



MASS - TEAM ATHENS

**ΕΙΣΗΓΗΣΗ ΓΙΑ ΤΟ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
ΤΟΥ Κ.Σ.**

Βασικές παραδοχές

- Το προσωπικό πρόγραμμα επικοινωνίας του Κ.Σ. πρέπει να σχεδιασθεί με τις εξής παραμέτρους :
 - ✓ Να ταυτίζεται θεματικά και χρονικά με τη διαφημιστική προεκλογική επικοινωνία.
 - ✓ Να μην «ακολουθεί» την επικαιρότητα που καθοδηγείται από τα ΜΜΕ, αλλά να δημιουργεί ειδησεογραφική αξία.
 - ✓ Να εκμεταλλεύεται θέματα / πρωτοβουλίες, στα οποία το ΠΑΣΟΚ έχει πλεονέκτημα, είτε λόγω του κυβερνητικού έργου, είτε λόγω των θέσεών του (π.χ. διεθνής ισχυροποίηση χώρας).

Ο επικοινωνιακός στόχος

- Να δημιουργηθεί στη κοινή γνώμη η αίσθηση ότι ο Κ.Σ. είναι ο αδιαμφισβήτητος Ηγέτης, που όμως :
 - ✓ είναι απλός, προσιτός και λέει την αλήθεια.
 - ✓ «μιλάει με την κοινωνία», με καθημερινό, ανθρώπινο, φιλικό τρόπο.
 - ✓ εξαίρει την Ελλάδα και τις κατακτήσεις των Ελλήνων.
 - ✓ συνδέει / εξηγεί το κυβερνητικό έργο με τα οφέλη που προκύπτουν για την καθημερινή ζωή των Ελλήνων.

Σε ποιους πρέπει να απευθυνθούμε

- Οι Ειδικές ομάδες κοινού-στόχος στις οποίες πρέπει να δοθεί έμφαση, κατά τον επικοινωνιακό σχεδιασμό του προγράμματος Κ.Σ., σύμφωνα και με τα στοιχεία των τελευταίων ερευνών είναι :
 - ✓ Αγρότες
 - ✓ Συνταξιούχοι
 - ✓ Νέοι
 - ✓ Γυναίκες

Το «μαλακό υπογάστριο» του ΠΑΣΟΚ
- Το σύνολο του πληθυσμού παραμένει κοινό-στόχος, που θα προσεγγιστεί και μέσω των ανοικτών και κλειστών συγκεντρώσεων του ΠΑΣΟΚ/Κ.Σ.

Ο πολιτικός λόγος του Κ.Σ.

- Στις εκδηλώσεις / επισκέψεις / ομιλίες / συνεντεύξεις που θα προγραμματισθούν, ο πολιτικός λόγος του Κ.Σ. πρέπει να είναι :
 - ✓ Απλός, εύληπτος,
 - ✓ Με σύντομες φράσεις,
 - ✓ Με αναφορές τοπικού ενδιαφέροντος (ιστορικές, λαογραφικές, πολιτισμικές).
 - ✓ Έντονα συναισθηματικός (να μιλάει με εικόνες, παραδείγματα και όχι με ψυχρά στοιχεία-νούμερα).
 - ✓ Έντονα κωδικοποιημένος (π.χ. δεν μειώσαμε τα αγροτικά επιτόκια από 23% σε 7%, αλλά «με τη μείωση των επιτοκίων δανεισμού δίνουμε πλέον ανάσα και ευκαιρίες στον Έλληνα αγρότη»).

Προετοιμασία πολιτικού λόγου (τεχνικά)

- Πριν από κάθε επίσκεψη / παρουσία του Κ.Σ. πρέπει να γίνονται τα εξής :
 - ✓ Να ετοιμάζεται ένα σχέδιο σημείων ομιλίας.
 - ✓ Να επιλέγονται οι «τοπικές αναφορές»
 - ✓ Να καταγράφονται οι λέξεις-κλειδιά που αφορούν τη συγκεκριμένη περιοχή ή/και ομάδα-κοινού.
- Για την καλύτερη απόδοση των παραπάνω χρειάζεται, κάθε φορά, μια πρόβα από τον ίδιο τον Κ.Σ. και τους συνεργάτες του.

**ΤΕΣΣΕΡΑ ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ
ΣΤΗΝ ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΟΥ Κ.Σ.**

Ειδικό θέμα 1 :

Η Προεκλογική Επικοινωνία και ο Κ.Σ.

- Στην εφαρμογή της Προεκλογικής Επικοινωνία ο Κ.Σ. εντάσσεται με :
 - ✓ «Υπογραφή» Κ.Σ. δίπλα στο λογότυπο-slogan ΠΑΣΟΚ.
 - ✓ Προσωπικές εικόνες του Κ.Σ. στο σύνολο του διαφημιστικού υλικού που σχεδιάζεται.
 - ✓ Αυτόνομη επικοινωνία του Κ.Σ. με χρήση τηλεόρασης, καταχωρίσεων στις εξής περιόδους :
 - 9/3/2000 : «Γιατί κάνω εκλογές»
 - 12-15/3/2000 : «ONE: Μια ιστορική μέρα για την Ελλάδα»
 - 15-20/3/2000 : «Η Νέα Ελλάδα»

Οχι γιατί κάνω, αυτό δεν είναι θέμα. Ποιοι είναι οι λόγοι για να

Ειδικό θέμα 1 :

Η Προεκλογική Επικοινωνία και ο Κ.Σ. (συν.)

- ✓ **Αυτόνομη επικοινωνία Κ.Σ. με χρήση αφισών δρόμου στις εξής περιόδους :**
 - **13-26/3/2000 : «Δημιουργούμε τη Νέα Ελλάδα»**
 - **27/3-8/4/2000 : «Η Ελπίδα είναι εδώ, το Όραμα είναι εδώ»**

Ειδικό θέμα 2 :

Το Κυβερνητικό πρόγραμμα

- Για να αποκτήσει ουσία το προσωπικό πρόγραμμα του Κ.Σ., αλλά και δυναμική η εκλογική επικοινωνία, πρέπει το συντομότερο δυνατό (όχι πέραν της 18ης/2/2000) να μας παραδοθεί το σύνολο του Κυβερνητικού προγράμματος ανά τομέα, για την επόμενη 4ετία, το οποίο πρέπει να διαθέτει τα εξής χαρακτηριστικά :
 - ✓ Συμπυκνωμένες και συγκεκριμένες Δεσμεύσεις (έως 10) ανά τομέα.
 - ✓ Ιδιαίτερη έμφαση στα θέματα Αγροτών, Συνταξιούχων, Ασφάλειας, Απασχόλησης, Υγείας, Παιδείας.
 - ✓ Απόδοση των Δεσμεύσεων με τέτοιο τρόπο, ώστε να εξηγούν πρακτικά και εύληπτα και την «μετά ΟΝΕ εποχή», ανά τομέα.

Ειδικό θέμα 2 :

Το Κυβερνητικό πρόγραμμα (συν.)

- ***Αν το Κυβερνητικό πρόγραμμα δεν παραδοθεί εγκαίρως στην Ομάδα μας, τότε ανατρέπεται η εφαρμογή της στρατηγικής επικοινωνίας και των διαφόρων ενεργειών, με αποτέλεσμα ο εκλογικός σχεδιασμός να χάνει το πλεονέκτημα του αιφνιδιασμού του αντιπάλου και να μην προβάλλει το μέλλον της πολιτικής ΠΑΣΟΚ.***

Ειδικό θέμα 3 :

Οι Προεκλογικές Συγκεντρώσεις του Κ.Σ.

- Οι ανοικτές και κλειστές προεκλογικές συγκεντρώσεις του Κ.Σ. αφού καθορισθούν συγκεκριμένα χρονικά, θα πρέπει να οργανωθούν με τέτοιο τρόπο ώστε να αποτελούν από μόνες τους ένα «ολοκληρωμένο Γεγονός» από τα ΜΜΕ σε επίπεδο: κάλυψης, σκηνοθεσίας, φωτισμού, αισθητικής, πολιτικού λόγου, προσωπικής εικόνας του Κ.Σ.
- Οι εταιρίες μας μέσω των Ειδικών συνεργατών μας για αυτό το σκοπό, είναι σε θέση να αναλάβουν τις προεκλογικές Συγκεντρώσεις (ανοικτές-κλειστές) αλλά και τα κύρια Εκλογικά Κέντρα του Κόμματος, προσδίδοντας:
 - ✓ πρωτοτυπία
 - ✓ ομοιογένεια εικόνας και μηνυμάτων
 - ✓ διαφοροποίηση από τα άλλα κόμματα
 - ✓ συμβατότητα με την Προεκλογική Στρατηγική Επικοινωνία

Ειδικό θέμα 4 :

Η ασφάλεια του Πολίτη

- Σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία ερευνών, η Ασφάλεια των Πολιτών, είναι κρίσιμο μέγεθος και ορίζει τη συγκυρία. Για την αντιμετώπιση του θέματος αυτού χρειάζονται ειδικές ενέργειες από το αρμόδιο Υπουργείο. Αυτές θα μπορούσε να είναι:
 - ✓ Εντατικοποίηση περιπολιών στις πόλεις.
 - ✓ Συχνότεροι έλεγχοι οχημάτων.
 - ✓ Προβολή των επιτυχιών των Σωμάτων Ασφαλείας κατά του οργανωμένου εγκλήματος (ανάδειξη μέσα από ΜΜΕ).
 - ✓ Συνεντεύξεις / αρθρογραφία του αρμόδιου Υπουργού για το σχέδιο που εφαρμόζεται.
 - ✓ Πρόγραμμα διαφημιστικής επικοινωνίας του Υπουργείου για το σχέδιο που εφαρμόζεται, με καταχωρίσεις στις εφημερίδες.



ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ

Οι ενέργειες που προτείνουμε

- **Χωρίζονται σε τρεις αυτόνομες ενότητες :**
 1. **Ο Κ.Σ. ΚΑΝΕΙ ΔΙΑΛΟΓΟ ΜΕ ΟΛΗ ΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΑ**
με κεντρικό σύνθημα του πολιτικού του λόγου
«Πρώτα η Ελλάδα, Πρώτα ο Πολίτης--> Καλύτερη ζωή για όλους»
 2. **Ο Κ.Σ. ΜΟΙΡΑΖΕΤΑΙ ΣΤΙΓΜΕΣ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟΤΗΤΑΣ ΜΕ ΤΟΝ ΑΠΛΟ ΠΟΛΙΤΗ** με κεντρικό σύνθημα του πολιτικού του λόγου
«Κοινωνία Αλληλεγγύης με Ανθρώπινο πρόσωπο»
 3. **Ο Κ.Σ. ΚΑΙ ΤΑ ΜΜΕ** με κεντρικό σύνθημα του πολιτικού του λόγου
«Δημιουργούμε την Νέα Ελλάδα».

Πρώτη ενότητα ενεργειών

Ο Κ.Σ. ΚΑΝΕΙ ΔΙΑΛΟΓΟ ΜΕ ΟΛΗ ΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΑ

«Πρώτα η Ελλάδα, Πρώτα ο Πολίτης-->Καλύτερη ζωή για όλους»

1. Επιλέγει χώρους, θέματα, ομάδες κοινού που συνδυάζουν το κυβερνητικό έργο με μια καλύτερη ζωή για όλους τους Έλληνες, σε κάθε γωνιά της χώρας. Από το Καστελόριζο μέχρι τα Πομακοχώρια. Έτσι, πείθει ότι εγγυάται την κοινωνική συνοχή και αλληλεγγύη στη χώρα και στη κοινωνία.
2. Ο πολιτικός λόγος του πρέπει κάθε φορά να δομείται σε δύο μέρη :
 - α) τι όφελος είχε η συγκεκριμένη ομάδα κοινού από το κυβερνητικό έργο και
 - β) ποιες είναι οι κυβερνητικές δεσμεύσεις για την περίοδο 2000-2006.

Ενέργειες

«Ο Κ.Σ. κάνει διάλογο με όλη την κοινωνία»

- Ενδεικτικά προτείνονται οι παρακάτω ενέργειες:
 - ✓ Η Ελλάδα σε: «Σταυρό-Χιαστί» μέσα σε μία μέρα (με ελικόπτερο στο Καστελλόριζο, Γαύδος, Ορεστιάδα, Ειδομένη). Επιτόπια επίσκεψη έργων και παρεμβάσεων που αλλάζουν τις περιοχές καθώς και συζήτηση με πολίτες.
 - ✓ Επίσκεψη σε ένα χωριό της Μάνης.
 - ✓ Επίσκεψη στα Ζαγοροχώρια.
 - ✓ Επίσκεψη στην Ορεινή Ροδόπη / επικοινωνία με Μουσουλμανικό στοιχείο.
 - ✓ Ταξίδι με intercity στη Θεσσαλονίκη.
 - ✓ Επίσκεψη/εγκαίνια σταθμού μετρό Περιστερίου.

Ενέργειες

«Ο Κ.Σ. κάνει διάλογο με όλη την κοινωνία» (συν.)

- ✓ Επίσκεψη στην αναμορφωμένη περιοχή των Α. Λιοσίων.
- ✓ Συνάντηση με το «Χαμόγελο του Παιδιού».
- ✓ Συνάντηση με Νέους επιδοτούμενων θέσεων εργασίας.
- ✓ Επίσκεψη στο κέντρο του ΟΚΑΝΑ και συζήτηση με απεξαρτημένο χρήστη ναρκωτικών.
- ✓ Συναυλία για τους Σεισμόπληκτους στο κλειστό Α. Λιοσίων, με παρουσία του Κ.Σ. στις κερκίδες και συνομιλία με τους θεατές.
- ✓ Ημέρα Γυναίκας - εκδήλωση στο Σπόρτιγκ.

Δεύτερη ενότητα ενεργειών

**Ο Κ.Σ. ΜΟΙΡΑΖΕΤΑΙ ΣΤΙΓΜΕΣ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟΤΗΤΑΣ ΜΕ
ΤΟΝ ΑΠΛΟ ΠΟΛΙΤΗ**

«Κοινωνία Αλληλεγγύης με Ανθρώπινο πρόσωπο»

1. Επιλέγει χώρους, θέματα, και χαρακτηριστικούς τύπους ανθρώπων, στα οποία εμφανίζεται ως «ένας από εμάς». Έτσι, πείθει ότι είναι ο προσιτός, ανθρώπινος Ηγέτης του λαού.
2. Οι ενέργειες / εκδηλώσεις αυτού του τύπου χρειάζονται λεπτομερή σκηνοθεσία και αυστηρή προετοιμασία (επιλογή συγκεκριμένου χώρου, τόπου, ημερομηνίας και τρόπου δημοσιογραφικής κάλυψης).

Ενέργειες

«Ο Κ.Σ. μοιράζεται στιγμές καθημερινότητας με τον απλό πολίτη»

- **Ενδεικτικά προτείνονται ενέργειες:**
 - ✓ **Ο Κ.Σ. επισκέπτεται, τρώει, συνομιλεί με αγρότη στα Τρίκαλα για την καθημερινή του ζωή.**
 - ✓ **Επίσκεψη αιφνίδια σε ΚΑΠΗ επαρχιακής πόλης και κουβέντα με συνταξιούχους.**
 - ✓ **Επίσκεψη αιφνίδια στην κεντρική αγορά Αθηνών και συζήτηση με τους πολίτες.**
 - ✓ **Επίσκεψη σε δημοτικό σχολείο και Λύκειο επαρχιακής πόλης και φιλική συνομιλία με παιδιά.**
 - ✓ **Επίσκεψη-συζήτηση με νέους σε Internet cafe.**

Ενέργειες

«Ο Κ.Σ. μοιράζεται στιγμές καθημερινότητας με τον απλό πολίτη» (συν.)

- ✓ ***Επίσκεψη-συνομιλία στο Νοσοκομείο Λάρισας και συζήτηση με Γιατρούς, Νοσ. Προσωπικό και Ασθενείς.***
- ✓ ***Επίσκεψη μονάδας του Στρατού Ξηράς σε Ακριτική Περιοχή (π.χ. Δράμα) ή μονάδας του Πολεμικού Ναυτικού σε νησί (π.χ. Σαμοθράκη).***

Τρίτη ενότητα ενεργειών

Ο Κ.Σ. ΠΡΩΤΑΓΩΝΙΣΤΗΣ ΤΩΝ ΜΜΕ

1. Ο Κ.Σ. εμφανίζεται στα ΜΜΕ με την απλότητα, σαφήνεια και σιγουριά που τον διακρίνει, καταδεικνύοντας εκτός από τον πολιτικό Ηγέτη και τον «Άνθρωπο Σημίτη».
2. Οι ενέργειες αυτού του τύπου χρειάζονται λεπτομερή οργάνωση και αυστηρή προετοιμασία (επιλογή Μέσου, ημερομηνίας, θέματος κ.λ.π.).

Ενέργειες **«Ο Κ.Σ. ΣΤΑ ΜΜΕ»**

- **Ενδεικτικά προτείνονται ενέργειες:**
 - ✓ **Παρουσία σε μη πολιτικές, τηλεοπτικές εκπομπές υψηλής τηλεθέασης (π.χ. ANTENNA-Παπαδάκης, MEGA-Σ. Θεοδωράκης).**
 - ✓ **Παρουσία σε Ραδιοφωνικές πρωινές εκπομπές για απευθείας συζήτηση με τον παρουσιαστή για τον «άνθρωπο Σημίτη» (π.χ. FLASH-Τσίμας).**
 - ✓ **Αποστολή προσωπικού internet mail Κ.Σ. σε όλα τα Internet providers / στους χρήστες internet (3 φορές με τα βασικά μηνύματα της εκλογικής εκστρατείας).**

Ενέργειες

«Ο Κ.Σ. ΣΤΑ ΜΜΕ» (συν.)

- ✓ **Επιλεγμένες συνεντεύξεις / απόψεις σε Περιοδικά (π.χ. ΔΙΦΩΝΟ, NITRO, MEN, STATUS, ΣΙΝΕΜΑ), σε κυριακάτικες Εφημερίδες (ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ, ΒΗΜΑ, ΕΛΕΥΘΕΡΟΤΥΠΙΑ). Απαιτούνται τουλάχιστον 2 συνεντεύξεις σε Περιοδικά (με εξώφυλλο τον Κ.Σ.) και 3 συνεντεύξεις σε κυριακάτικες Εφημερίδες.**
- ✓ **Παρουσία σε θεατρικές παραστάσεις ή/και κινηματογραφικές αίθουσες. Επιλογή ταινιών που τοποθετούν τον Κ.Σ. ανάμεσα στο νεανικό, δυναμικό αλλά και μαζικό κοινό (Peppermint, «ΦΟΒΟΥ ΤΟΥΣ ΕΛΛΗΝΕΣ»-Λαζόπουλος, «ΒΥΣΣΙΝΟΚΗΠΟΣ»-Κακογιάννης, «ΑΥΤΗ Η ΝΥΧΤΑ ΜΕΝΕΙ»-Παναγιωτόπουλος, «SAFE SEX»-Ρέππας, Παπαθανασίου), αλλά και Θεατρικών Έργων (π.χ. «Βγάλτε τον Υπουργό απ' την πρίζα»).**

Ενέργειες

«Ο Κ.Σ. ΣΤΑ ΜΜΕ» (συν.)

- ✓ Οδοιπορικό Κ.Σ. με τηλεοπτικό κανάλι σε περιοχή της χώρας όπου μικρά-μεσαία έργα κάνουν καλύτερη την καθημερινή ζωή των πολιτών (π.χ. Νήσος Λήμνος).

Με τις παραπάνω Ενέργειες:

- **Ανατρέπουμε την προσπάθεια της ΝΔ να καταδείξει ότι δημιουργείται η Ελλάδα των δύο ταχυτήτων (Αθήνα-Επαρχία), αυτή των ανισοτήτων.**
- **Υπενθυμίζουμε στην κοινή γνώμη ότι το κυβερνητικό έργο εγγυάται -έμπρακτα- την κοινωνική συνοχή και αλληλεγγύη.**
- **Ανακτούμε την πρωτοβουλία κινήσεων στο επίπεδο της κοινής γνώμης.**
- **Ακυρώνουμε τη βασική επιχειρηματολογία της ΝΔ ότι ο Πρωθυπουργός είναι ανάλητος.**