» μεταξύ του κύριου φορέα πολιτικής και υλοποίησης (ΓΓΒ) και των ομάδων-στόχων, όπως φαίνεται και στο σχήμα που ακολουθεί.

Γράφημα 5: Φορείς Επικοινωνιακού Σχεδίου



Πηγή: PwC

1.2 Πολλαπλασιαστές γνώσης

Ως πολλαπλασιαστές γνώσης ή απλά «πολλαπλασιαστές» ονομάζονται οργανισμοί οι οποίοι λαμβάνουν την πληροφορία (στην προκειμένη περίπτωση το επικοινωνιακό μήνυμα) και το αναμεταδίδουν στις ομάδες-στόχους. Στο πλαίσιο αυτό είναι κρίσιμο να αναπτυχθούν διάλογοι επικοινωνίας και συνεργασίας μεταξύ της ΓΓΒ και των πολλαπλασιαστών γνώσης, προκειμένου να υποστηριχθεί αποτελεσματικά η υλοποίηση του Επικοινωνιακού Σχεδίου.

Οι πολλαπλασιαστές του Επικοινωνιακού Σχεδίου χωρίζονται σε δύο κατηγορίες ως εξής:

Πολλαπλασιαστές γνώσης στο δημόσιο τομέα

Η υλοποίηση της Βιομηχανικής Στρατηγικής απαιτεί την συμμετοχή και «πολλαπλασιασμό» της γνώσης σε φορείς του δημοσίου, εκτός της ΓΓΒ και του Υπουργείου Ανάπτυξης και Επενδύσεων. Το Επικοινωνιακό Σχέδιο οφείλει να διαδώσει αποτελεσματικά τους στόχους και τις κατευθύνσεις της ΕΣΒ στους δημόσιους φορείς, ιδιαίτερα σε εκείνους που θα πρέπει να συμβάλουν στην υλοποίηση της Στρατηγικής, μέσω του σχεδιασμού και της υλοποίησης σειράς πολιτικών και

δράσεων που θα ληφθούν στο πεδίο αρμοδιοτήτων τους. Ο αποτελεσματικός συντονισμός των επιμέρους τομέων πολιτικής σε όλα τα επίπεδα αποτελεί βασική προϋπόθεση για τη διασφάλιση μιας συνεκτικής και αποτελεσματικής προσέγγισης για το σχεδιασμό και την εφαρμογή μίας σύγχρονης και προσαρμοσμένης στις νέες συνθήκες βιομηχανικής πολιτικής.

Στο πλαίσιο αυτό και με στόχο την κινητοποίηση των φορέων της **Κεντρικής Κυβέρνησης** έχει ήδη συσταθεί (ΥΑ 127985 – 25/11/2021⁶) και εκκινήσει τη λειτουργία του το Δίκτυο Σημείων Επαφής για τη Βιομηχανία. Το Δίκτυο Σημείων Επαφής για τη Βιομηχανία λειτουργεί ως όργανο της ΚΕΒ ορίζοντας Υπευθύνους Έργου (Project Managers) σε κάθε Γενική Γραμματεία της ΚΕΒ. Έργο του Δικτύου είναι ο εσωτερικός συντονισμός για την υλοποίηση των δράσεων εκάστης Γενικής Γραμματείας στο πεδίο της Βιομηχανίας.

Στο Δίκτυο Σημείων για τη Βιομηχανία, εντάσσονται Υπεύθυνοι Έργου από τις κάτωθι Γενικές Γραμματείες ως εξής:

- Γενική Γραμματεία Συντονισμού
- Γενική Γραμματεία Οικονομικής Πολιτικής
- Γενική Γραμματεία Ενέργειας και Ορυκτών Πρώτων Υλών,
- Γενική Γραμματεία Επαγγελματικής Εκπαίδευσης Δια Βίου Μάθησης και Νεολαίας
- Γενική Γραμματεία Εργασίας
- Γενική Γραμματεία Ψηφιακής Διακυβέρνησης και Απλούστευσης Διαδικασιών
- Γενική Γραμματεία Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων
- Γενική Γραμματεία Δημοσίων Επενδύσεων ΕΣΠΑ
- Γενική Γραμματεία Έρευνας και Καινοτομίας

Οι Υπεύθυνοι Έργου συμμετάσχουν και συνεργάζονται με τη ΓΓΒ από τα πρώτα στάδια του σχεδιασμού της Στρατηγικής για τη Βιομηχανία και έχουν καταστεί κοινωνοί του οράματος και των στόχων της, ενώ αναμένεται να έχουν καθοριστικό ρόλο και στην υλοποίηση της Στρατηγικής. Στην κατεύθυνση αυτή κάθε Υπεύθυνος Έργου δύναται να λειτουργήσει και ως πολλαπλασιαστής για την επικοινωνία της Στρατηγικής εντός της Γενικής Γραμματείας την οποία εκπροσωπεί, και ευρύτερα εντός του Υπουργείου στο οποίο εντάσσεται εφόσον κάτι τέτοιο κριθεί απαραίτητο.

Ειδικότερα και για κάθε Γενική Γραμματεία που συμμετέχει στην ΚΕΒ, η Ομάδα Σχεδιασμού της ΓΓΒ, σε άμεση συνεργασία με έκαστο Υπεύθυνο Έργου, προτείνεται να οργανώνουν συναντήσεις εργασίας με τη συμμετοχή και άλλων στελεχών της εκάστοτε Γενικής Γραμματείας. Σκοπός των συναντήσεων θα είναι η ενημέρωση των συμμετεχόντων, από την Ομάδα Σχεδιασμού, για θέματα στρατηγικής σημασίας σχετικά με την υλοποίηση της ΕΣΒ αλλά και ευρύτερα για θέματα βιομηχανικής πολιτικής και μετάβασης στο νέο παραγωγικό και επιχειρηματικό πρότυπο. Ο καθορισμός των στελεχών που θα συμμετάσχουν σε τέτοιες συναντήσεις εργασίας θα γίνεται από τον Υπεύθυνο Έργου σε συνεργασία με την Ομάδα Σχεδιασμού ενώ σε αυτές προτείνεται να παρουσιάζεται και το ενημερωτικό υλικό του Επικοινωνιακού Σχεδίου (βλ. *Παράρτημα III*).

Αντίστοιχα για την επικοινωνία της Στρατηγικής σε φορείς της **Τοπικής Αυτοδιοίκησης** είναι σημαντική η κινητοποίηση ως πολλαπλασιαστής της Ένωσης Περιφερειών Ελλάδος (ΕΝΠΕ). Η ΕΝΠΕ αποτελεί μέλος της ΚΕΒ και συμμετέχει ενεργά στο σχεδιασμό και την υλοποίηση της Στρατηγικής για τη Βιομηχανία. Στο πλαίσιο αυτό δύναται να κληθεί να συμβάλει στην επικοινωνία και διάδοση της Στρατηγικής στο σύνολο των Περιφερειών της χώρας. Πιο

⁶ <https://diavgeia.gov.gr/search?query=ada:%22%CE%A9%CE%97%CE%94%CE%A546%CE%9C%CE%A4%CE%9B%CE%A1-3%CE%98%CE%94%22&page=0>

συγκεκριμένα, προτείνεται η διοργάνωση διαδικτυακής συνάντησης εργασίας από την Ομάδα Σχεδιασμού της ΓΓΒ, σε συνεργασία με την ΕΝΠΕ, στην οποία θα συμμετέχουν εκπρόσωποι και από τις δεκατρείς (13) Περιφέρειες της χώρας προκειμένου να παρουσιαστεί η Εθνική Στρατηγική και να επικοινωνηθεί το πλαίσιο και οι στόχοι της βιομηχανικής πολιτικής. Η επικοινωνία της Στρατηγικής σε επίπεδο Περιφερειών είναι κρίσιμη προκειμένου να καλλιεργηθεί συναντίληψη σε θέματα βιομηχανικής πολιτικής αλλά και να εξασφαλιστούν συνέργειες και συμπληρωματικότητα μεταξύ των παρεμβάσεων που θα προκύψουν μέσω της Στρατηγικής και των παρεμβάσεων που υλοποιούνται από τις Περιφέρειες (πχ. δράσεις μέσω ΠΕΠ 2021-2027). Ο καθορισμός εκπροσώπων που θα συμμετάσχουν στη συνάντηση εργασίας προτείνεται να γίνει από την ΕΝΠΕ σε συνεργασία με την Ομάδα Σχεδιασμού ενώ σε αυτές προτείνεται να παρουσιάζεται το ενημερωτικό υλικό του Επικοινωνιακού Σχεδίου (βλ. Παράρτημα III).

Παράλληλα και με στόχο τη σύνδεση της Εθνικής Στρατηγικής για τη Βιομηχανία με το **ευρύτερο ευρωπαϊκό και διεθνές περιβάλλον**, ως πολλαπλασιαστές γνώσης θα μπορούσαν να αξιοποιηθούν και οι Μόνιμες Αντιπροσωπείες της χώρας σε ΕΕ και ΟΟΣΑ. Οι προτεινόμενοι φορείς θα μπορούσαν να συμβάλουν στη διάδοση των στόχων και του περιεχομένου της Στρατηγικής σε ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο. Στην κατεύθυνση αυτή προτείνεται η διοργάνωση ενημέρωσης από την Ομάδα Σχεδιασμού των εκπροσώπων των Μόνιμων Αντιπροσωπειών της χώρας σε ΕΕ και ΟΟΣΑ.

Πολλαπλασιαστές γνώσης στο βιομηχανικό τομέα

Κύριοι πολλαπλασιαστές γνώσης στον βιομηχανικό τομέα μπορούν να χαρακτηριστούν φορείς και εκπρόσωποι που συμμετέχουν ενεργά στο σχεδιασμό της Στρατηγικής και διαθέτουν και το απαραίτητο δίκτυο για την επικοινωνία και διάχυση της Στρατηγικής στον παραγωγικό τομέα. Για τον σκοπό αυτό, προκρίνονται οι φορείς-μέλη που συμμετέχουν στην Κυβερνητική Επιτροπή Βιομηχανίας (ΚΕΒ) καθώς και ορισμένοι σημαντικοί φορείς εκτός ΚΕΒ οι οποίοι αναδείχθηκαν σε συνεργασία του Αναδόχου με τη ΓΓΒ.

❖ Φορείς που συμμετέχουν στην ΚΕΒ

Η ΚΕΒ έχει ως κύρια αρμοδιότητα της, τη διαμόρφωση μιας συνεκτικής Εθνικής Στρατηγικής για τη Βιομηχανία, την εποπτεία της υλοποίησής της, με σαφείς στόχους, άξονες ανάπτυξης και επιμέρους δράσεις εφαρμογής καθώς και την σε τακτά διαστήματα, αναθεώρηση ή επικαιροποίησή της.

Στην ΚΕΒ συμμετέχουν οι εξής φορείς ως μέλη (βλ. Παράρτημα I)

- Σύνδεσμος Επιχειρήσεων και Βιομηχανιών (ΣΕΒ)
- Σύνδεσμος Βιομηχανιών Ελλάδος (ΣΒΕ)
- Κεντρική Ένωση Επιμελητηρίων Ελλάδας (ΚΕΕ)
- Ελληνική Παραγωγή – Συμβούλιο Βιομηχανιών για την Ανάπτυξη
- Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (ΙΟΒΕ)

Οι εν λόγω φορείς έχουν γίνει από πρώιμο στάδιο κοινωνοί του οράματος και των Στρατηγικών Κατευθύνσεων/ Στόχων της Στρατηγικής, καθώς συμμετέχουν στο σχεδιασμό της. Επιπλέον διαθέτοντας ένα εκτενές δίκτυο μελών το οποίο καλύπτει το σύνολο της Ελληνικής επικράτειας θα μπορούσαν να συμβάλουν αποτελεσματικά στη διάδοση και εξάπλωση των μηνυμάτων του Επικοινωνιακού Σχεδίου.

❖ Φορείς εκτός ΚΕΒ

Επιπρόσθετα προτείνεται και η αξιοποίηση των κάτωθι φορέων εκτός ΚΕΒ ως πολλαπλασιαστές γνώσης:

- Γενική Συνομοσπονδία Επαγγελματιών Βιοτεχνών Εμπόρων Ελλάδας (ΓΣΕΒΕΕ)
- Ελληνική Συνομοσπονδία Εμπορίου & Επιχειρηματικότητας (ΕΣΕΕ)
- Γενική Συνομοσπονδία Εργατών Ελλάδος (ΓΣΕΕ)

Οι φορείς αυτοί εκπροσωπούν σημαντικό αριθμό επιχειρήσεων (κυρίως ΜμΕ) και εργαζομένων και μπορούν να συμβάλουν στη διάδοση του οράματος και των στόχων της Στρατηγικής στον παραγωγικό τομέα και στην κοινωνία ευρύτερα. Παράλληλα οι φορείς αυτοί εποπτεύουν και ινστιτούτα μελετών τα οποία παράγουν γνώση για επιμέρους πτυχές της βιομηχανικής και επιχειρηματικής πολιτικής, με έμφαση στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις (βλ. Παράρτημα Ι).

Εκπρόσωποι των παραπάνω φορέων προτείνεται να συμμετάσχουν ως μέλη των Ομάδων Εργασίας⁷ της ΚΕΒ. Οι Ομάδες Εργασίας, που συστήνονται με απόφαση της ΚΕΒ μετά από εισήγηση της ΕΣΥΒΙΠ, αποτελούνται από εξειδικευμένο προσωπικό του δημόσιου τομέα, στελέχη συλλογικών φορέων και βιομηχανικών επιχειρήσεων, εμπειρογνώμονες και ερευνητές. Συμμετέχουν ενεργά στην εξειδίκευση της Στρατηγικής, αναλαμβάνοντας γνωμοδοτικό και υποστηρικτικό ρόλο προς την ΕΣΥΒΙΠ και την ΚΕΒ μέσω διερεύνησης, ανάλυσης, τεκμηρίωσης και εισήγησης προς την ΚΕΒ και ΕΣΥΒΙΠ συγκεκριμένων ολοκληρωμένων προτάσεων για το αντικείμενο που τους ανατίθεται. Στο πλαίσιο αυτό προτείνεται να αποκτήσουν την απαραίτητη πληροφόρηση σχετικά με το επικοινωνιακό σχέδιο της ΕΣΒ και να συμμετάσχουν ενεργά στην εξειδίκευση και υλοποίηση του.

Η ανάπτυξη μια αποτελεσματικής εταιρικής σχέσης της ΓΓΒ με τους Συλλογικούς Φορείς του βιομηχανικού και του ευρύτερου παραγωγικού τομέα είναι παράγοντας καταλυτικής σημασίας για την διάδοση και διάχυση των μηνυμάτων του Επικοινωνιακού Σχεδίου. Στο πλαίσιο αυτό αρχικά είναι σημαντικό να επιδιωχθεί η δημοσίευση και η προώθηση της Στρατηγικής μέσω των ιστότοπων και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης που διαχειρίζονται οι Συλλογικοί Φορείς. Η συγκεκριμένη προώθηση θα μπορούσε να γίνει μέσω παραπομπής (link) στον ιστότοπο της ΓΓΒ, καθώς έτσι εκτιμάται ότι θα μπορούσε αυξηθεί και η επισκεψιμότητα του επίσημου ιστότοπου της ΓΓΒ (βλ. παρακάτω), προκειμένου σταδιακά να καταστεί ως ένα μέσο επικοινωνίας με την επιχειρηματική κοινότητα της χώρας.

Επιπλέον, είναι σημαντικό να επιδιωχθεί η συμμετοχή της ΓΓΒ (εκπροσωπούμενη από τη Γενική Γραμματέα) σε εκδηλώσεις που διοργανώνουν οι Συλλογικοί Φορείς. Η δυνατότητα συμμετοχής σε τέτοιες εκδηλώσεις μπορεί να εντοπιστεί στο πλαίσιο των Ομάδων Εργασίας και σε συνεργασία της ΓΓΒ με τους Συλλογικούς Φορείς⁸.

Η κινητοποίηση των Συλλογικών Φορέων ως πολλαπλασιαστές μπορεί να συμβάλει καταλυτικά πέρα από τη διάχυση των μηνυμάτων του Επικοινωνιακού Σχεδίου και στην αποτελεσματική ενημέρωση των επιχειρήσεων για τις παρεμβάσεις που υλοποιούνται στο πλαίσιο της Στρατηγικής, καθώς και για επιχειρηματικές ευκαιρίες που προκύπτουν μέσω της υλοποίησης της Στρατηγικής και εν γένει της μετάβασης στο νέο παραγωγικό πρότυπο.

⁷ Εισήγηση Προέδρου ΚΕΒ, Απρίλιος 2021

⁸ Η αναλυτική καταγραφή των πρωτοβουλιών επικοινωνίας των Συλλογικών φορέων δεν είναι δυνατή στην παρούσα φάση λόγω μη διαθεσιμότητας των σχετικών στοιχείων. Σχετική καταγραφή πρωτοβουλιών επικοινωνίας δύναται να γίνει μέσω της διαβούλευσης με Συλλογικούς Φορείς στο πλαίσιο της εταιρικής σχέσης της ΓΓΒ με τον παραγωγικό τομέα.

1.3 Ομάδες-Στόχοι

Οι ομάδες-στόχοι αποτελούνται από το ευρύτερο φάσμα της ελληνικής επιχειρηματικότητας και κοινωνίας και αναδύεται η ανάγκη ενημέρωσης τους αναφορικά με την Εθνική Στρατηγική Βιομηχανίας, μέσω του παρόντος Επικοινωνιακού Σχεδίου.

Βιομηχανικοί- επιχειρηματικοί φορείς

Οι Συλλογικοί φορείς που συνθέτουν τις ομάδες-στόχους του παρόντος Επικοινωνιακού Σχεδίου αποτελούνται από τομεακούς και περιφερειακούς βιομηχανικούς φορείς καθώς και από επαγγελματικές οργανώσεις/ ενώσεις. Οι φορείς αυτοί μπορούν να αποτελέσουν το δίαυλο επικοινωνίας της Στρατηγικής στον παραγωγικό τομέα, επικοινωνώντας τη Στρατηγική στα μέλη τους, για την άμεση ενημέρωση όλων των επιχειρήσεων της χώρας που επηρεάζονται είτε άμεσα είτε έμμεσα από τη Στρατηγική.

Οι τομεακοί βιομηχανικοί συλλογικοί φορείς εκπροσωπούν επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε ένα συγκεκριμένο βιομηχανικό τομέα (πχ. Φαρμακοβιομηχανία), και κατ' επέκταση είναι σημαντικό να ενημερωθούν για τη Στρατηγική της Βιομηχανίας με έμφαση στις τομεακές πολιτικές που περιλαμβάνονται σε αυτή (οικοσυστήματα και εξειδικευμένες αγορές). Παρακάτω παρουσιάζονται οι σημαντικότεροι τομεακοί συλλογικοί φορείς εκπροσώπησης επιχειρήσεων (βλ. *Παράρτημα II*):

- Ελληνική Ένωση Αλουμινίου (ΕΕΑ),
- Ένωση Ελληνικών Εταιρειών Αναδυόμενων Τεχνολογιών (Hellenic Emerging Technologies Industry Association - HETiA)
- Ένωση Χαλυβουργιών Ελλάδος (ΕΝΧΕ),
- Επιχειρηματικά και Βιομηχανικά Πάρκα (ΕΤΒΑ ΒΙΠΕ)
- Πανελλήνια Ένωση Φαρμακοβιομηχανίας (ΠΕΦ),
- Σύνδεσμος Βιομηχανιών Πλαστικών Ελλάδος (ΣΒΠΕ)
- Σύνδεσμος Βιομηχανών Παραγωγής Υλικών και Συσκευασίας (ΣΥΒΙΠΥΣ)
- Σύνδεσμος Ελληνικών Βιομηχανιών Τροφίμων (ΣΕΒΤ)
- Σύνδεσμος Ελληνικών Χημικών Βιομηχανιών (ΣΕΧΒ),
- Σύνδεσμος Μεταλλευτικών Επιχειρήσεων (ΣΜΕ)
- Σύνδεσμος Φαρμακευτικών Επιχειρήσεων (ΣΦΕΕ)

Αντίστοιχα οι περιφερειακοί βιομηχανικοί συλλογικοί φορείς εκπροσωπούν επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε συγκεκριμένες Περιφέρειες της χώρας και κατ' επέκταση είναι σημαντικό να ενημερωθούν για τη Στρατηγική της Βιομηχανίας και ειδικότερα για τη περιφερειακή διάσταση αυτής. Παρακάτω παρουσιάζονται οι σημαντικότεροι περιφερειακοί φορείς εκπροσώπησης βιομηχανικών επιχειρήσεων (βλ. *Παράρτημα II*):

- Σύνδεσμος Βιομηχανιών Θεσσαλίας και Κεντρικής Ελλάδος (ΣΒΘΚΕ)
- Σύνδεσμος Θεσσαλικών Επιχειρήσεων Βιομηχανιών (ΣΘΕΒ)
- Σύνδεσμος Επιχειρήσεων και Βιομηχανιών Πελοποννήσου και Δυτικής Ελλάδος (ΣΕΒΠΔΕ)
- Σύνδεσμος Βιομηχανιών Αττικής- Πειραιώς (ΣΒΑΠ)

Οι επαγγελματικές οργανώσεις/ ενώσεις έχουν ως μέλη επαγγελματίες συγκεκριμένων ειδικοτήτων (πχ. Οικονομολόγους και Μηχανικούς) και κατ' επέκταση είναι σημαντικό να

ενημερωθούν ιδίως για τις πολιτικές που περιλαμβάνει η Στρατηγική για το Ανθρώπινο Δυναμικό και τις Δεξιότητες. Παρακάτω παρουσιάζονται οι σημαντικότερες επαγγελματικές οργανώσεις/ ενώσεις (βλ. Παράρτημα II):

- Οικονομικό Επιμελητήριο Ελλάδος (ΟΕΕ)
- Τεχνικό Επιμελητήριο Ελλάδας (ΤΕΕ)

Βιομηχανικές επιχειρήσεις

Στις ομάδες στόχους του Επικοινωνιακού πλάνου της ΕΣΒ ανήκουν βιομηχανικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται κυρίως στα οικοσυστήματα και εξειδικευμένες αγορές όπως εντοπίζονται στη Στρατηγική και παρουσιάζονται στο παρακάτω πίνακα.

Βιομηχανικά οικοσυστήματα	Εξειδικευμένες αγορές
<ul style="list-style-type: none"> • Αγροδιατροφή • Δομικά υλικά • Υγεία • Ψηφιακές Τεχνολογίες και Εφαρμογές • Πράσινες Τεχνολογίες/ Κυκλική Οικονομία 	<ul style="list-style-type: none"> • Τρόφιμα Value for Money • Υλικά νέας γενιάς • Τεχνολογίες και Εφαρμογές Υγείας • Εφαρμογές Ρομποτικής • Ηλεκτροκίνηση • Αμυντική βιομηχανία • Επισκευή και Ναυπήγηση Πλοίων

Οι βιομηχανικές επιχειρήσεις αποτελούν ομάδα-στόχο δεδομένου ότι είναι η βάση για την ανάπτυξη και τον μετασχηματισμό της Ελληνικής Βιομηχανίας και αποτελούν τους βασικούς ωφελούμενους από την υλοποίηση της Στρατηγικής.

Εκπαιδευτικά- Ερευνητικά Ιδρύματα

Τα εκπαιδευτικά ιδρύματα αποτελούν σημαντική ομάδα-στόχο λόγω του ουσιαστικού τους ρόλου στην προώθηση κυρίως της έρευνας και καινοτομίας καθώς και στην εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού.

Τα εκπαιδευτικά ιδρύματα της χώρας, παρουσιάζουν σημαντικό ερευνητικό έργο με περιθώρια αξιοποίησης του από τη βιομηχανία και παράλληλα προετοιμάζουν και εφοδιάζουν το μελλοντικό ανθρώπινο δυναμικό της χώρας και κατ' επέκταση της βιομηχανίας, παρέχοντας υψηλού επιπέδου θεωρητικές και τεχνικές γνώσεις. Στο πλαίσιο αυτό βασικός στόχος του Επικοινωνιακού Σχεδίου μέσω της διάδοσης της Στρατηγικής θα είναι η δημιουργία κατάλληλου περιβάλλοντος για την ανάπτυξη συνεργειών μεταξύ επιχειρήσεων και εκπαιδευτικών ιδρυμάτων και η δημιουργία πλαισίου συνεργασίας για την ανάπτυξη της εκπαίδευσης με βάση τις ανάγκες της αγοράς εργασίας.

Παρακάτω παρουσιάζονται ενδεικτικά σχολές και τμήματα εκπαιδευτικών ιδρυμάτων τα οποία έχουν μεγάλη συνάφεια με την βιομηχανία (βλ. Παράρτημα II):

- Τμήμα Βιομηχανικής Διοίκησης και Τεχνολογίας του Πανεπιστημίου Πειραιώς
- Σχολή Χημικών Μηχανικών του Εθνικού Μετσόβιου Πολυτεχνείου
- Τμήμα Επιστήμης και Τεχνολογίας Τροφίμων του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής
- Τμήμα Τεχνολογιών Ψηφιακής Βιομηχανίας του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών

Τα Ερευνητικά Ιδρύματα διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο καθώς συμβάλλουν στην ανάπτυξη της έρευνας και καινοτομίας. Αποτελούν λοιπόν κύρια ομάδα-στόχο του Επικοινωνιακού Σχεδίου της ΕΣΒ καθώς η ενημέρωσή τους σχετικά με τις δράσεις και τις πρωτοβουλίες της ΕΣΒ προωθεί την δημιουργία συνεργειών μεταξύ βιομηχανικών επιχειρήσεων και ερευνητικών ιδρυμάτων, συμβάλλοντας καθοριστικά στην ανάπτυξη της έρευνας και καινοτομίας. Προτεραιότητα πρέπει να δοθεί σε ερευνητικά ιδρύματα, το έργο των οποίων είναι συναφές με την βιομηχανία ως εξής: (βλ. Παράρτημα II):

- Εθνικό Ίδρυμα Ερευνών (ΕΙΕ)
- Ερευνητικό Κέντρο «Αθηνά»
- Εθνικό Κέντρο Έρευνας Φυσικών Επιστημών «Δημόκριτος»

Δημόσιοι φορείς

Οι δημόσιοι φορείς που αποτελούν ομάδες στόχους του παρόντος Επικοινωνιακού Πλάνου περιλαμβάνουν Υπουργεία και Γενικές Γραμματείες που δεν είχαν άμεση συμμετοχή στη διαμόρφωση της ΕΣΒ ως μέλη στο Δίκτυο Σημείων Επαφής για τη Βιομηχανία, αλλά έχουν αρμοδιότητες οι οποίες σχετίζονται με την άσκηση βιομηχανικής πολιτικής και επομένως είναι κρίσιμη η ενημέρωσή τους σχετικά με την ΕΣΒ και η καλλιέργεια συναντίληψης γύρω από αυτήν. Ενδεικτικά καταγράφονται οι κάτωθι Γενικές Γραμματείες ως εξής:

- Γενική Γραμματεία Ιδιωτικών Επενδύσεων και ΣΔΙΤ
- Γενική Γραμματεία Φυσικού Περιβάλλοντος και Υδάτων
- Γενική Γραμματεία Συντονισμού Διαχείρισης Αποβλήτων
- Γενική Γραμματεία Χωρικού Σχεδιασμού και Αστικού Περιβάλλοντος
- Γενική Γραμματεία Ανώτατης Εκπαίδευσης
- Γενική Γραμματεία Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων
- Γενική Γραμματεία Αγροτικής Πολιτικής και Διαχείρισης Κοινοτικών Πόρων
- Γενική Γραμματεία Εθνικής Άμυνας/ Γενική Διεύθυνση Αμυντικών Εξοπλισμών και Επενδύσεων (ΓΔΑΕΕ)
- Γενική Γραμματεία Διεθνών Οικονομικών Σχέσεων και Εξωστρέφειας
- Γενική Γραμματεία Υποδομών
- Γενική Γραμματεία Μεταφορών
- Γενική Γραμματεία Λιμένων, Λιμενικής Πολιτικής και Ναυτιλιακών Επενδύσεων

Ευρύ κοινό

Η Ελληνική κοινωνία αναμένεται να επωφεληθεί άμεσα και έμμεσα από τις δράσεις και τις πρωτοβουλίες της ΕΣΒ δεδομένου ότι στόχο της αποτελεί η ανάπτυξη της Ελληνικής βιομηχανίας η οποία θα βοηθήσει στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και στην εν γένει ανάπτυξη του συνόλου της οικονομίας. Επιπλέον το Επικοινωνιακό Σχέδιο στοχεύει στη προώθηση της Στρατηγικής στο ευρύ κοινό για λόγους διαφάνειας και αξιοπιστίας, καθώς και στη βελτίωση της αντίληψης της κοινωνίας σχετικά με τη βιομηχανία και στην εν γένει ανάδειξη του ρόλου της.

Ειδικότερα για το 2019 η βιομηχανία⁹ παρήγαγε 17,3 δισ. € ΑΠΑ συνεισφέροντας κατά 10,72% στο ΑΠΕ της χώρας και απασχολούσε 376 χιλ. εργαζομένους αποτελώντας το 8,2% της

⁹ Eurostat, National accounts aggregates by industry, https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/NAMA_10_A64_custom_1319810/default/table?lang=en

συνολικής απασχόλησης. Παράλληλα, σύμφωνα με τους υπολογισμούς του IOBE¹⁰ η βιομηχανία συμβάλλει άμεσα ή έμμεσα στο 30% της ΑΠΑ και της απασχόλησης της οικονομίας. Επιπλέον, η βιομηχανία στηρίζει τις ιδιωτικές επενδύσεις επενδύοντας πέντε φορές περισσότερο ανά απασχολούμενο σε σχέση με το σύνολο της οικονομίας και καταγράφοντας επενδύσεις σε Ε&Α που ισοδυναμούσαν με το 35% του συνόλου των ιδιωτικών επενδύσεων σε Ε&Α, επηρεάζοντας άμεσα την καινοτομική ικανότητα της χώρας.

Στον πίνακα που ακολουθεί, περιλαμβάνονται οι δραστηριότητες του επικοινωνιακού πλάνου, εστιασμένοι στην αντίστοιχη ομάδα-στόχο, καθώς και τα επιθυμητά αποτελέσματα:

Ομάδες – Στόχοι	Ενέργειες	Επιθυμητό Αποτέλεσμα
Βιομηχανικοί – Επιχειρηματικοί Φορείς	<ul style="list-style-type: none"> Παροχή ενημερωτικού υλικού σχετικά με τις δράσεις της στρατηγικής. Δημιουργία επικοινωνιακού μηνύματος για τη στρατηγική το οποίο θα αποτελεί τη φράση ορόσημο για την προώθηση του οράματος της στρατηγικής. Συμμετοχή της ΓΓΒ σε εκδηλώσεις Συλλογικών Φορέων 	<ul style="list-style-type: none"> Διάδοση πληροφοριών στο βιομηχανικό περιβάλλον. Υποστήριξη της στρατηγικής. Κοινή χρήση των αποτελεσμάτων από την υλοποίηση της στρατηγικής και διάδοσης της πληροφορίας. Αύξηση του ενδιαφέροντος για αναζήτηση πληροφοριών και δράσεων. Αναζήτηση πληροφόρησης και οδηγιών για την αξιοποίηση ευκαιριών.
Βιομηχανικές Επιχειρήσεις	<ul style="list-style-type: none"> Καθοδήγηση και ενημέρωση σχετικά με τις δράσεις και τις δυνατότητες των επιχειρήσεων Ευρεία διάδοση της ΕΣΒ και κίνητρα για συμμετοχή των επιχειρήσεων σε προτεινόμενες πρωτοβουλίες 	<ul style="list-style-type: none"> Διάδοση πληροφορίας στο βιομηχανικό τομέα Διευκόλυνση αναζήτησης ανακοινώσεων και ενημερώσεων για διαγωνισμούς έργων και πρωτοβουλίες
Ακαδημαϊκά-Ερευνητικά Ιδρύματα	<ul style="list-style-type: none"> Παροχή ενημερωτικού υλικού σχετικά με τις δράσεις της στρατηγικής. Καλύτερη επικοινωνία με βιομηχανικές επιχειρήσεις για βέλτιστη αξιοποίηση αποτελεσμάτων ερευνητικής δραστηριότητας. Ανάπτυξη εκπαίδευσης με βάση τις ανάγκες της αγοράς. 	<ul style="list-style-type: none"> Πιο εξειδικευμένες γνώσεις αποφοίτων που είναι άμεσα αξιοποιήσιμες στη βιομηχανία Προώθηση της συνεργασίας μεταξύ βιομηχανίας και ακαδημαϊκών/ερευνητικών ιδρυμάτων μέσω κοινών προγραμμάτων και πρωτοβουλιών ιδίως στους τομείς της έρευνας και καινοτομίας και του ανθρώπινου δυναμικού δεξιοτήτων Μεταφορά γνώσης ακαδημαϊκών-ερευνητικών ιδρυμάτων σε βιομηχανικές επιχειρήσεις
Δημόσιοι Φορείς	<ul style="list-style-type: none"> Επιδίωξη συνεργειών και διαλόγου με δημόσιους φορείς Ευρεία διάδοση του οράματος, στόχων και δράσεων της ΕΣΒ 	<ul style="list-style-type: none"> Κατάρτιση συνεκτικής βιομηχανικής πολιτικής και αποφυγή επικαλύψεων Προώθηση της διαφάνειας Άμεση εμπλοκή κάθε σχετικού φορέα στην υλοποίηση της Στρατηγικής Υποστήριξη και προώθηση της ΕΣΒ

¹⁰ IOBE: Ο τομέας μεταποίησης στην Ελλάδα: Τάσεις και προοπτικές (2017), http://iobe.gr/research_dtl.asp?RID=143

Ομάδες – Στόχοι	Ενέργειες	Επιθυμητό Αποτέλεσμα
Ευρύ κοινό	<ul style="list-style-type: none"> • Προβολή των οικονομικών και κοινωνικών ωφελειών της στρατηγικής • Βελτίωση αντίληψη της κοινωνίας σχετικά με τη βιομηχανία. • Προώθηση της διαφάνειας των διαδικασιών. 	<ul style="list-style-type: none"> • Κατανόηση των στόχων και των οφελών της στρατηγικής από το κοινωνικό σύνολο. • Κατανόηση της προστιθέμενης αξίας που δημιουργεί η νέα Εθνική Στρατηγική για τη Βιομηχανία.

1.4 Στρατηγική Επικοινωνίας

Η στρατηγική επικοινωνίας που προτείνεται στο παρόν Επικοινωνιακό Σχέδιο αφορά ένα **ολοκληρωμένο σύνολο δραστηριοτήτων και εργαλείων** σε αντιστοιχία με τους προς επίτευξη στόχους και τις ομάδες-στόχους.

Τα κεντρικά στοιχεία της προτεινόμενης στρατηγικής είναι η:

1. Ενιαία μορφή επικοινωνίας όσον αφορά τα μηνύματα, την εικόνα και το ύφος (το οποίο θα είναι επεξηγηματικό) με ουσιαστικό περιεχόμενο.
2. Διασφάλιση ευελιξίας στην ανάδειξη, επιλογή και προώθηση των κατάλληλων ενεργειών επικοινωνίας στη βάση των αναγκών και των προβλημάτων που αντιμετωπίζει κάθε ομάδα-στόχος.
3. Εξασφάλιση της μεγιστοποίησης του επικοινωνιακού αποτελέσματος μέσω της ανάπτυξης συνεργειών, συμπληρωματικότητας, συνεκτικότητας, για την επίτευξη της μέγιστης δυνατής ομοιογένειας και δυνατότητας συντονισμού.
4. Ανάδειξη της προστιθέμενης αξίας της βιομηχανίας σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο.

Γενικές στρατηγικές κατευθύνσεις

Οι γενικές στρατηγικές κατευθύνσεις για το επικοινωνιακό σχέδιο ορίζονται ως ακολούθως:

- **Σχεδιασμός με βάση τη γνώση:** Συγκέντρωση των απαραίτητων δεδομένων για την καλύτερη κατανόηση των ομάδων-στόχων, τον αποτελεσματικότερο σχεδιασμό, την υλοποίηση και αξιολόγηση της επικοινωνίας.
- **Ενιαία επικοινωνιακή στρατηγική:** Διασφάλιση της συνοχής και συνάφειας της επικοινωνίας για το σύνολο των εμπλεκόμενων φορέων.
- **Επίτευξη επικοινωνιακών στόχων:** Επίτευξη του βασικού επικοινωνιακού στόχου, προώθηση της ΕΣΒ, με χρήση του συνόλου των επικοινωνιακών εργαλείων που απευθύνονται σε κάθε ομάδα-στόχο.
- **Ενημέρωση του κοινού:** Παρουσίαση εννοιών, στόχων και δράσεων με τη μορφή ξεκάθαρων μηνυμάτων με το κατάλληλο μείγμα εργαλείων επικοινωνίας, προκειμένου να ενημερωθεί κατά το δυνατόν περισσότεροι από τις ομάδες στόχους.
- **Χρήση απλών και κατανοητών μηνυμάτων:** Οι πληροφορίες που δημοσιοποιούνται στο πλαίσιο των ενεργειών επικοινωνίας θα πρέπει να γίνονται αντιληπτές από όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη.

- **Ανάδειξη ρόλου ΓΓΒ:** Αποτελεσματική επικοινωνία του έργου της ΓΓΒ και της βαρύτητας του για το βιομηχανικό τομέα.

Ειδικές στρατηγικές κατευθύνσεις

- **Διασφάλιση της συνέχειας, ομοιομορφίας και απλότητας της επικοινωνίας σε όλες τις φάσεις του Σχεδίου:** Είναι απαραίτητη η χρήση απλών μηνυμάτων, απαλλαγμένων από περιττή πληροφόρηση προκειμένου να διαδοθεί με αποτελεσματικότητα η Στρατηγική. Ταυτόχρονα, η πληροφόρηση πρέπει να είναι συνεχής και σταθερή σε όλες τις φάσεις του Επικοινωνιακού Σχεδίου. Η χρήση ενιαίας επικοινωνιακής ταυτότητας, ο περιορισμός περιττών πληροφοριών, η διατήρηση μιας σταθερής επικοινωνίας με το σύνολο των εμπλεκόμενων μερών, θα οδηγήσει σε μεγιστοποίηση του επικοινωνιακού αποτελέσματος.
- **Ενεργοποίηση των πολλαπλασιαστών γνώσης για την προώθηση της Στρατηγικής:** Η ενεργή συμμετοχή των πολλαπλασιαστών γνώσης είναι σημαντική για την επιτυχημένη υλοποίηση του Σχεδίου Επικοινωνίας. Στο πλαίσιο αυτό, απαιτείται η ανάπτυξη διαύλων επικοινωνίας και συνεργασίας μεταξύ των πολλαπλασιαστών, που βρίσκονται τόσο στο Δημόσιο όσο και στον παραγωγικό τομέα.
- **Δημιουργία δικτύου συνεργαζόμενων φορέων:** Για την ενεργοποίηση των «πολλαπλασιαστών» και την επίτευξη αποτελεσματικής επικοινωνίας είναι επιθυμητή η δημιουργία ενός ξεχωριστού δικτύου, με τακτική επικοινωνία (μέσω e-mail ή/και συναντήσεων μεταξύ στελεχών), με στόχο την ανταλλαγή πληροφοριών και απόψεων γύρω από τις δράσεις και τις προκλήσεις του Επικοινωνιακού Σχεδίου.

1.5 Εργαλεία Επικοινωνίας

Η αποτελεσματική χρήση των εργαλείων επικοινωνίας είναι απαραίτητη για την επίτευξη των στόχων του Σχεδίου Επικοινωνίας, δεδομένου ότι αποτελούν το βασικό μέσο προσέγγισης των ομάδων-στόχων, αλλά και των «πολλαπλασιαστών» για την διάδοση του επικοινωνιακού μηνύματος. Το Σχέδιο Επικοινωνίας ενσωματώνει πληθώρα εργαλείων επικοινωνίας προκειμένου να επιτύχει την μετάδοση των μηνυμάτων στις διαφορετικές ομάδες στόχους και να επιτύχει τη μέγιστη δυνατή διάδοση της Εθνικής Στρατηγικής για τη Βιομηχανία. Στο παρόν κεφάλαιο παρουσιάζεται η περιγραφή των εργαλείων επικοινωνίας σε συνδυασμό με μια αρχική κοστολόγηση τους (προέρχεται από την Εμπειρία του Αναδόχου σε αντίστοιχες επικοινωνιακές ενέργειες).

Γράφημα 6: Επικοινωνιακά εργαλεία



Πηγή: PwC

❖ Ενημερωτικό υλικό

Δελτία Τύπου: Τα Δελτία Τύπου αποτελούν ένα εργαλείο για την ενημέρωση του κοινού για την εξέλιξη και την πορεία υλοποίησης της Στρατηγικής. Στο πλαίσιο του έργου «Σχεδιασμός και Ανάπτυξη στρατηγικής για την Ανάπτυξη και τον Μετασχηματισμό της Ελληνικής Βιομηχανίας» η προετοιμασία και η σύνταξη των Δελτίων Τύπου γίνεται από το Σύμβουλο σε συνεργασία με την ΓΓΒ, κατόπιν της επίτευξης σημαντικών ορόσημων όπως η παρουσίαση και η έγκριση της Στρατηγικής από την ΚΕΒ (βλ. *Παράρτημα IV*). Μετά την ολοκλήρωση του παρόντος έργου η προετοιμασία και η σύνταξη των Δελτίων Τύπου προτείνεται να γίνεται από τη ΓΓΒ και να αποστέλλεται στα ΜΜΕ από το Γραφείο Επικοινωνίας και Ενημέρωσης του Υπουργείου Ανάπτυξης και Επενδύσεων.

Ενημερωτικό φυλλάδιο: Το ενημερωτικό φυλλάδιο θα προετοιμαστεί από το Σύμβουλο σε συνεργασία με τη ΓΓΒ μετά την ολοκλήρωση της Εκπόνησης της Στρατηγικής και θα περιλαμβάνει μια συνοπτική αποτύπωση της Στρατηγικής μέσω γραφικής απεικόνισης των στοιχείων της (infographic). Το ενημερωτικό φυλλάδιο θα προετοιμαστεί σε κατάλληλη μορφή ώστε να είναι δυνατή τόσο η δημοσίευση του στον ηλεκτρονικό τύπο όσο και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Τα παραπάνω δυνητικά μπορούν να προετοιμαστούν σε ηλεκτρονική και σε έντυπη μορφή ώστε να δημοσιευθούν στον έντυπο τύπο σε εθνικό αλλά και περιφερειακό επίπεδο (πχ. Ναυτεμπορική, Οικονομικός Ταχυδρόμος κλπ.).

Ωστόσο στο πλαίσιο του παρόντος Επικοινωνιακού Σχεδίου προτείνεται το ενημερωτικό υλικό να επικοινωνηθεί κυρίως σε ηλεκτρονική μορφή καθώς κάτι τέτοιο μειώνει το κόστος και μπορεί να συμβάλει στην επικοινωνία των μηνυμάτων σε περισσότερους αποδέκτες καθώς και στην εν γένει βελτίωση της διαδικτυακής παρουσίας της ΓΓΒ.

Εκτιμώμενο κόστος παραγωγής – υλοποίησης ~ 150 χιλ. €

❖ Τηλεόραση και Ραδιόφωνο

Η τηλεόραση και το ραδιόφωνο παρέχουν ευρεία κάλυψη σε τοπικό και εθνικό επίπεδο, ωστόσο η αξιοποίηση των μέσων αυτών είναι αρκετά κοστοβόρα και σύνθετη.

Πιο συγκεκριμένα η δημιουργία μιας ενημερωτικής καμπάνιας για τη Στρατηγική για τη Βιομηχανία στην Τηλεόραση και/ ή Ραδιόφωνο απαιτεί την συνεργασία της ΓΓΒ με ειδικό επικοινωνιακό σύμβουλο ο οποίος θα αναλάβει την παραγωγή τηλεοπτικών και/ ή ραδιοφωνικών σποτ. Παράλληλα θα απαιτηθεί και η αγορά ικανού χρόνου και χώρου στην τηλεόραση και/ ή ραδιόφωνο.

Στην κατεύθυνση αυτή δεν προτείνεται η δημιουργία ξεχωριστής ενημερωτικής καμπάνιας για τη Στρατηγική για τη Βιομηχανία. Αντίθετα η επικοινωνία της ΕΣΒ θα μπορούσε να συμπεριληφθεί στις δράσεις δημοσιότητας του Υπουργείου Ανάπτυξης και Επενδύσεων, για το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητα 2021-2027.

Εκτιμώμενο κόστος παραγωγής – υλοποίησης ~ 300 χιλ. €.

❖ **Επίσημοι Ιστότοποι**

Στην παρούσα φάση η ΓΓΒ διαθέτει έναν επίσημο ιστότοπο, ο οποίος ωστόσο εκτιμάται ότι δεν μπορεί να εξυπηρετήσει τις ανάγκες του Επικοινωνιακού Σχεδίου, ενώ παράλληλα η διαχείριση του ιστότοπου δεν γίνεται από υπηρεσία της ΓΓΒ αλλά από τη Γενική Διεύθυνση Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης του Υπουργείου Ανάπτυξης και Επενδύσεων.

Στο πλαίσιο αυτό θα απαιτηθεί η αναβάθμιση του ιστότοπου της ΓΓΒ με τη δημιουργία ειδικής ενότητας «Στρατηγική για τη Βιομηχανία» στην οποία θα αναρτηθούν το σύνολο των αποτελεσμάτων του παρόντος έργου «Σχεδιασμός και Ανάπτυξη στρατηγικής για την Ανάπτυξη και τον Μετασχηματισμό της Ελληνικής Βιομηχανίας» και επιπλέον υλικό το οποίο θα προκύψει σε επόμενη φάση (πχ. προσκλήσεις προγραμμάτων, εκδηλώσεις, δελτία τύπου κα.). Επιπλέον, σημαντική είναι και η δυνατότητα διασύνδεσης του ιστότοπου της ΓΓΒ με λοιπούς ιστότοπους του Υπουργείου Ανάπτυξης και Επενδύσεων όπως ενδεικτικά ΓΓΕΚ, ΕΚΤ και Elevate Greece.

Παράλληλα, η αναβάθμιση του ιστότοπου της ΓΓΒ θα περιλαμβάνει και ειδική ενότητα για τη Βιομηχανία 4.0, η οποία θα λειτουργεί ως Εθνική Πύλη για τη Βιομηχανία 4.0. Ειδικότερα όπως περιγράφεται και στο Σχέδιο Δράσης της ΕΣΒ η Εθνική Πύλη για τη Βιομηχανία 4.0 θα περιλαμβάνει όλες τις απαραίτητες πληροφορίες αναφορικά με την εθνική και ευρωπαϊκή στρατηγική για την Βιομηχανία 4.0, και θα αποτελεί ένα φόρουμ ενημέρωσης και διασύνδεσης όλων των ομάδων ενδιαφέροντος με στόχο την κινητοποίηση τους και την συμμετοχή σε δράσεις και πρωτοβουλίες που έχουν αναληφθεί, σχετικά με την Βιομηχανία 4.0.

Λαμβάνοντας υπόψη ότι η ΓΓΒ δεν διαθέτει κατάλληλη υπηρεσιακή δομή, ο σχεδιασμός, η λειτουργία και η συντήρηση του επίσημου ιστότοπου της ΓΓΒ θα μπορούσε να ανατεθεί για ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα σε εξειδικευμένο σύμβουλο. Πέρα από τις ιστοσελίδες της ΓΓΒ η ΕΣΒ προτείνεται να αναρτηθεί και στους ιστότοπους του Υπουργείου Ανάπτυξης και Επενδύσεων, της ΓΓΕΚ και του Elevate Greece.

Παράλληλα σημαντικό είναι μέσω των Ομάδων Εργασίας, και εν γένει της εταιρικής σχέσης της ΓΓΒ με τους συλλογικούς φορείς, να προωθηθεί η ανάρτηση της Στρατηγικής και των λοιπών πρωτοβουλιών που θα προκύψουν στο πλαίσιο αυτής (πχ. προσκλήσεις προγραμμάτων) και στους ιστότοπους που διαχειρίζονται οι Συλλογικοί Φορείς. Αυτό θα μπορούσε να γίνει μέσω της ανάρτησης στους ιστότοπους των Συλλογικών Φορέων μιας συνοπτικής περιγραφής και παραπομπής (link) στον ιστότοπο της ΓΓΒ, καθώς έτσι εκτιμάται ότι θα μπορούσε αυξηθεί και η

επισκεψιμότητα του επίσημου ιστότοπου της ΓΓΒ ώστε σταδιακά να καταστεί ως ένα μέσο επικοινωνίας με την επιχειρηματική κοινότητα της χώρας.

Εκτιμώμενο κόστος παραγωγής – υλοποίησης ~ 80 χιλ. € ανά έτος

❖ **Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (ΜΚΔ)**

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μεγάλη άνοδος των μέσων κοινωνικής δικτύωσης με την πλειονότητα των πολιτών και των επιχειρήσεων να είναι αρκετά ενεργοί σε αυτά επί καθημερινής βάσης. Έτσι τα ΜΚΔ αποτελούν σημαντικό μέσο άμεσης διάδοσης των μηνυμάτων του Σχεδίου Επικοινωνίας.

Τα ΜΚΔ μπορούν να προσφέρουν ποικίλες δυνατότητες σε ένα Επικοινωνιακό Σχέδιο ως μέσο επικοινωνίας με τις ομάδες-στόχους. Πέρα από τη δημοσίευση υλικού μέσω των ΜΚΔ, τα ΜΚΔ μπορούν να δράσουν υποστηρικτικά σε άλλα εργαλεία επικοινωνίας, όπως στη διοργάνωση ημερίδων/σεμιναρίων και τη δημοσίευση ενημερωτικού υλικού αυξάνοντας τη διάδοσή τους.

Σε αυτό το πλαίσιο προτείνεται η αξιοποίηση των ήδη υπάρχοντων επαγγελματικών προφίλ του Υπουργείου Ανάπτυξης και Επενδύσεων σε Facebook, Twitter και YouTube με σκοπό την προώθηση της ΕΣΒ. Επιπλέον, προτείνεται η δημιουργία και νέου επαγγελματικού προφίλ, αποκλειστικά με την επωνυμία της ΓΓΒ (π.χ. @ggb), στο LinkedIn. Το LinkedIn αποτελεί ένα αποκλειστικά επαγγελματικό ΜΚΔ το οποίο θα δώσει τη δυνατότητα στη ΓΓΒ να επικοινωνήσει τη Στρατηγική για τη Βιομηχανία και λοιπές πρωτοβουλίες που αναλαμβάνει σε σημαντικό αριθμό επιχειρήσεων και επαγγελματιών στην Ελλάδα και στο εξωτερικό.

Η δημιουργία και ενημέρωση του προφίλ της ΓΓΒ στο LinkedIn έχει μηδενικό κόστος και προτείνεται να γίνει από το Γραφείο της Γενικής Γραμματέως.

Εκτιμώμενο κόστος παραγωγής – υλοποίησης: 0 €

❖ **Ενημερωτικές Δράσεις (workshops/σεμινάρια)**

Οι ενημερωτικές δράσεις μπορούν να έχουν τη μορφή των Info Days και προτείνεται να οργανώνονται στο πλαίσιο επικοινωνίας και προώθησης των επιμέρους παρεμβάσεων της Στρατηγικής (πρωτοβουλίες, εμβληματικά έργα, προγράμματα και δράσεις).

Αυτές οι ενημερωτικές δράσεις θα στοχεύουν στην πληροφόρηση των Δυνητικών Δικαιούχων σε πληθώρα θεμάτων όπως ενδεικτικά στο αντικείμενο της προγραμματιζόμενης παρεμβάσεις, στις διαδικασίες για την υποβολή επιχειρηματικών σχεδίων, τις προϋποθέσεις ένταξης κα. Επιπλέον μέσω αυτών θα δίδεται η δυνατότητα στους συμμετέχοντες να υποβάλλουν συγκεκριμένες ερωτήσεις στα στελέχη της ΓΓΒ.

Οι προτεινόμενες δράσεις στοχεύουν στην κινητοποίηση σημαντικού επιχειρηματικού ενδιαφέροντος στις σχεδιαζόμενες παρεμβάσεις που συμπεριλαμβάνονται στη Στρατηγική, προκειμένου να μεγιστοποιηθεί το απούπωμα τους στην εγχώρια βιομηχανία. Οι ενημερωτικές δράσεις μπορούν να διεξάγονται με φυσική και ηλεκτρονική παρουσία (hybrid) και θα χρηματοδοτούνται μέσω της Τεχνικής Βοήθειας της εκάστοτε παρέμβασης.

Εκτιμώμενο κόστος υλοποίησης ~15 χιλ. € ανά εκδήλωση

❖ Ενημερωτικές Εκδηλώσεις

Εθνικό Συμβούλιο Βιομηχανίας Νέων: Το Σχέδιο Δράσης της ΕΣΒ περιλαμβάνει την ανάπτυξη του θεσμού του Εθνικού Συμβουλίου Βιομηχανίας Νέων (ΕΣυΒιΝ) υπό την αιγίδα της ΓΓΒ σε συνεργασία με το Υπουργείο Παιδείας και Θρησκευμάτων. Το ΕΣυΒιΝ θα δίνει τη δυνατότητα στους νέους (ηλικίας 15 - 25 ετών) να συζητούν και να αναπτύσσουν τις απόψεις τους γύρω από την Ελληνική Βιομηχανία. Ειδικότερα θα παρέχεται η δυνατότητα στους νέους να γνωρίσουν τις δραστηριότητες και τις λειτουργίες της Ελληνικής Βιομηχανίας (παραγωγή, προοπτικές, προβλήματα κα.) μέσω της παρουσίασης της Εθνικής Στρατηγικής για τη Βιομηχανία καθώς και τα επαγγέλματα και τις ευκαιρίες σταδιοδρομίας που υπάρχουν σε αυτή. Επιπλέον, οι νέοι που θα συμμετέχουν στην πρωτοβουλία αυτή μέσω του διαλόγου και εξετάζοντας πραγματικά σενάρια (case studies) θα μπορούν να καταρτίζουν και τις δικές τους προτάσεις για την ανάπτυξη της Ελληνικής Βιομηχανίας.

Εκτιμώμενο κόστος Συνεδρίου ΕΣυΒιΝ ~ 45 χιλ. €

Τελική Εκδήλωση: Στο τέλος του έργου «Σχεδιασμός και Ανάπτυξη στρατηγικής για την Ανάπτυξη και τον Μετασχηματισμό της Ελληνικής Βιομηχανίας» ο Σύμβουλος θα διοργανώσει μια τελική εκδήλωση με τη συμμετοχή εκπροσώπων ομάδων ενδιαφέροντος από το δημόσιο και τον παραγωγικό τομέα. Στην εκδήλωση αυτή θα παρουσιαστεί η Εθνική Στρατηγική για τη Βιομηχανία και το Σχέδιο Δράσης, τα επόμενα βήματα που θα εστιάζουν στον τρόπο υλοποίησης και διακυβέρνησης της Στρατηγικής, καθώς και οι τρεις δράσεις που θα σχεδιαστούν και προκηρυχθούν στο πλαίσιο του παρόντος έργου. Η εκδήλωση αυτή μπορεί να πραγματοποιηθεί ως hybrid event (δια ζώσης και online) ώστε να δοθεί μεγαλύτερη ευελιξία στους συμμετέχοντες.

Εκτιμώμενο κόστος υλοποίησης: 0 €

1.6 Εργαλεία επικοινωνίας ανά φορέα

Σκοπός του κεφαλαίου αυτού είναι η περαιτέρω ανάλυση και αντιστοίχιση των εργαλείων επικοινωνίας, ανά φορέα, παρουσιάζοντας τους στόχους και τα επιθυμητά αποτελέσματα του κάθε εργαλείου ανά φορέα.

Γράφημα 7: Ενδεικτικά εργαλεία επικοινωνίας ανά φορέα

	Ενημερωτικό υλικό	Τηλεόραση Ραδιόφωνο	Επίσημοι Ιστότοποι	Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης	Ενημερωτικές Δράσεις	Ενημερωτικές Εκδηλώσεις
Βιομηχανικοί- επιχειρηματικοί φορείς	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Βιομηχανικές επιχειρήσεις	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Ακαδημαϊκά- Ερευνητικά Ιδρύματα	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Δημόσιοι φορείς	-	✓	✓	✓	-	✓
Ευρύ Κοινό	-	✓	✓	✓	-	-

Πηγή: PwC

Η ΓΓΒ με την χρήση των εργαλείων επικοινωνίας μπορεί να διασφαλίσει την αποτελεσματική προσέγγιση και ενημέρωση **βιομηχανικών- επιχειρηματικών φορέων** σχετικά με την ΕΣΒ και τις δράσεις της. Αρχικά, η ΓΓΒ μέσω εκδηλώσεων, μπορεί να προσεγγίσει τους ενδιαφερόμενους φορείς, έχοντας παράλληλα τη δυνατότητα ανάπτυξης ισχυρών δεσμών που θα οδηγήσουν σε μελλοντικές συνεργασίες στον βιομηχανικό τομέα. Παράλληλα, οι επίσημοι ιστότοποι της ΓΓΒ όσο και ευρύτερα του Υπουργείου Ανάπτυξης και Επενδύσεων δύναται να έχουν καθοριστικό ρόλο ως προς την ενημέρωση των ενδιαφερόμενων σχετικά με πρωτοβουλίες που λαμβάνουν χώρα στο βιομηχανικό τομέα. Επιπλέον, μπορούν να καθοδηγήσουν τους φορείς ως προς τις απαραίτητες ενέργειες που απαιτούνται, για την συμμετοχή τους σε αυτές.

Όσον αφορά τις **βιομηχανικές επιχειρήσεις** και τα **ακαδημαϊκά/ ερευνητικά ιδρύματα**, προτείνεται κυρίως η διοργάνωση ενημερωτικών δράσεων από την ΓΓΒ, καθώς αυτό θα επιτρέψει στους ενδιαφερόμενους να ενημερωθούν για τα προγράμματα χρηματοδότησης που περιλαμβάνονται στο Σχέδιο Δράσης της ΕΣΒ, ενώ δυνητικά τέτοιες πρωτοβουλίες μπορούν να συνεισφέρουν και στη διασύνδεση/ δικτύωση μεταξύ επιχειρήσεων και/ ή ακαδημαϊκών και ερευνητικών ιδρυμάτων.

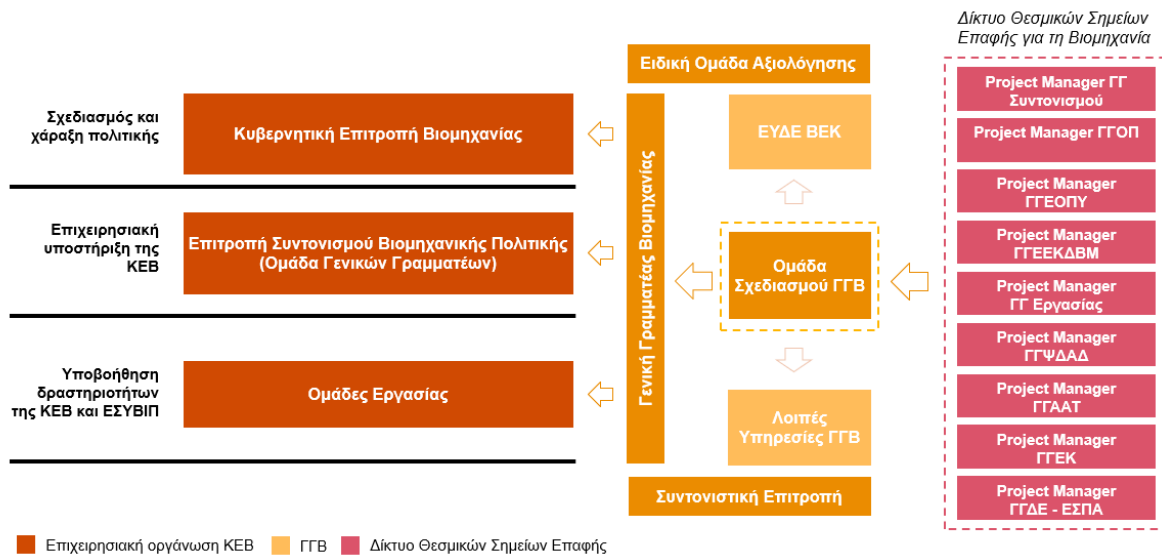
Όσον αφορά τους **δημόσιους φορείς**, η ενημέρωση τους προτείνεται να γίνεται μέσω του Δικτύου Σημείων Επαφής για τη Βιομηχανία το οποίο μπορεί να λειτουργεί ως ένα μόνιμος δίαυλος επικοινωνίας της ΓΓΒ με τις λοιπές Γενικές Γραμματείες. Παράλληλα σημαντική είναι και η κινητοποίηση των δημόσιων φορέων για τη συμμετοχή εκπροσώπων τους στις ενημερωτικές εκδηλώσεις που αναμένεται να οργανωθούν στο πλαίσιο του Επικοινωνιακού Σχεδίου.

Το ευρύ κοινό ως τελικός αποδέκτης θα ενημερώνεται για την πρόοδο υλοποίησης της Στρατηγικής και τα αποτελέσματα που επιτυγχάνονται μέσω αυτής κυρίως για λόγους διαφάνειας και αξιοπιστίας. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί άμεσα και εύκολα με την χρήση των ΜΚΔ και με τη δημοσίευση ενημερωτικού υλικού (πχ. Δελτία Τύπου) στον ηλεκτρονικό τύπο.

1.7 Φορέας Υλοποίησης Επικοινωνιακού Σχεδίου

Ο προτεινόμενος Μηχανισμός Διακυβέρνησης της ΕΣΒ παρουσιάζεται συνοπτικά στο παρακάτω γράφημα¹¹ και προτείνεται να αξιοποιηθεί και κατά το σχεδιασμό και υλοποίηση του Επικοινωνιακού Σχεδίου της ΕΣΒ.

Γράφημα 8: Εμπλεκόμενα Όργανα στο Μηχανισμό Διακυβέρνησης της ΕΣΒ



Πιο συγκεκριμένα, προτείνεται ο σχεδιασμός και η υλοποίηση του Επικοινωνιακού Σχεδίου της ΕΣΒ να αποτελεί **δραστηριότητα που εκτελείται υπό την αιγίδα της Γενικής Γραμματείας Βιομηχανίας**, η οποία θα υποστηρίζεται και θα συνεπικουρείται από α) την Ομάδα Σχεδιασμού ΓΓΒ, β) το Δίκτυο Σημείων Επαφής για τη Βιομηχανία και γ) τις Ομάδες Εργασίας προκειμένου να επιτευχθούν:

- Παροχή **συνεκτικών και αποτελεσματικών πληροφοριών** σε πολλαπλές ομάδες-στόχους σχετικά με τις παρεμβάσεις που προωθούνται μέσω της ΕΣΒ και στο πλαίσιο των χρηματοδοτούμενων προγραμμάτων (ΕΣΠΑ, ΤΑΑ), δίνοντας έμφαση στο κοινό (ΜμΕ, ανθρώπινο δυναμικό) που «πρέπει να γνωρίζει» συγκεκριμένες πληροφορίες για να ανταποκριθεί στις ευκαιρίες, τις υποχρεώσεις κ.λπ. που συνδέονται με την υλοποίηση της ΕΣΒ (οργανισμοί/ φορείς που επηρεάζονται άμεσα από επενδύσεις ή μεταρρυθμίσεις που περιλαμβάνονται στο σχέδιο δράσης), συμπεριλαμβανομένης της ευρείας διάδοσης ευκαιριών χρηματοδότησης για πιθανούς αποδέκτες.
- **Ενημέρωση, συντονισμός και υποστήριξη των εμπλεκόμενων φορέων** (Υπουργείων, παραγωγικών φορέων κ.α.) προκειμένου να συμμετάσχουν αποτελεσματικά στην υλοποίηση του Επικοινωνιακού Σχεδίου και να προωθήσουν τη διάδοση των μηνυμάτων του. Για το σκοπό αυτό προτείνεται η διοργάνωση τακτικών συναντήσεων του Δικτύου Σημείων Επαφής για τη Βιομηχανία και των Ομάδων Εργασίας της ΚΕΒ ιδιαίτερα πριν από σημαντικές επικοινωνιακές ενέργειες (πχ. διοργάνωση ενημερωτικών εκδηλώσεων και δράσεων).

¹¹ Η αναλυτική περιγραφή του Μηχανισμού διακυβέρνησης για την ΕΣΒ έχει γίνει στο Παραδοτέο 5: Μηχανισμός διακυβέρνησης για αποτελεσματική βιομηχανική πολιτική

Επίσης, η ΓΓΒ στο πλαίσιο υλοποίησης του Επικοινωνιακού Σχεδίου θα πρέπει να αναπτύξει συνέργειες και συνεργασίες με υπηρεσίες και εποπτευόμενους φορείς του Υπουργείου Ανάπτυξης και Επενδύσεων, όπως αυτές παρουσιάζονται παρακάτω:

- α) την **Ειδική Υπηρεσία Διαχείρισης του Ε.Π «Ανταγωνιστικότητα»**, μέσω του οποίου δύναται να χρηματοδοτηθούν πολλές δράσεις ή προγράμματα ή εμβληματικά έργα που συμπεριλαμβάνονται στο Σχέδιο Δράσης της ΕΣΒ, η συμμετοχή εκπροσώπου της ΓΓΒ στις συνεδριάσεις της Επιτροπής Παρακολούθησης του ΕΠ «Ανταγωνιστικότητα» είναι απαραίτητη για τον βέλτιστο συντονισμό και υλοποίηση των δράσεων επικοινωνίας και δημοσιότητας που θα υλοποιηθούν στο πλαίσιο του νέου Ε.Π.
- β) **Ελληνική Αναπτυξιακή Τράπεζα (ΕΑΤ)**, λαμβάνοντας υπόψη ότι σημαντικός αριθμός προγραμμάτων του Σχεδίου Δράσης της ΕΣΒ προτείνεται να υλοποιηθούν με τη χρήση χρηματοδοτικών εργαλείων είναι απαραίτητο να υπάρξει στενή συνεργασία της ΓΓΒ με την ΕΑΤ τόσο κατά το σχεδιασμό των προγραμμάτων όσο κατά την υλοποίηση δράσεων επικοινωνίας και δημοσιότητας των προγραμμάτων αυτών.
- γ) το **Γραφείο Επικοινωνίας και Ενημέρωσης του Υπουργείου Ανάπτυξης και Επενδύσεων**, μέσω του οποίου υλοποιείται η γενικότερη ενημέρωση και προώθηση των πολιτικών του Υπουργείου στα ΜΜΕ, προτείνεται η θέσπιση συνάντησης εργασίας σε τακτά χρονικά διαστήματα (κάθε μήνα) προκειμένου να υπάρχει ενημέρωση και συντονισμός όσον αφορά την διενέργεια επικοινωνιακών ενεργειών για παρεμβάσεις της ΕΣΒ που υλοποιούνται, τη γενικότερη προώθηση των Στρατηγικών Στόχων/Κατευθύνσεων της ΕΣΒ κ.λ.π.

2. Στρατηγική Προσέγγιση της Επικοινωνίας

Στο παρόν κεφάλαιο παρουσιάζεται το χρονοδιάγραμμα υλοποίησης του Επικοινωνιακού Σχεδίου καθορίζοντας δύο διαφορετικές περιόδους, επιπλέον προδιαγράφονται οι απαραίτητοι πόροι (ανθρώπινοι και οικονομικοί) για την υλοποίηση του Επικοινωνιακού Σχεδίου.

2.1 Χρονοδιάγραμμα Επικοινωνίας

Για την υλοποίηση του Επικοινωνιακού Σχεδίου κρίνεται σκόπιμο να ορισθούν δύο χρονικές περίοδοι:

- α) Η περίοδος ωρίμανσης 1-12/2022, και
- β) Η περίοδος αξιοποίησης των αποτελεσμάτων 2023-2030.

Περίοδος Ωρίμανσης 1-12/2022

Κατά την περίοδο ωρίμανσης, επιδιώκεται κυρίως η γνωστοποίηση της ΕΣΒ στο ευρύ κοινό και ειδικότερα στις βιομηχανικές επιχειρήσεις επιδιώκοντας να δημιουργηθεί στη συνείδηση τους μια σαφή εικόνα για τις κατευθύνσεις και στόχους της ΕΣΒ και τα οφέλη και ευκαιρίες που απορρέουν από την υλοποίηση της.

Πιο συγκεκριμένα, οι στόχοι της επικοινωνίας γι' αυτήν την περίοδο είναι:

- Το χτίσιμο awareness (ενημερότητας) γύρω από την ΕΣΒ, κατευθύνσεις και στόχους που περιλαμβάνει καθώς και τα επιδιωκόμενα αποτελέσματα από την υλοποίηση της.
- Η γνωστοποίηση των συγκεκριμένων παρεμβάσεων της ΕΣΒ και πώς αυτές συμβάλλουν και προωθούν τόσο την κοινωνική όσο και την οικονομική ανάπτυξη της χώρας.
- Η προβολή παρεμβάσεων που πρόκειται να υλοποιηθούν ή υλοποιούνται για τη βιομηχανία στο πλαίσιο της ΕΣΒ. Είναι σημαντικό, από αυτήν ακόμα τη φάση ωρίμανσης να προβληθούν επιτυχημένες εφαρμογές και αποτελέσματα, όπου αυτό είναι δυνατόν.
- Η υποστήριξη των δικαιούχων των παρεμβάσεων (βλ. προγράμματα χρηματοδότησης) με εξειδικευμένη πληροφόρηση, όπου αυτό είναι απαραίτητο.

Η περίοδος αξιοποίησης των αποτελεσμάτων τη Φάση Α του Επικοινωνιακού Σχεδίου, όπως εξειδικεύεται στο επόμενο κεφάλαιο.

Περίοδος Αξιοποίησης Αποτελεσμάτων 2023 – 2030

Κατά την περίοδο αυτή, συνεχίζεται η επικοινωνία παρεμβάσεων που υλοποιούνται στο πλαίσιο της ΕΣΒ ενώ παράλληλα επικοινωνούνται και τα αποτελέσματα των παρεμβάσεων και των δράσεων που ολοκληρώθηκαν. Στο πλαίσιο αυτό έμφαση δίνεται στο τι έχει επιτευχθεί σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο για το μετασχηματισμό της βιομηχανίας και στο πώς τα αποτελέσματα της ΕΣΒ συμβάλουν στην ανάπτυξη της εγχώριας οικονομίας.

Οι στόχοι της επικοινωνίας γι' αυτήν την περίοδο είναι:

- Η προβολή συγκεκριμένων τομέων παρέμβασης της ΕΣΒ καθώς και των αποτελεσμάτων (καλές πρακτικές) που απορρέουν από αυτές τις παρεμβάσεις.

- Η δημιουργία άμεσης σύνδεσης, στη συνείδηση του πολίτη, ανάμεσα στην ΕΣΒ, τη ΓΓΒ, και ευρύτερα τους εμπλεκόμενους φορείς για τα οφέλη που προκύπτουν για τους ωφελούμενους και το ευρύ κοινό.
- Η συνέχιση της υποστήριξης των δικαιούχων με εξειδικευμένη πληροφόρηση, όπου αυτό είναι απαραίτητο.

Η περίοδος αξιοποίησης των αποτελεσμάτων καλύπτει τις Φάσεις Β και Γ του επικοινωνιακού Σχεδίου, όπως εξειδικεύονται στο επόμενο κεφάλαιο.

2.2 Χρηματοδότηση ενεργειών επικοινωνίας

Κατά την περίοδο ωρίμανσης, που αφορά στην Φάση Α του Επικοινωνιακού Σχεδίου, όπως εξειδικεύεται στο επόμενο κεφάλαιο, η ΓΓΒ θα υποστηριχθεί από τον Σύμβουλο του παρόντος έργου (εκδήλωση, δελτία τύπου, υποστηρικτικό υλικό κλπ.) για την υλοποίηση πολλών προτεινόμενων ενεργειών χωρίς επιπλέον κόστος.

Για την υλοποίηση ενεργειών κατά την περίοδο αξιοποίησης των αποτελεσμάτων (Φάσεις Β και Γ του επικοινωνιακού Σχεδίου), όπως εξειδικεύονται στο επόμενο κεφάλαιο προτείνεται η ΓΓΒ να προχωρήσει στη σύναψη σύμβασης ή μεμονωμένων συμβάσεων με εξειδικευμένους συμβούλους επικοινωνίας (όπως εταιρείες διαφήμισης, εταιρείες λειτουργίας/υποστήριξης ιστοτόπων κ.α.). Το ίδιο αφορά και στην παραγωγή και υλοποίηση συγκεκριμένων ενεργειών όπως ιστοτόποι, μέσα κοινωνικής δικτύωσης κ.α. που θα υλοποιηθούν κατά την περίοδο του συγκεκριμένου έργου.

Το κόστος για την υλοποίηση των προτεινόμενων δράσεων δύναται να χρηματοδοτηθεί από το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα» και ειδικότερα από τις δράσεις Δημοσιότητας – Προβολής που έχουν προβλεφθεί με δημόσια δαπάνη για την περίοδο 2021-2027 ύψους 2.500.000 €.

2.3 Ανθρώπινο Δυναμικό

Για την υλοποίηση του Σχεδίου Επικοινωνίας, η ΓΓΒ θα πρέπει να συνεργαστεί με εξωτερικούς εξειδικευμένους συμβούλους (Σύμβουλοι Επικοινωνίας, ΜΜΕ, Εταιρείες παραγωγής Εταιρείες κατασκευής/λειτουργίας ιστοτόπων κ.α.) προκειμένου να αξιοποιήσει στο έπακρο τα προτεινόμενα επικοινωνιακά εργαλεία.

Επίσης, η ΓΓΒ θα πρέπει να έχει τη θεσμική αρμοδιότητα για να υλοποιεί ενέργειες επικοινωνίας για τις δράσεις που αφορούν στην προώθηση των θεμάτων της Βιομηχανίας. Επιπλέον σημαντική είναι και η δημιουργία ενός Γραφείου Επικοινωνίας (με τουλάχιστον ένα άτομο) που θα υπάγεται απευθείας στη Γενική Γραμματέα προκειμένου να παρακολουθεί και να συνεργάζεται με τους εξειδικευμένους συμβούλους για το σχεδιασμό και την υλοποίηση των επικοινωνιακών ενεργειών που θα αναλάβουν (παραγωγές, επικοινωνιακά μηνύματα κ.α.).

Η εμπλοκή των στελεχών της Ομάδας Σχεδιασμού της ΓΓΒ είναι σημαντική για την υλοποίηση των επικοινωνιακών ενεργειών ειδικά όσον αφορά θέματα περιεχομένου, εισηγήσεις σε ενημερωτικές δράσεις/σεμινάρια/workshops.

3. Φάσεις Υλοποίησης

Η υλοποίηση του Σχεδίου Επικοινωνίας χωρίζεται σε τρεις διακριτές φάσεις, με κάθε φάση να αποτελεί συνέχεια, ολοκλήρωση και εξειδίκευση της προηγούμενης. Στο παρόν κεφάλαιο παρουσιάζεται η διάρκεια κάθε φάσης υλοποίησης, ένα διάγραμμα ροής και διαδικασιών ανά φάση υλοποίησης και μια σύντομη περιγραφή των προτεινόμενων ενεργειών επικοινωνίας και του προϋπολογισμού ανά φάση υλοποίησης.

3.1 Α' Φάση Υλοποίησης

Η πρώτη φάση υλοποίησης διαρκεί μέχρι την ολοκλήρωση του έργου «Σχεδιασμός και Ανάπτυξη στρατηγικής για την Ανάπτυξη και τον Μετασχηματισμό της Ελληνικής Βιομηχανίας» που οροθετείται περίπου στις 1-12/2022 και στοχεύει στο χτίσιμο awareness (ενημερότητας) γύρω από την ΕΣΒ. Κατά την πρώτη φάση υλοποίησης η ΓΓΒ θα υποστηρίζεται από το Σύμβουλο του παρόντος έργου στις περισσότερες από τις επικοινωνιακές ενέργειες.

Παρακάτω περιγράφονται αναλυτικά οι επικοινωνιακές ενέργειες που προτείνεται να υλοποιηθούν κατά την πρώτη φάση υλοποίησης.

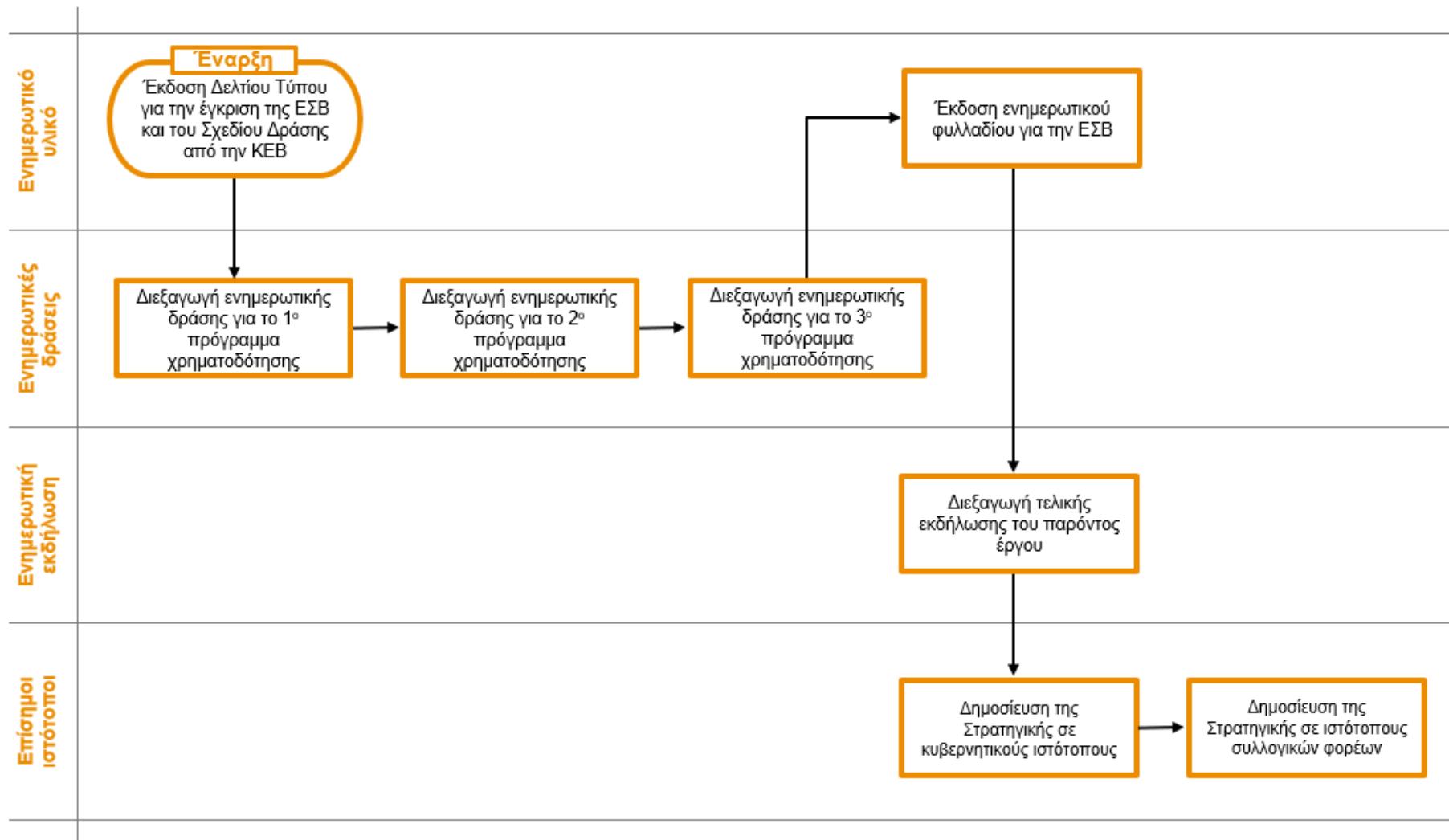
Πίνακας 1: Επικοινωνιακές ενέργειες – Α' φάση υλοποίησης

Βήμα	Περιγραφή	Υπεύθυνος
1. Έκδοση Δελτίου Τύπου	Μετά την έγκριση της ΕΣΒ και του Σχεδίου Δράσης από την ΚΕΒ, ο Σύμβουλος σε συνεργασία με τη ΓΓΒ θα καταρτίσει Δελτίο Τύπου το οποίο θα προωθηθεί μέσω του Γραφείου Επικοινωνίας και Ενημέρωσης του Υπουργείου Ανάπτυξης και Επενδύσεων (ΥΠΑΝΕΠ) στα ΜΜΕ.	Σύμβουλος παρόντος έργου
2. Ενημερωτικές Δράσεις	Στο πλαίσιο του παρόντος έργου ο Σύμβουλος θα προχωρήσει στην ωρίμανση τριών χρηματοδοτικών προγραμμάτων του Σχεδίου Δράσης της ΕΣΒ με τη σύνταξη προσκεδίων πρόσκλησης. Αμέσως μετά τη δημοσιοποίηση των προσκλήσεων η ΓΓΒ προτείνεται να διεξάγει ενημερωτικές δράσεις με τη μορφή των Info Days για την πληροφόρηση των Δυνητικών Δικαιούχων σχετικά με τις διαδικασίες για την υποβολή επιχειρηματικών σχεδίων, τις προϋποθέσεις ένταξης κλπ. Για την υλοποίηση αυτών των ενημερωτικών δράσεων η ΓΓΒ θα συνεργαστεί με εξωτερικό εξειδικευμένο σύμβουλο επικοινωνίας.	ΓΓΒ - Σύμβουλος επικοινωνίας.
3. Έκδοση ενημερωτικού φυλλαδίου	Κατά την ολοκλήρωση του παρόντος έργου ο Σύμβουλος σε συνεργασία με τη ΓΓΒ θα καταρτίσει ενημερωτικό φυλλάδιο το οποίο θα περιλαμβάνει μια συνοπτική αποτύπωση της Στρατηγικής μέσω γραφικής απεικόνισης των στοιχείων της (infographic). Το ενημερωτικό φυλλάδιο θα δημοσιευθεί μέσω του Γραφείου Επικοινωνίας και Ενημέρωσης του ΥΠΑΝΕΠ στον ηλεκτρονικό τύπο και στα ΜΚΔ.	Σύμβουλος παρόντος έργου
4. Τελική Εκδήλωση	Κατά την ολοκλήρωση του παρόντος έργου ο Σύμβουλος σε συνεργασία με τη ΓΓΒ θα διοργανώσει μια τελική εκδήλωση με τη συμμετοχή εκπροσώπων ομάδων ενδιαφέροντος από το δημόσιο και τον παραγωγικό τομέα. Στην εκδήλωση αυτή θα παρουσιαστούν τα αποτελέσματα του παρόντος έργου και τα διδάγματα που προέκυψαν κατά την υλοποίηση του.	Σύμβουλος παρόντος έργου

Βήμα	Περιγραφή	Υπεύθυνος
5. Κυβερνητικοί ιστότοποι	Τα αποτελέσματα του παρόντος έργου (Παραδοτέα) θα δημοσιευθούν στον επίσημο ιστότοπο της ΓΓΒ καθώς και στους ιστότοπους του Υπουργείου Ανάπτυξης και Επενδύσεων, της ΓΓΕΚ και του Elevate Greece.	ΓΓΒ
6. Ιστότοποι Συλλογικών φορέων	Μέσω των Ομάδων Εργασίας και εν γένει της εταιρικής σχέσης της ΓΓΒ με τους Συλλογικούς Φορείς (βλ. κεφάλαιο 1.2) είναι σημαντικό να επιδιωχθεί η ανάρτηση της ΕΣΒ και στους ιστότοπους που διαχειρίζονται οι συλλογικοί φορείς προκειμένου να επιτευχθεί η διάδοση και ο «πολλαπλασιασμός» της πληροφορίας.	ΓΓΒ

Προϋπολογισμός Α' Φάσης υλοποίησης ~ 45 χιλ. € (15 χιλ. € ανά ενημερωτική δράση), περιλαμβάνει αποκλειστικά το κόστος υλοποίησης ενημερωτικών δράσεων για την προώθηση των χρηματοδοτικών προγραμμάτων που θα προκηρύξει η ΓΓΒ στο πλαίσιο του παρόντος έργου.

Γράφημα 9: Ροή εργασιών Α' Φάσης Υλοποίησης



Πηγή: Ανάλυση PwC

3.2 Β' Φάση Υλοποίησης

Η δεύτερη φάση υλοποίησης ξεκινά μετά την ολοκλήρωση του παρόντος έργου και ολοκληρώνεται περίπου το 12/2026. Κατά τη δεύτερη φάση έμφαση θα δοθεί στην επικοινωνία των παρεμβάσεων που υλοποιούνται στο πλαίσιο της ΕΣΒ καθώς και στην εν γένει ανάδειξη του ρόλου της ΓΓΒ μέσω της ενδυνάμωσης της ψηφιακής της παρουσίας (ιστότοπος και ΜΚΔ) και της επέκτασης της εταιρικής της σχέσης με τον παραγωγικό τομέα (μέσω συμμετοχής σε εκδηλώσεις κλπ.)

Παρακάτω περιγράφονται αναλυτικά οι επικοινωνιακές ενέργειες που προτείνεται να υλοποιηθούν κατά τη δεύτερη φάση υλοποίησης.

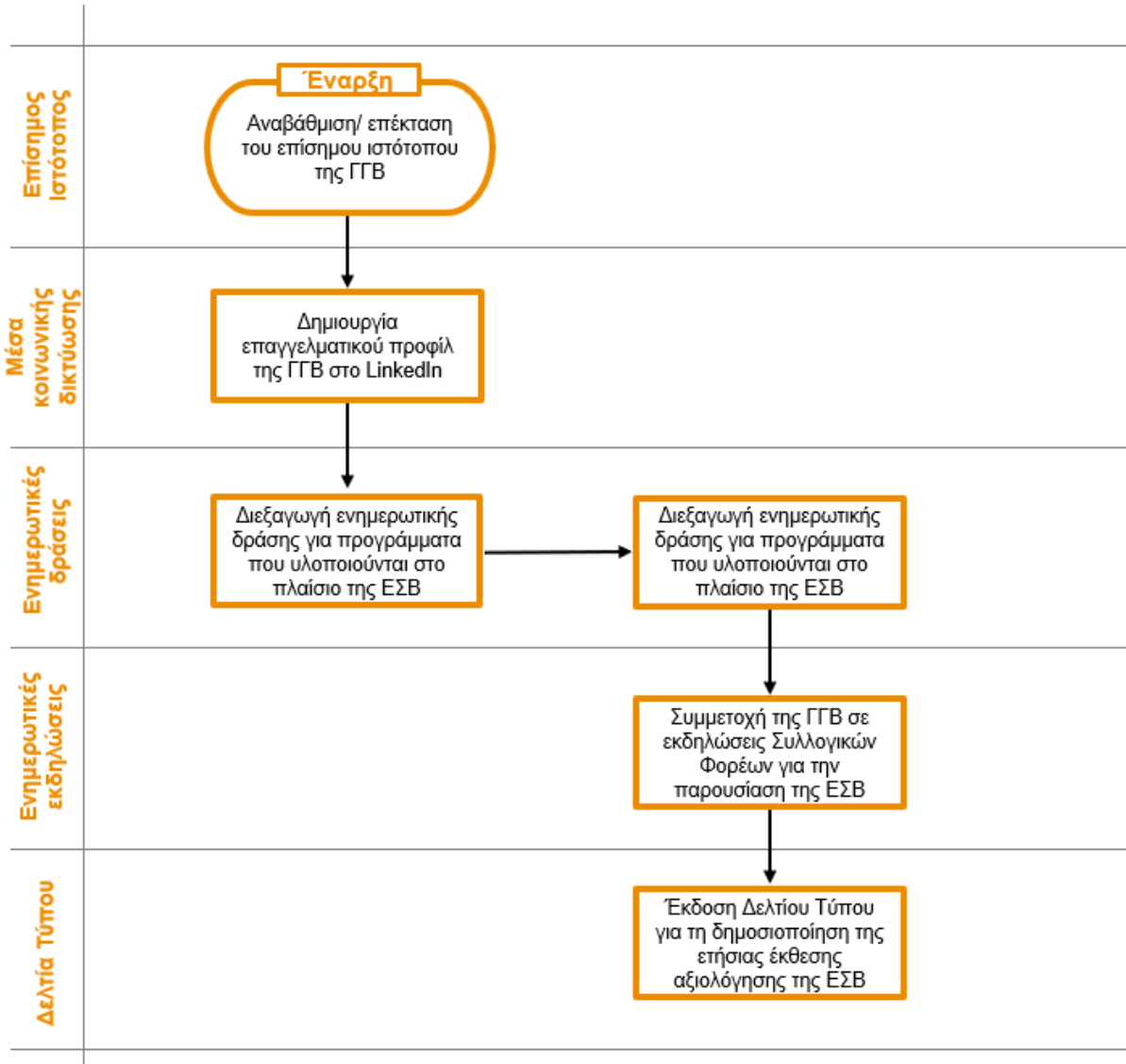
Πίνακας 2: Επικοινωνιακές ενέργειες – Β' φάση υλοποίησης

Βήμα	Περιγραφή	Υπεύθυνος
1. Αναβάθμιση/ επέκταση επίσημου ιστότοπου ΓΓΒ	Η ΓΓΒ σε συνεργασία με εξωτερικό σύμβουλο θα προχωρήσει στην αναβάθμιση/ επέκταση του επίσημου ιστότοπου της. Ο αναβαθμισμένος ιστότοπος θα μπορεί να υποστηρίξει επαρκώς την επικοινωνία της Στρατηγικής και παρεμβάσεων που υλοποιούνται στο πλαίσιο αυτής καθώς και λοιπές πρωτοβουλίες της ΓΓΒ.	ΓΓΒ – Εξωτερικός σύμβουλος
2. Δημιουργία επαγγελματικού προφίλ της ΓΓΒ στα ΜΚΔ	Η ΓΓΒ θα δημιουργήσει επαγγελματικό προφίλ στο LinkedIn το οποίο θα διαχειρίζεται και ενημερώνει το Γραφείο της Γενικής Γραμματέως. Η συγκεκριμένη παρουσία στα ΜΚΔ θα μπορούσε να εξελιχθεί σταδιακά σε βασικό επικοινωνιακό εργαλείο της ΓΓΒ για την προώθηση τόσο της ΕΣΒ όσο και λοιπών πρωτοβουλιών στον παραγωγικό τομέα και στο ευρύ κοινό.	ΓΓΒ
3. Ενημερωτικές Δράσεις	Η ΓΓΒ δύναται να διεξάγει ενημερωτικές δράσεις με τη μορφή των Info Days για την πληροφόρηση των Δυνητικών Δικαιούχων σχετικά με τις διαδικασίες για την υποβολή επιχειρηματικών σχεδίων, τις προϋποθέσεις ένταξης στα χρηματοδοτικά προγράμματα που υλοποιούνται στο πλαίσιο της ΕΣΒ. Για την υλοποίηση αυτών των ενημερωτικών δράσεων η ΓΓΒ θα συνεργαστεί με εξωτερικό εξειδικευμένο σύμβουλο επικοινωνίας.	ΓΓΒ - Σύμβουλος επικοινωνίας.
4. Συμμετοχή σε εκδηλώσεις Συλλογικών Φορέων	Πέρα από τις ενημερωτικές δράσεις που οργανώνει η ίδια η ΓΓΒ είναι σημαντικό να επιδιωχθεί η συμμετοχή της ΓΓΒ (εκπροσωπούμενη από τη Γενική Γραμματέα) σε εκδηλώσεις που διοργανώνουν οι Συλλογικοί Φορείς. Αυτό θα δώσει τη δυνατότητα να επικοινωνηθεί η ΕΣΒ και παρεμβάσεις που υλοποιούνται στο πλαίσιο αυτής και δυνητικά μπορεί να ενδυναμώσει την εταιρική σχέση της ΓΓΒ με τον παραγωγικό τομέα.	ΓΓΒ
5. Έκδοση Δελτίων Τύπου	Η παρακολούθηση της υλοποίησης της ΕΣΒ (όπως αποτυπώνεται στο Παραδοτέο 5) προβλέπει την έκδοση μιας ετήσιας έκθεσης αξιολόγησης της ΕΣΒ, στην οποία θα περιγράφονται οι παρεμβάσεις που υλοποιήθηκαν κατά τη διάρκεια του έτους και τα αποτελέσματά τους (επιχειρήσεις που ενισχύθηκαν, επενδύσεις που υλοποιήθηκαν κλπ.). Η ετήσια έκθεση αξιολόγησης θα συντάσσεται από τη ΓΓΒ και θα αναρτάται ως Δελτίο Τύπου στον επίσημο ιστότοπο της ΓΓΒ.	ΓΓΒ

Προϋπολογισμός Β' Φάσης υλοποίησης ~ 110 χιλ. €, ως εξής:

- Αναβάθμιση, λειτουργία και ενημέρωση επίσημου ιστότοπου ΓΓΒ ~ 80 χιλ. € ανά έτος
- Διοργάνωση ενημερωτικών δράσεων ~ 30 χιλ. ανά έτος

Γράφημα 10: Ροή εργασιών Β' Φάσης Υλοποίησης



Πηγή: Ανάλυση PwC

3.3 Γ' Φάση Υλοποίησης

Η Τρίτη φάση υλοποίησης ξεκινά στις αρχές του 2027 και είναι άμεσα συνδεδεμένη με την επικαιροποίηση της Στρατηγικής και τις ανάγκες σε επίπεδο επικοινωνίας που μπορεί να προκύψουν από αυτή τη διαδικασία.

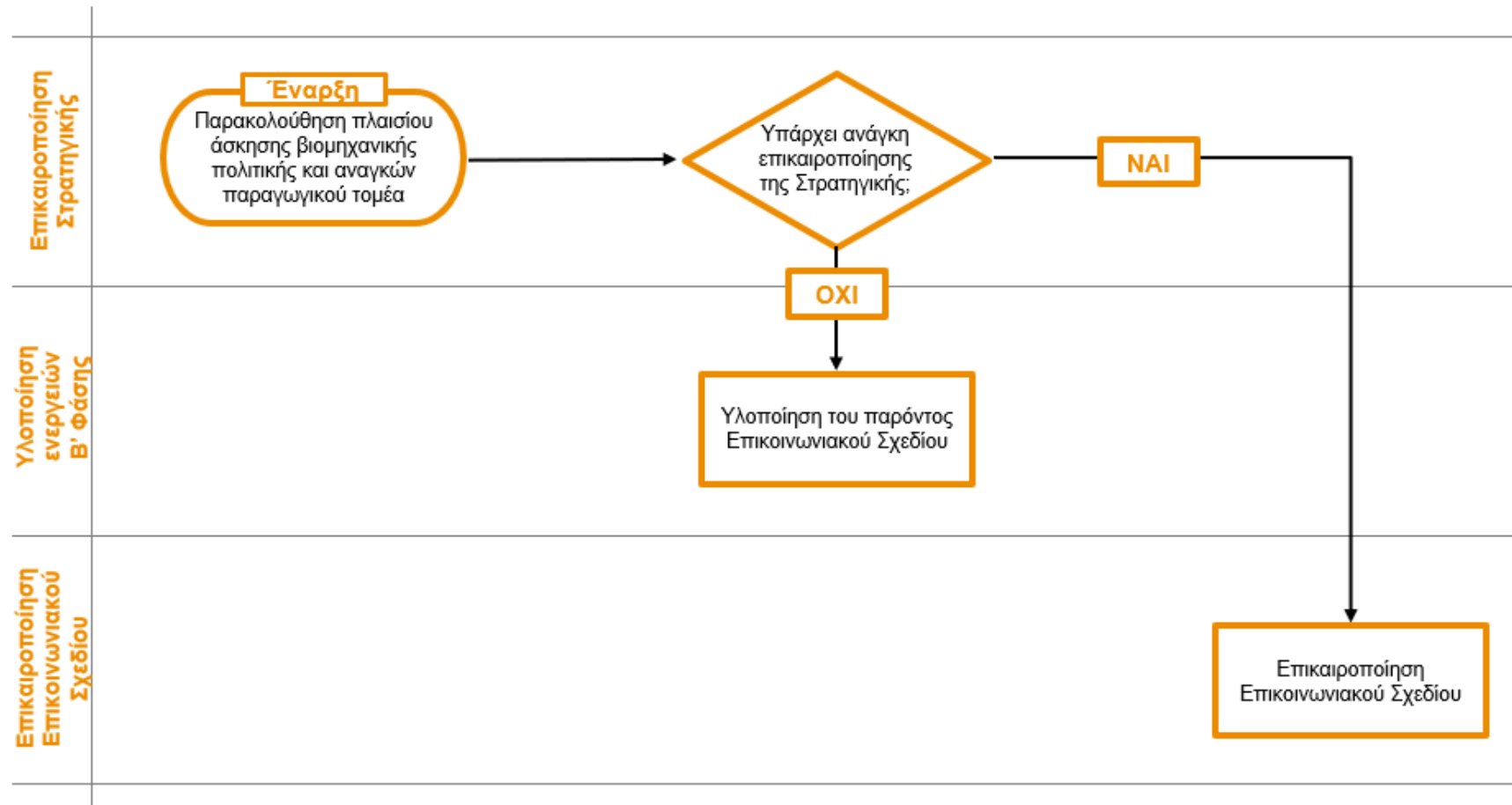
Στο πλαίσιο αυτό παρακάτω περιγράφονται αναλυτικά οι επικοινωνιακές ενέργειες που προτείνεται να υλοποιηθούν κατά την τρίτη φάση υλοποίησης.

Πίνακας 3: Επικοινωνιακές ενέργειες – Γ' φάση υλοποίησης

Βήμα	Περιγραφή	Υπεύθυνος
1. Επικαιροποίηση Στρατηγικής για τη Βιομηχανία	Ειδικότερα όπως περιγράφεται στο Παραδοτέο 5 περίπου σε τέσσερα χρόνια από την ολοκλήρωση του παρόντος έργου η Ομάδα Σχεδιασμού της ΓΓΒ θα αξιολογήσει τα νέα δεδομένα που προκύπτουν, είτε από αλλαγές στο πλαίσιο άσκησης βιομηχανικής πολιτικής είτε από τις νέες ανάγκες του παραγωγικού τομέα και θα αποφασίσει σχετικά με την ανάγκη επικαιροποίησης της Στρατηγικής για τη Βιομηχανία.	ΓΓΒ
2. Υλοποίηση του παρόντος Επικοινωνιακού Σχεδίου	Σε περίπτωση που κριθεί ότι δεν υπάρχει σημαντική ανάγκη επικαιροποίησης της Στρατηγικής είτε οι αλλαγές που χρειάζονται είναι περιορισμένες η ΓΓΒ θα συνεχίσει να υλοποιεί το παρόν Επικοινωνιακό Σχέδιο υλοποιώντας τις ενέργειες που περιγράφονται στην Φάση Β.	ΓΓΒ
3. Επικαιροποίηση Επικοινωνιακού Σχεδίου	Αντίθετα σε περίπτωση που υπάρχουν δομικές αλλαγές στην Στρατηγική για τη Βιομηχανία η ΓΓΒ θα επικαιροποιήσει το Σχέδιο Επικοινωνίας προκειμένου να ανταποκρίνεται στις ανάγκες της επικαιροποιημένης Στρατηγικής. Η ενέργεια αυτή μπορεί να υλοποιηθεί είτε με ίδια μέσα από τη ΓΓΒ είτε σε συνεργασία με εξωτερικό Σύμβουλο.	ΓΓΒ - Σύμβουλος επικοινωνίας.

Προϋπολογισμός Γ' Φάσης υλοποίησης: δεν μπορεί να εκτιμηθεί στη παρούσα φάση και εξαρτάται από την ανάγκη επικαιροποίησης ή μη του Επικοινωνιακού Σχεδίου.

Γράφημα 11: Ροή εργασιών Γ' Φάσης Υλοποίησης



Πηγή: Ανάλυση PwC

4. Αξιολόγηση Επικοινωνιακών Δράσεων

Το Επικοινωνιακό Σχέδιο περιλαμβάνει και την αξιολόγηση των επικοινωνιακών δράσεων που θα πραγματοποιηθούν και στις τρεις φάσεις υλοποίησης. Αυτό θα διευκολύνει τον έλεγχο και τη βελτίωσή τους και θα παρέχει σαφείς ενδείξεις για τη βέλτιστη κατανομή των ανθρώπινων και οικονομικών πόρων του Σχεδίου Επικοινωνίας.

Η αξιολόγηση αφορά πρωτίστως την τεκμηρίωση της αποτελεσματικότητας και της ποιότητας της επικοινωνίας μεταξύ των ενδιαφερόμενων. Ουσιαστικά η αξιολόγηση στοχεύει στο να εντοπιστούν τυχόν ελλείψεις και αδυναμίες στο σχεδιασμό και την υλοποίηση του Σχεδίου Επικοινωνίας. Επιπλέον, λαμβάνει υπόψη εξωτερικούς παράγοντες, που επηρεάζουν την υλοποίηση των επικοινωνιακών ενεργειών και τη μετάδοση του κεντρικού επικοινωνιακού μηνύματος. Η αξιολόγηση κάθε επικοινωνιακής δράσης προσεγγίζεται τόσο ποσοτικά όσο και ποιοτικά (όπου χρειάζεται), χρησιμοποιώντας τις ισχύουσες μετρήσεις. Αυτή η ενότητα παρουσιάζει τους κύριους στόχους αξιολόγησης, μεθόδους και μετρήσεις των ενεργειών του Επικοινωνιακού Σχεδίου.

4.1 Στόχοι αξιολόγησης

Ο εντοπισμός των επιθυμητών αποτελεσμάτων για τις επικοινωνιακές δράσεις βραχυπρόθεσμα καθοδηγεί τη διαδικασία αξιολόγησης των επικοινωνιακών πράξεων και διευκολύνει τη συνολική αξιολόγηση του Σχεδίου. Οι κύριοι στόχοι της αξιολόγησης των επικοινωνιακών δράσεων είναι οι εξής:

- Εντοπισμός τεχνικών προβλημάτων για κάθε επικοινωνιακή ενέργεια και εύρεση τρόπων επίλυσής τους
- Καθορισμός προτύπων επικοινωνίας κατά το σχεδιασμό και την υλοποίηση της δράσης
- Αποφυγή σφαλμάτων επικοινωνίας
- Τροποποίηση/Βελτίωση της επικοινωνιακής δράσης
- Εντοπισμός νέων ευκαιριών επικοινωνίας
- Εντοπισμός εξωτερικών παραγόντων που επηρεάζουν θετικά ή αρνητικά την υλοποίηση της επικοινωνιακής δράσης

4.2 Μέθοδοι Αξιολόγησης

Η αξιολόγηση των προτεινόμενων δράσεων επικοινωνίας προσεγγίζεται τόσο ποσοτικά όσο και ποιοτικά με βάση καθορισμένους στόχους ανάλογα με τη φύση της δράσης. Οι ποσοτικές και ποιοτικές μέθοδοι αλληλοσυμπληρώνονται και συμβάλλουν στην αποτελεσματική συνολική αξιολόγηση των αποτελεσμάτων της επικοινωνιακής δράσης. Οι δύο μέθοδοι παρουσιάζονται παρακάτω:

- Η **μέθοδος ποσοτικής αξιολόγησης** αφορά πρωτίστως το εύρος της επικοινωνιακής δράσης, αποτυπώνοντας τον βαθμό κάλυψης των ομάδων-στόχων, καθώς και τη συχνότητα με την οποία μεταδίδονται τα επικοινωνιακά μηνύματα από τους «πολλαπλασιαστές». Οι μετρήσεις για την ποσοτική αξιολόγηση στοχεύουν στην παρακολούθηση αντικειμενικών δεδομένων σε σχέση με καθορισμένους στόχους για κάθε ενέργεια επικοινωνίας, όπως ο αριθμός των ενημερωτικών συναντήσεων που

πραγματοποιήθηκαν, ο αριθμός δημοσιεύσεων υλικού στους ιστότοπους και ΜΚΔ και άλλα που αναλύονται εκτενέστερα παρακάτω.

- Η **μέθοδος ποιοτικής αξιολόγησης** στοχεύει να καλύψει τα πιο υποκειμενικά στοιχεία της επικοινωνίας και εστιάζει πρωτίστως στις ποιοτικές της παραμέτρους όπως η σε βάθος ανάλυση της σαφήνειας και πειστικότητας κάθε επικοινωνιακού μηνύματος καθώς και οι αρνητικές ή θετικές εντυπώσεις των ομάδων-στόχων κλπ. Η συλλογή δεδομένων για τη μέθοδο ποιοτικής αξιολόγησης μπορεί να επιτευχθεί μέσω σύντομων ηλεκτρονικών ερωτηματολογίων ή της διενέργειας στοχευμένων ερευνών κοινού.

4.3 Δείκτες Απόδοσης (KPIs)

Η διαδικασία αξιολόγησης των επικοινωνιακών ενεργειών του Επικοινωνιακού Σχεδίου απαιτεί ένα σύνολο μετρήσεων αξιολόγησης, με τη χρήση Βασικών Δεικτών Απόδοσης (KPIs) οι οποίοι συνδράμουν στην παρακολούθηση των αποτελεσμάτων των δράσεων του Επικοινωνιακού Σχεδίου.

Οι προτεινόμενοι Δείκτες Απόδοσης παρουσιάζονται **αναλυτικά** για κάθε επικοινωνιακό εργαλείο στον πίνακα που ακολουθεί:

Εργαλεία Επικοινωνίας	Προτεινόμενοι Δείκτες Απόδοσης (KPIs)
Ενημερωτικό υλικό)	<ul style="list-style-type: none"> • Αριθμός αποστολών έντυπου και ηλεκτρονικού υλικού (αριθμός διευθύνσεων) • Αριθμός downloads από το υλικό της ιστοσελίδας • Αριθμός δελτίων τύπου που δημοσιεύθηκαν – άλλων δημοσιευμάτων, άρθρων κτλ.
Τηλεόραση και Ραδιόφωνο	<ul style="list-style-type: none"> • Ακροαματικότητα μέσω ηλεκτρονικών ερωτηματολογίων (survey) • Βαθμός δημοτικότητας της ΓΓΒ και της ΕΣΒ
Επίσημοι Ιστότοποι	<ul style="list-style-type: none"> • Μοναδικοί και επαναλαμβανόμενοι επισκέπτες • Παρακολούθηση του αριθμού των επισκέψεων σε εβδομαδιαία/μηνιαία βάση • Χρόνος ανά επίσκεψη • Αριθμός downloads από το υλικό της ιστοσελίδας • Αναλογίες κλικ προς αριθμό εμφανίσεων από διαφημίσεις σε άλλους ιστότοπους (π.χ. ηλεκτρονικές εφημερίδες)
Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης	<ul style="list-style-type: none"> • Αριθμός καθημερινών επισκεπτών στους λογαριασμούς μέσω κοινωνικών δικτύων • Παρακολούθηση του αριθμού επισκέψεων σε εβδομαδιαία/μηνιαία βάση και της διάδρασης που υπάρχει με το κοινό • Αριθμός ακόλουθων και αναδημοσιεύσεων πληροφόρησης των λογαριασμών • Αριθμός μηνυμάτων, σχολίων από το κοινό σε δημοσιεύσεις των λογαριασμών
Ενημερωτικές Δράσεις	<ul style="list-style-type: none"> • Αριθμός προσκεκλημένων • Αριθμός προσκεκλημένων εκπροσώπων των ΜΜΕ • Αριθμός συμμετεχόντων • Κατανόηση των στόχων, αξόνων προτεραιότητας, κοινωνικής και οικονομικής ωφέλειας από τις δράσεις της ΕΣΒ μέσω ερωτηματολογίων ή

	<p>ερευνών κοινού</p> <ul style="list-style-type: none"> • Αριθμός σχεδίων/προτάσεων που υποβλήθηκαν μετά την ολοκλήρωση της εκδήλωσης • Αριθμός/ποσοστό συμμετεχόντων που έκαναν σχόλια/συμμετείχαν σε διάλογο • Χρησιμότητα/εντυπώσεις της εκδήλωσης, με βάση τις φόρμες απαντήσεων των παρευρεθέντων
<p>Ενημερωτικές Εκδηλώσεις</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Αριθμός προσκλήσεων • Αριθμός απαντήσεων στις προσκλήσεις • Ποσοστό εκδήλωσης ενδιαφέροντος για τη στρατηγική • Αριθμός σχεδίων/προτάσεων που υποβλήθηκαν μετά την ολοκλήρωση της εκδήλωσης • Αριθμός/ποσοστό συμμετεχόντων που έκαναν σχόλια ή συμμετείχαν σε διάλογο • Χρησιμότητα/εντυπώσεις της εκδήλωσης, με βάση τις φόρμες απαντήσεων των παρευρεθέντων

5. Βασικές Προκλήσεις

Στο παρόν κεφάλαιο, παρουσιάζονται οι βασικές προκλήσεις σχετικά με την υλοποίηση του Σχεδίου Επικοινωνίας.

Μία από τις βασικές προκλήσεις για την επιτυχία του σχεδίου επικοινωνίας είναι η δυνατότητα επαφής και προσέγγισης των πολλαπλασιαστών και ομάδων-στόχων και ιδίως βιομηχανικών επιχειρήσεων. Πιθανή πρόκληση είναι η απουσία βιομηχανικών επιχειρήσεων από τα ΜΚΔ και η μη ενεργή συμμετοχή τους σε περιφερειακούς και τομειακούς συλλογικούς φορείς. Τα παραπάνω παραδείγματα στερούν την άμεση ενημέρωση και καθιστούν δύσκολη τη πρόσβαση στον παραγωγικό τομέα. Επιπλέον, σημαντικός αριθμός επιχειρήσεων χαρακτηρίζεται από περιορισμένη χρήση τεχνολογίας, παράγοντας που συχνά απομακρύνει τις ίδιες τις επιχειρήσεις από προοπτικές και ευκαιρίες βελτίωσης. Παράλληλα, πολλοί ερμηνεύουν πρωτοβουλίες της κυβέρνησης ως «πολιτικές ενέργειες» χωρίς ουσιαστικό περιεχόμενο και δεν παρουσιάζουν ενδιαφέρον ενημέρωσης και συμμετοχής σε δράσεις που μπορεί να αποδειχθούν επωφελείς για αυτούς. Για το λόγο αυτό, είναι απαραίτητη η διαβούλευση και συνεχής επικοινωνία και συνεργασία και με τους λοιπούς φορείς του δημοσίου τομέα, αλλά έμφαση πρέπει να δοθεί στην επικοινωνία, συνεργασία και διαβούλευση με τους συλλογικούς φορείς και εκπροσώπους της Βιομηχανίας, μέσω των Ομάδων Εργασίας, προκειμένου να γίνουν κοινωνοί αυτής της προσπάθειας και των αποτελεσμάτων της.

Επιπλέον πρόκληση αποτελεί η χρηματοδότηση και η διαθεσιμότητα ανθρώπινου δυναμικού προς υλοποίηση του Επικοινωνιακού Σχεδίου. Η χρηματοδότηση είναι κρίσιμος παράγοντας για την εφαρμογή του επικοινωνιακού σχεδίου. Η πιθανή πρόκληση προκύπτει από το γεγονός ότι για τη ευρεία και αποτελεσματική διάδοση της ΕΣΒ, η διαθεσιμότητα χρηματοδότησης και ανθρώπινου δυναμικού θα πρέπει να ενισχυθεί με βάση τις απαιτήσεις υλοποίησης του Επικοινωνιακού Σχεδίου (π.χ. αξιοποίηση προσωπικού για τη διαχείριση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης). Δεδομένου ότι οι πόροι είναι περιορισμένοι, η αξιοποίηση τους προς αυτόν τον σκοπό θα πρέπει να είναι συνετή και στοχευμένη.

Επί της παρούσης δεν μπορεί να εκτιμηθεί επακριβώς το ανθρώπινο δυναμικό και η χρηματοδότηση που απαιτούνται για την εφαρμογή του συνολικού σχεδίου επικοινωνίας. Σε πρώτη φάση, είναι εφικτή η χρηματοδότηση σειράς δράσεων και επικοινωνιακών ενεργειών μέσω της αξιοποίησης των υπάρχοντων χρηματοδοτικών εργαλείων (ΕΣΠΑ) και η προώθηση της Στρατηγικής και των αποτελεσμάτων της μέσω του Ε.Π. «Ανταγωνιστικότητα» του Υπουργείου Ανάπτυξης και Επενδύσεων. Επίσης σειρά επικοινωνιακών ενεργειών, όπως ηλεκτρονικό υλικό, δελτία τύπου, ενημερωτική εκδήλωση κ.α. θα υλοποιηθούν μέσω του Συμβούλου στο πλαίσιο του παρόντος έργου. Οι ενέργειες αυτές δύναται να καλύψουν τις δύο (2) πρώτες φάσεις του Επικοινωνιακού Σχεδίου. Από τη μεριά της ΓΓΒ θα πρέπει να έχει τη θεσμική αρμοδιότητα για να προχωρήσει σε ενέργειες επικοινωνίας και προβολής για τη ΕΣΒ καθώς και να καταρτίσει αρμόδιο Γραφείο Επικοινωνίας ΓΓΒ προκειμένου να παρακολουθεί, σχεδιάζει και εξετάζει τα επικοινωνιακά μηνύματα και εργαλεία έτσι ώστε να εφαρμόσει αποτελεσματικά τις προτεινόμενες επικοινωνιακές ενέργειες. Επίσης, είναι εξίσου σημαντικό να παρακολουθούνται πιθανές διαφοροποιήσεις κατά την υλοποίηση της ΕΣΒ προκειμένου να προσδιοριστεί εάν πρέπει να ανακαταμεμηθούν πόροι και εάν πρέπει να γίνουν προσαρμογές στους επικοινωνιακούς στόχους.

Παράρτημα

I. Πολλαπλασιαστές γνώσης στον βιομηχανικό τομέα

Συλλογικοί Φορείς που συμμετέχουν στην ΚΕΒ



*Σύνδεσμος Επιχειρήσεων και Βιομηχανιών (ΣΕΒ)*¹²: Ο ΣΕΒ είναι διαχρονικά ο κορυφαίος φορέας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα εκπροσωπεί σήμερα, άμεσα και έμμεσα, πάνω από 4.000 επιχειρήσεις, όλων των μεγεθών και κλάδων της οικονομίας. Ο ΣΕΒ εκπροσωπεί σημαντικό αριθμό εμβληματικών βιομηχανιών επιχειρήσεων και προτάσσει ως βασικό πυλώνα της στρατηγικής του την ανάπτυξη της εγχώριας βιομηχανίας, μέσω συγκεκριμένων προτάσεων και πρωτοβουλιών.

*Σύνδεσμος Βιομηχανιών Ελλάδος (ΣΒΕ)*¹³: Ο ΣΒΕ χωροθετείται στη Θεσσαλονίκη και εκπροσωπεί επιχειρήσεις της Βορείου Ελλάδος. Βασικός στόχος του ΣΒΕ είναι η ενίσχυση της επιχειρηματικότητας στη Βόρειο Ελλάδα με βασικό πυλώνα την ανάπτυξη της βιομηχανίας.

*Κεντρική Ένωση Επιμελητηρίων Ελλάδας (ΚΕΕ)*¹⁴: Η ΚΕΕ απαρτίζεται από 59 Επιμελητήρια που καλύπτουν ολόκληρη τη χώρα, μεριμνά για την εκπροσώπηση των Επιμελητηρίων στο εσωτερικό και στο εξωτερικό και παρέχει υπηρεσίες προς αυτά, εκπροσωπώντας περίπου 880 χιλ. επιχειρήσεις. Η ΚΕΕ προσφέρει υπηρεσίες στις ελληνικές επιχειρήσεις για τη βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος στο οποίο δραστηριοποιούνται και την καλύτερη πρόσβασή τους στα διάφορα χρηματοδοτικά μέσα. Επίσης, μέσω της υποβολής και προώθησης στα αρμόδια όργανα Δημόσιας Διοίκησης των διαφόρων αιτημάτων του παραγωγικού τομέα, μπορεί να παρεμβαίνει στις διαδικασίες για τη λήψη αποφάσεων που αφορούν στα επιχειρηματικά θέματα και προβλήματα και να συμβάλλει ουσιαστικά στη διαμόρφωση της οικονομικής πολιτικής.

*Ελληνική Παραγωγή – Συμβούλιο Βιομηχανιών για την Ανάπτυξη*¹⁵: Η Ελληνική Παραγωγή έχει περίπου 60 μέλη ανάμεσα στα οποία μικρές και μεγάλες βιομηχανικές επιχειρήσεις, Περιφερειακοί και Τομεακοί Βιομηχανικοί Σύνδεσμοι και Ενώσεις. Στόχος του φορέα είναι η ανάδειξη της σημασίας της βιομηχανίας στο δημόσιο διάλογο και η προώθηση της ανάπτυξης και βελτίωσης της ανταγωνιστικότητας του εγχώριου βιομηχανικού τομέα

¹² <http://www.sev.org.gr>

¹³ <https://sbe.org.gr/apostoli-tou-sve/>

¹⁴ <https://uhc.gr/%ce%bf%cf%81%ce%b3%ce%ac%ce%bd%cf%89%cf%83%ce%b7-%ce%ba%ce%b1%ce%b9-%ce%b4%ce%bf%ce%bc%ce%ae/>

¹⁵ <https://hellenicproduction.org/>

Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (ΙΟΒΕ)¹⁶: Κύριοι στόχοι του ΙΟΒΕ είναι η προώθηση της επιστημονικής έρευνας για τα τρέχοντα και αναδυόμενα προβλήματα της ελληνικής οικονομίας και η παροχή αντικειμενικής πληροφόρησης και διατύπωσης προτάσεων, χρήσιμες στη διαμόρφωση πολιτικής.

Συλλογικοί Φορείς εκτός ΚΕΒ



Γενική Συνομοσπονδία Επαγγελματιών Βιοτεχνών Εμπόρων Ελλάδας (ΓΣΕΒΕΕ)¹⁷: Η ΓΣΕΒΕΕ αποτελεί το πλέον μαζικό συνδικαλιστικό όργανο των Επαγγελματιών, Βιοτεχνών και Εμπόρων όλης της χώρας, έχοντας 140 χιλ. μέλη (αυτοαπασχολούμενους και επιχειρήσεις). Η ΓΣΕΒΕΕ δραστηριοποιείται στην προαγωγή και κατοχύρωση των επαγγελματιών, οικονομικών, πολιτιστικών και κοινωνικών γενικότερα συμφερόντων των μικρομεσαίων επιχειρήσεων (ΜμΕ). Επιπλέον η ΓΣΕΒΕΕ έχει δημιουργήσει το Ινστιτούτο Μικρών Επιχειρήσεων – ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ με σκοπό τη διαχείριση και διάχυση γνώσης, τεχνογνωσίας, τεχνολογίας και υλοποίησης μελετών και ερευνών που αφορούν τις πολύ μικρές, μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις του δευτερογενούς και τριτογενούς τομέα της ελληνικής οικονομίας.

Ελληνική Συνομοσπονδία Εμπορίου & Επιχειρηματικότητας (ΕΣΣΕΕ)¹⁸: Η ΕΣΣΕΕ είναι η τριτοβάθμια οργάνωση του ελληνικού εμπορίου η οποία δημιουργήθηκε από την ανάγκη των μεγάλων τοπικών εμπορικών συλλόγων για συνεργασία και συνένωση δυνάμεων, με στόχο την αντιμετώπιση των κοινών προβλημάτων του εμπορικού κλάδου. Η ΕΣΣΕΕ εκπροσωπεί 17 Ομοσπονδίες, 325 Εμπορικούς Συλλόγους και Συνδέσμους Εμπορικών Αντιπροσώπων από όλη τη χώρα, αποτελώντας το ανώτατο συνδικαλιστικό όργανο του εμπορικού κλάδου και της μικρομεσαίας επιχειρηματικότητας. Επιπλέον, η ΕΣΣΕΕ έχει δημιουργήσει το Ινστιτούτο Εμπορίου και Υπηρεσιών (ΙΝΕΜΥ), έναν μη κερδοσκοπικό φορέα, ο οποίος μελετά και αναλύει σε βάθος τα θέματα του εμπορίου και των υπηρεσιών με στόχο να συμβάλλει ουσιαστικά στη διαμόρφωση και την τεκμηρίωση των θέσεων και των προτάσεων της ΕΣΣΕΕ.

Γενική Συνομοσπονδία Εργατών Ελλάδος (ΓΕΣΕΕ)¹⁹: Η ΓΕΣΕΕ είναι το ανώτατο συνδικαλιστικό όργανο των εκτός δημοσίου τομέα εργαζομένων στην Ελλάδα. Η ΓΕΣΕΕ έχει ως μέλη 81 Εργατοϋπαλληλικά Κέντρα που συγκροτούνται από σωματεία και τοπικά παραρτήματα πανελλαδικών σωματείων που έχουν την έδρα τους εντός των ορίων του κάθε νομού, και 73 κλαδικές Ομοσπονδίες (71 ομοσπονδίες εργαζομένων & 3 συνταξιούχων) που συγκροτούνται από σωματεία των ίδιων ή συναφών κλάδων οικονομικής δραστηριότητας. Επιπλέον η ΓΕΣΕΕ έχει δημιουργήσει το Ινστιτούτο Εργασίας ΙΝΕ ΓΕΣΕΕ ως μια εταιρία μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα που πραγματοποιεί έρευνες – μελέτες για την τεκμηρίωση σύγχρονων θεμάτων (εργασιακών, οικονομικών, κοινωνικών) που ενδιαφέρουν τη ΓΕΣΕΕ, τις συνδικαλιστικές οργανώσεις που είναι μέλη της και κατ' επέκταση τους ίδιους τους εργαζόμενους.

¹⁶ <http://iobe.gr/>

¹⁷ <https://www.gsevee.gr/>

¹⁸ <https://eseee.gr/>

¹⁹ <https://gsee.gr/>

II. Ομάδες στόχοι

Βιομηχανικοί φορείς - Τομεακοί συλλογικοί φορείς



Ελληνική Ένωση Αλουμινίου (ΕΕΑ)²⁰: Η ΕΕΑ συνιστά το συλλογικό φορέα και το θεσμικό εκπρόσωπο του καθετοποιημένου κλάδου του αλουμινίου στην Ελλάδα. Σκοπός της ΕΕ είναι η την προβολή της χρήσης, η διεύρυνση και η βελτίωση της ζήτησης των ελληνικών προϊόντων από αλουμίνιο, η ποιοτική αναβάθμιση των προϊόντων, των διαδικασιών, των υπηρεσιών και του ανθρώπινου δυναμικού του κλάδου και η προάσπιση και προώθηση των κλαδικών θέσεων και συμφερόντων.

Ένωση Ελληνικών Εταιρειών Αναδυόμενων Τεχνολογιών (Hellenic Emerging Technologies Industry Association - ΗΕΤiA): Η ΗΕΤiA²¹ ιδρύθηκε το 2005 και εκπροσωπεί τις εταιρείες και τα ακαδημαϊκά ιδρύματα που αναπτύσσουν ψηφιακή τεχνολογία στην Ελλάδα, στο χώρο των Ημιαγωγών, της Μικροηλεκτρονικής, των νανοτεχνολογιών και του Διαδικτύου των Πραγμάτων (IoT). Αποτελείται από 75 μέλη εκ των 47 επιχειρήσεις και 28 εκπαιδευτικά/ ερευνητικά ιδρύματα. Βασικός στόχος της Ένωσης είναι η ανάπτυξη ψηφιακών τεχνολογιών στην Ελλάδα και η ενίσχυση της βιομηχανικής παραγωγής στον εν λόγω τομέα.

Επιχειρηματικά και Βιομηχανικά Πάρκα (ΕΤΒΑ ΒΙΠΕ)²²: Η ΕΤΒΑ ΒΙΠΕ ανήκει στον Όμιλο Πειραιώς και αντικείμενο της είναι ο σχεδιασμός, η ανάπτυξη, η εκμετάλλευση και η διαχείριση Επιχειρηματικών Πάρκων. Η ΕΤΒΑ έχει υπό τη διαχείριση 27 Επιχειρηματικά Πάρκα όπου βρίσκονται εγκατεστημένες 2.285 επιχειρήσεις, στις οποίες απασχολούνται πάνω από 30.000 εργαζόμενοι.

Πανελλήνια Ένωση Φαρμακοβιομηχανίας (ΠΕΦ)²³: Η ΠΕΦ είναι ο θεσμικός φορέας εκπροσώπησης των ελληνικών φαρμακοβιομηχανιών, με στόχο να συμβάλει στη δημιουργία ομαλών συνθηκών λειτουργίας στην ελληνική φαρμακευτική αγορά και την ανάπτυξή των φαρμακοβιομηχανικών στο διεθνές περιβάλλον. Η ΠΕΦ εκπροσωπεί περίπου 50 επιχειρήσεις στον τομέα της Φαρμακοβιομηχανίας.

Σύνδεσμος Βιομηχανιών Πλαστικών Ελλάδος (ΣΒΠΕ): Ο ΣΒΠΕ²⁴ εκπροσωπεί ελληνικές βιομηχανικές επιχειρήσεις, που δραστηριοποιείται στον κλάδο όλων των πλαστικών εφαρμογών.

²⁰ <http://www.aluminium.org.gr/index.php>

²¹ <https://hetia.org/what-we-do-en/>

²² <https://www.etvavipe.gr/company/profile>

²³ <https://www.pef.gr/>

²⁴ <https://www.ahpi.gr/el/normal/home>

Τα μέλη του Συνδέσμου αντιπροσωπεύουν περίπου το 50% της ελληνικής παραγωγής πλαστικών. Ο σύνδεσμος στοχεύει στο μετασχηματισμό του κλάδου με στόχο τόσο τη προστασία του περιβάλλοντος όσο και την αύξηση της εξωστρέφειας του.



ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ
ΜΕΤΑΛΛΕΥΤΙΚΩΝ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ



ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΕΛΛΑΔΟΣ

*Σύνδεσμος Βιομηχανιών Παραγωγής Υλικών και Συσκευασίας (ΣΥΒΙΠΥΣ)*²⁵: Στο ΣΥΒΙΠΥΣ συμμετέχουν ως μέλη βιομηχανίες παραγωγής υλικών συσκευασίας από χαρτί/ χαρτόνι, γυαλί, ξύλο, μέταλλο, πλαστικά, εύκαμπτα σύνθετα υλικά και φυσικά υλικά. Στόχος του Συνδέσμου είναι η προώθηση της καινοτομίας και της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας στον τομέα της Συσκευασίας.

Σύνδεσμος Ελληνικών Βιομηχανιών Τροφίμων (ΣΕΒΤ): Ο ΣΕΒΤ²⁶ εκπροσωπεί την Ελληνική Βιομηχανία Τροφίμων και Ποτών σε εθνικό, ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο. Στόχος του ΣΕΒΤ είναι η ανάπτυξη και διατήρηση ενός περιβάλλοντος ευνοϊκού για τον κλάδο και ελκυστικού για τις επενδύσεις μέσα στο οποίο όλες οι επιχειρήσεις τροφίμων και ποτών, ανεξαρτήτως του μεγέθους τους, μπορούν να αναπτυχθούν και να ανταποκριθούν στις σύγχρονες ανάγκες των καταναλωτών και της κοινωνίας.

Σύνδεσμος Ελληνικών Χημικών Βιομηχανιών (ΣΕΧΒ): Ο ΣΕΧΒ εκπροσωπεί επιχειρήσεις που ασχολούνται με την παραγωγή, αποθήκευση και εμπορία χημικών προϊόντων στην Ελλάδα και είναι μέλος του CEFIC (Πανευρωπαϊκό Συμβούλιο Χημικής Βιομηχανίας). Ο ΣΕΧΒ εκπροσωπεί περίπου 80 βιομηχανικές επιχειρήσεις.

Σύνδεσμος Μεταλλευτικών Επιχειρήσεων (ΣΜΕ): Ο ΣΜΕ²⁷ εκπροσωπεί την ελληνική εξορυκτική – μεταλλουργική βιομηχανία. Στόχος του είναι η συμβολή στην ανάδειξη της σημασίας και την αξιοποίηση των ορυκτών πόρων της χώρας, που αποτελούν ανταγωνιστικό της πλεονέκτημα, προς όφελος της ελληνικής κοινωνίας, της εθνικής οικονομίας και της περιφερειακής ανάπτυξης.

Σύνδεσμος Φαρμακευτικών Επιχειρήσεων (ΣΦΕΕ): Ο ΣΦΕΕ²⁸ αντιπροσωπεύει σχεδόν το σύνολο των φαρμακοβιομηχανιών που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα. Ο ΣΦΕΕ στοχεύει στη δημιουργία ενός σύγχρονου και βιώσιμου συστήματος υγειονομικής περίθαλψης στην Ελλάδα, το οποίο θα παρέχει στους ασθενείς ισότιμη, έγκαιρη και απρόσκοπτη πρόσβαση στις καλύτερες και ασφαλέστερες θεραπείες και φάρμακα, θα στηρίζει την καινοτομία, ενισχύοντας παράλληλα την έρευνα και την ανάπτυξη νέων καινοτόμων θεραπειών και φαρμάκων και θα διασφαλίζει τη μέγιστη δυνατή ασφάλεια του δικτύου διανομής φαρμάκων.

²⁵ <https://www.pac.gr/>

²⁶ <https://www.sevt.gr/>

²⁷ <https://www.sme.gr/>

²⁸ <https://www.sfee.gr/>

Βιομηχανικοί φορείς - Περιφερειακοί συλλογικοί φορείς



*Σύνδεσμος Βιομηχανιών Θεσσαλίας και Κεντρικής Ελλάδος (ΣΒΘΚΕ)*²⁹: Ο ΣΒΘΚΕ λειτουργεί με έδρα την πόλη του Βόλου και περιοχή ευθύνης τους Νομούς Καρδίτσας, Μαγνησίας και Τρικάλων. Βασικός στόχος του συνδέσμου είναι η προστασία και προαγωγή των οικονομικών και επαγγελματικών συμφερόντων των μελών και η μελέτη και επιστημονική έρευνα για την υποβοήθηση του έργου της βιομηχανικής ανάπτυξης της Θεσσαλίας.

*Σύνδεσμος Θεσσαλικών Επιχειρήσεων Βιομηχανιών (ΣΘΕΒ)*³⁰: Ο ΣΘΕΒ λειτουργεί με έδρα τη Λάρισα με στόχο μέσω πρωτοβουλιών και παρεμβάσεων τη δημιουργία συνθηκών που ευνοούν τις επιχειρηματικές δραστηριότητες και εν γένει την οικονομική ανάπτυξη. Μέχρι σήμερα αριθμεί πάνω από 350 επιχειρήσεις-μέλη και εκπροσωπεί επιχειρήσεις όλων των μεγεθών και όλων των κλάδων της οικονομίας σε όλη την Θεσσαλία.

*Σύνδεσμος Επιχειρήσεων και Βιομηχανιών Πελοποννήσου και Δυτικής Ελλάδος (ΣΕΒΠΔΕ)*³¹: Ο ΣΕΒΠΔΕ λειτουργεί με έδρα την Πάτρα με περιοχή ευθύνης του την Πελοπόννησο, την Δυτική Ελλάδα, την Ήπειρο και τα νησιά του Ιονίου. Βασικός στόχος του συνδέσμου είναι η προστασία και η προαγωγή των οικονομικών και επαγγελματικών συμφερόντων των μελών του καθώς και η μελέτη, προβολή, υποστήριξη και συμβολή στην ανάπτυξη των θεμάτων, που αφορούν τη βιομηχανία.

*Σύνδεσμος Βιομηχανιών Αττικής- Πειραιώς (ΣΒΑΠ)*³²: Ο ΣΒΑΠ έχει στόχο την ανάπτυξη της βιομηχανίας στην Αττική και τον Πειραιά και την ενίσχυση της εξωστρέφειας και εν γένει ανταγωνιστικότητας του. Ο σύνδεσμος παρουσιάζει έντονη δραστηριότητα με σημαντικές εκδηλώσεις και παρεμβάσεις καθώς και συμμετοχή σε διαβούλευσης επί θεμάτων που άπτονται της βιομηχανίας.

²⁹ <http://www.sbtke.gr>

³⁰ <http://www.sthev.gr>

³¹ <http://www.sevpde.gr>

³² <http://www.svap.gr/>

Επαγγελματικές Οργανώσεις/ Ενώσεις



*Οικονομικό Επιμελητήριο Ελλάδος (ΟΕΕ)*³³: Το ΟΕΕ έχει ως μέλη πτυχιούχους οικονομικών σπουδών, και σκοπό έχει να συμβάλει ουσιαστικά στη διαμόρφωση αποτελεσματικού και δίκαιου φορολογικού συστήματος, στην αναπτυξιακή διαδικασία, στη λειτουργία θεσμών οικονομικού αντικείμενου και στην εξεύρεση – αξιοποίηση πόρων για την αντιμετώπιση των προβλημάτων της Εθνικής Οικονομίας.

*Τεχνικό Επιμελητήριο Ελλάδας (ΤΕΕ)*³⁴: Το ΤΕΕ έχει ως μέλη πτυχιούχους μηχανικούς και σκοπό έχει την προαγωγή της επιστήμης στους τομείς που σχετίζονται με την ειδικότητα των μελών του, της τεχνικής και της τεχνολογίας γενικά και την αξιοποίησή τους για την οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική ανάπτυξη της χώρας στο πλαίσιο των αρχών της αειφορίας και της προστασίας του περιβάλλοντος.

Ακαδημαϊκά- Ερευνητικά Ιδρύματα

- Τμήμα Βιομηχανικής Διοίκησης και Τεχνολογίας του Πανεπιστημίου Πειραιώς³⁵

Το Τμήμα Βιομηχανικής Διοίκησης και Τεχνολογίας έχει σκοπό την εκπαίδευση, μόρφωση και ανάδειξη στελεχών στην επιστήμη της Διοίκησης της Παραγωγής, με έμφαση στις εφαρμογές των νέων τεχνολογιών στα συστήματα παραγωγής. Αναλυτικότερα το τμήμα εκπαιδεύει τους φοιτητές στην ανάλυση, τον σχεδιασμό, την υλοποίηση και την οργάνωση κατάλληλων συστημάτων, με σκοπό την αποτελεσματική αντιμετώπιση προβλημάτων τα οποία ανακύπτουν στη λειτουργία της βιομηχανικής παραγωγής. Ενδεικτικά, το πρόγραμμα σπουδών του τμήματος περιλαμβάνει μαθήματα υποδομής που αναφέρονται στις ενότητες των Φυσικών, Μαθηματικών και Κοινωνικό-Οικονομικών Επιστημών, καθώς και μαθήματα προσανατολισμένα προς τα κύρια γνωστικά αντικείμενα της ειδικότητας, σχετικά με τη μελέτη φαινομένων, συστημάτων και τεχνολογίας της σύγχρονης παραγωγής.

- Σχολή Χημικών Μηχανικών του Εθνικού Μετσόβιου Πολυτεχνείου³⁶

Η Σχολή Χημικών Μηχανικών έχει σκοπό την παροχή υψηλού επιπέδου γνώσεων, δεξιοτήτων και ικανότητας εφαρμογής των αρχών των θετικών επιστημών, μαθηματικών, φυσικής, χημείας και βιολογίας των τεχνικών επιστημών, καθώς και των οικονομικών, κοινωνικών επιστημών. Ο απόφοιτος του τμήματος μπορεί να απασχοληθεί σε ένα μεγάλο φάσμα δραστηριοτήτων με κύρια, την απασχόληση σε βιομηχανικές παραγωγικές διαδικασίες. Πιο συγκεκριμένα σε βιομηχανικές επιχειρήσεις χημικών και πετρελαιοειδών προϊόντων, φαρμακευτικών, πλαστικών προϊόντων καθώς και αγροδιατροφικών προϊόντων κ.α.

- Τμήμα Επιστήμης και Τεχνολογίας Τροφίμων του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής³⁷

³³ <https://oe-e.gr/>

³⁴ <https://web.tee.gr/>

³⁵ <http://www.tex.unipi.gr/>

³⁶ https://www.chemeng.ntua.gr/the_course_guide

Το Τμήμα Επιστήμης και Τεχνολογίας Τροφίμων του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής έχει ως στόχο την παροχή υψηλού επιπέδου γνώσεων, ικανοτήτων και δεξιοτήτων, δίνοντας έμφαση σε τομείς, όπως η μικροβιολογία τροφίμων, η χημεία και η ανάλυση τροφίμων, η επεξεργασία, συντήρηση και συσκευασία τροφίμων, η διασφάλιση ποιότητας, η τεχνολογία φυτικών και ζωικών προϊόντων τροφίμων. Οι πτυχιούχοι του τμήματος μπορούν μετά να απασχοληθούν κυρίως σε βιομηχανικές επιχειρήσεις τυποποίησης, αποθήκευσης, διανομής και εμπορίας τροφίμων, δραστηριοποιούμενοι στον προγραμματισμό και την οργάνωση της παραγωγής, στην εγκατάσταση και λειτουργία συστημάτων διαχείρισης ποιότητας, στο σχεδιασμό και την ανάπτυξη και τον έλεγχο προϊόντων. Επιπλέον μπορούν να απασχοληθούν ως τεχνικοί σύμβουλοι σε επιχειρήσεις παροχής μελετητικών και συμβουλευτικών υπηρεσιών στη βιομηχανία τροφίμων, αξιοποιώντας την υφιστάμενη τεχνογνωσία και τις σύγχρονες εξελίξεις στον κλάδο.

- Τμήμα Τεχνολογιών Ψηφιακής Βιομηχανίας του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών³⁸

Το Τμήμα Τεχνολογιών Ψηφιακής Βιομηχανίας στοχεύει να αποτελέσει σημείο αναφοράς στην εκπαίδευση, στην έρευνα και την ανάπτυξη της 4ης βιομηχανικής επανάστασης (Industry 4.0) με απώτερο στόχο την αύξηση της παραγωγικότητας και της παραγωγής και τη διατήρηση της περιβαλλοντολογικής αειφορίας. Αυτός ο στόχος μπορεί να επιτευχθεί μέσω σύγχρονων ψηφιακών μορφών παραγωγής και τη βελτιστοποίηση τους μέσω των τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών. Φιλοδοξία του τμήματος είναι, η δημιουργία αποφοίτων με δυνατότητες απασχόλησης στη σύγχρονη ελληνική και διεθνή βιομηχανία, καθώς και η εκπαίδευση επαγγελματιών του μέλλοντος που θα έχουν τη δυνατότητα να παρέμβουν ουσιαστικά στην ελληνική βιομηχανία.

- Εθνικό Ίδρυμα Ερευνών (ΕΙΕ)³⁹

Το ΕΙΕ ένα από τα μεγαλύτερα ελληνικά ερευνητικά κέντρα εξειδικεύοντας την έρευνα του σε συγκεκριμένους τομείς- ινστιτούτα που ανήκουν σε αυτό. Αναλυτικότερα διαθέτει το Ινστιτούτο Χημικής Βιολογίας⁴⁰, με στόχο την ανάπτυξη μιας σύγχρονης, διεπιστημονικής ερευνητικής προσέγγισης στους τομείς της υγείας, του φαρμάκου και της βιοτεχνολογία. Επιπλέον, το Ινστιτούτο Ιστορικών Ερευνών⁴¹ που έχει ως αντικείμενο την έρευνα της πολιτικής, οικονομικής, κοινωνικής, και πολιτισμικής ιστορίας της Ελληνικής και Ρωμαϊκής αρχαιότητας, του Βυζαντίου και του Νέου Ελληνισμού. Τέλος, στο ΕΙΕ δραστηριοποιείται και το Ινστιτούτο Θεωρητικής και Φυσικής Χημείας⁴² που συνεισφέρει στην πρόοδο της επιστημονικής γνώσης και της τεχνολογικής καινοτομίας.

- Ερευνητικό Κέντρο «Αθηνά»⁴³

Το Ερευνητικό Κέντρο Αθηνά, δημιουργήθηκε το 2003 ως Κέντρο Εφαρμογών των Τεχνολογιών Επικοινωνίας και Πληροφορίας (ΚΕΤΕΠ), με στόχο την συγκέντρωση και την περαιτέρω ανάπτυξη των ερευνητικών και αναπτυξιακών δράσεων και πρωτοβουλιών του ερευνητικού χώρου στον τομέα της Πληροφορικής και των Επικοινωνιών. Η ερευνητική και αναπτυξιακή δραστηριότητα του Ερευνητικού Κέντρου επικεντρώνεται σε τομείς όπως ενδεικτικά οι

³⁷ <https://fst.uniwa.gr/paroyiasia-tmimatos/>

³⁸ <https://www.dind.uoa.gr/>

³⁹ <http://www.eie.gr/index.html>

⁴⁰ http://www.eie.gr/nhrf/institutes/ibmcb/index-gr_ibmcb.html

⁴¹ http://www.eie.gr/nhrf/institutes/ihr/index-gr_IHR.html

⁴² <http://www.eie.gr/nhrf/institutes/tpci/index-gr.html>

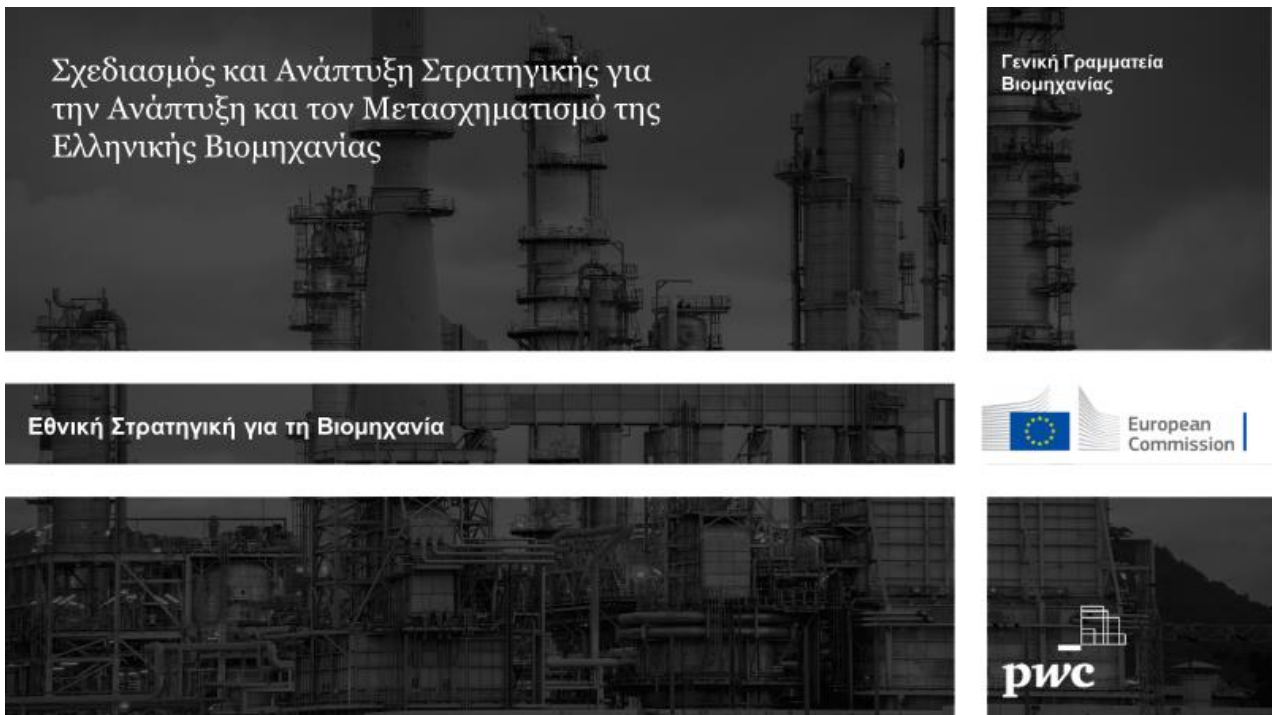
⁴³ <https://www.athenarc.gr/el>

τεχνολογίες πολιτιστικής κληρονομιάς, πληροφοριακά συστήματα και τεχνολογίες δεδομένων, τεχνολογίες για τη βιομηχανία, την αειφορία και την ασφάλεια, την επιστήμη και μηχανική του διαστήματος και της περιβαλλοντικής αλλαγής. Τέλος, το Ερευνητικό Ίδρυμα πραγματοποιεί έρευνα αναφορικά με την ρομποτική αντίληψη και αλληλεπίδραση όπως και η φαρμακοπληροφορική.

- Εθνικό Κέντρο Έρευνας Φυσικών Επιστημών «Δημόκριτος»⁴⁴

Το Εθνικό Κέντρο Έρευνας Φυσικών Επιστημών Δημόκριτος, αποτελεί το μεγαλύτερο διεπιστημονικό Ερευνητικό Κέντρο της Ελλάδας που απασχολείται σε έργα χρηματοδοτούμενα από κρατικά κονδύλια, την Ευρωπαϊκή Ένωση, Διεθνείς Οργανισμούς και τη Βιομηχανία. Διαθέτει 5 Ινστιτούτα, τα οποία ασχολούνται με την έρευνα σε εξειδικευμένους τομείς όπως είναι το Ινστιτούτο Πληροφορικής και Τηλεπικοινωνιών, το Ινστιτούτο Βιοεπιστημών και Εφαρμογών, το Ινστιτούτο Πυρηνικών και Ραδιολόγων Επιστημών, Τεχνολογίας, Ενέργειας και Ασφάλεια, το Ινστιτούτο Νανοεπιστήμης και Νανοτεχνολογίας και τέλος το Ινστιτούτο Πυρηνικής και Σωματιδιακής Φυσικής.

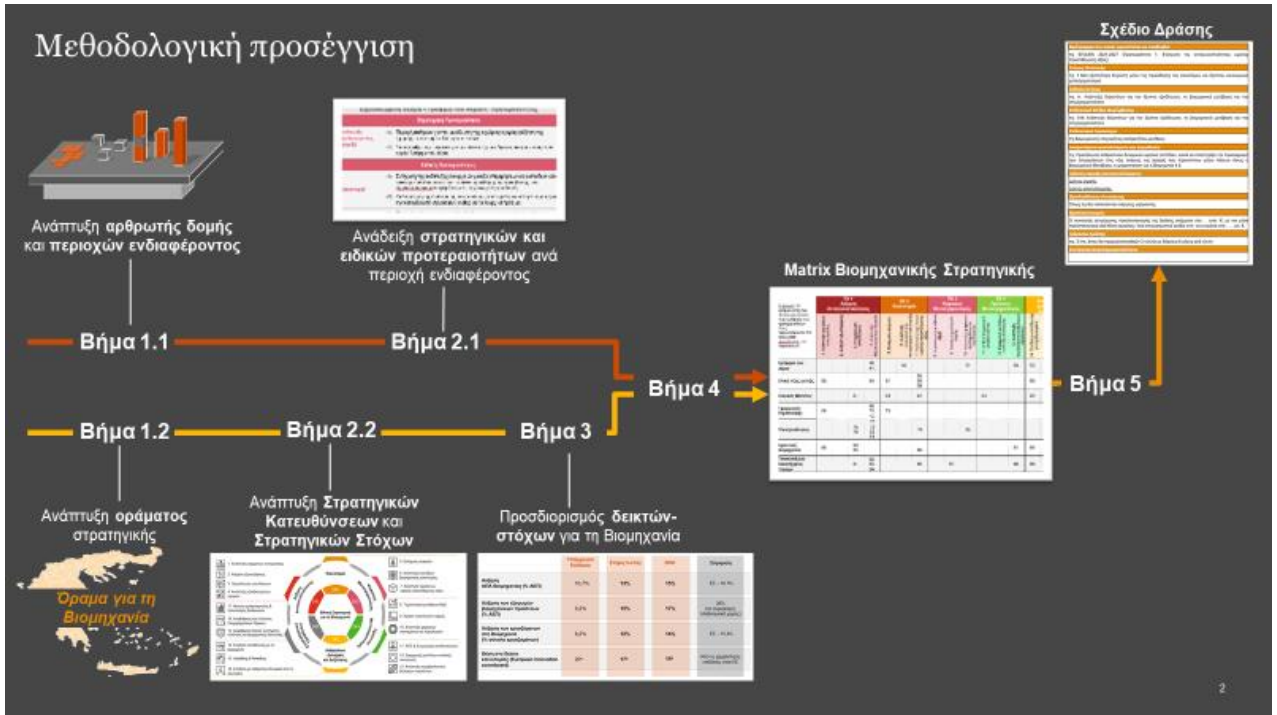
III. Ενημερωτικό Υλικό



⁴⁴ <http://www.demokritos.gr/el/>

Πίνακας Περιεχομένων

- 1 Όραμα
- 2 Δομικά στοιχεία
- 3 Στόχοι
- 4 "Matrix" Βιομηχανικής Στρατηγικής
- I Παράρτημα



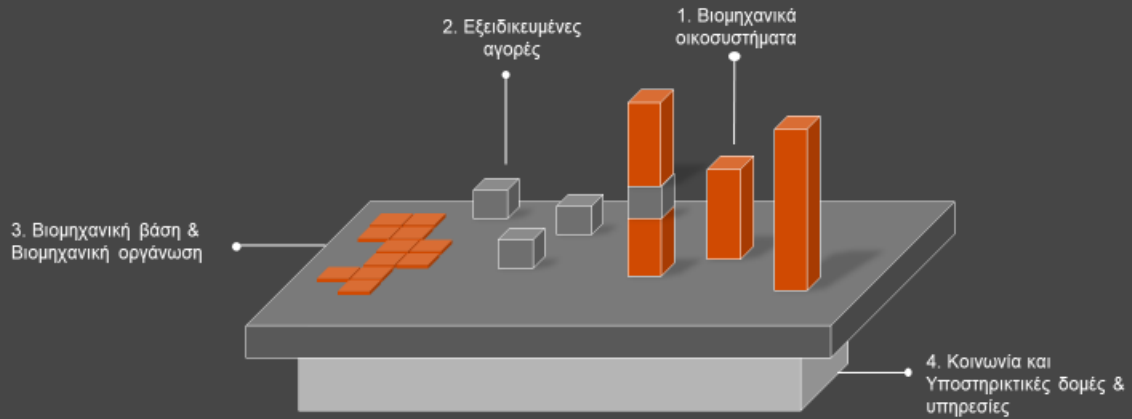
Όραμα Στρατηγικής



Η Βιομηχανία **μετασχηματίζει** το παραγωγικό μοντέλο της χώρας, επενδύει στην **καινοτομία**, τις **συνεργασίες** και τις **δεξιότητες** του ανθρώπινου δυναμικού, προσελκύει **επενδύσεις** και συμμετέχει δυναμικά σε διεθνείς αλυσίδες αξίας με **ανταγωνιστικά προϊόντα**, δημιουργώντας **βιώσιμα** και **χωρίς αποκλεισμούς αποτελέσματα** για την Ελληνική κοινωνία.



Η ανάπτυξη της Βιομηχανικής Στρατηγικής ακολουθεί μία αρθρωτή δομή...



Η ανάπτυξη της Βιομηχανικής Στρατηγικής ακολουθεί μία *αρθρωτή δομή*...

- ... με τον τρόπο αυτό αναδεικνύονται *επιλεγμένες περιοχές ενδιαφέροντος* (οικοσυστήματα, εξειδικευμένες αγορές)...
- ... ενώ ταυτόχρονα, με την χρήση πολλαπλών *δομικών στοιχείων*, καλύπτονται επαρκώς και τα οριζόντια ζητήματα της Βιομηχανίας...

6

... μέσω της οποίας αναδεικνύονται επιλεγμένες περιοχές ενδιαφέροντος...

1 Οικοσυστήματα

- Αγροδιατροφή
- Δομικά Υλικά
- Υγεία
- Ψηφιακές Τεχνολογίες & Εφαρμογές
- Πράσινες Τεχνολογίες/Κυκλική Οικονομία

2 Εξειδικευμένες αγορές

- Τρόφιμα value for money
- Υλικά νέας γενιάς
- Τεχνολογίες και Εφαρμογές Υγείας
- Εφαρμογές Ρομποτικής
- Ηλεκτροκίνηση
- Αμυντική βιομηχανία
- Επισκευή και Ναυπήγηση Πλοίων

3 Βιομηχανική βάση/Βιομηχανική οργάνωση

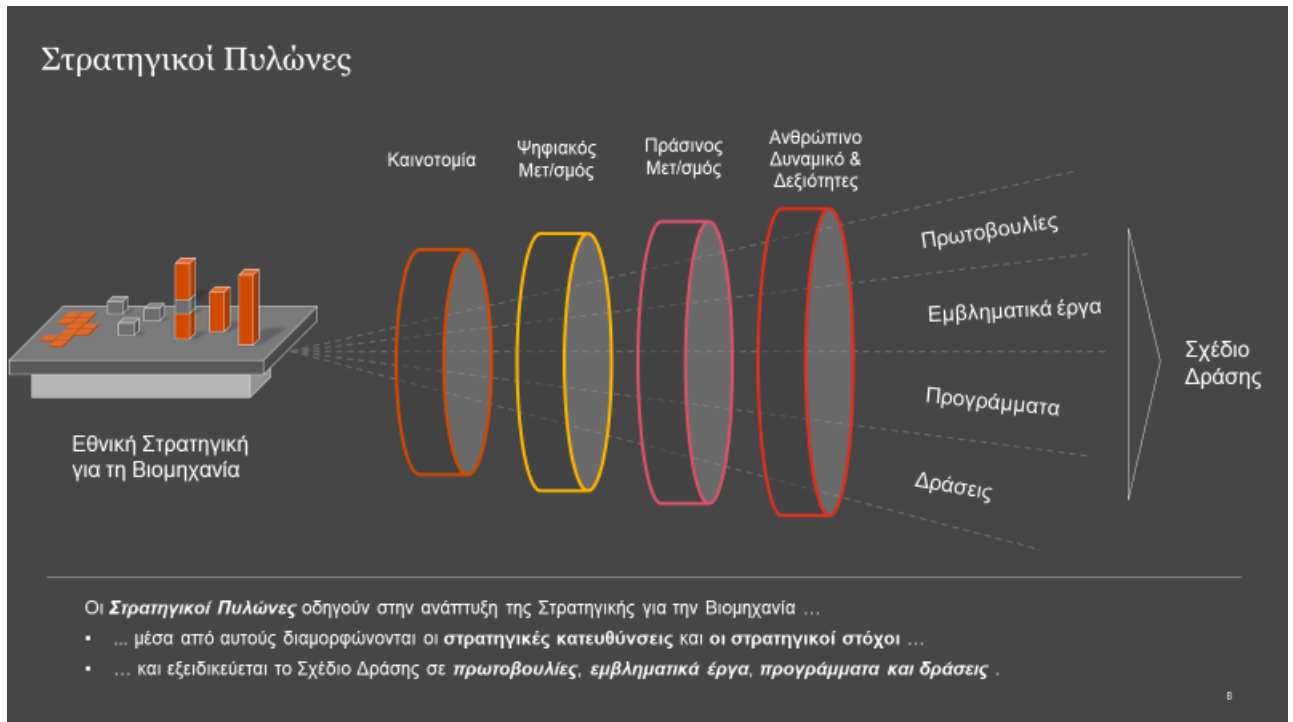
- Βιομηχανικές ΜμΕ
- Δομές υποστήριξης βιομηχανικών επιχειρήσεων
- Δομές εκπροσώπησης βιομηχανικών επιχειρήσεων

4 Κοινωνία - υποστηρικτικές δομές & υπηρεσίες

- Κοινωνία & Ανθρώπινο Δυναμικό
- Ενέργεια
- Εφοδιαστική Αλυσίδα
- Υποδομές
- Χρηματοδότηση
- Εθνικό σύστημα καινοτομίας
- Δημόσια Διοίκηση

Σημείωση: Οι προτεραιότητες κάθε περιοχής ενδιαφέροντος περιγράφονται στο *Παράρτημα Ι*.

7





Στρατηγικές Κατευθύνσεις – Στρατηγικοί Στόχοι (2/3)

ΣΚ1
Αύξηση Ανταγωνιστικότητας

- 1. Ανάπτυξη σχημάτων συνεργασίας**, για την επίτευξη κρίσιμης μάζας και βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των βιομηχανικών επιχειρήσεων (ιδίως ΜμΕ).
- 2. Αύξηση της εξωστρέφειας**, μέσω της παροχής κινήτρων και ανάπτυξης δομών υποστήριξης για την προώθηση της επέκτασης των επιχειρήσεων σε νέες αγορές.
- 3. Προσέλκυση επενδύσεων**, παροχή κινήτρων και διαμόρφωση κατάλληλου θεσμικού πλαισίου για την αύξηση των εγχώριων και άμεσων ξένων επενδύσεων με στόχο την κάλυψη του επενδυτικού κενού.
- 4. Ανάπτυξη εξειδικευμένων αγορών**, για την αποτελεσματική προώθηση πολιτικών διαφοροποίησης προϊόντων και αύξηση της παραγόμενης προστιθέμενης αξίας και παραγωγικότητας.





ΣΚ2
Καινοτομία

- 5. Ενίσχυση νεοφυών**, μέσω της αύξησης της χρηματοδότησης και της δημιουργίας δομών για την υποστήριξη των νεοφυών επιχειρήσεων κατά τα διάφορα στάδια του κύκλου ζωής τους.
- 6. Ανάπτυξη συστάδων βιομηχανικής καινοτομίας** μεταξύ επιχειρήσεων και αλλαγή θεσμικού πλαισίου για την απρόσκοπτη και αποτελεσματική συνεργασία με την ερευνητική/ ακαδημαϊκή κοινότητα.
- 7. Ανάπτυξη προϊόντων υψηλής προστιθέμενης αξίας**, μέσω της αύξησης της χρηματοδότησης για ανερχόμενες τεχνολογίες και της αναβάθμισης του εθνικού συστήματος καινοτομίας, με τη δημιουργία κατάλληλων τεχνολογικών υποδομών και την παροχή υπηρεσιών για στάδια υψηλής τεχνολογικής ωριμότητας ενισχύοντας τις προσπάθειες (ιδίως των ΜμΕ) για την εμπορευματοποίηση νέων ιδεών και ερευνητικών αποτελεσμάτων.

ΣΚ3
Ψηφιακός Μετασχηματισμός

- 8. Τεχνολογική μετάβαση ΜμΕ**, ενίσχυση του ψηφιακού μετασχηματισμού επιχειρήσεων με περιορισμένη ψηφιακή ωριμότητα σε τομείς χαμηλής τεχνολογικής έντασης, μέσω της εγκατάστασης και αναβάθμισης βασικού εξοπλισμού και ψηφιακών λειτουργιών, στο πλαίσιο υλοποίησης στοχευμένων επιχειρησιακών δράσεων.
- 9. Χρήση τεχνολογιών αιχμής** για τις ψηφιακά ανεπτυγμένες επιχειρήσεις αξιοποιώντας τεχνολογίες που εμπίπτουν στο φάσμα των τεχνολογιών της Βιομηχανίας 4.0.
- 10. Ανάπτυξη ψηφιακών συστημάτων και τεχνολογιών**, μέσω της ενίσχυσης της εγχώριας παραγωγής ψηφιακών συστημάτων και τεχνολογιών.

Στρατηγικές Κατευθύνσεις – Στρατηγικοί Στόχοι (3/3)

 Πράσινο Μετασχηματισμός	 Ανθρώπινο Δυναμικό & Δεξιότητες	 Επιχειρηματικό Περιβάλλον	 Ανθεκτικότητα
<p>11. ΑΠΕ και ενεργειακή αποδοτικότητα, κινητοποίηση σημαντικών επενδύσεων και αναμόρφωση του θεσμικού πλαισίου για την ενεργό παραγωγή και αποθήκευση ενέργειας μέσω ΑΠΕ καθώς και τη λήψη μέτρων για τη βελτίωση της ενεργητικής και παθητικής ενεργειακής αποδοτικότητας της βιομηχανίας.</p> <p>12. Εφαρμογή μοντέλων κυκλικής οικονομίας κυρίως μέσω της προώθησης της βιομηχανικής συμβίωσης με στόχο την επιχειρηματική αξιοποίηση της ανάγκης μείωσης του περιβαλλοντικού αποτυπώματος.</p> <p>13. Ανάπτυξη περιβαλλοντικά βιώσιμων προϊόντων, αξιοποιώντας επιχειρηματικές ευκαιρίες που αναμένεται να δημιουργηθούν από την εφαρμογή μοντέλων κυκλικής οικονομίας.</p>	<p>14. Σύνδεση της εκπαίδευσης με τη βιομηχανία, αναμόρφωση του εκπαιδευτικού συστήματος και διασύνδεση του με την αγορά για την ανάπτυξη κατάλληλων ειδικοτήτων και δεξιοτήτων με ζήτηση στη βιομηχανία, συμβάλλοντας στη μείωση της ανεργίας των νέων και στην αποτροπή του brain drain.</p> <p>15. Upskilling & Reskilling ανθρώπινου δυναμικού μέσω προγραμμάτων συνεχιζόμενης επαγγελματικής κατάρτισης για την υποστήριξη, τόσο του μετασχηματισμού των επιχειρήσεων όσο και την σμαλή προσαρμογή του ανθρώπινου δυναμικού στις νέες ανάγκες της αγοράς εργασίας.</p> <p>16. Σύνδεση με ανθρώπινο δυναμικό από το εξωτερικό, μέσω της δημιουργία ενός δικτύου επαφής με απόδημους επιστήμονες.</p>	<p>17. Μείωση της γραφειοκρατίας και απλοποίηση διαδικασιών προς τις επιχειρήσεις, μέσω της ψηφιοποίηση των δημόσιων υπηρεσιών και της απλοποίησης διαδικασιών με μεγάλο διοικητικό κόστος.</p> <p>18. Αναβάθμιση και επέκταση Επιχειρηματικών Πάρκων, με ειδική μέριμνα για την εξυγίανση Άτυπων Βιομηχανικών Συγκεντρώσεων (ΑΒΣ) και τη δημιουργία νέων Επιχειρηματικών Πάρκων καθώς και αναμόρφωση του θεσμικού πλαισίου που διέπει τη λειτουργία τους.</p> <p>19. Αναβάθμιση του εθνικού συστήματος ποιότητας και βιομηχανικής ιδιοκτησίας, για την προσαρμογή στις ανάγκες του πράσινου και ψηφιακού μετασχηματισμού και την αποτελεσματικότερη υποστήριξη της βιομηχανικής καινοτομίας.</p>	<p>20. Διαχείριση ενεργειακής κρίσης, εξασφάλιση ενεργειακής επάρκειας και επίτευξη ανταγωνιστικού ενεργειακού κόστους για τις βιομηχανικές επιχειρήσεις.</p> <p>21. Ανάπτυξη εναλλακτικών καναλιών τροφοδοσίας, για την ενίσχυση της αυτονομίας της βιομηχανικής παραγωγής σε ευρωπαϊκό και εθνικό επίπεδο.</p> <p>22. Διαχείριση έκτακτων συνθηκών/ κρίσεων, δημιουργία κατάλληλων δομών και μηχανισμών για την αντιμετώπιση έκτακτων συνθηκών.</p> <p>23. Προσαρμογή στην κλιματική αλλαγή, λήψη μέτρων για την ταχεία προσαρμογή της Βιομηχανίας στην κλιματική αλλαγή και την αντιμετώπιση των συνεπειών της.</p>

Στόχοι για την Ελληνική Βιομηχανία

	Υπάρχουσα Επίδοση	Στόχος 5-ετίας	2030	Σύγκριση
Αύξηση ΑΠΑ Βιομηχανίας (% ΑΕΠ)	10,7%	13%	15%	ΕΕ – 18,1%
Αύξηση των εξαγωγών βιομηχανικών προϊόντων (% ΑΕΠ)	9,2%	15%	20%	38% (σε συγκρίσιμες πληθυσμιακά χώρες)
Αύξηση των εργαζόμενων στη Βιομηχανία (% σύνολο εργαζομένων)	8,2%	12%	14%	ΕΕ – 15,4%
Θέση στο δείκτη καινοτομίας (European innovation scoreboard)	20 ^η	17 ^η	15 ^η	Από τις χαμηλότερες επιδόσεις στην ΕΕ

* Στοιχεία Eurostat



“Matrix” Βιομηχανικής Στρατηγικής

	ΣΚ 1 Αιχμή	Αναπτυξιακά	ΣΚ 2 Καινοτομία	ΣΚ 3 Ψηφιακός Μετασχηματισμός	ΣΚ 4 Πράσινο Μετασχηματισμός	ΣΚ 5 Ανθρώπινο Δυναμικό & Δεξιότητες	ΣΚ 6 Επιχειρησιακό & Περιβάλλον	ΣΚ 7 Αυθεντικότητα					
Σημείωση: Οι αριθμοί εντός του πίνακα αποτελούν τους κωδικούς των προτεραιοτήτων όπως παρουσιάζονται στο τέλος κάθε υποενότητας του Κεφαλαίου 2	1. Ανάπτυξη υγιών επιχειρήσεων 2. Δείκτης εξωστρέφειας 3. Προβλεπόμενες επενδύσεις 4. Δείκτης Εξελικτικών Δράσεων 5. Έκταση νεφών 6. Δείκτης αυτοδύναμης βιομηχανικής οικονομίας 7. Δείκτης πρόσδεσης νέων επενδυμένων αξιών 8. Τεχνολογική μεταβίβαση Νεώτ 9. Χρήση τεχνολογιών αιχμής 10. Ανάπτυξη ψηφιακών συστημάτων και τεχνολογιών 11. ΑΠΕ & Ενεργειακή απόδοτικότητα 12. Εφαρμογή μονόλων κυκλικής οικονομίας 13. Δείκτης περιβαλλοντικά βιώσιμων προϊόντων 14. Σύνδεση εκπαιδευτές με τη βιομηχανία 15. Upskilling & Reskilling 16. Σύνδεση με ανθρώπινο δυναμικό από το εξωτερικό 17. Μέγιστη προσέλευση & απελευθέρωση διαδίκτυων 18. Ανοχή στην αλλαγή 19. Εμπιστοσύνη 20. Δείκτης ενεργειακής κριτής 21. Δείκτης κοινωνικών ενδεδειγμένων εργασιών 22. Δείκτης έγκαιρων πληροφοριών 23. Στρατηγική στην αλλαγή	1.		2.	6.	5.							
Αγροδιατροφή													
Δομικά Υλικά	10.	11.		12.	14.	13.		16.	15.				
Υγεία		17.	18.		19.	22.	23.	21.	25.	24.			
Ψηφιακές Τεχνολογίες και Εφαρμογές			27.	26.		31.	32.	30.	29.	33.	35.	34.	
Πράσινη Τεχνολογία/Κυκλική Οικονομία					41.	42.		36.	37.	38.	39.	43.	44.

Στρατηγικές Κατευθύνσεις

Στρατηγικοί Στόχοι

Προτεραιότητες (αριθμ. από Παράρτημα)

Περιοχές ενδιαφέροντος (οικουσυστήματα, εξειδικευμένες αγορές ...)

Το “Matrix” της Στρατηγικής ολοκληρώνει την αρθρωτή δομή, και λειτουργεί ως εργαλείο...

- ... για την εξειδίκευση των Στρατηγικών Κατευθύνσεων/ Στόχων ανά πεδίο ενδιαφέροντος ώστε το αποτέλεσμα του σχεδιασμού να είναι στοχευμένο, αποφεύγοντας οριζόντιες και επιδερμικές προτάσεις
- ... για την επιλογή και το σχεδιασμό των απαραίτητων Πρωτοβουλιών, Εμβληματικών Έργων, Προγραμμάτων και Δράσεων τα οποία θα συνθέσουν το Σχέδιο Δράσης



Παράρτημα

Προτεραιότητες – Οικοσυστήματα (1/3)



Αγροδιατροφή






Δομικά Υλικά

Στρατηγικές προτεραιότητες	Αγροδιατροφή	Δομικά Υλικά
Καινοτομία	1. Ανάπτυξη συνεργειών μεταξύ επιχειρήσεων στο χώρο της αγροδιατροφής και του τουρισμού.	10. Ανάπτυξη clusters με επίκεντρο μια μεγάλη επιχείρηση σε συνεργασία με ΜμΕ που αναπτύσσονται γύρω από αυτήν. 11. Ενίσχυση της εξωστρέφειας, προωθώντας στρατηγικές συνεργασίες με εντατικούς τελικούς χρήστες σε αγορές του εξωτερικού
Πράσινος Μετ/σμός	2. Δημιουργία συσταδίων βιομηχανικής καινοτομίας όπου στο επίκεντρο βρίσκεται ένας σημαντικός αριθμός ΜμΕ ή μια μεγάλη επιχείρηση. 3. Εφαρμογή μοντέλων κυκλικής οικονομίας για την αποδοτική χρήση φυσικών πόρων κατά μήκος της αλυσίδας αξίας. 4. Προώθηση της ανάπτυξης διαπιστευμένων και πράσινων προϊόντων, με έμφαση στη συσκευασία.	12. Ενίσχυση καινοτομίας για την παραγωγή καινοτόμων υλικών, τα οποία θα ανταπεξέλθουν σε σύγχρονες τάσεις και ανάγκες της αγοράς (Υλικά νέας γενιάς).
Ψηφιακός Μετ/σμός	5. Αυτοματοποίηση (AI, IoT, M2M) παραγωγής και εφοδιαστικής αλυσίδας (ιχνολοσιμότητα) για ψηφιακά ώριμες επιχειρήσεις. 6. Ενσωμάτωση ψηφιακών τεχνολογιών για την ανάλυση δεδομένων και ανάπτυξη ηλεκτρονικού εμπορίου, για επιχειρήσεις με χαμηλή ψηφιακή ωριμότητα.	13. Μετασχηματισμός των ενεργοβόρων βιομηχανιών μέσω: Α. Αξιοποίησης εναλλακτικών μορφών ενέργειας Β. Βελτίωση της ενεργειακής αποδοτικότητας Γ. Εφαρμογών κυκλικής οικονομίας και βιομηχανικής συμβίωσης
Ανθρώπινο Δυναμικό & Δεξιότητες	7. Υλοποίηση προγραμμάτων συνεχιζόμενης επαγγελματικής κατάρτισης για την ανάπτυξη κυρίως ψηφιακών δεξιοτήτων. 8. Ανάπτυξη τεχνικών ειδικοτήτων με μεγάλη ζήτηση στο οικοσύστημα. 9. Προσέλκυση στελεχών και εργατικού δυναμικού για την αντιμετώπιση της γήρανσης του ανθρώπινου δυναμικού.	14. Προώθηση της συλλογής και χρήσης δεδομένων, μέσω: Α. Ψηφιακών διαβατηρίων προϊόντων για την αύξηση της ιχνολοσιμότητας των ροών υλικών Β. Προσομοιώσεων με τη χρήση AI και IoT για τη βελτίωση της αποτελεσματικότητας, ασφάλειας και βιωσιμότητας της παραγωγής. 15. Προσέλκυση επαγγελματιών με διατομεακή εξειδίκευση και γνώσεις που άπτονται τόσο της αυτοματοποίησης της παραγωγής όσο και του πράσινου μετασχηματισμού. 16. Ανάπτυξη του εγχώριου ανθρώπινου δυναμικού σε τεχνικές ειδικότητες με μεγάλη ζήτηση στο οικοσύστημα.

Προτεραιότητες – Οικοσυστήματα (2/3)

	 Υγεία	 Ψηφιακές Τεχνολογίες & Εφαρμογές
Στρατηγικές προτεραιότητες	<p>17. Ενίσχυση της εξωστρέφειας των επιχειρήσεων ώστε να αξιοποιήσουν την τάση που αναπτύσσεται για διαφοροποίηση της εφοδιαστικής αλυσίδας και τη μείωση εξαρτήσεων από τρίτες χώρες.</p> <p>18. Προσέλκυση άμεσων ξένων επενδύσεων σε κλινικές μελέτες</p>	<p>26. Λαμβάνοντας υπόψη το σχετικά μικρό μέγεθος των εγχώριων επιχειρήσεων η ενίσχυση συνεργειών, αποτελεί κρίσιμο παράγοντα για την ανάπτυξη καινοτόμων τεχνολογιών (I 4.0).</p>
 Καινοτομία	<p>19. Παροχή κινήτρων για τη συντήρηση και μεγέθυνση της E&A στη φαρμακοβιομηχανία.</p> <p>20. Απλοποίηση πλαισίου βιομηχανικής ιδιοκτησίας όσον αφορά τη φαρμακοβιομηχανία.</p>	<p>27. Ενίσχυση καινοτόμων νεοφυών επιχειρήσεων του οικοσυστήματος</p> <p>28. Αναθεώρηση του Εθνικού συστήματος Τυποποίησης / Ποιότητας και Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας με βάση τις ανάγκες που προκύπτουν για την προώθηση του ψηφιακού μετασχηματισμού.</p>
 Πράσινος Μετ/σμός	<p>21. Διαχείριση των χημικών αποβλήτων που προκύπτουν από την παραγωγή φαρμάκων με την εφαρμογή των αρχών κυκλικής οικονομίας.</p>	<p>29. Ανάπτυξη πράσινων προϊόντων με μεγαλύτερη διάρκεια ζωής και δυνατότητα επισκευής</p> <p>30. Προώθηση της εφαρμογής μοντέλων κυκλικής οικονομίας κυρίως μέσω της ανακύκλωσης συσκευών και της επαναχρησιμοποίησης υλικών.</p>
 Ψηφιακός Μετ/σμός	<p>22. Ενίσχυση της συλλογής και αξιοποίησης δεδομένων, με τη χρήση τεχνολογιών I4.0 (AI και High Performance Computing), για τη λήψη αποφάσεων κατά την ανάπτυξη των φαρμάκων.</p> <p>23. Αυτοματοποίηση της παραγωγής και της εφοδιαστικής αλυσίδας με τη χρήση εφαρμογών ρομποτικής και AI.</p>	<p>31. Χρήση τεχνολογιών I 4.0 για την ανάπτυξη νέων έξυπνων προϊόντων με δυνατότητα σύνδεσης με το διαδίκτυο και άλλες συσκευές.</p> <p>32. Αξιοποίηση τεχνολογιών I 4.0 για την προώθηση νέων επιχειρηματικών μοντέλων ("as-a-Service" or "pay-as-you go").</p>
 Ανθρώπινο Δυναμικό & Δεξιότητες	<p>24. Προσέλκυση επιστημόνων από το εξωτερικό με κατάλληλες γνώσεις και δεξιότητες (Brain gain).</p> <p>25. Ανάπτυξη του εγχώριου ανθρώπινου δυναμικού σε τεχνικές ειδικότητες με μεγάλη ζήτηση στο οικοσύστημα (εργοδηγοί, χειριστές μηχανημάτων κ.α)</p>	<p>33. Αναδιάρθρωση εκπαίδευσης με έμφαση στις ειδικότητες ΤΠΕ.</p> <p>34. Προσέλκυση επιστημόνων από το εξωτερικό με κατάλληλες γνώσεις και δεξιότητες (Brain gain).</p> <p>35. Προώθηση της συνεχιζόμενης επαγγελματικής κατάρτισης για την ανάπτυξη ψηφιακών δεξιοτήτων.</p>

Προτεραιότητες – Οικοσυστήματα (3/3)

	 Πράσινες Τεχνολογίες/ Κυκλική Οικονομία
Στρατηγικές προτεραιότητες	<p>36. Προώθηση της βιομηχανικής συμβίωσης στο πλαίσιο της εφαρμογής μοντέλων κυκλικής οικονομίας, μέσω της παροχής κινήτρων, της δημιουργίας κατάλληλου θεσμικού πλαισίου και υποδομών καθώς και της ενίσχυσης της κατάλληλης επιχειρηματικής κουλτούρας.</p>
 Καινοτομία	<p>37. Ενίσχυση έρευνας και καινοτομίας για την ανάπτυξη πράσινων προϊόντων.</p> <p>38. Προώθηση της ανάπτυξης αγορών για πράσινα προϊόντα, αξιοποίηση στο πλαίσιο αυτό και των Δημόσιων Προμηθειών.</p> <p>39. Προώθηση περιβαλλοντικών πιστοποιήσεων για πράσινα προϊόντα.</p>
 Πράσινος Μετ/σμός	<p>40. Λήψη μέτρων για την ανάπτυξη μοντέλων κυκλικής οικονομίας και την προώθηση της επιχειρηματικότητας στον τομέα αυτό, ενδεικτικά ως εξής: Α. Υιοθέτηση βέλτιστων τεχνικών από επιχειρήσεις με σημαντική χρήση πόρων Β. Εκσυγχρονισμός υποδομών διαλογής στην πηγή, ανακύκλωσης και ανάκτησης αποβλήτων Γ. Προσδιορισμός προδιαγραφών και απαιτήσεων για δευτερογενή υλικά</p>
 Ψηφιακός Μετ/σμός	<p>41. Αξιοποίηση τεχνολογιών I 4.0 (IoT, AI, Blockchain) οι οποίες καθιστούν την εφαρμογή μοντέλων κυκλικής οικονομίας πιο οικονομικά βιώσιμη και πιο ελκυστική για τις επιχειρήσεις.</p> <p>42. Παροχή κινήτρων σε επιχειρήσεις για τη μετάβαση από το επιχειρηματικό μοντέλο πώλησης προϊόντων σε αυτό των προϊόντων ως υπηρεσία ("as-a-Service" or "pay-as-you go"), με αυξημένη περιβαλλοντική βιωσιμότητα</p>
 Ανθρώπινο Δυναμικό & Δεξιότητες	<p>43. Ανάπτυξη δεξιοτήτων για την υποστήριξη της κυκλικής οικονομίας με έμφαση στις πράσινες τεχνολογίες και σε τομείς όπως ανακύκλωση, επιδιόρθωση και επαναχρησιμοποίηση πόρων.</p> <p>44. Εκπαίδευση και ενημέρωση του ανθρώπινου δυναμικού τόσο στη βιομηχανία όσο και σε λοιπούς τομείς σχετικά με τις βασικές αρχές της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας.</p>

Προτεραιότητες – Εξειδικευμένες αγορές (1/4)

	 Τρόφιμα value for money	 Υλικά νέας γενιάς
Στρατηγικές προτεραιότητες	<p>45. Παροχή κινήτρων για την μεγέθυνση της εγχώριας αγοράς (αύξηση της ζήτησης) στον τομέα Τρόφιμα value for money.</p> <p>46. Υποστήριξη επιχειρήσεων για την ανάπτυξη των δραστηριοτήτων τους στον τομέα Τρόφιμα value for money.</p>	<p>53. Προώθηση της αξιοποίησης υλικών νέας γενιάς για τον πράσινο και ψηφιακό μετασχηματισμό της οικονομίας, με στόχο την αύξηση της εγχώριας ζήτησης για υλικά νέας γενιάς.</p> <p>54. Προώθηση συνεργατικών σχηματισμών επιχειρήσεων γύρω από συγκεκριμένους τομείς ζήτησης ή μεγάλους πελάτες.</p>
 Καινοτομία	<p>47. Ανάπτυξη συνεργειών επιχειρήσεων και εκπαιδευτικών ιδρυμάτων, και εν γένει προώθηση της πρόσβασης σε τεχνολογικές υποδομές.</p> <p>48. Απλοποίηση της διαδικασίας πιστοποίησης από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή για την καταχώριση ισχυρισμών υγείας.</p>	<p>55. Ενίσχυση της καινοτομίας στον τομέα υλικών νέας γενιάς με ειδική μέριμνα για την αναβάθμιση του εργαστηριακού εξοπλισμού.</p> <p>56. Τροποποίηση πλαισίου ώστε να διευκολύνεται η μετατροπή μιας ερευνητικής προσπάθειας (σε ερευνητικά/ εκπαιδευτικά ιδρύματα) σε επιχειρηματική δραστηριότητα (spin-off).</p>
 Πράσινος Μετ/σμός	<p>49. Παροχή κινήτρων για την ανάπτυξη βιώσιμων συσκευασιών, οι οποίες συμβάλουν στη μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος και της σπατάλης τροφής.</p>	<p>57. Παροχή κινήτρων για την αξιοποίηση υλικών νέας γενιάς στον τομέα ΑΠΕ (ανάπτυξη φωτοβολταϊκών, εξαρτήματα ανεμογεννητριών και αεσκευές αποθήκευσης ενέργειας), καθώς και στις Κατασκευές (βελτίωση της ενεργειακής απόδοσης των κτιρίων).</p>
 Ψηφιακός Μετ/σμός	<p>50. Ενίσχυση της ανάπτυξης έξυπνων συσκευασιών που έχουν τη δυνατότητα να αλληλεπιδρούν με τον καταναλωτή και να παράγουν δεδομένα για τις επιχειρήσεις.</p>	<p>58. Προώθηση της αξιοποίησης υλικών νέας γενιάς τόσο από παραγωγούς ψηφιακών λύσεων όσο και στον τομέα ΤΠΕ για την ανάπτυξη τεχνολογιών αιχμής.</p>
 Ανθρώπινο Δυναμικό & Δεξιότητες	<p>51. Εξειδίκευση του ανθρώπινου δυναμικού στα Τρόφιμα value for money με σκοπό την ανάπτυξη του τομέα αυτού.</p> <p>52. Βελτίωση της διασύνδεσης με το εκπαιδευτικό σύστημα για την ανάπτυξη ανθρώπινου δυναμικού υψηλότερων δεξιοτήτων και συναφούς εξειδίκευσης με τα Τρόφιμα value for money.</p>	<p>59. Παροχή κινήτρων για την αξιοποίηση ακαδημαϊκών – ερευνητών στις δραστηριότητες των επιχειρήσεων του τομέα (βιομηχανικά διδακτορικά).</p>






Προτεραιότητες – Εξειδικευμένες αγορές (2/4)

	 Τεχνολογίες και Εφαρμογές Υγείας	 Εφαρμογές Ρομποτικής
Στρατηγικές προτεραιότητες	<p>60. Προώθηση συνεργατικών σχηματισμών και συνεργειών εξειδικευμένων επιχειρήσεων γύρω από συγκεκριμένους τομείς ζήτησης ή μεγάλους πελάτες.</p>	<p>67. Αξιοποίηση εφαρμογών ρομποτικής στο πλαίσιο του πράσινου και ψηφιακού μετασχηματισμού, με στόχο την αύξηση της εγχώριας ζήτησης.</p> <p>68. Προώθηση συνεργατικών σχηματισμών επιχειρήσεων γύρω από συγκεκριμένους τομείς ζήτησης ή μεγάλους πελάτες.</p>
 Καινοτομία	<p>61. Ενίσχυση νεοφυών επιχειρήσεων και spin-off από ερευνητικά/ εκπαιδευτικά ιδρύματα στον τομέα Τεχνολογίες και Εφαρμογές Υγείας.</p>	<p>69. Ενίσχυση νεοφυών επιχειρήσεων και spin-off από ερευνητικά/ εκπαιδευτικά ιδρύματα στον τομέα της ρομποτικής.</p>
 Πράσινος Μετ/σμός	<p>62. Ανάπτυξη πράσινων προϊόντων με μεγαλύτερη διάρκεια ζωής και δυνατότητα επισκευής.</p> <p>63. Προώθηση της εφαρμογής μοντέλων κυκλικής οικονομίας κυρίως μέσω της ανακύκλωσης συσκευών και της επαναχρησιμοποίησης υλικών.</p>	<p>70. Παροχή κινήτρων για την εφαρμογή τεχνολογιών ρομποτικής στη διαλογή απορριμμάτων για την αυτοματοποίηση της διαδικασίας ανακύκλωσης.</p>
 Ψηφιακός Μετ/σμός	<p>64. Προώθηση της ψηφιοποίησης των δεδομένων των ασθενών και δημιουργία καταλλήλου θεσμικού πλαισίου για την αξιοποίησή τους.</p> <p>65. Ανάπτυξη προϊόντων και εφαρμογών Smart Health κυρίως μέσω της αξιοποίησης τεχνολογιών Βιομηχανίας 4.0 όπως τεχνητή νοημοσύνη, cloud computing και ρομποτικής.</p>	<p>71. Παροχή κινήτρων ιδίως σε επιχειρήσεις στη βιομηχανία και την εφοδιαστική αλυσίδα για την ενσωμάτωση εφαρμογών ρομποτικής.</p>
 Ανθρώπινο Δυναμικό & Δεξιότητες	<p>66. Ανάπτυξη των δεξιοτήτων και ικανοτήτων των επαγγελματιών υγείας στη χρήση καινοτόμων και/ ή ψηφιακών τεχνολογιών και εφαρμογών.</p>	<p>72. Παροχή κινήτρων για την αξιοποίηση ακαδημαϊκών – ερευνητών στις δραστηριότητες των επιχειρήσεων (βιομηχανικά διδακτορικά).</p> <p>73. Προσέλκυση αποδήμων με υψηλή εξειδίκευση και αποδεδειγμένη εργασιακή εμπειρία στον τομέα της ρομποτικής (Brain gain).</p>

Προτεραιότητες – Εξειδικευμένες αγορές (3/4)

	 Ηλεκτροκίνηση	 Αμυντική βιομηχανία
Στρατηγικές προτεραιότητες	<p>74. Προσέλκυση επενδύσεων στον τομέα της Ηλεκτροκίνησης</p> <p>75. Προσέλκυση επενδύσεων στους τομείς μπαταριών, τεχνολογιών και συστήματα ημιαγωγών (chips).</p> <p>76. Υποστήριξη εγχώριων επιχειρήσεων στην Ηλεκτροκίνηση.</p> <p>77. Αύξηση εγχώριας ζήτησης για ηλεκτροκίνητα μέσα.</p>	<p>85. Προσέλκυση ιδιωτικών επενδύσεων μέσω της αποκρτικοποίησης σημαντικών επιχειρήσεων της εγχώριας Αμυντικής Βιομηχανίας.</p> <p>86. Αξιοποίηση των προμηθειών του δημόσιου για την ανάπτυξη της εγχώριας Αμυντικής Βιομηχανίας.</p>
 Καινοτομία	<p>78. Χρηματοδότηση έρευνας και καινοτομίας στον τομέα της ηλεκτροκίνησης.</p> <p>79. Χρηματοδότηση έρευνας και καινοτομίας στους τομείς μπαταριών, τεχνολογιών και συστήματα ημιαγωγών (chips).</p>	<p>87. Προώθηση της συνεργασίας μεταξύ εγχώριων επιχειρήσεων με διεθνείς εταίρους για την ανάπτυξη τεχνογνωσίας και τη βελτίωση της καινοτομικής ικανότητας.</p>
 Πράσινος Μετ/σμός	<p>80. Παροχή οικονομικών και φορολογικών κινήτρων για την αντικατάσταση συμβατικών οχημάτων με ηλεκτροκίνητα.</p> <p>81. Προώθηση της αντικατάστασης του στόλου των δημόσιων συγκοινωνιών με ηλεκτροκίνητα μέσα.</p> <p>82. Ανάπτυξη δικτύου σημείων φόρτισης ηλεκτροκίνητων οχημάτων.</p>	<p>88. Ενίσχυση καινοτομίας για την παραγωγή μηχανοκίνητων μέσων με βελτιωμένη ενεργειακή απόδοση και καύσιμα με χαμηλό περιβαλλοντικό αποτύπωμα (πχ. υδρογόνο, φυσικό αέριο).</p>
 Ψηφιακός Μετ/σμός	<p>83. Ενίσχυση των επιχειρήσεων για την ανάπτυξη τεχνολογιών (AI, αισθητήρες, λογισμικό κ.α.) στον τομέα των αυτονομων οχημάτων με στόχο τη βελτίωση της ασφάλειας και τη μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος.</p>	<p>89. Ενίσχυση της εγχώριας ανάπτυξης καινοτόμων λύσεων στον τομέα των μη επανδρωμένων αεροσκαφών (drones).</p>
 Ανθρώπινο Δυναμικό & Δεξιότητες	<p>84. Προώθηση επανειδίκευσης και επανακατάρτισης των εργαζομένων στην αυτοκινητοβιομηχανία και σε λοιπούς συναφείς τομείς (μπαταρίες, μηχανήματα κλπ.) για την προσαρμογή στις ανάγκες της ηλεκτροκίνησης.</p>	<p>90. Προώθηση συνεργασιών της Αμυντικής Βιομηχανίας με το εκπαιδευτικό σύστημα για την προσέλκυση και ανάπτυξη στελεχών και τεχνιτών.</p> <p>91. Προώθηση συνεχιζόμενης επαγγελματικής κατάρτισης για τη συνεχή ενημέρωση των εργαζομένων σχετικά με νέες τεχνολογίες.</p>

Προτεραιότητες – Εξειδικευμένες αγορές (4/4)

	 Επισκευή και Ναυπήγηση Πλοίων
Στρατηγικές προτεραιότητες	<p>92. Προσέλκυση ιδιωτικών επενδύσεων στα ναυπηγεία Σκαρμαγκά και Ελευσίνας.</p> <p>93. Παροχή κινήτρων στην Ελληνική Ναυτιλία για τη μεταφορά μέρους της ναυπηγοεπισκευαστικής δραστηριότητας στην Ελλάδα.</p> <p>94. Ενίσχυση της δραστηριότητας ναυπήγησης και επισκευής σκαφών αναψυχής.</p> <p>95. Υλοποίηση μέρους των ναυπηγοεπισκευαστικών εργασιών του Πολεμικού Ναυτικού στην Ελλάδα.</p>
 Καινοτομία	<p>96. Προώθηση της έρευνας και καινοτομίας ιδίως στον τομέα υλικών νέας γενιάς με έμφαση στα προηγμένα ναυούλικά και ναοσύνθετα.</p>
 Πράσινος Μετ/σμός	<p>97. Προώθηση της ανάπτυξης λύσεων για τη ναυτιλία που επιτρέπουν τη χρησιμοποίηση εναλλακτικών καυσίμων (πχ. υδρογόνο, φυσικό αέριο) από τα πλοία.</p>
 Ψηφιακός Μετ/σμός	<p>98. Προώθηση της αξιοποίησης τεχνολογιών I 4.0 κατά τη ναυπήγηση και επισκευή πλοίων (πχ. IoT, Additive Manufacturing, 3D Modelling και 3D Scanning).</p>
 Ανθρώπινο Δυναμικό & Δεξιότητες	<p>99. Προσέλκυση εργατικού δυναμικού για την αντιμετώπιση της γήρανσης του ανθρώπινου δυναμικού του τομέα.</p> <p>100. Βελτίωση της διασύνδεσης με το εκπαιδευτικό σύστημα και ιδίως με την επαγγελματική εκπαίδευση για την ανάπτυξη κατάλληλων τεχνικών ειδικοτήτων.</p>

Προτεραιότητες – Βιομηχανική βάση /Βιομηχανική οργάνωση (1/2)



Βιομηχανικές ΜμΕ

Στρατηγικές προτεραιότητες	<p>101. Προώθηση της μεγέθυνσης των ΜμΕ κυρίως μέσω ενίσχυσης σχημάτων συνεργασίας καθώς και εξαγωγών και συγχωνεύσεων.</p> <p>102. Ενίσχυση της διεθνοποίησης των ΜμΕ μέσω παροχής κινήτρων και υποστήριξης της επέκτασης σε νέες αγορές.</p> <p>103. Δημιουργία κατάλληλου θεσμικού πλαισίου διαδοχής για οικογενειακές επιχειρήσεις.</p>
 Καινοτομία	<p>104. Χρηματοδότηση έρευνας και καινοτομίας σε ΜμΕ και προώθηση της πρόσβασης τους σε τεχνολογικές υποδομές.</p> <p>105. Δημιουργία συσταδων βιομηχανικής καινοτομίας με σημαντικό αριθμό ΜμΕ (με γεωγραφική ή λειτουργική συσχέτιση) με ενδεχόμενη συμμετοχή ερευνητικών/ εκπαιδευτικών ιδρυμάτων και/ή μεγάλων επιχειρήσεων.</p>
 Πράσινος Μετ/σμός	<p>106. Προώθηση της βελτίωσης της ενεργειακής αποδοτικότητας των βιομηχανικών ΜμΕ και της αξιοποίησης εναλλακτικών μορφών ενέργειας.</p> <p>107. Ενίσχυση της ανάπτυξης πράσινων προϊόντων και υπηρεσιών.</p>
 Ψηφιακός Μετ/σμός	<p>108. Προώθηση του ψηφιακού μετασχηματισμού ακόμα και για ΜμΕ με περιορισμένη ψηφιακή ωριμότητα σε τομείς χαμηλής τεχνολογικής έντασης, μέσω της εγκατάστασης και αναβάθμισης βασικού εξοπλισμού και λειτουργιών.</p> <p>109. Ενημέρωση επιχειρηματιών και στελεχών ΜμΕ σχετικά με τα οφέλη και τις δυνατότητες των ψηφιακών τεχνολογιών.</p>
 Ανθρώπινο Δυναμικό & Δεξιότητες	<p>110. Προώθηση της συνεχιζόμενης επαγγελματικής κατάρτισης των εργαζομένων σε ΜμΕ για την ανάπτυξη κυρίως ψηφιακών δεξιοτήτων.</p> <p>111. Εκπαίδευση και ενημέρωση, μέσω της ΕΓΔΙΧ επιχειρηματιών και στελεχών ιδίως πολύ μικρών και μικρών επιχειρήσεων στις βασικές αρχές και γνώσεις οικονομικής παιδείας και διοίκησης επιχειρήσεων.</p>

Προτεραιότητες – Βιομηχανική βάση /Βιομηχανική οργάνωση (2/2)



Δομές υποστήριξης βιομηχανικών επιχειρήσεων



Οργάνωση της βιομηχανίας - Δομές εκπροσώπησης βιομηχανικών επιχειρήσεων

Στρατηγικές προτεραιότητες	<p>112. Προώθηση της δημιουργίας ταμείων ως εργαλείο εξυπηρέτησης αναγκών συγκεκριμένων οικισστημάτων/ τεχνολογιών.</p>	<p>118. Προώθηση της αποτελεσματικής και επωφελούς συνεργασίας μεταξύ των αρμόδιων οργάνων της Δημόσιας Διοίκησης και των συλλογικών φορέων εκπροσώπησης επιχειρήσεων κατά το σχεδιασμό και την υλοποίηση βιομηχανικής πολιτικής.</p>
	<p>113. Ανάπτυξη δομών υποστήριξης ΜμΕ για την επέκτασή τους σε νέες αγορές του εξωτερικού.</p>	<p>119. Προώθηση της παροχής υπηρεσιών διασύνδεσης και δικτύωσης από Επιμελητήρια και Συλλογικούς φορείς σε επιχειρήσεις με στόχο την ανάπτυξη συνεργειών.</p>
	<p>114. Επέκταση συμβουλευτικών και υποστηρικτικών υπηρεσιών ΚΥΕ με ειδική μέριμνα για βιομηχανικές επιχειρήσεις.</p>	
	<p>115. Επέκταση συμβουλευτικών υπηρεσιών ΟΑΕΔ σε επιχειρήσεις για την έγκαιρη διάγνωση των αναγκών που υπάρχουν σε θέματα ανθρώπινου δυναμικού καθώς και υπηρεσιών διασύνδεσης τους με την αγορά εργασίας για την κάλυψη κενών θέσεων εργασίας.</p>	
	<p>116. Ανάπτυξη δομών (θερμοκοιτίδες και επιταχυντές) με εξειδικευμένες υπηρεσίες για νεοφυείς βιομηχανικές επιχειρήσεις.</p>	
	<p>117. Προώθηση της επέκτασης του τομέα Κεφαλαίων Επιχειρηματικών Συμμετοχών με έμφαση στη χρηματοδότηση νεοφυών βιομηχανικών επιχειρήσεων.</p>	

Προτεραιότητες – Κοινωνία - Υποστηρικτικές δομές & υπηρεσίες (1/3)

Στρατηγικές προτεραιότητες	 Κοινωνία & Ανθρώπινο Δυναμικό	 Ενέργεια	 Εφοδιαστική Αλυσίδα
	120. Προώθηση της διασύνδεσης του εκπαιδευτικού συστήματος με την αγορά εργασίας μέσω θεσμών όπως η μαθητεία και η πρακτική άσκηση.	126. Προώθηση επενδύσεων για την παραγωγή και αποθήκευση ενέργειας από ΑΠΕ.	131. Επέκταση και αναβάθμιση σιδηροδρομικού και οδικού δικτύου για τη βελτίωση της διασύνδεσης των Επιχειρηματικών Πάρκων με αερολιμένες, λιμάνια, σιδηροδρομικούς σταθμούς και τα χερσαία σύνορα της χώρας.
	121. Αναμόρφωση των προγραμμάτων σπουδών της τριτοβάθμιας και τεχνικής/ επαγγελματικής εκπαίδευσης με βάση τις νέες ανάγκες της αγοράς εργασίας.	127. Απλοποίηση του αδειοδοτικού πλαισίου και διαμόρφωση κατάλληλου χωροταξικού σχεδιασμού για την ανάπτυξη των ΑΠΕ.	132. Προώθηση της ανάπτυξης των επιχειρήσεων εφοδιαστικής αλυσίδας μέσω της δημιουργίας μεγάλων κέντρων αποθήκευσης και διανομής (logistics center).
	122. Υποστήριξη της επιστροφής αποδήμων στελεχών και επιστημών από το εξωτερικό για μόνιμη εργασία στην Ελλάδα.	128. Ανάπτυξη υποδομών μεταφοράς και διανομής σε εθνικό επίπεδο για την προώθηση της χρήσης φυσικού αερίου από τη βιομηχανία.	133. Προώθηση της αυτοματοποίησης της Εφοδιαστικής Αλυσίδας, μέσω της αξιοποίησης εφαρμογών ρομποτικής, blockchain, και αυτονομών οχημάτων.
	123. Ανάπτυξη επαγγελματικής εκπαίδευσης και κατάρτισης σε τεχνικές ειδικότητες που καταγράφουν μεγάλη ζήτηση από τη βιομηχανία.	129. Προώθηση της βιομηχανικής συμβίωσης για την ανάπτυξη της παραγωγής και χρήσης βιοκαυσίμων	134. Προώθηση της αντικατάστασης του στόλου μεταφορών με ηλεκτροκίνητα μέσα.
	124. Προώθηση της επανειδίκευσης και επανακατάρτισης με βάση τις νέες ανάγκες που προκύπτουν ενόψει πράσινου και ψηφιακού μετασχηματισμού.	130. Προώθηση επενδύσεων για τη βελτίωση της ενεργειακής αποδοτικότητας των βιομηχανικών μονάδων.	
125. Δημιουργία προγραμμάτων για την ανάπτυξη κατάλληλων γνώσεων και δεξιοτήτων σε μετανάστες, με στόχο την προώθηση της απασχόλησής τους στη βιομηχανία.			

Προτεραιότητες – Κοινωνία - Υποστηρικτικές δομές & υπηρεσίες (2/3)

Στρατηγικές προτεραιότητες	 Υποδομές	 Χρηματοδότηση	 Εθνικό σύστημα καινοτομίας
	135. Απλοποίηση της διαδικασίας αδειοδότησης ιδίως στους τομείς χωροταξίας, πολεοδομίας και περιβαλλοντικής αδειοδότησης, με στόχο τη μείωση της γραφειοκρατίας και την επιτάχυνση των διαδικασιών.	140. Δημιουργία σε συνεργασία με την EAT στοχευμένων χρηματοδοτικών προγραμμάτων με παροχή ενισχύσεων μέσω χρηματοδοτικών μέσων με βάση τις ανάγκες των βιομηχανικών επιχειρήσεων.	144. Δημιουργία κατάλληλων δομών και θεσμικού πλαισίου για την προώθηση της συνεργασίας μεταξύ ερευνητικών/ εκπαιδευτικών ιδρυμάτων και επιχειρήσεων με στόχο την ανάπτυξη καινοτομίας με εμπορικά εκμεταλλεύσιμα αποτελέσματα.
	136. Αναμόρφωση θεσμικού πλαισίου για την ίδρυση και λειτουργία Επιχειρηματικών Πάρκων με στόχο την εξασφάλιση της ελκυστικότητας για τις επιχειρήσεις και της οικονομικής βιωσιμότητάς τους.	141. Δημιουργία πολυσυλλεκτικών ταμείων ειδικού σκοπού επί τη βάση διαχείρισης επιχειρηματικών συμμετοχών	145. Ανάπτυξη κατάλληλων τεχνολογικών υποδομών με εστίαση στην υποστήριξη τεχνολογιών που βρίσκονται σε υψηλότερα TRL (5-9) και τις ανάγκες του παραγωγικού τομέα (ιδίως MμΕ).
	137. Λειτουργική και περιβαλλοντική εξυγίανση των άτυπων περιβαλλοντικών συγκεντρώσεων (ΑΒΣ).	142. Απλοποίηση διαδικασίας υποβολής προτάσεων σε συγχρηματοδοτούμενα προγράμματα.	146. Αναβάθμιση Εθνικού συστήματος Τ υποποίησης/ Ποιότητας με έμφαση στις νέες ανάγκες που καταγράφονται λόγω πράσινου και ψηφιακού μετασχηματισμού.
	138. Δημιουργία Επιχειρηματικών Πάρκων νέας γενιάς με κατάλληλες ψηφιακές και περιβαλλοντικές υποδομές	143. Απλοποίηση διαδικασίας αξιολόγησης προτάσεων και μείωση χρόνου αναμονής για την έκδοση οριστικών αποφάσεων.	147. Αναβάθμιση του Εθνικού συστήματος Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας με έμφαση στην παροχή κατάλληλων κινήτρων και στην απλοποίηση των διαδικασιών του για την προώθηση της καινοτομίας.
	139. Προώθηση της βιομηχανικής συμβίωσης, μέσω της δημιουργίας κατάλληλου θεσμικού πλαισίου και υποδομών καθώς και της ενίσχυσης της επιχειρηματικής κουλτούρας συνεργασίας.		148. Αύξηση της χρηματοδότησης ωριμότερων τεχνολογιών TRL (5-9) προωθώντας την πιστοποίηση, μαζική παραγωγή και εμπορευματοποίηση των αποτελεσμάτων της καινοτομίας διαδικασίας.

Προτεραιότητες – Κοινωνία - Υποστηρικτικές δομές & υπηρεσίες (3/3)



Δημόσια Διοίκηση

Στρατηγικές προτεραιότητες

149. Ψηφιοποίηση του συνόλου των δημόσιων υπηρεσιών προς τις επιχειρήσεις

150. Απλοποίηση διαδικασιών με μεγάλο διοικητικό κόστος για βιομηχανικές επιχειρήσεις μέσω του ΕΠΛΔ

151. Ψηφιοποίηση και απλούστευση διαδικασιών δημοσίων συμβάσεων

152. Ανάπτυξη αγορών για πράσινα προϊόντα μέσω των Πράσινων Δημοσίων Συμβάσεων

153. Επιμόρφωση / εκπαίδευση κρατικών λειτουργών με βάση τις νέες ανάγκες και με έμφαση στη βελτίωση των ψηφιακών δεξιοτήτων

IV. Δελτίο Τύπου

Δελτίο Τύπου – Έγκριση της Εθνικής Στρατηγικής για τη Βιομηχανία από την Κυβερνητική Επιτροπή Βιομηχανίας

Το Υπουργείο Ανάπτυξης και Επενδύσεων στο πλαίσιο των ενεργειών του για την προώθηση της ανάπτυξης και της ανθεκτικότητας της Ελληνικής βιομηχανίας, την ανάκαμψη και ανάπτυξη της Ελληνικής οικονομίας, καθώς και την ενίσχυση της στρατηγικής αυτονομίας της ΕΕ προχώρησε στην εκπόνηση της Εθνικής Στρατηγικής για τη Βιομηχανία.

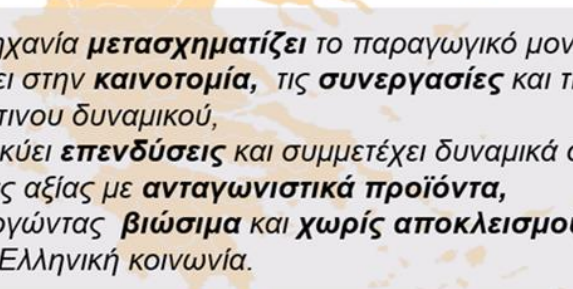
Το εμβληματικό αυτό έργο με τίτλο «Σχεδιασμός και ανάπτυξη Στρατηγικής για την ανάπτυξη και το μετασχηματισμό της Ελληνικής Βιομηχανίας» σχεδιάστηκε και υλοποιείται με πρωτοβουλία της Γενικής Γραμματείας Βιομηχανίας υπό τη στενή εποπτεία και καθοδήγηση της Κυβερνητικής Επιτροπής Βιομηχανίας. Το έργο χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση από το Μέσο Τεχνικής Υποστήριξης (Technical Support Instrument) και υλοποιείται από την ανάδοχο εταιρεία PwC σε συνεργασία με τη Γενική Διεύθυνση Στήριξης Διαρθρωτικών Μεταρρυθμίσεων (DG REFORM).


Κατά τη συνεδρίαση της Κυβερνητικής Επιτροπής Βιομηχανίας για την έγκριση της Στρατηγικής ο κ. Άδωνις – Σπυρίδων Γεωργιάδης - Υπουργός Ανάπτυξης & Επενδύσεων εστίασε στους στόχους που τίθενται στο πλαίσιο της Στρατηγικής και στο πως μπορούν να συμβάλουν στην αύξηση της ανθεκτικότητας της εγχώριας βιομηχανίας η οποία αναδεικνύεται σε βασικό πυλώνα για την ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας και την επίτευξη κοινωνικής ευημερίας.

Αντίστοιχα η κα Nathalie Berger – Προϊσταμένη της Διεύθυνσης Στήριξης Μεταρρυθμίσεων στα κράτη μέλη της ΕΕ της Γενικής Διεύθυνσης Στήριξης Διαρθρωτικών Μεταρρυθμίσεων (DG REFORM) της Ευρωπαϊκής Επιτροπής ανέδειξε την εκπόνηση της Εθνικής Στρατηγικής για τη Βιομηχανία, ως αποτέλεσμα της κοινής προσπάθειας της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και της Ελλάδας για την ενίσχυση της στρατηγικής αυτονομίας της ΕΕ και τη μείωση των εξαρτήσεων από τρίτες χώρες. Επιπλέον, η κα Nathalie Berger επισήμανε την αναπτυξιακή δυναμική που καταγράφει η εγχώρια βιομηχανία (αναπτύσσεται τα τελευταία χρόνια με μεγαλύτερους ρυθμούς από το σύνολο της οικονομίας) αποτελώντας παράλληλα βασικό πυλώνα για την επίτευξη πολλαπλασιαστικών αναπτυξιακών αποτελεσμάτων για την Ελληνική οικονομία.

Η Εθνική Στρατηγική για τη Βιομηχανία αναπτύχθηκε με βάση τη νέα **Ευρωπαϊκή Στρατηγική για τη Βιομηχανία**, συμβαδίζοντας και ενσωματώνοντας παράλληλα και λοιπές πρωτοβουλίες που λήφθηκαν πρόσφατα τόσο σε εθνικό όσο και ευρωπαϊκό επίπεδο και συνθέτουν το πλαίσιο άσκησης βιομηχανικής πολιτικής.

Η Στρατηγική στοχεύει στην πραγμάτωση του κάτωθι οράματος.

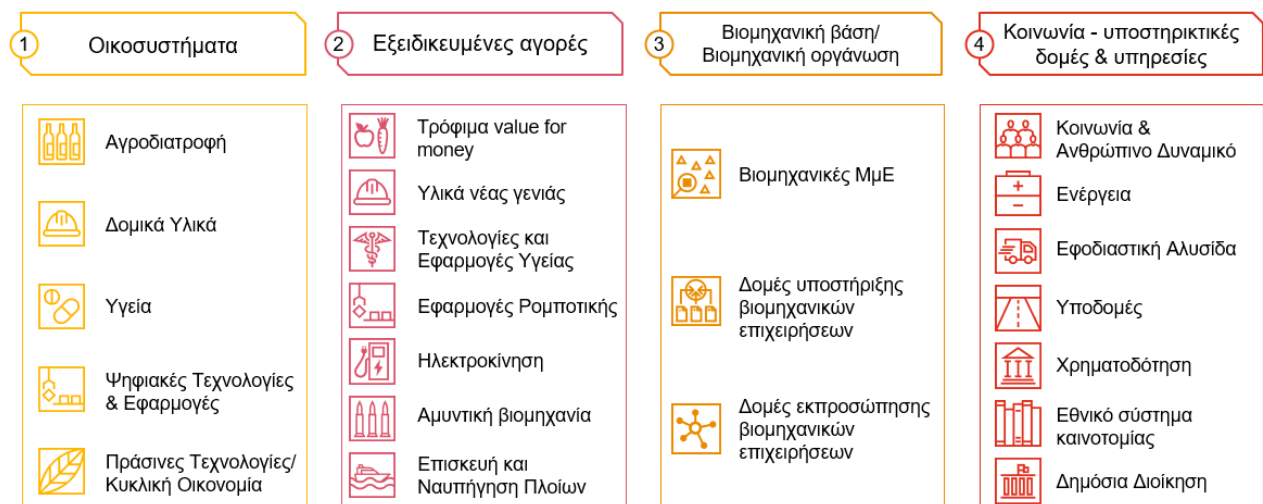




Όραμα για τη βιομηχανία

Η Βιομηχανία **μετασχηματίζει** το παραγωγικό μοντέλο της χώρας, επενδύει στην **καινοτομία**, τις **συνεργασίες** και τις **δεξιότητες** του ανθρώπινου δυναμικού, προσελκύει **επενδύσεις** και συμμετέχει δυναμικά σε διεθνείς αλυσίδες αξίας με **ανταγωνιστικά προϊόντα**, δημιουργώντας **βιώσιμα** και **χωρίς αποκλεισμούς αποτελέσματα** για την Ελληνική κοινωνία.

Για την πραγμάτωση του οράματος αυτού και με βάση τις κατευθύνσεις της Ευρωπαϊκής Στρατηγικής για τη Βιομηχανία αλλά και την ανάλυση της υφιστάμενης κατάστασης του εγχώριου βιομηχανικού τομέα αναγνωρίστηκαν και μελετήθηκαν συγκεκριμένες περιοχές ενδιαφέροντος.



Ειδικότερα οι περιοχές ενδιαφέροντος οριοθετούνται ως εξής:

- *Βιομηχανικά οικοσυστήματα*⁴⁵, ως συστήματα, τα οποία αποτελούν τους πυλώνες της Ελληνικής Βιομηχανίας και περιλαμβάνουν όλους τους οργανισμούς που δραστηριοποιούνται σε οποιοδήποτε στάδιο μιας βιομηχανικής αλυσίδας αξίας.
- *Εξειδικευμένες αγορές*, ως εξειδικευμένα τμήματα της αγοράς με σημαντική δυναμική ανάπτυξης, ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και υψηλή προστιθέμενη αξία.
- *Βιομηχανική βάση/ Βιομηχανική οργάνωση*, οριζόντια ζητήματα που αφορούν τις βιομηχανικές ΜμΕ και τις δομές υποστήριξης και εκπροσώπησης βιομηχανικών επιχειρήσεων.

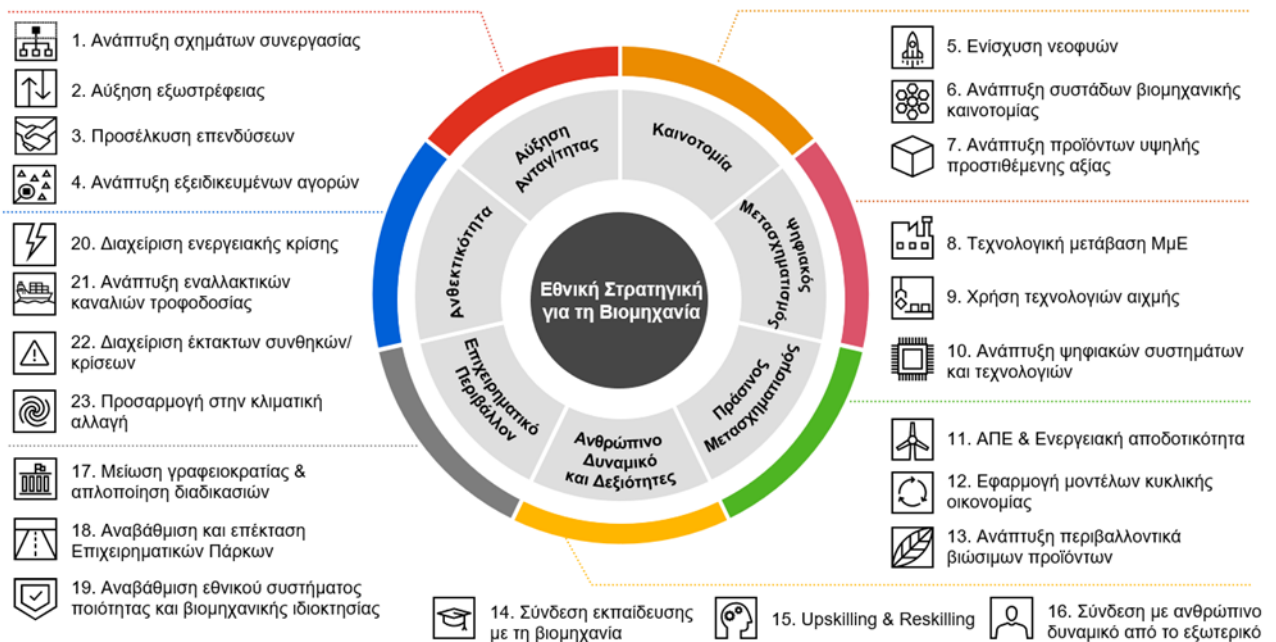
⁴⁵ Συνδέονται με τα οικοσυστήματα που αναδεικνύονται στο πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Στρατηγικής για τη Βιομηχανία

- *Κοινωνία και Υποστηρικτικές δομές και υπηρεσίες*, ως μια σειρά παραγόντων που συνθέτουν το επιχειρηματικό περιβάλλον, την αγορά και την κοινωνία μέσα στα οποία δραστηριοποιείται η βιομηχανία.

Η Εθνική Στρατηγική για την Βιομηχανία αναγνωρίζει έξι + 1 Στρατηγικές Κατευθύνσεις (ΣΚ):

- ❖ (ΣΚ1) Αύξηση Ανταγωνιστικότητας
- ❖ (ΣΚ2) Καινοτομία
- ❖ (ΣΚ3) Ψηφιακός Μετασχηματισμός
- ❖ (ΣΚ4) Πράσινος Μετασχηματισμός
- ❖ (ΣΚ5) Ανθρώπινο Δυναμικό και Δεξιότητες
- ❖ (ΣΚ6) Επιχειρηματικό Περιβάλλον
- ❖ (ΣΚ7) Ανθεκτικότητα

Ακολούθως οι Στρατηγικές Κατευθύνσεις εξειδικεύτηκαν σε επιμέρους Στρατηγικούς Στόχους, όπως αποτυπώνεται και αναλύεται παρακάτω.



ΣΚ1

1. *Ανάπτυξη σχημάτων συνεργασίας*, για την επίτευξη κρίσιμης μάζας και βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των βιομηχανικών επιχειρήσεων (ιδίως ΜμΕ).
2. *Αύξηση της εξωστρέφειας*, μέσω της παροχής κινήτρων και ανάπτυξης δομών υποστήριξης για την προώθηση της επέκτασης των επιχειρήσεων σε νέες αγορές.
3. *Προσέλκυση επενδύσεων*, παροχή κινήτρων και διαμόρφωση κατάλληλου θεσμικού πλαισίου για την αύξηση των εγχώριων και άμεσων ξένων επενδύσεων με στόχο την κάλυψη του επενδυτικού κενού.
4. *Ανάπτυξη εξειδικευμένων αγορών*, για την αποτελεσματική προώθηση πολιτικών διαφοροποίησης προϊόντων και την αύξηση της παραγόμενης προστιθέμενης αξίας και παραγωγικότητας.

ΣΚ2

5. *Ενίσχυση νεοφυών*, μέσω της αύξησης της χρηματοδότησης και της δημιουργίας δομών για την υποστήριξη των νεοφυών επιχειρήσεων κατά τα διάφορα στάδια του κύκλου ζωής τους.
6. *Ανάπτυξη συστάδων βιομηχανικής καινοτομίας* μεταξύ επιχειρήσεων και αλλαγή θεσμικού πλαισίου για την απρόσκοπτη και αποτελεσματική συνεργασία με την ερευνητική/ ακαδημαϊκή κοινότητα.
7. *Ανάπτυξη προϊόντων υψηλής προστιθέμενης αξίας*, μέσω της αύξησης της χρηματοδότησης για ανερχόμενες τεχνολογίες και της αναβάθμισης του εθνικού συστήματος καινοτομίας.

ΣΚ3

8. *Τεχνολογική μετάβαση ΜμΕ*, ενίσχυση του ψηφιακού μετασχηματισμού επιχειρήσεων με περιορισμένη ψηφιακή ωριμότητα σε τομείς χαμηλής τεχνολογικής έντασης, στο πλαίσιο υλοποίησης στοχευμένων επιχειρησιακών δράσεων.
9. *Χρήση τεχνολογιών αιχμής* για τις ψηφιακά ανεπτυγμένες επιχειρήσεις αξιοποιώντας τεχνολογίες που εμπίπτουν στο φάσμα των τεχνολογιών της Βιομηχανίας 4.0.
10. *Ανάπτυξη ψηφιακών συστημάτων και τεχνολογιών*, μέσω της ενίσχυσης της εγχώριας παραγωγής ψηφιακών συστημάτων και τεχνολογιών.

ΣΚ4

11. *ΑΠΕ και ενεργειακή αποδοτικότητα*, κινητοποίηση σημαντικών επενδύσεων και αναμόρφωση θεσμικού πλαισίου για την παραγωγή και αποθήκευση ενέργειας μέσω ΑΠΕ καθώς και λήψη μέτρων για τη βελτίωση της ενεργειακής αποδοτικότητας.
12. *Εφαρμογή μοντέλων κυκλικής οικονομίας* κυρίως μέσω της προώθησης της βιομηχανικής συμβίωσης με στόχο την επιχειρηματική αξιοποίηση της ανάγκης μείωσης του περιβαλλοντικού αποτυπώματος.
13. *Ανάπτυξη περιβαλλοντικά βιώσιμων προϊόντων*, αξιοποιώντας επιχειρηματικές ευκαιρίες που θα δημιουργηθούν από την εφαρμογή μοντέλων κυκλικής οικονομίας.

ΣΚ5

14. *Σύνδεση της εκπαίδευσης με τη βιομηχανία*, αναμόρφωση του εκπαιδευτικού συστήματος και διασύνδεση του με την αγορά για την ανάπτυξη κατάλληλων ειδικοτήτων και δεξιοτήτων με ζήτηση στη βιομηχανία, συμβάλλοντας στη μείωση της ανεργίας των νέων και στην αποτροπή του brain drain.
15. *Upskilling & Reskilling* ανθρώπινου δυναμικού για την υποστήριξη, τόσο του μετασχηματισμού των επιχειρήσεων όσο και την ομαλή προσαρμογή του ανθρώπινου δυναμικού στις νέες ανάγκες της αγοράς εργασίας.
16. *Σύνδεση με ανθρώπινο δυναμικό από το εξωτερικό*, παροχή κινήτρων στις επιχειρήσεις για τη δημιουργία νέων ποιοτικών θέσεων εργασίας με στόχο τον επαναπατρισμό αποδήμων καθώς και δημιουργία ενός δικτύου επαφής με απόδημους επιστήμονες.

ΣΚ6

- 17. *Μείωση της γραφειοκρατίας και απλοποίηση διαδικασιών* προς τις επιχειρήσεις, μέσω της ψηφιοποίηση των δημόσιων υπηρεσιών και της απλοποίησης διαδικασιών με μεγάλο διοικητικό κόστος.
- 18. *Αναβάθμιση και επέκταση Επιχειρηματικών Πάρκων*, με ειδική μέριμνα για την εξυγίανση Άτυπων Βιομηχανικών Συγκεντρώσεων, τη δημιουργία νέων επιχειρηματικών πάρκων και την αναμόρφωση του θεσμικού πλαισίου λειτουργίας τους.
- 19. *Αναβάθμιση του εθνικού συστήματος ποιότητας και βιομηχανικής ιδιοκτησίας*, για την προσαρμογή στις ανάγκες του πράσινου και ψηφιακού μετασχηματισμού και την αποτελεσματικότερη υποστήριξη της βιομηχανικής καινοτομίας.

ΣΚ7

- 20. *Διαχείριση ενεργειακής κρίσης*, εξασφάλιση ενεργειακής επάρκειας και επίτευξη ανταγωνιστικού ενεργειακού κόστους για τις βιομηχανικές επιχειρήσεις.
- 21. *Ανάπτυξη εναλλακτικών καναλιών τροφοδοσίας*, για την ενίσχυση της στρατηγικής αυτονομίας της βιομηχανικής παραγωγής σε ευρωπαϊκό και εθνικό επίπεδο.
- 22. *Διαχείριση έκτακτων συνθηκών/ κρίσεων*, δημιουργία κατάλληλων δομών και μηχανισμών για την αντιμετώπιση έκτακτων συνθηκών.
- 23. *Προσαρμογή στην κλιματική αλλαγή*, λήψη μέτρων για την ταχεία προσαρμογή της Βιομηχανίας στην κλιματική αλλαγή και την αντιμετώπιση των συνεπειών της.

Στην Εθνική Στρατηγική περιλαμβάνονται και **Επιχειρησιακοί Στόχοι** οι οποίοι οδηγούν στην κατάρτιση του Σχεδίου Δράσης για την εφαρμογή της. Ειδικότερα, καταγράφονται συνολικά 153 Επιχειρησιακοί στόχοι οι οποίοι συνδέονται ιεραρχικά με τις Στρατηγικές Κατευθύνσεις.

Τέλος, η Εθνική Στρατηγική περιλαμβάνει και συγκεκριμένους **Ποσοτικούς Στόχους** που αποτελούν ορόσημα επιτυχούς υλοποίησης. Οι ποσοτικοί στόχοι αφορούν την Ελληνική Βιομηχανία αλλά και το περιβάλλον μέσα στο οποίο αυτή δραστηριοποιείται. Συγκεκριμένα, η Εθνική Στρατηγική στοχεύει στην αύξηση της Ακαθάριστης Προστιθέμενης Αξίας και της απασχόλησης του ανθρώπινου δυναμικού, στην αύξηση των εξαγωγών και στην αναβάθμιση της θέσης της χώρας στους δείκτες καινοτομίας. Ειδικότερα:

	Υπάρχουσα Επίδοση	Στόχος 5-ετίας	2030	Σύγκριση
Αύξηση ΑΠΑ Βιομηχανίας (% ΑΕΠ)	10,7%	13%	15%	ΕΕ – 18,1%
Αύξηση των εξαγωγών βιομηχανικών προϊόντων (% ΑΕΠ)	9,2%	15%	20%	38% (σε συγκρίσιμες πληθυσμιακά χώρες)
Αύξηση των εργαζόμενων στη Βιομηχανία (% σύνολο εργαζομένων)	8,2%	12%	14%	ΕΕ – 15,4%
Θέση στο δείκτη καινοτομίας (European innovation scoreboard)	20 ^η	17 ^η	15 ^η	Από τις χαμηλότερες επιδόσεις στην ΕΕ

* Στοιχεία Eurostat

The current version of the document represents the 2nd draft of Deliverable 3. This has been prepared in the context of the project “Design and deployment for the growth and transformation strategy of the Greek industry” for the purposes of the Deliverable 3 in accordance with the signed contract.

© 2022 PricewaterhouseCoopers Business Solutions SA. All rights reserved. PwC refers to the Greece member firm and may sometimes refer to the PwC network. Each member firm is a separate legal entity. Please see www.pwc.com/structure for further details.

At PwC, our purpose is to build trust in society and solve important problems. We’re a network of firms in 158 countries with more than 250,000 people who are committed to delivering quality in assurance, tax and advisory services. Find out more and tell us what matters to you by visiting us at www.pwc.com.