



**ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ  
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ  
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ**

**ΑΠΟΣΠΑΣΜΑ**

**ΑΠΟ ΤΟ ΠΡΑΚΤΙΚΟ ΤΗΣ 2<sup>ης</sup> ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗΣ (ΤΑΚΤΙΚΗΣ) ΤΗΣ 16<sup>ης</sup> ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΥ 2015  
ΤΟΥ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ**

**ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ  
23/2015**

Στη Χαλκίδα, σήμερα 16 Φεβρουαρίου 2015 ημέρα Δευτέρα και ώρα 12:00 π.μ., το Περιφερειακό Συμβούλιο Στερεάς Ελλάδας συνήλθε σε τακτική συνεδρίαση η οποία πραγματοποιήθηκε στην αίθουσα συνεδριάσεων της Περιφερειακής Ενότητας Ευβοίας (Λ. Χαϊνά 93), κατόπιν της αριθμ. οίκοθ.68/9-2-2015 Πρόσκλησης, της Προέδρου του Περιφερειακού Συμβουλίου Στερεάς Ελλάδας κας Ασημίνας Παπαναστασίου, στην 2<sup>η</sup> Συνεδρίαση (Τακτική) του Περιφερειακού Συμβουλίου Στερεάς Ελλάδας, η οποία δημοσιεύτηκε στην ιστοσελίδα της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας και απεστάλη ηλεκτρονικά στον Περιφερειάρχη κ. Κωνσταντίνο Π. Μπακογιάννη, στους κ. Αντιπεριφερειάρχες, καθώς και σε καθένα από τους Περιφερειακούς Συμβούλους για συζήτηση και λήψη αποφάσεων επί των ακόλουθων θεμάτων ημερήσιας διάταξης :

**Θέμα 10<sup>ο</sup> | Πρόγραμμα τουριστικής προβολής Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας έτους 2015**

Πριν από την έναρξη της συνεδρίασης, η Πρόεδρος του Περιφερειακού Συμβουλίου κα Ασημίνα Παπαναστασίου, διαπίστωσε ότι από τα 51 μέλη του Περιφερειακού Συμβουλίου είναι :

**Παρόντες**

- Ο Περιφερειάρχης Στερεάς Ελλάδας κ. Κωνσταντίνος Π. Μπακογιάννης
- Η Πρόεδρος του Περιφερειακού Συμβουλίου κ. Ασημίνα Παπαναστασίου
- Ο Αντιπρόεδρος του Περιφερειακού Συμβουλίου κ. Γεώργιος Ακριώτης
- Ο Γραμματέας του Περιφερειακού Συμβουλίου κ. Κωνσταντίνος Αποστολόπουλος
- Οι Αντιπεριφερειάρχες Στερεάς Ελλάδας κ.κ. : Ευθύμιος Καραϊσκος, Κωνσταντίνος Μίχος, Φανή Παπαθωμά, Φάνης Σπανός & Αριστείδης Τασιός
- Οι Περιφερειακοί Σύμβουλοι ως ακολούθως :

Περιφερειακή Παράταξη Πλειοψηφίας				Περιφερειακές Παρατάξεις Μειοψηφίας			
A/A	«Αλλάζουμε στην Καρδιά της Ελλάδας»	Παρών/ούσα	Απών/ούσα	A/A	«Η Στερεά σε Νέα Τροχιά - Βαγγέλης Αποστόλου»	Παρών/ούσα	Απών/ούσα
1	Αναστασίου Γεώργιος	✓		1	Αγγελέτος Ιωάννης	✓	
2	Αποστολόπουλος Κωνσταντίνος	✓		2	Ακριώτης Γεώργιος	✓	
3	Αργύρης Δημήτριος	✓		3	Αποστόλου Ευάγγελος		✓
4	Αργυρίου Δημήτριος	✓		4	Βέττας Δημήτριος		✓
5	Βαρδακώστας Κων/νος	✓		5	Θηβαίος Νικόλαος	✓	
6	Βουρδάνος Δημήτριος	✓		6	Μελισσάρης Ιωάννης	✓	
7	Γκάβαλης Σταμάτιος	✓		7	Μιχελής Αθανάσιος	✓	
8	Καλαντζή Αικατερίνη	✓		8	Στουπής Νικόλαος	✓	
9	Κάππος Ευστάθιος	✓		9	Τιμπλαλέξης Δημήτριος	✓	
10	Καραγιάννης Κων/νος	✓		10	Τσολάκη Σοφία	✓	
11	Καρακάντζας Αθανάσιος	✓		«Θανάσης Γιαννόπουλος - Συμφωνία για τη Στερεά»			
12	Κατσαγούνος Ευάγγελος	✓		11	Γεωργούλης Αδαμάντιος	✓	
13	Κατσαρός Χαράλαμπος		✓	12	Γιαννάκης Μιχαήλ	✓	
14	Κελαϊδής Γεώργιος		✓	13	Γιαννόπουλος Αθανάσιος	✓	
15	Κοντζιάς Ιωάννης	✓		14	Ευαγγελίου Παναγιώτης		✓
16	Κούκουζας Ευάγγελος	✓		«Ελληνική Αυγή για τη Στερεά Ελλάδα»			
17	Κυρίτης Δημήτριος	✓		15	Γκλέτσος Απόστολος	✓	
18	Μηλίδου-Θαλασσινού Αφροδίτη	✓		16	Πάνος Θεόδωρος	✓	

19	Μπακομήτρος Κων/νος	✓		«Λαϊκή Συσπείρωση Στερεάς Ελλάδας»		
20	Μπούρμας Ηλίας	✓		17	Μαρίνος Γεώργιος	✓
21	Παπαναστασίου Ασημίνα	✓		18	Γκικόπουλος Γεώργιος	✓
22	Παπαχριστοδούλου Σπυρίδων	✓		«Ενεργοί Πολίτες Στερεάς»		
23	Περγαντάς Ιωάννης	✓		19	Χαϊνάς Κων/νος	✓
24	Περλεπές Ιωάννης	✓		«Αριστερή Παρέμβαση στη Στερεά Ελλάδα»		
25	Σανίδα Ηλίας	✓		20	Ζούμπτος Βασίλειος	✓
26	Σανιδάς Χαράλαμπος	✓				
27	Ταγκαλέγκας Ιωάννης	✓				
28	Τσιτσάνης Λάμπρος	✓				
29	Φακίτσας Βασίλειος	✓				
30	Χειμάρας Θεμιστοκλής	✓				
31	Ψυχογιός Γεώργιος	✓				
Σύνολο Συμβούλων Πλειοψηφίας		29	2	Σύνολο Συμβούλων Μειοψηφίας		17
						3

Αφού διαπιστώθηκε η ύπαρξη νόμιμης απαρτίας - καθώς από το σύνολο των πενήντα ένα (51) Περιφερειακών Συμβούλων ήταν παρόντες σαράντα έξι (46) - η Πρόεδρος του Περιφερειακού Συμβουλίου κ. Ασημίνα Παπαναστασίου κήρυξε την έναρξη της συνεδρίασης. Χρέη υπηρεσιακού Γραμματέα άσκησε ο υπάλληλος της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας κ. Χαράλαμπος Κασαράς.

Η Πρόεδρος του Περιφερειακού Συμβουλίου, κα Ασημίνα Παπαναστασίου, έδωσε τον λόγο στον εισηγητή του 10<sup>ου</sup> θέματος ημερήσιας διάταξης, Αντιπεριφερειάρχη Τουρισμού, Αθλητισμού & Πολιτισμού κ. Ηλία Σανίδα, ο οποίος έθεσε υπόψη του σώματος την με αριθμ. Φ.ΣΤ/17854/159/5-2-2015 εισήγησή του και ανέφερε τα ακόλουθα:

*Η Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας έχοντας υπόψη:*

1. Τις αρχές και τους στόχους του Υπουργείου Τουρισμού, του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (ΕΟΤ) και τα «Προτεινόμενα Εργαλεία Τουριστικής Προβολής»
2. Τη Στρατηγική Προώθησης και Προβολής του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού για την τριετία 2014-2015-2016
3. Τα κατά τόπους σχέδια τουριστικού Μάρκετινγκ των περιφερειακών Ενοτήτων και τις προτεραιότητές τους
4. Την παρακολούθηση των τάσεων στην παγκόσμια τουριστική αγορά
5. Τη συνεργασία και τις προτάσεις των φορέων και των επαγγελματιών τουρισμού
6. Την ανάγκη να διαθέτει η Περιφέρεια και οι Περιφερειακές ενότητες ένα αυτοτελές πρόγραμμα τουριστικής προβολής
7. Την αριθμ. 14840/25-10-2012 εγκύκλιο του Υπουργείου Τουρισμού-Δ/ση Τουριστικής Πολιτικής και Συντονισμού: «Κατευθύνσεις για την ορθή εφαρμογή της διαδικασίας παροχής σύμφωνης γνώμης, που ορίζεται στο άρθρο 30 του Ν.3498/2006(ΦΕΚ230/Α)περί τουριστικής προβολής των φορέων του στενού και του ευρύτερου δημοσίου τομέα».
8. Το αριθμ. 16996/31-7-2014 έγγραφο του Υπουργείου Τουρισμού-Δ/ση Τουριστικής Πολιτικής και Συντονισμού: «Σύμφωνη γνώμη για ενέργειες τουριστικής προβολής»
9. Το ειδικό πλαίσιο Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης για τον Τουρισμό
10. Το αριθμ. 8110/102/21-1-2015 έγγραφο της Δ/σης Αναπτυξιακού Προγραμματισμού το οποίο αναφέρει ότι η εν λόγω Δ/ση συνέταξε το Επιχειρησιακό Σχέδιο Τουριστικής Προβολής της Περιφέρειας έτους 2015 και το υπέβαλε ήδη στην Ενδιάμεση Διαχειριστική Αρχή Στερεάς Ελλάδας Τεχνικό Δελτίο και αίτημα την τροποποίηση της απόφασης ένταξης της πράξης με τίτλο: «ΠΡΟΒΟΛΗ ΘΕΜΑΤΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ» (κωδ.ΟΠΣ 302831&εναριθμο Π.Δ.Ε. 2010ΕΠ05680068) και αιτείται το Επιχειρησιακό Σχέδιο Τουριστικής Προβολής Π.Σ.Ε έτους 2015 – ΕΣΠΑ να ενταχθεί στο Πρόγραμμα Τουριστικής Προβολής Π.Σ.Ε. έτους 2015
11. Την αριθμ. 129/πρακτικό 3<sup>ο</sup> /3-2-2015 απόφαση της Οικονομικής Επιτροπής Π.Σ.Ε

12. Ότι το παραπάνω πρόγραμμα : «Επιχειρησιακό Σχέδιο Τουριστικής Προβολής της Περιφέρειας έτους 2015» λόγω των διαδικασιών δημοπράτησης και υλοποίησης του είναι χρονοβόρο και πρέπει να περατωθεί μέχρι 31-12-2015
13. Ότι οι δράσεις που αναφέρονται παρακάτω στην παρ.1 πρόκειται να καλυφθούν από τον προϋπολογισμό της Π.Σ.Ε. προκειμένου να επισπευσθούν οι διαδικασίες και να έχουμε παραγωγή άμεσου τουριστικού προϊόντος για την Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας το οποίο είναι απαραίτητο αφενός για την άμεση προβολή της Περιφέρειας και αφετέρου είναι απαραίτητη προϋπόθεση για την υλοποίηση του Επιχειρησιακού Σχεδίου Τουριστικής Προβολής Π.Σ.Ε έτους 2015 – ΕΣΠΑ

Θέτει, ως στόχους, για το 2015 τους παρακάτω:

1. Τη δημιουργία brand- name του τουριστικού προϊόντος της Στερεάς Ελλάδας
2. Παραγωγή και προώθηση έντυπου & Ηλεκτρονικού υλικού προβολής
3. Δημιουργία δικτύου πληροφόρησης επισκεπτών
4. Δημιουργία επίσημης ιστοσελίδας επισκεπτών και σελίδων κοινωνικής δικτύωσης
5. Συμμετοχή σε διεθνείς και εγχώριες εκθέσεις
6. Συμμετοχή- χορηγία επιλεγμένων εκδηλώσεων
7. Δράσεις στο εσωτερικό- προώθηση εσωτερικού τουρισμού
8. Διενέργεια ταξιδιών εξοικείωσης σε τουριστικούς πράκτορες, εταιρείες διοργάνωσης ταξιδιών κινήτρων και σε δημοσιογράφους
9. Αποστολή ενημερωτικών εντύπων και προωθητικού υλικού σε μεγάλες εταιρείες που εκτελούν εταιρικά ταξίδια και ταξίδια κινήτρων και σε εξειδικευμένα ταξιδιωτικά γραφεία
10. Δημιουργία δικτύου ενημέρωσης και εξυπηρέτησης αιτημάτων τουριστικών πρακτόρων, εταιριών ταξιδιών και ταξιδιών κινήτρων
11. Οργάνωση ειδικών εκπαιδευτικών ταξιδιών και ημερίδων σε ξένους και Έλληνες τουριστικούς πράκτορες (B2B συναντήσεις)
12. Προβολή του οπτικού ακουστικού υλικού σε Μ.Μ.Ε. της Περιφέρειας
13. Αντιμετώπιση έκτακτων αναγκών

Με βάση τα παραπάνω διαμορφώσαμε το παρακάτω πρόγραμμα τουριστικής Προβολής για το 2015 και εισηγούμαστε

την έγκρισή του ως ακολούθως:

1. **Ενέργειες και δράσεις προγράμματος τουριστικής προβολής που θα καλυφθούν από τον προϋπολογισμό της Π.Σ.Ε συνολικού προϋπολογισμού 40.000€+9.200€ Φ.Π.Α.=49.200€ που αναλύονται ως ακολούθως:**

**A. ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ BRAND NAME -ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ WEB SITE : Κόστος 20.000 € +Φ.Π.Α.**

#### A1. ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ BRAND NAME

**Πρωταρχικός στόχος της Επικοινωνιακής Στρατηγικής είναι η δημιουργία προφίλ - μιας ιδιαίτερης ταυτότητας (brand name) του τουριστικού προϊόντος της Στερεάς Ελλάδας, η οποία θα το καθιστά ελκυστικό και ανταγωνιστικό στις ομάδες στόχους (target groups)(εσωτερικού – εξωτερικού).**

Η τουριστική ταυτότητα της Περιφέρειας θα πρέπει να συνίσταται κατ' ελάχιστον από το λογότυπο και σλόγκαν της Περιφέρειας, τα οποία θα χρησιμοποιούνται στο πλαίσιο της υλοποίησης των ενεργειών τουριστικής προβολής και προώθησης της Στερεάς Ελλάδας σε εθνικό και διεθνές επίπεδο.

Ο Ανάδοχος θα πρέπει να λάβει υπόψη του αφενός το τουριστικό λογότυπο της χώρας αφετέρου τη διαμορφωμένη «τουριστική εικόνα» της Περιφέρειας, να την αξιολογήσει και να προτείνει επικαιροποίηση, προσαρμογή ή αλλαγή της με κατάλληλη αιτιολόγηση.

Ο Ανάδοχος καλείται να διαμορφώσει προτάσεις για τη σύνθεση της Περιφερειακής Τουριστικής Ταυτότητας, οι οποίες θα αξιολογηθούν από Επιτροπή για λογαριασμό της Αναθέτουσας Αρχής.

Επιπλέον, στο πλαίσιο της υποβαλλόμενης τεχνικής προσφοράς, ο υποψήφιος Ανάδοχος θα πρέπει να παρουσιάσει δείγματα δημιουργικού, τα οποία θα ληφθούν υπόψη στην αξιολόγηση της προσφοράς του.

Ο ανάδοχος καλείται να παραδώσει:

1. δύο (2) εναλλακτικές προτάσεις προσχεδίων – λογότυπου και σλόγκαν. Ειδικά για τα σλόγκαν, ο Ανάδοχος θα πρέπει να υποβάλει προτάσεις για ένα κεντρικό και εποχικά σλόγκαν της Περιφέρειας
2. τον τρόπο εφαρμογής του.

Ο Ανάδοχος υποχρεούται να υποβάλλει το σχέδιο της πρότασής του στην ελληνική και στην αγγλική γλώσσα. Τα σχέδια και οι προτάσεις του Αναδόχου θα παρουσιαστούν για αξιολόγηση από Επιτροπή για λογαριασμό της Αναθέτουσας Αρχής.

## **A2. ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ WEB SITE**

### **Το Έργο περιγράφεται ως ακολούθως**

- Επιλογή ενός περιορισμένου αριθμού τουλάχιστον 20 τουριστικών προορισμών εποχικού χαρακτήρα, αλλά και ενδιαφέροντος πολλαπλών ειδών Κοινού (target groups) έτσι ώστε να αυξηθούν οι πιθανότητες προσέλκυσης περισσότερων επισκεπτών. Οι προορισμοί αυτοί είναι καταναμημένοι τουλάχιστον τέσσερις (4) ανά Περιφερειακή Ενότητα, περιγράφονται ακολούθως.
- Δημιουργία περιεχομένου και μεταφράσεων
- Δημιουργία ενός γράφου συνδεδεμένων ιστοσελίδων (δηλ. εναλλακτικών σελίδων σε συσχετισμό με το ειδικό κοινό-target group) μέσω των οποίων θα προτείνονται όχι μόνο πληροφορίες για μεμονωμένα σημεία ενδιαφέροντος, αλλά θα περιέχει σελίδες που θα συνδυάζουν τα σημεία ενδιαφέροντος με προτάσεις διακοπών, ανάλογα με τον τύπο του επισκέπτη (ηλικία, γλώσσα, ειδικό κοινό κλπ). Οι παραπάνω σελίδες θα χρησιμοποιηθούν σε διαφημιστικές καμπάνιες ως σελίδες εισόδου (landing pages) και μάλιστα στοχευμένα, ανάλογα με τον τύπο του επισκέπτη
- Δυνατότητα αυτόματης ανάρτησης στα κοινωνικά δίκτυα με τη δημιουργία νέου άρθρου στο micro site
- Δημιουργία λογαριασμών για καμπάνιες και την ανάλυση της κίνησης στην ιστοσελίδα. Καμπάνιες με στόχευση σε διαφορετικές κατηγορίες επισκεπτών σε κάθε μία από της υποστηριζόμενες γλώσσες (Google analytics, Google adwords, Facebook ads κ.λ.π.)
- Διαχείριση προβολής, αξιολόγηση αποτελεσμάτων και αντίστοιχη προσαρμογή του περιεχομένου.
- Δημιουργία λογαριασμών στα κοινωνικά δίκτυα
  - Facebook fun page
  - Google+
  - Twitter account
  - Pinterest
  - Tumblr
  - Instagram
- Διερεύνηση για καταχώριση διαφημίσεων σε μεταγενέστερο χρόνο, σε ιστοσελίδες-και ανάλογα με τον διατιθέμενο Π/Υ- μεγάλης τουριστικής κίνησης όπως LonelyPlanet.com, TripAdvisor.com, Booking.com, Hotels.com και ιστοσελίδες τουριστικού ενδιαφέροντος που χρησιμοποιούνται ευρέως στις χώρες –στόχους.

### **Τεχνικές Προδιαγραφές του microsite τουριστικής προβολής Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας**

#### **1. Τεχνικές Προδιαγραφές του microsite**

- Πολύγλωσσο περιεχόμενο – υποστήριξη των τεσσάρων (4) γλωσσών και της Ελληνικής γλώσσας με τις επίσημες μεταφράσεις σύμφωνα με την αριθμ.πρωτ.14840/25-10-2012 Εγκύκλιο Υπουργείου Τουρισμού

- Με βασικά αναγνωρίσιμα χαρακτηριστικά του υπάρχοντος και ξεχωριστό εικαστικό θέμα (skin/theme) έτσι ώστε, με αναφορά στην ταυτότητα (brand name) της ΠΣΤΕ, να προσφέρεται μια ευχάριστη και ελκυστική για προορισμό διακοπών, εμπειρία στους χρήστες
- Ξεχωριστό μενού για πιο εύκολη πλοήγηση με τους προορισμούς χωρισμένους κατά περιφερειακή ενότητα και κατηγορία ενδιαφέροντος
- Search engine friendly (SEF) URLs και άλλες τεχνικές για Search engine optimization (SEO) όπως εισαγωγή meta tags τύπου microformats (google) και opengraph (facebook)
- Εργαλεία για εύκολη κοινοποίηση σε κοινωνικά δίκτυα (Like, Share για Facebook, Twitter, Google+, Pinterest κ.λ.π.)

## **2. Οι τουλάχιστον 20 προτεινόμενοι τουριστικοί προορισμοί**

### **Ενδιαφέροντα που καλύπτει το micro site:**

1. ΗΛΙΟΣ / ΘΑΛΑΣΣΑ (Seaside)
2. ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ (Culture)
3. ΚΑΤΑΔΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ (Diving)
4. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΓΕΙΑΣ ΚΑΙ ΕΥΕΞΙΑΣ (Health and Wellness)
5. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΟΛΥΤΕΛΕΙΑΣ (Luxury)
6. ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ (Nautical)
7. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΟΛΕΩΝ (City breaks)
8. ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ (Business)
9. ΠΕΡΙΗΓΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ (Touring)

### **Π.Ε. Φθιώτιδας:**

1. Λαμία-Λουτρά Υπάτης-Υπάτη (Ι.Μ.Παναγίας Αγάθωνος)
2. Αλαμάνα – Θερμοπύλες – Γοργοπόταμος(φαράγγι Ασωπού)- Καμμένα Βούρλα - Άγιος Κωνσταντίνος
3. Αταλάντη - Τιθορέα – Αμφίκλεια – Χ.Κ.Παρνασσού
4. Λαμία - Πλατύστομο(Μεγάλη Κάψη δασικό χωριό)-Τυμφρηστός-Καρπενήσι

### **Π.Ε. Βοιωτίας:**

1. Αράχωβα-Καλύβια –Χ.Κ.Παρνασσού
2. Θήβα- Πλαταιές (Λεύκτρα)- (Αγ. Βασίλειος)- Θεσπιές-Αλυκή
3. Λειβαδιά- Ορχομενός –Χαιρώνεια
4. Δίστομο (Αντίκυρα)-Όσιος Λουκάς – (Κοιλάδα των Μουσών)- παραλία Σαράντη.

### **Π.Ε. Ευρυτανίας:**

1. Καρπενήσι -Μ.Χωριό-Προυσσός(Παναγία Προυσιώτισσα)
2. Λίμνη Κρεμαστών – Δυτ.Φραγκίστα(Αγραφιιώτης)- Άγραφα-Γρανίτσα
3. Καρπενήσι (Κορυσκάδες, Βελούχι , Χ.Κ.Βελουχίου)-Αγία Τριάδα – Φουρνά
4. Κρίκελλο - Δομνίστα –(φαράγγι Πάντα βρέχει)

### **Π.Ε. Φωκίδας:**

1. Δελφοί – Χρισσό – Ιτέα
2. Γαλαξείδι-Ερατεινή (Ν.Τριζόνια)-Ναύπακτος
3. (Περιοχή Μόρνου)-Λιδωρίκι –Συκιά (Γκιώνα)-Αθ. Διάκος (Βαρδούσια)
4. Άμφισσα-(βαγονέτο)-Γραβιά (Μπράλος)-Παύλιανη-(Πυρά)

### **Π.Ε. Ευβοίας:**

1. Αιδηψός –Ιστιαία-Προκόπι(Αγ. Ιωάννης Ρώσσης)
2. Αυλίδα-Χαλκίδα-Ερέτρια
3. Μαρμάρι-Κάρυστος –Λενοσαίοι (φαράγγια Νοτίου Ευβοίας)
4. Κύμη-Ν.Σκύρος(Λινάρια, Χώρα, Μαγαζιά)

**Σημείωση:** Διευκρινίζεται ότι ο κάθε προορισμός θα περιγράφεται σε ένα κείμενο 50-200 λέξεων, κάθε σταθμός ενδιαφέροντος σε 50-100 λέξεις, κάθε φωτογραφία θα έχει λεζάντα και θα υπάρχουν 3 σταθμοί ανά προορισμό. Η μετάφραση θα είναι πλήρης, με διαφοροποιήσεις ανά γλώσσα (π.χ. στα ρωσικά για θρησκευτικό τουρισμό)με εφαρμογή της υπ. αριθμ.14840/25-10-2012 Εγκύκλιο Υπουργείου Τουρισμού 'Κατευθύνσεις για την ορθή εφαρμογή της διαδικασίας παροχής σύμφωνης γνώμης, που ορίζεται στο

άρθρο 30 του Ν.3498/2006(ΦΕΚ230/Α)περί τουριστικής προβολής των φορέων του στενού και του ευρύτερου δημοσίου τομέα'.

**Υπόδειγμα διαδρομής:** Σε ξεχωριστό αρχείο .pdf

### **Τεχνικές προδιαγραφές για την δημιουργία του microsite**

- 1.Ο ανάδοχος θα χρησιμοποιήσει σύστημα διαχείρισης περιεχομένου που ανήκει στην κατηγορία του ανοικτού – ελεύθερου λογισμικού. Ειδικότερα θα χρησιμοποιηθεί ένα από τα συστήματα διαχείρισης περιεχομένου JOOMLA στην έκδοση 2.5.7 ή νεότερη, drupal 7xxx ή νεότερη.
- 2.Πάνω σ' αυτό ο ανάδοχος θα εγκαταστήσει σύγχρονο ποιοτικό εικαστικό αποτέλεσμα- θέμα (το οποίο θα εγκρίνει η Επιτροπή παρακολούθησης και παραλαβής του έργου στα πλαίσια διαδικασίας αξιολόγησης προτεινόμενων templates παρουσίασης) ως ορίζεται στην Εγκύκλιο 15566/23-11-2011ΥΠ.Π.& Τ.), ικανό να προσφέρει μια ευχάριστη εμπειρία στους χρήστες (με χρήση τεχνολογιών CSS3, javascript, .....κ.α. ενδεικτικά και όχι δεσμευτικά) και θα εισάγει το περιεχόμενο στις επιλεγείσες γλώσσες. Θα εγκαταστήσει επίσης τα εργαλεία που απαιτούνται για την προβολή του περιεχομένου (χάρτες google maps, εύκολη κοινοποίηση στα κοινων. δίκτυα, εργαλεία προβολής φωτογραφιών κ.λ.π.).
- 3.Υποχρέωση του αναδόχου είναι να εγκαταστήσει αρθρώματα λογισμικού που κατά την περίοδο της φάσης ανάπτυξης του έργου διαπιστώθηκε ότι δεν παρουσιάζουν ευπάθειες και προβλήματα ασφαλείας όπως αυτά δημοσιεύονται στις επίσημες λίστες του επιλεγθέντος συστήματος διαχείρισης περιεχομένου , απολαμβάνουν την αποδοχή της κοινότητας ελεύθερου λογισμικού JOOMLA ή drupal . Και παρουσιάζουν δραστηριότητα βελτιώσεων - διορθώσεων Για το λόγο αυτό ο Ανάδοχος θα αποστέλλει στη ΠΣΤΕ προς έγκριση λίστα με τις εκδόσεις των αρθρωμάτων που υλοποιούν τη ζητούμενη λειτουργικότητα.Σε περίπτωση που ο ανάδοχος αναπτύξει κώδικα που υλοποιεί κάποια λειτουργικότητα πέραν του επιπέδου παρουσίασης, οφείλει να παράσχει τον πηγαίο κώδικα ελεύθερο δικαιωμάτων και με πλήρη τεκμηρίωση. Ειδικότερα οφείλει να ενημερώσει την ΠΣΤΕ για λειτουργικότητα μικρής έκτασης η οποία ενσωματώνεται χωρίς την υλοποίηση κάποιου αρθρώματος, προκειμένου να διευκολυνθεί μελλοντική αναβάθμιση.
- 4.Το ολοκληρωμένο micro site θα παραδοθεί πλήρες τηρούμενων των αδειών χρήσης ελεύθερου-ανοικτού λογισμικού ή εμπορικών αδειών χρήσης των επιμέρους αρθρωμάτων <<πνευματικά δικαιώματα>> στην ΠΣΤΕ σε ένα backup εγκατάστασης, το οποίο οι τεχνικοί της θα πρέπει να εγκαταστήσουν σε server της επιλογής τους και να χρησιμοποιήσουν το domain name που θα έχει αποφασίσει η ΠΣΤΕ (ενδεικτικά π.χ. visitstereahellas.com).

Το domain name που θα προκύψει θα είναι σύμφωνα με τις υποδείξεις σχεδίου Επικοινωνιακών και Προωθητικών Ενεργειών-marketing plan του αναδόχου.

- 5.Το microsite θα συνδέεται με το site της περιφέρειας μέσω ενός συνδέσμου με τίτλο “**Τουριστική Προβολή**”.

### **Οπτικοακουστικό Υλικό**

Θα χρησιμοποιηθεί το υπάρχον υλικό της ΠΣΤΕ σε ηλεκτρονική ή άλλη μορφή καθώς και το νέο υλικό που θα δημιουργηθεί από τον Ανάδοχο του έργου.

### **Παραδοτέα του έργου:‘Δημιουργία WEB SITE**

Τα παραδοτέα του ανωτέρω Έργου είναι τα ακόλουθα:

1. Το micro site (ως οντότητα) σύμφωνα με την τεχνική περιγραφή-συνοδευόμενη από τεχνική έκθεση με αναφορά στις ακριβείς εκδόσεις λογισμικού – εργαλείων.

2. Πρωτότυπο περιεχόμενο στην Ελληνική που θα παρουσιάζει 20 τουλάχιστον τουριστικούς/πολιτιστικούς προορισμούς της ΠΣΤΕ
3. Μεταφρασμένο περιεχόμενο σε 4 γλώσσες με την επιμέλεια ή μετάφραση των ξενόγλωσσων κειμένων και εννοιών με ανάθεση σε πιστοποιημένο γραφείο ή πρόσωπο το οποίο θα εκδίδει τη σχετική βεβαίωση. Για τις εταιρίες παροχής μεταφραστικών υπηρεσιών απαιτείται η πιστοποίηση κατά το πρότυπο EN-15038:2006, ενώ για τα φυσικά πρόσωπα απαιτείται να είναι μέλη της Πανελλήνιας Ένωσης Μεταφραστών (Αγγλικά, Γαλλικά, Ρωσικά, Γερμανικά).
4. Επιλεγμένες φωτογραφίες με λεζάντες. Κατά τον 1<sup>ο</sup> μήνα υλοποίησης και στο τέλος κάθε εβδομάδας του μήνα ο ανάδοχος θα παραδίδει back up του microsite στην Επιτροπή Παρακολούθησης και Παραλαβής του έργου με τρόπο και με ηλεκτρονικά μέσα που θα υποδείξει η ΠΣΤΕ προκειμένου να παρακολουθείται η πορεία υλοποίησης του έργου και να διευθετηθούν παράλληλα και έγκαιρα τα θέματα εγκατάστασής του στις διαδικτυακές υποδομές του syzefxis. Ο ανάδοχος μεριμνά ώστε την τελευταία ημέρα της κάθε εβδομάδας κατά τη φάση ανάπτυξης του site, η ΠΣΤΕ να έχει ήδη στη διαθεσή της σε ειδικό αποθετήριο, αντίγραφο/στιγμιότυπο του κώδικα του site (αρχεία και αντίγραφα βάσης δεδομένων) προκειμένου να παρακολουθεί την πορεία υλοποίησης, να κοινοποιεί στον Ανάδοχο αλλαγές/βελτιώσεις και να διαπιστώνει την απρόσκοπτη λειτουργία του στις διαδικτυακές υποδομές του syzefxis.
5. Λογαριασμοί σε Google Analytics, Google AdWords και Facebook Ads. Λογαριασμοί σε Facebook, Google +, Twitter, Pinterest, Tumblr, Instagram

Επίσημος κάτοχος των αναφερόμενων λογαριασμών θα είναι η ΠΣΤΕ.

Μετά το πέρας του έργου θα είναι στην διακριτικά ευχέρεια της ΠΣΤΕ η διατήρηση ή η διακοπή των λογαριασμών.

6. Λογαριασμοί στα διαφημιστικά κανάλια με τις πλήρεις καμπάνιες (όσες έχουν προβληθεί εντός των δυνατοτήτων του σχετικού προϋπολογισμού). Οι καμπάνιες θα μπορούν να χρησιμοποιηθούν και μετά το πέρας του Έργου αν υπάρξει συνέχιση της χρηματοδότησης του διαφημιστικού κόστους.

7. Αναφορά ανά 2 εβδομάδες που θα περιέχει και στα Ελληνικά

- ο Clicks
- ο Κόστος
- ο Επισκέπτες (Unique visitor)
- ο Αριθμό δημοσιεύσεων ανά κοινωνικό δίκτυο

(Προτάσεις του αναδόχου για μικρές τροποποιήσεις στην καμπάνια, για τις οποίες θα πρέπει να υπάρχει απάντηση από την επιτροπή παρακολούθησης μέσα σε 2 μέρες, διαφορετικά θα θεωρείται πως έχουν γίνει αποδεκτές )

8. Τελική αναφορά που θα περιέχει:

- ο Συνολικά Clicks
- ο Συνολικό Κόστος
- ο Συνολικοί επισκέπτες (Unique visitors)
- ο Συνολικό αριθμό δημοσιεύσεων ανά κοινωνικό δίκτυο
- ο Απολογισμό και επισήμανση των ιδιαιτεροτήτων της καμπάνιας, ευρήματα, προβληματισμοί και προτάσεις για την εξέλιξη της διαδικτυακής καμπάνιας και την βελτιστοποίηση της στο μέλλον

Διευκρινίζεται ότι:

1. Τα παραδοτέα 5-8 αφορούν την διαχείριση της καμπάνιας σε συνεργασία με την αρμόδια Υπηρεσία της ΠΣΤΕ, καθ' όλη την διάρκεια του Έργου.
2. Ο Ανάδοχος θα μεριμνήσει για την καταχώριση διαφημίσεων σε ιστοσελίδες (εντός των δυνατοτήτων του σχετικού προϋπολογισμού) μεγάλης τουριστικής κίνησης όπως LonelyPlanet.com, TripAdvisor.com, Booking.com, Hotels.com, Trivago.com, Tophotels.com και ιστοσελίδες τουριστικού ενδιαφέροντος που χρησιμοποιούνται ευρέως στις χώρες στόχους.

**Συνεργασία μεταξύ των συμβαλλομένων μερών**

Για την υλοποίηση του Έργου απαιτείται η συνεργασία των δύο συμβαλλομένων μερών.

**Ο Ανάδοχος αναλαμβάνει να παραδώσει τα παραδοτέα που περιγράφονται στο παρόν:**

- Το αντίγραφο ασφαλείας του microsite στην αρμόδια Υπηρεσία της ΠΣΤΕ (Δ/ση Διαφάνειας & Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης) ούτως ώστε τα στελέχη της να το «ανεβάσουν» στο site της Περιφέρειας. Την παρακολούθηση των κοινωνικών δικτύων (social media) και την ανάρτηση περιεχομένου σε τακτά χρονικά διαστήματα.

**Η Περιφέρεια αναλαμβάνει:**

- Μετά την παραλαβή του αντιγράφου ασφαλείας ως ανωτέρω, η ΠΣΤΕ αναλαμβάνει την εγκατάσταση του παραδοτέου αριθ 1 σε server δικής της επιλογής και domain name σύμφωνα με την απόφαση της και την διασύνδεση του microsite με το site [www.pste.gov.gr](http://www.pste.gov.gr), δηλ. το νέο portal της ΠΣΤΕ

**Διάρκεια του Έργου**

- Δημιουργία του περιεχομένου, του microsite και των σελίδων/λογαριασμών σε διαφημιστικά κανάλια και κοινωνικά δίκτυα: 1,5 μήνας
- Διαχείριση της διαφημιστικής καμπάνιας, δημιουργία επιπλέον περιεχομένου όπου αυτό χρειαστεί, περίπου 2,5 μήνες και μέχρις εξαντλήσεως του Π/Υ της ενέργειας.

**Β. ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΑΙ ΕΚΤΥΠΩΣΗ ΕΝΤΥΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ Κόστος 20.000 € +Φ.Π.Α.**

Για τις πιο άμεσες ανάγκες θα πρέπει να γίνουν οι παρακάτω εκδόσεις:

- Τουριστικοί οδηγοί πολύγλωσσοι (Ελληνικά, Αγγλικά, Γερμανικά, Ρώσικα κλπ)
- 12/σέλιδο έντυπο πολύγλωσσο (σε όλες τις γλώσσες των χωρών που θα λάβουμε μέρος στις εκθέσεις)
- Χάρτες – πολύγλωσσοι
- Θεματικά έντυπα: (Εναλλακτικές μορφές τουρισμού, Πολιτιστικός, Θρησκευτικός, Ιαματικός-Θαλάσσιος- Αθλητικός, Συνεδριακός, Αγροτουρισμός, Γαστρονομία, Ορειβατικά μονοπάτια και αναρριχητικά παιδεία κλπ

**2. Ενέργειες και δράσεις προγράμματος : «Επιχειρησιακό Σχέδιο Τουριστικής Προβολής Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας έτους 2015»-ΕΣΠΑ συνολικού κόστους 198.000€+ 45.540€=243.540€ που αναλύονται ως ακολούθως :**

Το παρόν Επιχειρησιακό Σχέδιο που συντάχθηκε από τη Διεύθυνση Αναπτυξιακού Προγραμματισμού και στοχεύει στην υλοποίηση ενός ολοκληρωμένου επικοινωνιακού προγράμματος για την προβολή και προώθηση του τουρισμού στην Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας για το έτος 2015. Το Σχέδιο βασίζεται στο εγκεκριμένο επικαιροποιημένο Επιχειρησιακό Σχέδιο για την Τουριστική Προβολή της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας 2012-2014.

Οι αλλαγές αφορούν το χρονοδιάγραμμα υλοποίησης των ενεργειών, αλλά και τα προϋπολογιζόμενα ποσά ανά άξονα και ενέργεια, δεδομένου ότι δεν κατέστη δυνατή η ανάθεση του έργου μέχρι σήμερα. Συνεπώς ο χρόνος που απομένει για την υλοποίηση των δράσεων είναι μόνο 6 μήνες, αν ληφθεί υπόψη και ο χρόνος που απαιτείται για την ολοκλήρωση των επί μέρους ενεργειών της διαδικασίας ανάθεσης του έργου.



**ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΥ ΕΡΓΟΥ  
ΑΝΑ ΑΞΟΝΑ ΚΑΙ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ**

<b>ΕΝΕΡΓΕΙΑ</b>	<b>ΠΟΣΟ</b>
<b>ΑΞΟΝΑΣ 1: 73.000 € (36,87%)</b>	
<b>ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ</b>	
1.1. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ MARKETING-ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ	4.500 €
1.2. ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ(ΣΕ 5 ΓΛΩΣΣΕΣ)	23.500 €
1.3. ΚΑΜΠΑΝΙΑ ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ	45.000 €
<b>ΑΞΟΝΑΣ 2: 7.500€ (3,79%)</b>	
<b>ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ</b>	
2.1. ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ(ΨΗΦΙΑΚΗ) ΚΑΜΠΑΝΙΑ	7.500 €
<b>ΑΞΟΝΑΣ 3: 66.000€ (33,33%)</b>	
<b>ΕΚΘΕΣΕΙΣ &amp; ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ</b>	
3.1. ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ	48.000 €
3.2. ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΣΤΟ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ	10.000 €
3.3 ΤΑΞΙΔΙΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΑ ΚΑΙ ΕΞΟΙΚΕΙΩΣΗΣ	8.000 €
<b>ΑΞΟΝΑΣ 4: 22.000€ (11,11%)</b>	
<b>ΕΝΤΥΠΟ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ</b>	
4.1. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΟΔΗΓΟΙ ΚΑΙ ΧΑΡΤΕΣ (ΣΕ 5 ΓΛΩΣΣΕΣ)	22.000 €
<b>ΑΞΟΝΑΣ 5:29.500€ (14,90%)</b>	
<b>ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ</b>	
5.1.ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ – TOUR OPERATORS ΑΠΟΣΤΟΛΕΣ	17.500 €
5.2. ΧΟΡΗΓΙΕΣ	5.000 €
5.3. ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΔΩΡΩΝ	7.000€
<b>ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΑΞΟΝΩΝ</b>	198.000€
<b>ΦΠΑ 23%</b>	45.540€
<b>ΤΕΛΙΚΟΣ ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΡΓΟΥ</b>	243.540€

**ΑΞΟΝΑΣ 1:****ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ****Συνολικά 3 Ενέργειες για τον Άξονα 1:**
**ΑΞΟΝΑΣ 1:73.000 € (36,87%)**  
**ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ**

1.1. ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ - MARKETING PLAN ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ	4.500 €
1.2. ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ (ΣΕ 5 ΓΛΩΣΣΕΣ)	23.500 €
1.3. ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΚΑΜΠΑΝΙΑ ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ	45.000 €

### 1.1 ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ- MARKETING PLAN ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Η Ενέργεια αυτή αφορά στην ανάλυση του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος, στον Σχεδιασμό και Προσδιορισμό της Επικοινωνιακής Στρατηγικής και στην κατάρτιση, εξειδίκευση και επικαιροποίηση του Σχεδίου Επικοινωνιακών και Προωθητικών Ενεργειών. Γενικά αφορά ενέργειες, Συμβουλευτικές Υπηρεσίες Δημοσιότητας – Marketing Plan και χρονοδιάγραμμα υλοποίησης προγράμματος Τουριστικής προβολής ΠΣΤΕ εντός του έτους 2015.

Ο Σχεδιασμός και Προσδιορισμός της Επικοινωνιακής Στρατηγικής για την προώθηση και προβολή του τουριστικού προϊόντος της Στερεάς Ελλάδας την περίοδο εντός του έτους 2015, θα εκπονηθεί λαμβάνοντας υπόψη τις κατευθυντήριες γραμμές, το στρατηγικό σχεδιασμό, το τρέχον κεντρικό διαφημιστικό πρόγραμμα του Υπουργείου Τουρισμού (Γενική Γραμματεία Τουρισμού)/ Ε.Ο.Τ., τις υποδείξεις της Αναθέτουσας Αρχής, καθώς και τις μορφές θεματικού τουρισμού αλλά και τις γενικές δράσεις-στόχους που προσδιόρισε η Αναθέτουσα Αρχή για το έτος 2015 και αναφέρθηκαν προηγουμένως, όπως αυτές περιγράφονται στο παρόν Επιχειρησιακό Σχέδιο για την Τουριστική Προβολή της ΠΣΤΕ.

Πρωταρχικός στόχος της Επικοινωνιακής Στρατηγικής είναι η αποτελεσματική προώθηση του τουριστικού προϊόντος της Στερεάς Ελλάδας, η οποία θα το καθιστά ελκυστικό και ανταγωνιστικό στις ομάδες στόχους (target groups)(εσωτερικού – εξωτερικού).

Προκειμένου να είναι επιτυχημένη η προτεινόμενη Επικοινωνιακή Στρατηγική θα πρέπει:

- Να είναι πρωτότυπη και να ξεχωρίζει το τουριστικό προϊόν της Στερεάς Ελλάδας από άλλα παρεμφερή τουριστικά προϊόντα, που αναπτύσσονται σε ανταγωνιστικές περιοχές.
- Να έχει διαμορφωθεί με βάση τις αγορές στις οποίες απευθύνεται.
- Να βασίζεται στην ανάδειξη των φυσικών και πολιτιστικών ιδιοτεροτήτων, στα συγκριτικά πλεονεκτήματα της περιοχής, με στόχο να την καταστήσει έναν ελκυστικό τουριστικό προορισμό, ο οποίος μπορεί να καλύψει πλήθος ενδιαφερόντων καθ' όλη τη διάρκεια του έτους.
- Να αξιολογείται, ως προς της αποτελεσματικότητά της και να αναπροσαρμόζεται, όταν αυτό θεωρείται αναγκαίο, για την επίτευξη των στόχων.

Ο ανάδοχος καλείται να παραδώσει:

**Σχέδιο Επικοινωνιακών και Προωθητικών Ενεργειών** για την προώθηση και προβολή του τουριστικού προϊόντος της Στερεάς Ελλάδας. Το Σχέδιο Επικοινωνιακών και Προωθητικών Ενεργειών θα αποτελέσει ένα ενιαίο και συνεκτικό σύνολο ενεργειών, και θα περιλαμβάνει αναλυτική περιγραφή των επιμέρους ενεργειών, χρονικά κατανεμημένων και κοστολογημένων για χρονικό διάστημα έξι(6) μηνών, με τεκμηριωμένη την αποτελεσματικότητα των προτάσεων.

Κατά την κατάρτιση και υλοποίηση μιας επιτυχημένης Επικοινωνιακής Στρατηγικής, όπως αυτή εξειδικεύεται με το Σχέδιο Επικοινωνιακών και Προωθητικών Ενεργειών θα πρέπει να τηρούνται τα παρακάτω κριτήρια:

- Η καθαρότητα των στόχων και η σαφήνεια του επικοινωνιακού μείγματος που θα εφαρμοσθεί.
- Η ομοιογένεια και η συνέργεια των προτεινόμενων ενεργειών.

- Η χρήση σταθερών εικαστικών και λεκτικών στοιχείων και μηνυμάτων.
- Η συμπληρωματικότητα και η εναρμόνιση με αντίστοιχες ενέργειες του Υπουργείου Τουρισμού και του Ε.Ο.Τ.
- Η αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών της πληροφορίας και επικοινωνιών.
- Το υλικό που θα παραχθεί να είναι εύληπτο και όταν είναι εφικτό, φιλικό για χρήστες/ άτομα με αναπηρία. Κατά περίπτωση (π.χ. έντυπα, supers κ.λ.π.) να χρησιμοποιούνται και τέσσερις άλλες γλώσσες εκτός της Ελληνικής γλώσσας.
- Η αξιοποίηση καλών πρακτικών υλοποίησης παρόμοιων έργων από άλλα Επιχειρησιακά Προγράμματα στην Ελλάδα και σε άλλες χώρες-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης.
- Η τριμηνιαία επικαιροποίηση της Επικοινωνιακής Στρατηγικής, με βάση τις ενέργειες που εκτελέστηκαν και την απόδοση αυτών, την επικαιροποίηση της μεθοδολογίας προσέγγισης του μίγματος Επικοινωνιακών και Προωθητικών Ενεργειών, την τρέχουσα τουριστική και γενικότερη επικαιρότητα κ.λ.π.
- **Ο επαναπροσδιορισμός των προγραμματισμένων ενεργειών προβολής με τέτοιο τρόπο ώστε να εξασφαλίζεται η πραγμάτωση των αναμενόμενων αποτελεσμάτων και η επίτευξη των στρατηγικών στόχων της Επικοινωνιακής Στρατηγικής της τουριστικής προβολής της Στερεάς Ελλάδας.**

Κατά την εκπόνηση του Σχεδίου Επικοινωνιακών και Προωθητικών Ενεργειών, ο Ανάδοχος καλείται να διαμορφώσει πρωτότυπες προτάσεις ενεργειών προβολής του τουριστικού προϊόντος της Στερεάς Ελλάδας, λαμβάνοντας υπόψη τις ελάχιστες αλλά μη περιοριστικές ενέργειες που περιγράφονται ανά άξονα στη συνέχεια, για τις οποίες μπορεί να προτείνει τροποποιήσεις, εφόσον τεκμηριώσει επαρκώς τη σκοπιμότητα και χρησιμότητά τους αλλά και την αποτελεσματικότητά τους σε σχέση με τους στόχους της Επικοινωνιακής Στρατηγικής της τουριστικής προβολής της Περιφέρειας. Τροποποιήσεις μπορεί επίσης να προτείνει και για τις χώρες στόχους και επομένως για τις γλώσσες μετάφρασης του οπτικοακουστικού και έντυπου υλικού, εφόσον τεκμηριώσει επαρκώς τη σκοπιμότητα των τροποποιήσεων, με βάση τα προαναφερθέντα κριτήρια. Η Επικοινωνιακή Στρατηγική και το Σχέδιο Επικοινωνιακών και Προωθητικών Ενεργειών θα εφαρμόζονται σταδιακά κατά τη διάρκεια της συμβατικής περιόδου και πέραν αυτής με την υποβολή προτάσεων εξειδίκευσης τους προς την Αναθέτουσα Αρχή, η οποία και τις εγκρίνει σε οριστικό και τελικό στάδιο. Τέλος, επισημαίνεται η υποχρέωση του αναδόχου να προτείνει μεθόδους ελέγχου και παρακολούθησης των αποτελεσμάτων με ποσοτικοποιημένα στοιχεία μέτρησης, που θα αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι του Σχεδίου Επικοινωνιακών και Προωθητικών Ενεργειών, για να ελέγχεται η επιτυχία και η αποτελεσματικότητα της Επικοινωνιακής Στρατηγικής, οι οποίες - τα οποία ως προτάσεις του Αναδόχου θα παρουσιαστούν για αξιολόγηση από την Επιτροπή παρακολούθησης για λογαριασμό της Αναθέτουσας Αρχής.

## **1.2 ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ (ΣΕ 5 ΓΛΩΣΣΕΣ)**

Για την διαφημιστική προβολή της Περιφέρειας είναι αναγκαία η δημιουργία οπτικοακουστικού υλικού που να αφορά:

- Ψηφιακό Φωτογραφικό Υλικό: καταχωρήσεις φωτογραφιών που αναδεικνύουν τα δυνατά σημεία της περιφέρειας και τις επιλογές που διαθέτει με απώτερο στόχο την τουριστική προβολή. Εμπλουτισμό του ψηφιακού φωτογραφικού υλικού με στατιστικά στοιχεία, χάρτες και γενικά στοιχεία τουριστικού ενδιαφέροντος για τους πέντε νομούς καθώς και οπτικοποιημένες παρουσιάσεις. Εγγραφή όλου του υλικού σε DVD-R (σε 500 αντίγραφα).
- Παραγωγή ταινίας με μορφή ντοκιμαντέρ για την προβολή του τουριστικού προϊόντος της ΠΣΤΕ σε dvd.
- Τηλεοπτικό και Ραδιοφωνικό Spot – Προσαρμογή Τηλεοπτικού Spot από την ταινία της Π.Στ.Ε.

Το οπτικοακουστικό υλικό θα πρέπει να τεθεί υπόψη του Υπουργείου Τουρισμού για την εξασφάλιση της σύμφωνης γνώμης της αρμόδιας υπηρεσίας, σύμφωνα με τις οδηγίες της υπ. αριθμ. 514666/24-12-2014 Εγκυκλίου Υπουργείου Τουρισμού.

- Ψηφιακό φωτογραφικό υλικό

Φωτογράφιση των σημαντικότερων τουριστικών πόρων της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας και ειδικότερα των σημαντικότερων προορισμών των πέντε (5) Περιφερειακών Ενοτήτων της. Η θεματολογία των φωτογραφήσεων, με σύγχρονη αντίληψη - και για της ανάγκες της διαδικτυακής ψηφιακής καμπάνιας, διαφημιστικής καμπάνιας μέσω Μ.Μ.Ε. - θα πραγματοποιηθεί λαμβάνοντας υπόψη το σύνολο των κατηγοριών ενδιαφέροντος Τουρισμού και Πολιτισμού όπως ενδεικτικά αναφέρονται: Πολιτισμός – Ιστορία (π.χ. Αρχαιολογικοί Χώροι, Μουσεία, Κάστρα, Βιβλιοθήκες, Κέντρα Πολυμέσων κ.α.), Φυσική Κληρονομιά (π.χ. Φυσικά Τοπία, Διαδρομές εξαιρετικού κάλλους κ.α.), Ορεινός Τουρισμός (π.χ. Παραδοσιακοί Οικισμοί, μονοπάτια, καταφύγια), Αγροτουρισμός (π.χ. αγροκτήματα, καλάθι αγροτικών προϊόντων ΠΣΤΕ, παραδοσιακές γεύσεις, οικοτεχνία κ.α.), Αθλητικός Τουρισμός (π.χ. κέντρα αναψυχής, αθλητικές και προπονητικές εγκαταστάσεις), Τουρισμός περιπέτειας (π.χ. ορειβασία, rafting, αιωροπτερισμός, κανό-καγιάκ, αναρρίχηση, εξερεύνηση σπηλαίων, διάσχιση φαραγγιών, canyoning κ.α.), Περιηγητικός τουρισμός (π.χ. διαδρομές με τροχοφόρο, πεζοπορία, ιππασία κ.α.), Χιονοδρομικές δραστηριότητες (π.χ. χιονοδρομικά κέντρα, σπορ χιονιού), Οικολογία (π.χ. Υγροβιότοποι, μνημεία φυσικού κάλλους, περιοχές Natura, περιοχές Ramsar, περιοχές Corine, παρατήρηση άγριας χλωρίδας & πανίδας, λίμνες, ποτάμια), Τουρισμός υγείας, ευεξίας/ιαματικός τουρισμός (π.χ. υδροθεραπεία, SPA, θαλασσοθεραπεία κ.α.), Συνεδριακός Τουρισμός (π.χ. συνεδριακά κέντρα, σημεία παράλληλων απασχολήσεων), Αλιευτικός τουρισμός (π.χ. αλιεία, αλιευτικά καταφύγια), Θαλάσσιος τουρισμός (π.χ. κρουαζιέρα, ιστιοπλοΐα, καταδύσεις και υποδομές μαρίνες, αγκυροβόλια), Θρησκευτικός τουρισμός (π.χ. μοναστήρια, εκκλησίες, θρησκευτικά μνημεία), Παραθαλάσσιος Τουρισμός και σχετικές δραστηριότητες (Ηλιος-Θάλασσα), Τουρισμός Υπαίθρου (σύνολο δραστηριοτήτων).

Η φωτογράφιση για τη δημιουργία ψηφιακού φωτογραφικού αρχείου της ΠΣΤΕ θα πραγματοποιηθεί παράλληλα με το συνεργείο (κινηματογράφησης) παραγωγής της ταινίας με μορφή ντοκιμαντέρ, αλλά με ξεχωριστό κόστος. Κάθε φωτογραφία που θα ληφθεί, θα πρέπει να έχει ελάχιστη ανάλυση 1280X720 (1 Megapixels).

Συνολικά απαιτούνται κατ' ελάχιστον 12 ημέρες εργασίας δημιουργίας ψηφιακού φωτογραφικού αρχείου από ελεύθερες επίγειες φωτογραφικές λήψεις **κατ' ελάχιστον 50** πλάνα/Περιφερειακή Ενότητα δηλαδή συνολικά κατ' ελάχιστον 250 λήψεις για όλη την Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας. Οι λήψεις θα περιέχουν υλικό από δύο(2) εποχές του χρόνου.

Το ψηφιακό φωτογραφικό υλικό θα εμπλουτισθεί με στατιστικά στοιχεία, χάρτες και γενικά στοιχεία τουριστικού ενδιαφέροντος για τους πέντε νομούς καθώς και οπτικοποιημένες παρουσιάσεις.

Όλο το υλικό θα εγγραφεί σε DVD-R, το οποίο θα αναπαραχθεί και θα παραδοθεί σε 500 αντίγραφα στην αναθέτουσα αρχή.

Το κόστος για τη συγκεκριμένη ενέργεια, προϋπολογίστηκε στο ποσόν **6.000 €** και την εγγραφή όλου του υλικού σε **500** αντίγραφα ψηφιακού φωτογραφικού υλικού σε DVD-R.

Σε περίπτωση που υπάρχει αξιοποιήσιμο υλικό από το ψηφιακό αρχείο της ΠΣΤΕ την προηγούμενη περίοδο, αυτό μπορεί να ληφθεί υπόψη, με την επισημάνση της αποκλειστικής χρήσης και μόνον ψηφιακού φωτογραφικού υλικού απουσία πνευματικών δικαιωμάτων των δημιουργών.

**Το συνολικό κόστος της ενέργειας εκτιμάται σε 6.000€ (μέσο κόστος 1.200€/Περιφερειακή Ενότητα).**

- Παραγωγή ταινίας με μορφή ντοκιμαντέρ (συμπεριλαμβάνονται και οι δαπάνες συνεργείου παραγωγής) για την προβολή του τουριστικού προϊόντος της Π.Σ.Ε.

Περιλαμβάνεται η παραγωγή ταινίας(video) **με μορφή ντοκιμαντέρ** για την προβολή του τουριστικού προϊόντος της Π.Σ.Ε., με την ταυτόχρονη χρήση πολυμεσικών και διαδραστικών εφαρμογών.

Το πρωτότυπο video θα πρέπει να έχει ελάχιστες προδιαγραφές High Definition, (video mode 720p, frame size 1280X720). Το πρωτότυπο θα παραδοθεί σε σχετικό οπτικοακουστικό μέσο (DVD) σε 5 αντίγραφα.

Επίσης ο ανάδοχος θα αναλάβει την μετατροπή του πρωτότυπου video σε DVD-video format και την παραγωγή κατ' ελάχιστον σε **250 αντίγραφα για την κάθε γλώσσα (συνολικά 1250 αντίγραφα)** και θα διατεθεί αναλογικά στις ξενοδοχειακές ενώσεις των Π.Ε., τα Γραφεία του Ε.Ο.Τ. κ.α.

Ζητούμενο επίσης είναι να έχει χαρακτηριστικά «**viral**», δηλαδή να έχει προδιαγραφές να γίνει πολύ δημοφιλές σε ελάχιστο χρόνο και επίσης χαρακτηριστικά «**silver bullet**» δηλαδή να είναι κάτι νέο και απλό σαν ιδέα και υλοποίηση αλλά να παράγει το μέγιστο δυνατό αποτέλεσμα.

Ενδεικτικό παράδειγμα «**viral video**» είναι:

- το **'All your base are belong to us'** που έγινε δημοφιλές το 2000, κυρίως μέσω μιας κινούμενης εικόνας [GIF](#) που δημιουργήθηκε με αφορμή λάθη μεταφράσεως στην αγγλική έκδοση ενός ιαπωνικού βιντεοπαιχνιδιού.
- το **'Gangnam Style'** από τον [PSY](#).

Το επιδιωκόμενο αποτέλεσμα από πλευράς αισθητικής θα πρέπει να είναι υψηλών προδιαγραφών με κυρίαρχο στοιχείο η ελκυστικότητα και η ομοιογένεια των μηνυμάτων, του στυλ, και των αναφορών και η από πλευράς σκηνοθετικής αντίληψης ανάδειξη των πολιτιστικών και φυσικών πόρων της Περιφέρειας, της πολιτιστικής κληρονομιάς της περιοχής, της ομορφιάς των φυσικών τοπίων και η ανάδειξη των τουριστικών υποδομών της κάθε Π.Ε.

Επίσης θα πρέπει να δίνεται έμφαση στην σταθερότητα του μηνύματος που εκπέμπει το μέσο αυτό προβολής και στην ανάγκη ομοιογένειας με τα λοιπά μέσα (έντυπα κ.α.). Θα γίνεται εκφώνηση του κειμένου αφήγησης από εκφωνητές της χώρας αναφοράς (αφορά και τις 5 γλώσσες) και μεταγλώττιση της ταινίας. Η αφήγηση κειμένου από εξειδικευμένους εκφωνητές και επαγγελματίες αφήγησης είναι επιπλέον τεχνική προδιαγραφή.

Το DVD-video θα είναι διάρκειας **12 λεπτών** και θα έχει την μορφή οδοιπορικού πάνω σε ηλεκτρονικό χάρτη. Σε κάθε επιλεγμένη περιοχή και τουριστικό πόρο θα ανοίγει βίντεο παρουσίασης και θα παρέχει link με αντίστοιχες διαδικτυακές σελίδες (π.χ. τουριστικές πύλες Περιφέρειας, ΕΟΤ κ.α.), με άλλους ηλεκτρονικούς χάρτες, με φωτοάλμπουμ κ.α.

Τα κείμενα και η εκφώνηση θα είναι εκτός από την ελληνική γλώσσα, στην αγγλική, τη γερμανική, τη γαλλική και τη ρώσικη.

Επιπλέον, το DVD θα αποτελέσει πάγιο υλικό προβολής σε ανάλογες εκπομπές, ντοκιμαντέρ τόσο σε τηλεοπτικούς σταθμούς εθνικού και περιφερειακού δικτύου όσο και στο εξωτερικό σε ειδικά κανάλια εναλλακτικού τουρισμού.

Επίσης, θα αποτελέσει το βασικό υλικό για την προσαρμογή του σποτ τηλεοπτικής καμπάνιας, καθώς και υλικό για την διαδικτυακή διαφήμιση, για προβολή σε εκθέσεις, ημερίδες, εκδηλώσεις κ.α.

#### **Θα πρέπει να επιδιωχθούν επίσης τα ακόλουθα:**

- Προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς, της ομορφιάς των φυσικών τοπίων της Π.Σ.Ε., καθώς και των τουριστικών υποδομών της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας, με ειδικές αναφορές σε κάθε Περιφερειακή Ενότητα
- Η σκηνοθεσία πρέπει να είναι επιβλητική, αλλά χωρίς εντυπωσιασμούς, έτσι όπως ταιριάζει στον πολιτισμό και την φύση της Π.Σ.Ε.
- Η ταινία θα αναδεικνύει τους τουριστικούς πόρους της περιφέρειας (ανά Περιφερειακή Ενότητα) εν είδη οδοιπορικού σε ηλεκτρονικό χάρτη, με πρόβλεψη προσθήκης φωτό στον διαδικτυακό παγκόσμιο χάρτη. Σε κάθε επιλεγμένη περιοχή και τουριστικό πόρο θα ανοίγει βίντεο παρουσίασης και θα παρέχει link με αντίστοιχες διαδικτυακές σελίδες (τουριστικές πύλες περιφέρειας, ΕΟΤ κ.α.), με άλλους ηλεκτρονικούς χάρτες, με φωτοάλμπουμ κ.α.
- Η παραγωγή ταινίας σε μορφή ντοκιμαντέρ για την προβολή του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας, θα είναι προσαρμοσμένη στο θεματικό τουρισμό του Ε.Ο.Τ

Το DVD-video θα προβάλλεται σε δημόσιους χώρους που διαθέτουν κατάλληλη συσκευή προβολής, όπως αίθουσες αναμονής σε σταθμούς λεωφορείων, σε λιμάνια κ.α.

Οι εν λόγω χώροι θα πρέπει να υποδειχθούν από τον ανάδοχο, στα πλαίσια του σχεδίου Επικοινωνιακών και προωθητικών ενεργειών της παρ. 1.1

**Το συνολικό κόστος της ενέργειας εκτιμάται σε 12.000 €.**

Τηλεοπτικό και Ραδιοφωνικό Spot – Προσαρμογή Τηλεοπτικού Spot από την ταινία της Π.Σ.Ε.

1. Η παραγωγή της ταινίας (dvd) ως ντοκιμαντέρ δίνει την δυνατότητα μέσα από μοντάζ και προσαρμογή, να παραχθεί κατ' ελάχιστον ένα (1) τηλεοπτικό spot των 20" με εκφώνηση στην Ελληνική και Αγγλική γλώσσα, για τις ανάγκες της διαφημιστικής εκστρατείας, αλλά και της εκστρατείας ενημέρωσης με βάση δημιουργικές προτάσεις και εναλλακτικές λύσεις σε όλα τα επίπεδα.

Ο προφανής όμως λόγος της παραγωγής του πιο πάνω spot ενταγμένου στο πρόγραμμα αυτό εξυπηρετεί από πλευράς κόστους γιατί θα υπάρχει σχεδόν έτοιμο υλικό σε ότι αφορά το τηλεοπτικό μέρος, από το οποίο θα γίνει προσαρμογή, για κάθε μελλοντική χρήση.

2. Η παραγωγή του ραδιοφωνικού μηνύματος των 20" θα γίνει εξ' αρχής και θα παραδοθεί κατ' ελάχιστον ένα (1) ραδιοφωνικό spot των 20" με εκφώνηση στην Ελληνική γλώσσα.

**Το συνολικό κόστος της ενέργειας εκτιμάται σε 5.500 €.**

### **1.3ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΚΑΜΠΑΝΙΑ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ**

#### **α. Καμπάνια διαφήμισης στην Τηλεόραση**

(Σε ποσοστό τουλάχιστον 40% του Προϋπολογισμού της Ενέργειας, με ποσοστό τουλάχιστον 30% σε Περιφερειακά μέσα και το υπόλοιπο σε Πανελλαδικά)

**Η τηλεοπτική προβολή - καμπάνια διαφήμισης στην τηλεόραση για την προβολή του τουριστικού προϊόντος της Π.Σ.Ε. περιλαμβάνει προβολή διαφημιστικού spot σε τηλεοπτικούς σταθμούς, τόσο πανελλαδικής όσο και περιφερειακής εμβέλειας. Η καμπάνια θα προβάλει κατ' ελάχιστον μία εποχή του έτους η οποία θα λειτουργήσει ως ένα είδος «ομπρέλας» για τις υπόλοιπες επικοινωνιακές δράσεις του προγράμματος προβολής.**

Το επικοινωνιακό αυτό πρόγραμμα απευθύνεται στις ομάδες στόχους (target groups) εσωτερικού που θα έχουν υποδειχθεί στην Επικοινωνιακή Στρατηγική της παρ. 1.1. του παρόντος, με στόχο την αύξηση του εσωτερικού τουρισμού από πλευράς αφίξεων, αλλά και διανυκτερεύσεων.

Η καμπάνια θα καλύψει κατ' ελάχιστον μια περίοδο 3-4 μηνών πριν από κάθε τουριστική περίοδο στόχο, από την έναρξη του προγράμματος προβολής τόσο στο εθνικό όσο και στο περιφερειακό δίκτυο.

Η προβολή του τηλεοπτικού spot θα είναι σύμφωνα με τις υποδείξεις σχεδίου Επικοινωνιακών και Προωθητικών Ενεργειών-marketing plan του αναδόχου.

Για την προβολή του τηλεοπτικού spot ζητούνται κατ' ελάχιστον τα εξής:

- Πυκνότητα ημερήσιας μετάδοσης 3spot/ημέρα 20" για περιφερειακά μέσα, με κατανομή αυτών 2spot/ημέρα σε δελτία ειδήσεων & εκπομπές 1<sup>ης</sup> ζώνης και 1spot/ημέρα σε εκπομπές ποικίλης ύλης, εκτός 1<sup>ης</sup> ζώνης.
- Συνολικά 90 μεταδόσεις spot 20"(60μεταδόσεις 1<sup>η</sup> ζώνη, 30 μεταδόσεις εκτός 1<sup>ης</sup> ζώνης) σε δύο (2) Περιφερειακά μέσα με ένταση μεταδόσεων spot 3-4 μήνες πριν την τουριστική περίοδο στόχο.
- Συνολικά 10 μεταδόσεις spot 20"σε δύο(2) επιλεγμένα τηλεοπτικά πανελλαδικά δίκτυα και προβολή αυτών σε τηλεοπτική εκπομπή αντίστοιχης θεματολογίας, υψηλής θεαματικότητας όπως δελτία ειδήσεων & εκπομπές 1<sup>ης</sup> ζώνης με ένταση μεταδόσεων spot 20" 3-4 μήνες πριν την τουριστική περίοδο στόχο.

#### **β. Καμπάνια διαφήμισης σε Έντυπα Μέσα (Εφημερίδες και περιοδικά)**

(Σε ποσοστό τουλάχιστον 40% του Προϋπολογισμού της Ενέργειας, με ποσοστό τουλάχιστον 30% σε Περιφερειακά μέσα και το υπόλοιπο σε Πανελλαδικά)



Η διαφήμιση σε έντυπα για την εξεταζόμενη χρονική περίοδο προτείνεται να είναι στοχευόμενη προκειμένου να είναι αποδοτική. Η ενέργεια αυτή έχει κύριο στόχο την προβολή του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας στις αγορές του εξωτερικού και λιγότερο στο εσωτερικό. Στο πλαίσιο αυτό προτείνεται η προβολή με καταχωρήσεις σε in-flight περιοδικά καθώς και η αναπαραγωγή των ψηφιακών σποτ κατά τη διάρκεια των πτήσεων των βασικών αεροπορικών εταιριών που πετάνε για το αεροδρόμιο της Νέας Αγχιάλου, το Ελευθέριος Βενιζέλος, της Σκύρου καθώς αυτοί οι επιβάτες μπορούν να λογιστούν ως δυνητικοί πελάτες της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας.

Κατά τη διάρκεια τουριστικών εκθέσεων ή άλλων προωθητικών ενεργειών θα μεριμνάτε η δημιουργία καταχωρήσεων και η διάχυση πληροφοριών στον Τύπο (για εκδηλώσεις, συμβάντα / happenings κ.τ.λ.) ώστε να μεγιστοποιείται η επίδραση της προώθησης.

Η προβολή της καμπάνιας σε έντυπα μέσα (εφημερίδες ή περιοδικά) θα είναι σύμφωνα με τις υποδείξεις σχεδίου Επικοινωνιακών και Προωθητικών Ενεργειών-marketing plan του αναδόχου.

Για την καμπάνια διαφήμισης σε Έντυπα Μέσα (Εφημερίδες ή Περιοδικά) ζητούνται κατ' ελάχιστον τα εξής:

- 6 καταχωρήσεις σε επιλεγμένα έντυπα μέσα (περιφερειακά) αντίστοιχης θεματολογίας, υψηλής αναγνωσιμότητας
- 14 καταχωρήσεις σε επιλεγμένα έντυπα μέσα (πανελλαδικά) αντίστοιχης θεματολογίας, υψηλής αναγνωσιμότητας

#### γ. Καμπάνια διαφήμισης – ενημέρωσης στο Ραδιόφωνο

(Σε ποσοστό τουλάχιστον 10% του Προϋπολογισμού της Ενέργειας, με ποσοστό τουλάχιστον 30% σε Περιφερειακά μέσα και το υπόλοιπο σε Πανελλαδικά)

Το ραδιόφωνο αποτελεί μέσο με περιορισμένο κόστος τόσο όσον αφορά την παραγωγή μηνύματος όσο και την αγορά χρόνου προβολής. Προτείνεται μέσω του ραδιοφώνου η πανελλαδική προβολή της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας ως τουριστική περιοχή. Το περιεχόμενο των διαφημιστικών μηνυμάτων για την ΠΣΤΕ θα πρέπει να είναι αναγνωρίσιμα στο ευρύ κοινό και να προκαλούν το ενδιαφέρον του ακροατή.

Η μετάδοση του ραδιοφωνικού spot θα είναι σύμφωνα με τις υποδείξεις σχεδίου Επικοινωνιακών και Προωθητικών Ενεργειών-marketing plan του αναδόχου.

Για την προβολή του ραδιοφωνικού σποτ 20" ζητούνται κατ' ελάχιστον τα εξής:

- Πυκνότητα ημερήσιας μετάδοσης 3spot/ημέρα 20" για περιφερειακά μέσα, με κατανομή αυτών 2spot/ημέρα σε δελτία ειδήσεων & εκπομπές 1<sup>ης</sup> ζώνης και 1spot/ημέρα σε εκπομπές ποικίλης ύλης, εκτός 1<sup>ης</sup> ζώνης.
- Συνολικά 90 μεταδόσεις spot 20" (60 μεταδόσεις 1<sup>η</sup> ζώνη, 30 μεταδόσεις εκτός 1<sup>ης</sup> ζώνης) σε δύο (2) Περιφερειακά μέσα με ένταση μεταδόσεων spot 3-4 μήνες πριν την τουριστική περίοδο στόχο.
- Συνολικά 90 μεταδόσεις spot 20" σε δύο (2) επιλεγμένα ραδιοφωνικά πανελλαδικά δίκτυα και προβολή αυτών σε ραδιοφωνική εκπομπή αντίστοιχης θεματολογίας, υψηλής θεαματικότητας όπως δελτία ειδήσεων & εκπομπές 1<sup>ης</sup> ζώνης με ένταση μεταδόσεων spot 20" 3-4 μήνες πριν την τουριστική περίοδο στόχο.

#### ΑΞΟΝΑΣ 2:

#### ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

**Συνολικά μία Ενέργεια για τον Άξονα 2:**

**ΑΞΟΝΑΣ 2: 7.500€ (3,79%)**

**ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ**

**2.1. ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ(ΨΗΦΙΑΚΗ) ΚΑΜΠΑΝΙΑ**

**7.500 €**

## 2.1 ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ(ΨΗΦΙΑΚΗ) ΚΑΜΠΑΝΙΑ

- Διαχείριση προβολής και διαφήμισης, αξιολόγηση αποτελεσμάτων
- Δημιουργία λογαριασμών στα κοινωνικά δίκτυα
  - Facebook fan page
  - Google+
  - Twitter account
  - Pinterest
  - Tumblr
  - Instagram
  - YouTube
- Διερεύνηση για καταχώριση διαφημίσεων σε μεταγενέστερο χρόνο, διαφημιστικά banners που θα παραπέμπουν σε URLS που θα αποφασίσει η Αναθέτουσα αρχή σε ιστοσελίδες μεγάλης τουριστικής κίνησης όπως: LonelyPlanet.com, TripAdvisor.com, Booking.com, Hotels.com, YouTube κ.λ.π. και ιστοσελίδες τουριστικού ενδιαφέροντος που χρησιμοποιούνται ευρέως στις χώρες στόχους.
- Οπτικοακουστικό Υλικό

Θα χρησιμοποιηθεί το υπάρχον υλικό της ΠΣΤΕ σε ηλεκτρονική ή άλλη μορφή καθώς και το νέο υλικό που θα δημιουργηθεί από τον Ανάδοχο του έργου.

Τα παραδοτέα του ανωτέρω Έργου Διαδικτυακή (Ψηφιακή) καμπάνια είναι τα ακόλουθα:

- 1.Πρωτότυπο περιεχόμενο στην Ελληνική που θα αφορά καταχωρήσεις διαδικτυακής καμπάνιας σε ιστοσελίδες τουριστικού ενδιαφέροντος που χρησιμοποιούνται ευρέως στις χώρες στόχους.
- 2.Μεταφρασμένο περιεχόμενο ανάλογα με την χώρα στόχο των καταχωρήσεων της διαδικτυακής καμπάνιας σε 4 γλώσσες με την επιμέλεια ή μετάφραση των ξενόγλωσσων κειμένων και εννοιών με ανάθεση σε πιστοποιημένο γραφείο ή πρόσωπο το οποίο θα εκδίδει τη σχετική βεβαίωση. Για τις εταιρίες παροχής μεταφραστικών υπηρεσιών απαιτείται η πιστοποίηση κατά το πρότυπο EN-15038:2006, ενώ για τα φυσικά πρόσωπα απαιτείται να είναι μέλη της Πανελλήνιας Ένωσης Μεταφραστών (Αγγλικά, Γαλλικά, Ρωσικά, Γερμανικά).
- 3.Λογαριασμοί σε Google Analytics, Google AdWords και Facebook Ads. Λογαριασμοί σε Facebook, Google +, Twitter, Pinterest, Tumblr, Instagram, YouTube.

Επίσημος κάτοχος των αναφερόμενων λογαριασμών θα είναι η ΠΣΤΕ. Μετά το πέρας του έργου θα είναι στην διακριτική ευχέρεια της ΠΣΤΕ η διατήρηση ή η διακοπή των λογαριασμών. Τα στοιχεία πρόσβασης στον λογαριασμό θα παραδοθούν στην ΠΣΤΕ με το πέρας του έργου.

4.Λογαριασμοί στα διαφημιστικά κανάλια με τις πλήρεις καμπάνιες. Οι καμπάνιες θα μπορούν να χρησιμοποιηθούν και μετά το πέρας του Έργου αν υπάρξει συνέχιση της χρηματοδότησης του διαφημιστικού κόστους.

5.Αναφορά ανά 2 εβδομάδες που θα περιέχει και στα Ελληνικά

- Κόστος
- Αριθμό δημοσιεύσεων ανά κοινωνικό δίκτυο

(Προτάσεις του αναδόχου για μικρές τροποποιήσεις στην καμπάνια, για τις οποίες θα πρέπει να υπάρχει απάντηση από την επιτροπή παρακολούθησης μέσα σε 2 μέρες, διαφορετικά θα θεωρείται πως έχουν γίνει αποδεκτές )

6.Τελική αναφορά που θα περιέχει:

- Συνολικό Κόστος
- Συνολικό αριθμό δημοσιεύσεων ανά κοινωνικό δίκτυο
- Απολογισμό και επισήμανση των ιδιαιτεροτήτων της καμπάνιας, ευρήματα, προβληματισμοί και προτάσεις για την εξέλιξη της διαδικτυακής καμπάνιας και την βελτιστοποίηση της στο μέλλον



**ΑΞΟΝΑΣ 3:****ΕΚΘΕΣΕΙΣ & ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ****Συνολικά 3 Ενέργειες για τον Άξονα 3:**

<b>ΑΞΟΝΑΣ 3: 66.000€ (33,33%) ΕΚΘΕΣΕΙΣ &amp; ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ</b>	
<b>3.1. ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ</b>	48.000 €
<b>3.2. ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΣΤΟ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ</b>	10.000 €
<b>3.3 ΤΑΞΙΔΙΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΑ ΚΑΙ ΕΞΟΙΚΕΙΩΣΗΣ</b>	8.000 €

**ΕΚΘΕΣΕΙΣ & ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ**

Η συμμετοχή σε εκθέσεις αποτελεί συχνά τον βασικό κορμό των δράσεων προβολής των τουριστικών πόρων μιας περιοχής. Κατά το παρελθόν αποτέλεσαν τις μοναδικές δράσεις, ενώ άλλες ενέργειες (π.χ. έντυπα κ.λ.π.) γίνονταν αποσπασματικά και χωρίς να συνδέονται με τον βασικό κορμό.

Οι εκθέσεις έχουν ειδική σημασία ανάλογα με:

- τον στόχο τους, το κοινό, τα δίκτυα στα οποία απευθύνονται,
- την εποχή, την περιοχή που γίνονται,
- την αξιοποίηση παράλληλων εκδηλώσεων που ταυτοποιούν την περιοχή.

Σημαντικό μέσο προβολής κυρίως για τους επαγγελματίες του τουρισμού αποτελεί και η συμμετοχή σε ειδικές εκθέσεις που πραγματοποιούνται στις μεγάλες τουριστικές αγορές και προσελκύουν όλους σχεδόν τους σημαντικούς τουριστικούς προορισμούς.

Υπάρχουν οι εκθέσεις του εσωτερικού (εντός του τουριστικού προορισμού) που κυρίως πραγματοποιούνται για την προσέλκυση εσωτερικού τουρισμού και οι διεθνείς εκθέσεις τουρισμού που όπως αναφέρθηκε πραγματοποιούνται στις μεγάλες τουριστικές αγορές. Επίσης μπορούν να διεξαχθούν στην περιφέρεια, πιο συγκεκριμένα σε κάθε νομό, ημερίδες με σκοπό την τουριστική προβολή.

Ζητείται μια πιο ενεργητική προσέγγιση των εκθέσεων όπου θα δίνεται έμφαση στις δημόσιες σχέσεις, την υλοποίηση παράλληλων εκδηλώσεων και την πρωτότυπη προβολή. Οι διεθνείς εκθέσεις θα πρέπει να αποτελέσουν εργαλείο προώθησης και προβολής της Στερεάς Ελλάδας και διαπροσωπικών (be to be's) συναντήσεων με tour operators και πολλαπλασιαστές πληροφόρησης και όχι έναν τόπο διανομής φυλλαδίων. Μέσα σε αυτό το πλαίσιο η διανομή του νέου υλικού που θα παραχθεί προτείνεται να είναι στοχευόμενη.

Θεωρείται αναγκαία η ύπαρξη τουλάχιστον δύο υπολογιστών (laptop) στο περίπτερο όπου θα γίνεται επιτόπου επίδειξη του οπτικοακουστικού υλικού που θα δημιουργηθεί στα πλαίσια της ενέργειας 1.2. ενώ θα προτρέπεται ο ενδιαφερόμενος να κοινοποιήσει τα στοιχεία του email του, προκειμένου να λαμβάνει ενημερωτικό mail (newsletter) για όλες τις νέες πληροφορίες σχετικά με το τουριστικό προϊόν της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας.

Παράλληλα, θα πρέπει να υπάρχει ανάλογη προετοιμασία πριν από κάθε έκθεση αλλά και στενή συνεργασία με ιδιώτες προκειμένου να πραγματοποιούνται διάφορα events κατά τη διάρκεια διεξαγωγής των εκθέσεων και να μοιράζονται προϊόντα δώρα άμεσα συνυφασμένα με την ταυτότητα της Στερεάς Ελλάδας

**Για την συμμετοχή της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας σε τουριστικές εκθέσεις πρέπει να προσεχθούν τα εξής:**

Για κάθε έκθεση θα πρέπει να ορίζεται, από την Αναθέτουσα Αρχή, υπεύθυνος, ο οποίος θα έχει και τον γενικό συντονισμό όλων των ενεργειών και με τον οποίο θα συνεργάζεται ο Ανάδοχος. Κατά τη διάρκεια των εκθέσεων θα πρέπει να υπάρχουν τα άτομα εκείνα (πχ. διερμηνέας) που θα μπορούν να παρέχουν όλων των ειδών τις πληροφορίες για τους προορισμούς, ενώ παράλληλα θα υπάρχουν επαφές με διάφορους tour operators, ναυτιλιακές και αεροπορικές εταιρίες, σημαντικά πρόσωπα του Διεθνούς Τουρισμού και άλλους φορείς για τη προώθηση της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας ως Τουριστικού προορισμού.

Η συμμετοχή στις εκθέσεις τουρισμού θα πρέπει να διέπεται από ένα σκεπτικό και με βάση τη στρατηγική, όπως αυτή έχει καταγραφεί, αλλά και με βάση τη νέα εικόνα της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας ως Προορισμού.

Για κάθε έκθεση θα πρέπει να γίνεται επιλογή λοιπών ενεργειών προβολής και προώθησης (τρόπων επικοινωνίας, δημοσίων σχέσεων, διοργάνωσης παράλληλων εκδηλώσεων, διαδικτύου).

#### **Οι υποχρεώσεις του αναδόχου στα πλαίσια της κάθε έκθεσης είναι:**

- Ενοίκιαση χώρου περιπτέρου για Διεθνείς εκθέσεις Τουρισμού ΕΟΤ και Διεθνείς εκθέσεις Τουρισμού εκτός ΕΟΤ.
- Σχεδίαση αρχιτεκτονικής δομής περιπτέρου τουλάχιστον 20 τ.μ., με διακόσμηση, για εκθέσεις Τουρισμού εκτός Ε.Ο.Τ., λαμβάνοντας υπόψη τη νέα εικόνα της Στερεάς Ελλάδας ως τουριστικού προορισμού. Στη σχεδίαση και την κατασκευή να προβλεφθεί ενδεικτικά μικρός χώρος προβολής και ήχου (experience room).
- Προμήθεια τουλάχιστον δύο (2) φορητών ηλεκτρονικών υπολογιστών (lap top), δύο (2) ηλεκτρονικών ταμπλετών (tablet pc), δύο (2) projectors μεγάλης ευκρίνειας που θα καθοδηγούνται για το experience room.
- Κατασκευή, τοποθέτηση, εξοπλισμός, αποξήλωση και απομάκρυνση από τον εκθεσιακό χώρο και φύλαξη σε χώρο του αναδόχου, για κάθε έκθεση.
- Μεταφορά υλικού επικοινωνίας, προωθητικού υλικού (έντυπου και άλλων) και τοπικών προϊόντων της Στερεάς Ελλάδας ως τουριστικού προορισμού.
- Παρουσία εξειδικευμένου αντιπροσώπου του αναδόχου και διάθεση διερμηνέα για τις εκθέσεις εξωτερικού.
- Αεροπορικά εισιτήρια για τουλάχιστον δύο (2) άτομα εντεταλμένα της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας, φιλοξενία σε δωμάτια σε ξενοδοχεία ανάλογα με τη θέση κάθε στελέχους, έξοδα εστίασης και μετακινήσεων, ανάλογα με τη θέση του καθενός.
- Με τη λήξη της κάθε έκθεσης, συγκέντρωση του εναπομείναντος υλικού και επαναφορά αυτού σε χώρο αποθήκευσης του αναδόχου προκειμένου να χρησιμοποιηθεί σε επόμενη έκθεση. Με την ολοκλήρωση όλων των εκθέσεων, μεταφορά του εναπομείναντος υλικού (έντυπο υλικό κ.λ.π.) στην Περιφέρεια.
- Οργάνωση παράλληλων εκδηλώσεων και λοιπές προωθητικές ενέργειες (δημόσιες σχέσεις κ.λ.π.).
- Αξιολόγηση - καταγραφή και έλεγχος αποτελεσμάτων και οφέλους από την συμμετοχή στην έκθεση (feedback).
- Καταγραφή των επαγγελματιών επισκεπτών του Περιπτέρου και η δημιουργία ενός mailing list ενημέρωσης.
- Δημιουργία φωτογραφικού αρχείου από την πραγματοποίηση της έκθεσης
- Συγκέντρωση των δημοσιευμάτων / φυλλαδίων της έκθεσης
- Σύνταξη απολογιστικής έκθεσης πεπραγμένων.
- Δημιουργία Λιστών Διανομής (mailing lists) με όλους τους ενδιαφερόμενους που κοινοποιήσαντα στοιχεία του email τους προκειμένου να λαμβάνουν ενημερωτικό mail (newsletter) σχετικά με το τουριστικό προϊόν της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας, που θα χρησιμοποιηθούν στην διαδικτυακή καμπάνια.

#### **Οι υποχρεώσεις του αναδόχου ως προς τις Προωθητικές ενέργειες εκθέσεων είναι:**

- Οργάνωση παράλληλων ειδικών εκδηλώσεων (δείπνα εργασίας με προσκεκλημένους δημοσιογράφους, tour operators και ξενοδόχους, διάφορα happening κ.λ.π.) κατά τη διάρκεια των εκθέσεων. Ο ανάδοχος, στην τεχνική του προσφορά, θα προτείνει παράλληλες εκδηλώσεις που θα συμμετάσχει η Περιφέρεια.

- Παρουσία εξειδικευμένου εκπροσώπου του αναδόχου.
- Δημιουργία Λίστας προσκεκλημένων και επαφών σε κάθε παράλληλη εκδήλωση
- Αξιολόγηση και καταγραφή αποτελεσμάτων προωθητικής ενέργειας.
- Ο Ανάδοχος θα πρέπει να προβεί στο σχεδιασμό ενός πλήρους προγράμματος παράλληλων εκδηλώσεων και επαφών κατά τη διάρκεια των εκθέσεων.
- Σύνταξη απολογιστικής έκθεσης πεπραγμένων.
- Δελτία τύπου πριν και μετά το πέρας της έκθεσης.

### **3.1. Εκθέσεις και προωθητικές ενέργειες στο εξωτερικό**

Οι εκθέσεις που θα καλυφθούν από το παρόν πρόγραμμα και θα συμμετάσχει η Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας είναι τουλάχιστον τέσσερις (4). Για την συμμετοχή της Περιφέρειας στις εκθέσεις εξωτερικού θα ζητηθούν οι προτάσεις των επίσημων Φορέων Τουρισμού της Πολιτείας και θα εξεταστούν οι προτάσεις του Σχέδιου Επικοινωνιακών και Προωθητικών Ενεργειών του Αναδόχου. Οι προτεινόμενες εκθέσεις θα καλύπτουν τις βασικές αγορές – στόχους της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας. Ο ανάδοχος διατηρεί το δικαίωμα να προτείνει διαφορετικό μίγμα εκθέσεων εφόσον τεκμηριώσει την πρότασή του. Σε περίπτωση που κάποια από τις προτεινόμενες εκθέσεις του Αναδόχου δεν διοργανωθούν από τον ΕΟΤ, θα πρέπει ο ίδιος να προτείνει εναλλακτικές εκθέσεις, κατόπιν συνεννόησης με την Αναθέτουσα Αρχή.

Στο πλαίσιο της συγκεκριμένης ενέργειας ο Ανάδοχος αναλαμβάνει το κόστος της ενοικίασης του χώρου, της κατασκευής και διακόσμησης του περιπτέρου (κατόπιν έγκρισης προσχεδίου και μακέτας από την Αναθέτουσα Αρχή και εφόσον δεν παρέχεται περίπτερο από τον ΕΟΤ), τις δαπάνες λειτουργίας του περιπτέρου (δαπάνες μετακίνησης και διαμονής για τέσσερα (4) τουλάχιστον άτομα, στελέχωση του περιπτέρου με διερμηνέα, μεταφορά των απαιτούμενων υλικών) ενώ αναλαμβάνει επίσης, σε συνεργασία με ιδιώτες, την διοργάνωση παράλληλων εκδηλώσεων κατά τη διάρκεια των εκθέσεων.

Οι υποψήφιοι ανάδοχοι καλούνται να υποβάλλουν προτάσεις που να διασφαλίζουν την καλή λειτουργία του περιπτέρου (μεταφορά υλικών, εξοπλισμός, στελέχωση και προμήθειες περιπτέρων) καθώς και αναλυτικό πρόγραμμα παράλληλων εκδηλώσεων και επαφών κατά τη διάρκεια των εκθέσεων. Επιπλέον απαιτείται η υποβολή προτάσεων σχετικά με τη μορφή και το περιεχόμενο του προωθητικού υλικού (presskit) που θα χρησιμοποιηθεί στις εκθέσεις και στις λοιπές ενέργειες προώθησης. Ιδιαίτερα για τις σημαντικότερες αγορές θα πρέπει να γίνεται πρόβλεψη του κόστους και σαφής αναφορά στις ομάδες στόχους, στο προωθητικό υλικό και σε πιθανούς τρόπους μεγιστοποίησης των αναμενόμενων ωφελειών (π.χ. αξιοποίηση πολλαπλασιαστών ενημέρωσης, δημιουργία επαφών για χρήση σε καμπάνια mail marketing κ.ά.).

Για την καλή υποστήριξη των Εκθέσεων (και συγκεκριμένα την προσέγγιση σημαντικών παραγόντων των ΜΜΕ και του τουρισμού, την επιλογή έντυπων και άλλων μέσων για καταχωρήσεις και άλλες διαφημιστικές ενέργειες, τη διοργάνωση πετυχημένων παράλληλων εκδηλώσεων) επιβάλλεται η στενή συνεργασία του αναδόχου με τα γραφεία εξωτερικού του ΕΟΤ όπου υπάρχουν.

Στο πλαίσιο των σημαντικότερων τουριστικών εκθέσεων (Λονδίνου, Βερολίνου και Μόσχας) θα πρέπει να γίνεται τουλάχιστον μια σημαντική εκδήλωση ενδεικτικά σε χρόνο εκτός της έκθεσης (π.χ. λίγο πριν) η οποία μπορεί να έχει το χαρακτήρα είτε συμμετοχής σε Roadshow (εφόσον προβλέπεται να πραγματοποιηθεί τέτοιο από τον ΕΟΤ) ή μιας μεγάλης Στερεοελλαδίτικης γιορτής (μία προωθητική ενέργεια σε 3 πρωτεύουσες).

Στα Roadshows θα πρέπει να έχουν προκαθοριστεί ραντεβού των τοπικών επαγγελματιών που θα συμμετέχουν με πλήθος τουριστικών πρακτόρων και δημοσιογράφων. Οι επαγγελματίες θα προσκομίσουν επιπλέον υλικό και πληροφορίες (π.χ. φωτογραφίες της μονάδας τους, πρόσβαση από το αεροδρόμιο Αθηνών, Ν.Αγχιάλου, γειτονικά αξιοθέατα και δραστηριότητες που να συμπληρώνουν την εμπειρία). Στο χώρο θα υπάρχουν υπολογιστές συνδεδεμένοι στο διαδίκτυο με υψηλή ταχύτητα προκειμένου να παρουσιάζεται η Στερεά Ελλάδα, άλλες ιστοσελίδες τουριστικού ενδιαφέροντος, η ιστοσελίδα του επαγγελματία εφόσον υπάρχει, το googlemap για γεωγραφική απεικόνιση και ό,τι άλλο υλικό επιθυμεί να προσκομίσει ο επαγγελματίας. Έτσι αποφεύγεται η μεταφορά ογκώδους υλικού (πέρα από το presskit) αφού το επιλεγμένο υλικό μπορεί να βρίσκεται σε αποθηκευμένο σε ένα memory stick και δίνεται η δυνατότητα ευέλικτης παρουσίασης των πληροφοριών και εικόνων εκείνων που ενδιαφέρουν

περισσότερο τον αποδέκτη πράκτορα ή δημοσιογράφο. Ο Ανάδοχος υποχρεούται να υποβάλλει προτάσεις για το στήσιμο των roadshows, την απαιτούμενη υλικο-τεχνική υποδομή, το χρονοδιάγραμμα πραγματοποίησής τους (σε συνάρτηση και με άλλες προωθητικές ενέργειες στις ίδιες αγορές) και το εκτιμώμενο κόστος τους. Σαφής αναφορά θα πρέπει να γίνει στο προτεινόμενο προωθητικό υλικό (presskit) που θα διατίθεται στα roadshows (είδος, χαρακτηριστικά, ποσότητα, εκτιμώμενο κόστος).

Στην περίπτωση που δεν διοργανωθούν από τον ΕΟΤ roadshows στις τρεις σημαντικότερες αγορές-στόχους που προαναφέρθηκαν (Λονδίνο, Βερολίνο, Μόσχα), προτείνεται η διοργάνωση μιας Στερεοελλαδίτικης γιορτής με ένα πρωτότυπο όνομα ή θέμα (και πάλι, κατά προτίμηση λίγο πριν την έκθεση). Στις γιορτές αυτές θα μπορούσε να γίνει μια απεικόνιση, ίσως ακόμα και προσομοίωση προορισμών της περιοχής (π.χ. ο Ηρακλής στην Πυρά της Οίτης, το <<Συμπεθεριακό>> με τους επιβλητικούς βράχους σε σειρά στο Βελούχι, ο Παρνασσός με το χιονοδρομικό του Κέντρο, το κέντρο της Γης στους Δελφούς, τα παραδοσιακά ψαροχώρια της Εύβοιας και της Φωκίδας με την χαρακτηριστική αρχιτεκτονική και τις παραλίες, ένα τραπέζι με νοστιμιές σ' ένα μπαλκόνι που βλέπει τον Ευβοϊκό Κόλπο, η Σκύρος με έναν δύτη ο οποίος εξερευνά ένα αρχαίο ναυάγιο κ.ά.

Στις γιορτές θα πρέπει να υπάρχει πλούσιο και ποικίλο πρόγραμμα εκδηλώσεων, με την συνεργασία Φορέων της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας, Κέντρων Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης, Εθνικό Δίκτυο Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης, Συλλόγων, Κοιν.Σ.ΕΠ. κ.α., δείγματα προϊόντων, φαγητών της περιοχής, μουσικοχορευτικά συγκροτήματα προκειμένου να καταστεί γνωστή η περιοχή της Στερεάς Ελλάδας και να κερδίσει τις εντυπώσεις μέσα από την ιστορία, τις γεύσεις, τα προϊόντα, τον πολιτισμό της. Στο πλαίσιο των εκδηλώσεων θα μπορούσε να γίνει και ένα σεμινάριο ανοιχτό προς το κοινό με θέμα όπως: «μύθοι και θρύλοι γύρω από τον Ηρακλή», «Γεωπεριβαλλοντικά-Γεωμυθολογικά-Μονοπάτια» που θα τραβήξει το ενδιαφέρον του κοινού να μάθουν περισσότερα για τη Στερεά Ελλάδα (ή κάτι ανάλογο). Το σκηνικό των Στερεοελλαδίτικων γιορτών μπορεί να είναι το ίδιο για τις τρεις πρωτεύουσες ενώ θα προβάλλονται τα ίδια διαφημιστικά σποτ (στις αντίστοιχες γλώσσες). Οι γιορτές θα είναι ανοιχτές στο κοινό αλλά θα υπάρχει και λίστα προσκεκλημένων με όλα τα σημαίνοντα πρόσωπα και τους opinion leaders της κάθε αγοράς-στόχου. Οι γιορτές θα πρέπει να προσφέρουν κάποιο ιδιαίτερο αναμνηστικό στους καλεσμένους. Ο ανάδοχος καλείται να υποβάλλει προτάσεις για τη δημιουργική παρουσίαση (σκηνικό) των γιορτών, τον χρόνο και τόπο πραγματοποίησής τους, το εκτιμώμενο κόστος ενοικίασης χώρου / κατασκευής σκηνικού / λειτουργικών δαπανών, καθώς και ιδέες / προτάσεις για τον εμπλουτισμό των γιορτών με εκδηλώσεις, events, happenings.

### 3.2. Εκθέσεις και προωθητικές ενέργειες στο εσωτερικό

Το γεγονός ότι οι παραδοσιακές τουριστικές εκθέσεις εμφανίζουν τα τελευταία χρόνια μια διαρκώς πτωτική τάση σε συμμετοχές και σπουδαιότητα ενώ την ίδια στιγμή το κόστος συμμετοχής εμφανίζεται ιδιαίτερα υψηλό, επιβάλλει την εύρεση τυχόν εναλλακτικών εκθέσεων στην εγχώρια αγορά ή ακόμα και την αξιοποίηση άλλων τρόπων προβολής. Οι υποψήφιοι ανάδοχοι καλούνται να προτείνουν σύγχρονες εκθέσεις (π.χ. θεματικές) και χώρους τουριστικής προβολής.

Για εκθέσεις εσωτερικού προτείνεται τουλάχιστον η συμμετοχή στην έκθεση *Philoxenia* στη Θεσσαλονίκη ή εναλλακτικά η προβολή με περίπτερο σε μεγάλο εμπορικό κατάστημα της συμπρωτεύουσας. Τα περίπτερα θα στελεχώνονται από τουλάχιστον τέσσερα (4) άτομα και σε αυτά θα προβάλλεται το οπτικοακουστικό και θα διανέμεται το έντυπο υλικό που θα παραχθεί, ενώ σε συνεργασία με ιδιώτες επιθυμητό είναι να διοργανώνονται διάφορα events που θα προσελκύουν το ενδιαφέρον του κοινού (π.χ. να γίνονται συνέργειες με παραγωγούς τοπικών προϊόντων ώστε να διανέμονται δωρεάν δείγματα ή να γίνονται διαγωνισμοί όπου οι συμμετέχοντες θα κερδίζουν δωρεάν διαμονή σε κάποιο ξενοδοχείο κ.α.). Οι προαναφερόμενες προωθητικές ενέργειες στην Ελλάδα είναι ενδεικτικές και όχι εξαντλητικές. Θα ληφθούν υπόψη και θα κριθούν θετικά οποιεσδήποτε προτάσεις επεκτείνουν και προσθέτουν αξία στις ενέργειες αυτές.

### 3.3. Ταξίδια Εκπαιδευτικά - Εξοικείωσης

Κρίνονται αναγκαίες οι οργανωμένες *be to be's* συναντήσεις με tour operators και αεροπορικές εταιρείες, σε συνεργασία και με τα γραφεία Ε.Ο.Τ. εξωτερικού, επί πλέον αυτών που θα πραγματοποιηθούν στα

πλαίσια των εκθέσεων όπου θα συμμετέχει η Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας. Οι επαφές αυτές γίνονται για λίγη ώρα, σε χώρους αιθουσών σε ξενοδοχείων ή σε χώρους πρεσβειών, προσφέροντας ελαφρύ γεύμα, ρόφημα. Σε αυτές τις συναντήσεις προσέρχονται tour operators, που έχουν συνεργασίες με την Ελλάδα, αεροπορικές εταιρείες (Ελληνικές και low cost), ξενοδόχοι και πράκτορες της περιοχής.

Ακολουθεί παρουσίαση της Περιφέρειας από τον Ανάδοχο και στελέχη της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας μέσω PowerPoint και επί τόπου διερευνάται η δυνατότητα συνεργασίας βάσει τιμών που προκύπτουν.

#### **ΑΞΟΝΑΣ 4:**

#### **ΕΝΤΥΠΟ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ**

#### **Συνολικά η Ενέργεια για τον Άξονα 4:**

**ΑΞΟΝΑΣ 4: 22.000€ (11,11%)**

#### **ΕΝΤΥΠΟ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ**

**4.1. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΟΔΗΓΟΙ ΚΑΙ ΧΑΡΤΕΣ (ΣΕ 5 ΓΛΩΣΣΕΣ)**

22.000 €

#### **4.1.ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΟΔΗΓΟΙ ΚΑΙ ΧΑΡΤΕΣ (ΣΕ 5 ΓΛΩΣΣΕΣ)**

Άλλο διαδεδομένο μέσο προβολής αποτελεί η παραγωγή εντύπων η οποία περιλαμβάνει:

- το σχεδιασμό,
- τη μελέτη,
- τη συγγραφή και παραγωγή

που θα απευθύνεται σε επιλεγμένες ομάδες-στόχους, με στόχο τη δημιουργία ισχυρής εικόνας και φήμης. Η χρήση έντυπου υλικού θεωρείται απαραίτητη σε πολλές επικοινωνιακές δραστηριότητες επειδή παρουσιάζει τη φιλοσοφία, τα προϊόντα, τις υπηρεσίες, το οργανόγραμμα, το πελατολόγιο, την υποδομή, τα οικονομικά στοιχεία και τους στόχους μιας επιχείρησης. Επίσης είναι απαραίτητο για παρουσιάσεις, αποστολές, συμμετοχή σε εκθέσεις και άλλου είδους ενεργειών.

Βασικό κομμάτι της επιτυχίας των εν λόγω ενεργειών είναι το δημιουργικό κομμάτι, αλλά και το περιεχόμενο των εντύπων, εάν αυτά είναι πολυσέλιδα και επιχειρούν να παρέχουν ολοκληρωμένη πληροφορία για τις υπηρεσίες και τους προορισμούς. Σημαντικό στοιχείο επομένως είναι η δημιουργία Οδηγού με τους καλύτερους τουριστικούς και πολιτιστικούς πόλους έλξης και διαδρομές της ΠΣΤΕ.

- Η δημιουργία οδηγού προβάλλει περιοχές και λειτουργεί ως οδηγός πληροφόρησης για περισσότερο απαιτητικούς τουρίστες.

Οι ενέργειες αυτές εξυπηρετούν το σύνολο των κυρίων και επιμέρους στόχων της στρατηγικής προβολής όπως αυτή έχει σχεδιαστεί και εξυπηρετεί τόσο το μαζικό, όσο και τον εναλλακτικό τουρισμό. Σε κάθε περίπτωση οι ενέργειες αυτές προωθούν το περιφερειακό τουριστικό προϊόν, που αποτελεί ζητούμενο για την Περιφέρεια, όμως για να είναι αποτελεσματικές θα πρέπει να έχουν μια σημαντική εσωτερική συνάφεια. Αυτό σημαίνει ότι θα πρέπει τα παραγόμενα προϊόντα να έχουν ένα τέτοιο περιεχόμενο ώστε να μπορούν να οδηγούν μεσομακροχρόνια στην τουριστική ταυτοποίηση της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας.

Ο Ανάδοχος θα παραθέσει στο σχέδιο Επικοινωνιακών και Προωθητικών Ενεργειών-marketing plan, δύο (2) ενδεικτικές δομές του Τουριστικού Οδηγού στην Αγγλική, Γαλλική, Γερμανική, Ρωσική και Ελληνική γλώσσα, για έγκριση από την αναθέτουσα αρχή, μετά την εξασφάλιση της σύμφωνης γνώμης του Υπουργείου Τουρισμού σύμφωνα με τις οδηγίες της υπ. αριθμ. 514666/24-12-2014 Εγκυκλίου.

Οι Τεχνικές Προδιαγραφές του Τουριστικού Οδηγού είναι:

- ΔΙΑΣΤΑΣΕΙΣ: 170 x 240 mm
- ΜΕΣΟΣ ΑΡΙΘΜΟΣ ΣΕΛΙΔΩΝ: 60
- ΒΙΒΛΙΟΔΕΣΙΑ: με κολλητή ράχη
- ΜΕΘΟΔΟΣ ΕΚΤΥΠΩΣΗΣ : Offset / τετραχρωμία, δύο όψεων
- ΤΥΠΟΣ ΧΑΡΤΙΟΥ : Velvet 150 γραμ. illustration για εσωτερικά και Velvet 250 γραμ. illustration για εξώφυλλα
- ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑ: Σε 5 γλώσσες, 1 ετήσιο τεύχος
- ΕΙΔΙΚΑ ΤΕΜΜΑΧΙΑ: Κολλημένο στο εσωτερικό χάρτη της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας αναδιπλούμενο
- ΕΙΚΟΝΕΣ: πλούσιες εικόνες-διαφημίσεις
- ΑΡΙΘΜΟΣ ΟΔΗΓΩΝ: 300 τεμάχια/γλώσσα ή 1.500 τεμάχια

**ΑΞΟΝΑΣ 5:****ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ****Συνολικά 3 Ενέργειες για τον Άξονα 5:**

<b>ΑΞΟΝΑΣ 5: 29.500€ (14,90%)</b> <b>ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ</b>	
<b>5.1. ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΠΟΣΤΟΛΕΣ (εσωτερικού και εξωτερικού) - TOUR OPERATORS</b>	17.500 €
<b>5.2. ΧΟΡΗΓΙΕΣ</b>	5.000 €
<b>5.3. ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΔΩΡΩΝ</b>	7.000€

Η εν λόγω κατηγορία δράσεων αποτελεί βασικό κομμάτι των δράσεων τουριστικής προβολής. Μία στρατηγική δημοσίων σχέσεων για έναν σύγχρονο τουριστικό προορισμό θα πρέπει να στηρίζεται στην γνώση των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, το lobbying, την διοργάνωση ειδικών προωθητικών εκδηλώσεων κ.λ.π. Οι ενέργειες των δημοσίων σχέσεων λειτουργούν συμπληρωματικά με την διαφήμιση για την επίτευξη του επιθυμητού για τον τουριστικό προορισμό αποτελέσματος. Αποτελεί το βασικό εργαλείο για την προσέγγιση ειδικού κοινού και δικτύων διακίνησης τουριστών που επιζητούν την διαφορετικότητα. Βασικό κομμάτι της επιτυχίας των παραπάνω ενεργειών αποτελεί η διασύνδεση τους με την διαφήμιση και τις εκθέσεις.

Ουσιαστικά λοιπόν οι ενέργειες που προωθούνται αφορούν:

- συνεντεύξεις και άλλες ενέργειες δημοσιοποίησης του τουριστικού προφίλ
- δημόσιες σχέσεις με φορείς και ανθρώπους του τουρισμού
- δημιουργία δώρων (αναμνηστικών) δημοσίων σχέσεων
- προσέλκυση χορηγών

Σε κάθε περίπτωση πάντως αυτό που θα πρέπει να προσεχθεί είναι το σωστό μέσο προβολής, το κόστος, τα target groups, οι επαφές με θεσμικούς επενδυτές, επιχειρηματίες, επιμελητήρια κ.λ.π. τα Προγράμματα επαφών με εκπροσώπους των ΜΜΕ οι δεξιότητες, γεύματα, επιδείξεις, και άλλα τα οποία δημιουργούνται εντός μιας εκδήλωσης κ.λ.π. Η προσέλκυση χορηγών αποτελεί συμπληρωματική ενέργεια προβολής και ενίσχυσης της τουριστικής εικόνας της Περιφέρειας. Με τον τρόπο αυτό θα υπάρξει η δυνατότητα εμπλουτισμού της προσπάθειας προβολής παράλληλα με το πρόγραμμα προβολής της ΠΣΤΕ.

**5.1 ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΠΟΣΤΟΛΕΣ (εσωτερικού και εξωτερικού) - TOUR OPERATORS**

Στα πλαίσια της τουριστικής προβολής της Στερεάς Ελλάδας προτείνεται η πρόσκληση και φιλοξενία διαμορφωτών γνώμης (opinion leaders) του εξωτερικού όπως είναι π.χ. οι δημοσιογράφοι που απασχολούνται σε ραδιοφωνικούς-τηλεοπτικούς σταθμούς και περιοδικά με περιεχόμενο τον τουρισμό, τα σπορ, την φυσική ζωή καθώς και άλλα εξειδικευμένα περιοδικά (π.χ. αρχαιολογίας, ιστορίας), καθώς και

οι tour operators οι πλέον ειδικοί του χώρου. Οι διαμορφωτές γνώμης αποτελούν πολύ σημαντικό παράγοντα για την διαμόρφωση γνώμης των τουριστών για έναν προορισμό. Ιδιαίτερα στην περίπτωση των αλλοδαπών όπου δεν γνωρίζουν αρκετά για την Ελλάδα και ακόμα λιγότερα για την περιοχή της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας η γνώμη κάποιων εξεχόντων προσώπων αποκτά ακόμα μεγαλύτερη βαρύτητα.

## 5.2 ΧΟΡΗΓΙΕΣ

Προσπάθεια επίτευξης χορηγιών για τον εμπλουτισμό της δυναμικής του προγράμματος προβολής και την κινητοποίηση του ιδιωτικού τομέα.

Ο ιδιωτικός και δημόσιος τομέας στο πλαίσιο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης με συνέργειες για το σύνολο της οικονομικής δραστηριότητας της Περιφέρειας και την Τοπική Κοινωνία (π.χ. επαφή χορηγών με την υπό ίδρυση Αναπτυξιακή Σύμπραξη του Περιφερειακού Μηχανισμού στήριξης της Κοινωνικής Οικονομίας, την Αναπτυξιακή Σύμπραξη 'Δίκτυο Αγρο-Καλάθι', την Φθιωτική Αναπτυξιακή, την Αναπτυξιακή Ευβοίας, την ΑΝ.ΦΩ. κ.α.).

Στόχος είναι η επίτευξη χορηγιών κατ' ελάχιστον στο 20% του συνολικού προϋπολογισμού του προγράμματος με κάλυψη ανάλογων δαπανών διαφήμισης (π.χ. χώρου, χρόνου), εντύπων ή άλλου υλικού και δαπανών φιλοξενίας (π.χ. δημοσιογράφων).

Η ανταπόδοση είναι η προβολή των χορηγών και υποστηρικτών στα έντυπα, συνέδρια, ημερίδες, δημοσιεύσεις.

Επίσης για την προβολή του χορηγού μπορεί να γίνονται δωρεάν εισιτήρια, έξοδα διαμονής κ.α.

Οι κατηγορίες των χορηγών είναι:

- Μέγας χορηγός
- Χορηγοί
- Υποστηρικτές

## 5.3. ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΔΩΡΩΝ

Τα δώρα δημοσίων σχέσεων (gadgets) είναι απαραίτητα για την κάλυψη του συνόλου των εκδηλώσεων του προγράμματος και δίνουν την ευκαιρία προβολής του πολιτιστικού στοιχείου της χώρας μας (αντίγραφα διαφόρων αντικειμένων αρχαίας και βυζαντινής περιόδου).

Με την ενέργεια αυτή επιδιώκεται η άμεση και διαρκής προώθηση του πολιτιστικού τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας σε όλους τους φορείς που έχουν άμεση σχέση με τα τουριστικά δεδομένα της Περιφέρειας.

Τα αναμνηστικά αυτά δώρα θα διανέμονται με την ευκαιρία εκδηλώσεων ή επαφών σε φορείς (ενδεικτικά):

- Tour Operators εσωτερικού και εξωτερικού,
- τουριστικά γραφεία,
- ειδικά μέσα ενημέρωσης,
- διάφορα επιλεγμένα μέσα μαζικής επικοινωνίας,
- δημοσιογράφους εξωτερικού,
- γραφεία ΕΟΤ στο εξωτερικό,
- εμπορικούς ακολούθους ελληνικών πρεσβειών στο εξωτερικό,
- συνέδρους,
- προσωπικότητες του χώρου,
- κ.α.

Το Περιφερειακό Συμβούλιο Στερεάς Ελλάδας , μετά από διαλογική συζήτηση και ανταλλαγή απόψεων δια της ψήφου των μελών του

**ΑΠΟΦΑΣΙΖΕΙ κατά πλειοψηφία**

**εγκρίνει** το ανωτέρω Πρόγραμμα Τουριστικής Προβολής Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας έτους 2015.  
**Κατά** ψήφισαν οι Περιφερειακοί Σύμβουλοι κ.κ. Μαρίνος Γεώργιος, Γκικόπουλος Γεώργιος & Ζούμπος Βασίλειος.

Αφού συντάχθηκε και αναγνώσθηκε το πρακτικό αυτό, υπογράφεται ως κατωτέρω :

**Η ΠΡΟΕΔΡΟΣ  
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ**

**ΑΣΗΜΙΝΑ ΠΑΠΑΝΑΣΤΑΣΙΟΥ**

**Ο ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ  
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ**

**ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΑΠΟΣΤΟΛΟΠΟΥΛΟΣ**