



**ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ**

ΑΠΟΣΠΑΣΜΑ

**ΑΠΟ ΤΟ ΠΡΑΚΤΙΚΟ ΤΗΣ 3^{ης} ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗΣ (ΤΑΚΤΙΚΗΣ) ΤΗΣ 18^{ης} ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΥ 2016
ΤΟΥ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ**

**ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ
10/2016**

Στη Λαμία, σήμερα 18 Ιανουαρίου 2016 ημέρα Δευτέρα και ώρα 2:00 μ.μ., το Περιφερειακό Συμβούλιο Στερεάς Ελλάδας συνήλθε σε τακτική συνεδρίαση, η οποία πραγματοποιήθηκε στην αίθουσα συνεδριάσεων του Περιφερειακού Συμβουλίου Στερεάς Ελλάδας (Αινιάνων 6), κατόπιν της υπ' αριθμ. πρωτ. οικ. 11/12-1-2016 Πρόσκλησης, της Προέδρου του Περιφερειακού Συμβουλίου Στερεάς Ελλάδας κας Ασημίνας Παπαναστασίου, στην 3^η 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.κ. Αντιπεριφερειάρχες, καθώς και σε καθένα από τους Περιφερειακούς Συμβούλους για συζήτηση και λήψη και λήψη αποφάσεων, επί των ακόλουθων θεμάτων ημερήσιας διάταξης:

Θέμα 2^ο	Έγκριση Προγράμματος Τουριστικής Προβολής Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας έτους 2016.
---------------------------	--

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. Θωμάς Γρεβενίτης
- 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	Αλαμπάνου Δέσποινα	√	
3	Αργύρης Δημήτριος		√	3	Γρεβενίτης Θωμάς	√	
4	Αργυρίου Δημήτριος	√		4	Θηβαίος Νικόλαος		√
5	Βαρδακώστας Κων/νος		√	5	Κουλούρης Γεώργιος	√	
6	Βουρδάνος Δημήτριος	√		6	Μελισσάρης Ιωάννης	√	
7	Γκάβαλης Σταμάτιος	√		7	Παπαδιώτης 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	Κατσαγούνης Ευάγγελος	√		11	Γεωργούλης Αδαμάντιος		√
13	Κατσαρός Χαράλαμπος		√	12	Γιαννάκης Μιχαήλ	√	
14	Κελαϊδίτης Γεώργιος		√	13	Γιαννόπουλος Αθανάσιος		√
15	Κοντζιάς Ιωάννης		√	14	Ευαγγελίου Παναγιώτης	√	

16	Κούκουζας Ευάγγελος	✓		«Ελληνική Αυγή για τη Στερεά Ελλάδα»			
17	Κυρίσης Δημήτριος	✓		15	Γκλέτσος Απόστολος	✓	
18	Μηλίδου-Θαλασσινού Αφροδίτη		✓	16	Πάνος Θεόδωρος	✓	
19	Μπακομήτρος Κων/νος	✓		«Λαϊκή Συσπείρωση Στερεάς Ελλάδας»			
20	Μπουρμάς Ηλίας	✓		17	Γκικόπουλος Γεώργιος	✓	
21	Παπαναστασίου Ασημίνα	✓		18	Ντούρου Ιωάννα-Σοφία	✓	
22	Παπαχριστοδούλου Σπυριδων	✓		«Ενεργοί Πολίτες Στερεάς»			
23	Περγαντάς Ιωάννης	✓		19	Χαϊνάς Κων/νος	✓	
24	Περλεπές Ιωάννης	✓		«Αριστερή Παρέμβαση στη Στερεά Ελλάδα»			
25	Σανίδας Ηλίας	✓		20	Ζούμπος Βασίλειος	✓	
26	Σανίδας Χαράλαμπος	✓					
27	Ταγκαλέγκας Ιωάννης	✓					
28	Τσιτσάνης Λάμπρος	✓					
29	Φακίτσας Βασίλειος	✓					
30	Χειμάρας Θεμιστοκλής	✓					
31	Ψυχογιός Γεώργιος	✓					
Σύνολο Συμβούλων Πλειοψηφίας		25	6	Σύνολο Συμβούλων Μειοψηφίας		15	5

Αφού διαπιστώθηκε η ύπαρξη νόμιμης απαρτίας - καθώς από το σύνολο των πενήντα ένα (51) Περιφερειακών Συμβούλων ήταν παρόντες σαράντα (40), 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. Στη συνεδρίαση παρίστατο και ο αναπληρωτής υπηρεσιακός Γραμματέας κ. Φώτης Παπαευσταθίου, υπάλληλος της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας.

Η Πρόεδρος του Περιφερειακού Συμβουλίου, κα Ασημίνα Παπαναστασίου, έδωσε τον λόγο στον εισηγητή του 2^{ου} θέματος ημερήσιας διάταξης Αντιπεριφερειάρχη Τουρισμού Αθλητισμού & Πολιτισμού κ. Ηλία Σανίδα, ο οποίος έθεσε υπόψη του σώματος την με αριθμ. πρωτ.Φ.ΣΤ./5794/30/14-1-2016 εισήγησή του, και ανέφερε τα ακόλουθα:

Η Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας έχοντας υπόψη:

1. *Τις αρχές και τους στόχους του Υπουργείου Οικονομίας, Ναυτιλίας, Τουρισμού (ΕΟΤ) και τα «Προτεινόμενα Εργαλεία Τουριστικής Προβολής»*
2. *Τη Στρατηγική Προώθησης και Προβολής του Ε.Ο.Τ 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. *Τις διατάξεις του ν. 3852/2010 (ΦΕΚ 87/Τεύχος Α΄) «Νέα Αρχιτεκτονική της Αυτοδιοίκησης και της Αποκεντρωμένης Διοίκησης –Πρόγραμμα Καλλικράτης»*
8. *Τις διατάξεις του ΠΔ 148/2010 «Οργανισμός της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας» (ΦΕΚ 241/Τεύχος Α΄/27-12-2010)*
9. *Την αριθμ. 14840/25-10-2012 εγκύκλιο του Υπουργείου Τουρισμού-Δ/νση 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»*
10. *Το αριθμ. 16996/31-7-2014 έγγραφο του Υπουργείου Τουρισμού-Δ/νση Τουριστικής Πολιτικής και Συντονισμού: «Σύμφωνη γνώμη για ενέργειες τουριστικής προβολής»*
11. *Το αριθμ. 514666/24-12-2014 έγγραφο του ΕΟΤ «Διαδικασία αρμοδιότητας παροχής σύμφωνης γνώμης σε προγράμματα και τουριστικές ενέργειες τουριστικής προβολής των Περιφερειών και των Δήμων» (ΑΔΑ: ΩΥ0946ΗΙΖ-Ε08)*
12. *Το ειδικό πλαίσιο Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης για τον τουρισμό*

Θέτει, ως στόχους, για το 2016 τους παρακάτω:

1. Την ενίσχυση WEB SITE (ενίσχυση- προβολή)
2. Ψηφιακή Καμπάνια, Ειδική Ψηφιακή Καμπάνια Bloggers και ενέργειες δημοσίων σχέσεων
3. Παραγωγή και προώθηση έντυπου & Ηλεκτρονικού (οπτικοακουστικού) υλικού προβολής- ψηφιακή χρήση
4. Ανάπτυξη εργαλείων Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης με εκτέλεση από social media εταιρεία
5. Διαφημιστική προβολή σε διεθνές Ψηφιακό Δίκτυο
6. Συμμετοχή σε διεθνείς και εγχώριες εκθέσεις
7. Συμμετοχή- χορηγία επιλεγμένων εκδηλώσεων
8. Δράσεις στο εσωτερικό- προώθηση εσωτερικού τουρισμού
9. Διενέργεια ταξιδιών εξοικείωσης σε τουριστικούς πράκτορες, εταιρείες διοργάνωσης ταξιδιών κινήτρων και σε δημοσιογράφους
10. Αποστολή ενημερωτικών εντύπων και προωθητικού υλικού σε μεγάλες εταιρείες που εκτελούν εταιρικά ταξίδια και ταξίδια κινήτρων και σε εξειδικευμένα ταξιδιωτικά γραφεία
11. Δημιουργία δικτύου ενημέρωσης και εξυπηρέτησης αιτημάτων τουριστικών πρακτόρων, εταιριών ταξιδιών και ταξιδιών κινήτρων
12. Οργάνωση ειδικών εκπαιδευτικών ταξιδιών και ημερίδων σε ξένους και Έλληνες τουριστικούς πράκτορες (B2B συναντήσεις)- Ταξίδια γνωριμίας και εξοικείωσης media, blogger & fam trips
13. Προβολή του οπτικού ακουστικού υλικού σε Μ.Μ.Ε. της Περιφέρειας
14. Αντιμετώπιση έκτακτων αναγκών

Με βάση τα παραπάνω και λαμβάνοντας υπόψη το Στρατηγικό Σχέδιο Marketing για την τουριστική προβολή της ΠΣΤΕ όπως μας προτάθηκε από τον ΣΕΤΕ (κοινωνικό εταίρο του αρμόδιου Υπουργείου) διαμορφώσαμε το παρακάτω πρόγραμμα τουριστικής Προβολής για το έτος 2016 και

Εισηγούμαστε την έγκρισή του ως ακολούθως:

Ενέργειες και δράσεις προγράμματος τουριστικής προβολής που θα καλυφθούν από τον προϋπολογισμό της Π.Σ.Ε συνολικού προϋπολογισμού 243.000€+55.890 € Φ.Π.Α.=298.890 € που αναλύονται ως ακολούθως:

ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΥ ΕΡΓΟΥ ΑΝΑ ΑΞΟΝΑ ΚΑΙ ΔΡΑΣΗ	
ΕΝΕΡΓΕΙΑ	ΠΟΣΟ
ΑΞΟΝΑΣ 1: ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΚΑΙ ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ- (ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΡΓΑΛΕΙΩΝ ΚΑΙ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ)	
1.1 ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ MARKETING- ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΛΑΤΦΟΡΜΑΣ	10.000 €
1.2 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ- ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΝΕΑΣ SOCIAL MEDIA ΠΛΑΤΦΟΡΜΑΣ (TUMBLR)	2.000 €
1.3 ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΕΙΜΕΝΩΝ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΕΜΠΕΙΡΙΩΝ	4.000 €
1.4 ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΚΗ ΚΑΛΥΨΗ ΘΕΜΑΤΙΚΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΜΠΕΙΡΙΩΝ	4.000 €
1.5 ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ- ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΩΓΗ VIDEO ΥΛΙΚΟΥ	10.000 €
1.6 ΚΑΜΠΑΝΙΑ ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ- (Social media plan- Media brief μετρήσιμων KPIs και reporting)	20.000 €

ΑΞΟΝΑΣ 2: ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ- ΨΗΦΙΑΚΗΣ ΚΑΜΠΑΝΙΑΣ	
2.1 ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ	16.000 €
2.2 PROGRAMMATIC PLAN (ΠΛΑΝΟ ΨΗΦΙΑΚΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ)	16.000 €
2.3 ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗ ΣΕ ΔΙΕΘΝΕΣ ΨΗΦΙΑΚΟ ΔΙΚΤΥΟ	8.000 €
2.4 ΕΙΔΙΚΗ ΨΗΦΙΑΚΗ ΚΑΜΠΑΝΙΑ BLOGGERS	8.000 €
ΑΞΟΝΑΣ 3: ΕΚΘΕΣΕΙΣ & ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ	
3.1 ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ	50.000 €
3.2 ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΣΤΟ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ	24.000 €
3.3 ΤΑΞΙΔΙΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΑ ΚΑΙ ΕΞΟΙΚΕΙΩΣΗΣ	10.000 €
ΑΞΟΝΑΣ 4: ΕΝΤΥΠΟ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ	
4.1 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΟΔΗΓΟΙ ΚΑΙ ΧΑΡΤΕΣ	15.000 €
ΑΞΟΝΑΣ 5: ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	
5.1 ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ, BLOGGER & B2B ΑΠΟΣΤΟΛΕΣ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ	20.000 €
5.2 ΠΛΑΝΟ ΓΙΑ ΕΛΛΑΔΑ	8.000 €
5.3 ΠΛΑΝΟ ΓΙΑ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ	8.000 €
5.4 ΧΟΡΗΓΙΕΣ	5.000 €
5.5 ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΔΩΡΩΝ	5.000 €
ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΑΞΟΝΩΝ	243.000 €
ΦΠΑ 23%	55.890 €
ΤΕΛΙΚΟΣ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΡΓΟΥ	298.890 €

Δράση 1.1

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 ενίσχυση του Web- Site.

Ο Σχεδιασμός και Προσδιορισμός της Επικοινωνιακής Στρατηγικής για την προώθηση και προβολή του τουριστικού προϊόντος της Στερεάς Ελλάδας την περίοδο εντός του έτους 2016, θα εκπονηθεί λαμβάνοντας υπόψη τις κατευθυντήριες γραμμές, το στρατηγικό σχεδιασμό και το τρέχον κεντρικό διαφημιστικό πρόγραμμα του Υπουργείου Οικονομίας, Ναυτιλίας και Τουρισμού-Ε.Ο.Τ..

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 ιδιαιτεροτήτων, 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.

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 Οικονομίας, Ναυτιλίας, 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 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**
- **Ενίσχυση της Ηλεκτρονικής πλατφόρμας.**

Δράση 1.2

Σχεδιασμός και ανάπτυξη ψηφιακής social media πλατφόρμας (Tumblr) της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας, που θα αποτελέσει τον πυρήνα της φιλοξενίας και προώθησης του campaign concept & content. Λειτουργεί ως βασικό εργαλείο της καμπάνιας και ως πλατφόρμα πάνω στην οποία φιλοξενούνται οι ενέργειες προώθησης. Χαρακτηριστικά ψηφιακής πλατφόρμας:

- Φιλοξενία των δημιουργικών (θέματα) της καμπάνιας
- Συμβατότητα για συσκευές κινητών τηλεφώνων και tablets
- Υλοποίηση διαγωνισμών
- Προώθηση περιεχομένου & social media feed (stories and videos).

Δράση 1.3

Ανάπτυξη κειμένων ταξιδιωτικών εμπειριών Δημιουργία ιστοριών για τις τουριστικές εμπειρίες και τις Περιφερειακές Ενότητες και προορισμούς της Στερεάς Ελλάδας στην ελληνική και αγγλική γλώσσα. Τα κείμενα αξιοποιούνται στο πλαίσιο προώθησης περιεχομένου, αλλά και για την προσέλκυση δημοσιογραφικών και blogger αποστολών. Προτείνεται η ανάπτυξη περιεχομένου σε δύο γλώσσες, Ελληνικά κι Αγγλικά, ενώ η περαιτέρω μετάφραση εξαρτάται από διαθέσιμους πόρους τις Περιφέρειας (με σημαντικές γλώσσες τα Γαλλικά, Γερμανικά, Ρωσικά, Τουρκικά). Το περιεχόμενο θα αξιοποιηθεί στο Tumblr campaign site καθώς και στο υπό διαμόρφωση website της Περιφέρειας.

Δράση 1.4

Φωτογραφική κάλυψη θεματικών τουριστικών εμπειριών Φωτογράφιση σε επιλεγμένα σημεία με σκοπό τη δημιουργία βάσης φωτογραφικού υλικού για την ενίσχυση του ψηφιακού περιεχομένου και χρήση στις δράσεις προβολής. Η θεματολογία της φωτογράφισης βασίζεται στα προϊόντα και τις εμπειρίες, όπως έχουν αποτυπωθεί στο Marketing Plan της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας ενώ τα σημεία που θα αποτυπωθούν φωτογραφικά θα οριστούν από την κατάταξή τους σε επίπεδο επικοινωνιακής προτεραιότητας και σε συνεργασία με την Περιφέρεια. Αποτέλεσμα: ολοκληρωμένη Photo Gallery για χρήση σε καμπάνιες, δημοσιογραφικές αποστολές και ενέργειες δημοσίων σχέσεων.

Δράση 1.5

Δημιουργία και παραγωγή video υλικού Δημιουργία 5 θεματικών videos διάρκειας 15"-20" για τις Περιφερειακές Ενότητες της Στερεάς Ελλάδας και τις τουριστικές εμπειρίες που προσφέρει. Η δημιουργία των θεματικών video βασίζεται σε υπάρχοντα πλάνα, από τα πρόσφατα γυρίσματα που πραγματοποιήθηκαν, αλλά και από διαθέσιμο υλικό (footage) της Περιφέρειας.

Δράση 1.6

Project Management & Συμβουλευτικές Υπηρεσίες. Σταθερή συνεργασία παροχής τεχνικής υποστήριξης στο σχεδιασμό των ενεργειών προώθησης καθώς και την υποστήριξη εκτέλεσης από τρίτους. Για την τεχνική εκτέλεση παρέχονται briefs, κατευθύνσεις, οδηγίες εκτέλεσης, προδιαγραφές ποιότητας και σύγχρονων πρακτικών αποτελεσματικότητας όπως προδιαγραφές ανάπτυξης μέσων κοινωνικής δικτύωσης, μετρήσιμοι στόχοι digital media plans και παρακολούθηση αυτών, διαδικασία στόχευσης δημοσιογραφικών αποστολών με άξονα το creative story, media targeting & προώθηση. Στο πλαίσιο της συνεργασίας η επίβλεψη εκτέλεσης αποτελεί βασικό άξονα παροχής υποστήριξης στις δράσεις που θα αποφασιστούν.

Δράση 2- ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ- ΨΗΦΙΑΚΗΣ ΚΑΜΠΑΝΙΑΣ

Ανάπτυξη Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης της Περιφέρειας και αξιοποίησή τους στην υλοποίηση ψηφιακών ενεργειών προώθησης. Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης συμβάλουν στην ενίσχυση της διαδράσης με το κοινό και στην παραγωγή νέου περιεχομένου από τους χρήστες (User Generated Content).

Δράση 2.1

Ανάπτυξη Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης Σχεδιασμός και ανάπτυξη λογαριασμών Facebook, Twitter, Instagram, & Youtube channel, τα οποία θα λειτουργήσουν ως δορυφόροι αρχικά στην Tumblr Campaign Page και στη συνέχεια στο υπό ανάπτυξη website της Περιφέρειας. Στο ίδιο πλαίσιο εντάσσεται η συνεχής δημιουργία περιεχομένου και σταθερή διαχείριση και προώθησή τους. Τα στάδια υλοποίησης της δράσης ορίζονται ως εξής:

A/A Περιγραφή

- 1 Καθορισμός στρατηγικής ανάπτυξης και διαχείρισης των ΜΚΔ
- 2 Σχεδιασμός & ανάπτυξη (εκτέλεση και δημιουργία καναλιών)
- 3 Ανάπτυξη και Διαχείριση περιεχομένου (content management).

Δράση 2.2

Πλάνο ψηφιακής καμπάνιας και διαφήμισης – Programmatic Plan. Το πλάνο Programmatic αποτελεί μια μέθοδο ψηφιακής προώθησης με διαφορετικά formats αλλά και retargeting στις αγορές – στόχος, με στόχευση σε news & travel platforms ανά αγορά. Στόχος η μεγιστοποίηση των ποιοτικών και ποσοτικών στόχων που τίθενται και αποτελούν τους δείκτες αποτελεσματικότητας (KPIs) της καμπάνιας. Το πλάνο ψηφιακής διαφήμισης στοχεύει σε βασικές χώρες, όπως Γερμανία, Γαλλία, Ιταλία, Πολωνία αλλά και Ελλάδα και περιλαμβάνει Google Display ads, Banner Campaign, Social media ads, Promoted content στα social media.

Δράση 2.3

Διαφημιστική προβολή σε ψηφιακή πλατφόρμα διεθνούς δικτύου για την προώθηση του Τουριστικού Προϊόντος της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας. Περιλαμβάνονται στοχευμένες προβολές κειμένου και εικόνας, με δυνατότητα προώθησης περιεχομένου σε όλες τις συσκευές (pc, mobile & tablet) και δυνατότητα προβολής εντός της ροής της ειδησεογραφίας και εντός της υπηρεσίας ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (mail) και στόχευση σε επιλεγμένες αγορές, όπως Αγγλία, Γερμανία, Γαλλία και σε επιλεγμένα τμήματα αγοράς. Στόχοι Επικοινωνίας:

- Η ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας για τη Στερεά Ελλάδα, ως τουριστικού προορισμού
- Η ενίσχυση της θετικής και ολοκληρωμένης ψηφιακής εμπειρίας, για τη Στερεά Ελλάδα μέσα από πρωτογενές, προωθητικό περιεχόμενο κειμένου, video και εικόνας.

Δράση 2.4

Ψηφιακή καμπάνια, με τη συμμετοχή bloggers από το εξωτερικό για την προβολή των εμπειριών της Στερεάς Ελλάδας, την ενίσχυση της στην ευρύτερη καμπάνια και διενέργεια offline event, ως ευκαιρία άμεσης δημοσιότητας στις ψηφιακές πλατφόρμες των bloggers και των ελληνικών media. Προβλέπεται η αξιοποίηση της ψηφιακής πλατφόρμας και πλάνο δημοσιότητας και ψηφιακής προώθησης σε B2C και B2B επίπεδο.

Δράση 3- 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 στοχευμένη.

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.

Οι υποχρεώσεις της ΠΣΤΕ 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 της περιφέρειας, για κάθε έκθεση.
- Μεταφορά υλικού επικοινωνίας, προωθητικού υλικού (έντυπου και άλλων) και τοπικών προϊόντων της Στερεάς Ελλάδας ως τουριστικού προορισμού.
- Αεροπορικά εισιτήρια για τουλάχιστον δύο (2) άτομα ενταλαμένα 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 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 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. Δημιουργία Λίστας προσκεκλημένων και επαφών σε κάθε παράλληλη εκδήλωση
- Αξιολόγηση και καταγραφή αποτελεσμάτων προωθητικής ενέργειας.
- Σύνταξη απολογιστικής έκθεσης πεπραγμένων.
- Δελτία τύπου πριν και μετά το πέρας της έκθεσης.

Δράση 3.1

Οι εκθέσεις που θα καλυφθούν από το παρόν πρόγραμμα και θα συμμετάσχει η Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας είναι τουλάχιστον τέσσερις (4). Ενδεικτικά σας αναφέρονται οι εκθέσεις (Λονδίνου, Βερολίνου, Μόσχας, Βελιγραδίου, Στοκχόλμης, Βαρσοβίας, Τελ- Αβίβ). Για την συμμετοχή της Περιφέρειας στις εκθέσεις εξωτερικού θα ζητηθούν οι προτάσεις των επίσημων Φορέων Τουρισμού της Πολιτείας και θα εξεταστούν οι προτάσεις του Σχεδίου Επικοινωνιακών και Προωθητικών Ενεργειών. Οι προτεινόμενες εκθέσεις θα καλύπτουν τις βασικές αγορές – στόχους της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας.

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 με τα γραφεία εξωτερικού του ΕΟΤ όπου υπάρχουν.

Στο πλαίσιο των σημαντικότερων τουριστικών εκθέσεων μπορεί 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.

Στην περίπτωση που δεν διοργανωθούν από τον ΕΟΤ roadshows στις σημαντικότερες αγορές-στόχους, 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 δύτε 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). 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.

Δράση 3.2

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 υλικό 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 οποιοσδήποτε προτάσεις επεκτείνουν και προσθέτουν αξία στις ενέργειες αυτές.

Δράση 3.3

Κρίνονται αναγκαίες οι οργανωμένες *be to be's* συναντήσεις με *tour operators* και αεροπορικές εταιρείες, σε συνεργασία και με τα γραφεία *E.O.T.* 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 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 Στερεάς Ελλάδας μέσω *PowerPoint* και επί τόπου διερευνάται η δυνατότητα συνεργασίας βάσει τιμών που προκύπτουν.

Δράση 4.1

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 απαραίτητη για παρουσιάσεις, αποστολές, συμμετοχή σε εκθέσεις και άλλου είδους ενέργειες.

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.

Δράση 5.1

Δημοσιογραφικές αποστολές- Ταξίδια γνωριμίας και εξοικείωσης (*media, blogger & fam trips*) με συμμετοχή εκπροσώπων των ΜΜΕ και ειδικότερα δημοσιογράφων συνεργατών «τουριστικών στηλών» ή εντύπων εξειδικευμένων στις ειδικές μορφές τουρισμού, παρουσιαστών τηλεοπτικών εκπομπών ή δημοσιογραφικών αποστολών ή *bloggers*.

Δράση 5.2

Πλάνο για Ελλάδα : Πλάνο διαφημιστικής προβολής και επικοινωνίας, σε συνεργασία με ελληνικά μέσα (Τηλεόραση, ραδιόφωνο, έντυπα, χορηγική συνεργασία).

Δράση 5.3

Πλάνο για προβολή στο εξωτερικό: Πλάνο διαφημιστικής προβολής και επικοινωνίας σε διεθνές τηλεοπτικό δίκτυο με στόχευση στους Έλληνες της ομογένειας.

Δράση 5.4

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

Στόχος είναι η επίτευξη χορηγιών 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 διατίθενται δωρεάν εισιτήρια, έξοδα διαμονής κ.α..

Δράση 5.5

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.

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.

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

ΑΠΟΦΑΣΙΖΕΙ

κατά πλειοψηφία,

εγκρίνει το Πρόγραμμα Τουριστικής Προβολής Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας έτους 2016.

Κατά ψήφισε ο Περιφερειακός Σύμβουλος κ. Γεώργιος Γκικόπουλος.

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

**Η ΠΡΟΕΔΡΟΣ
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ**

**Ο ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ**

ΑΣΗΜΙΝΑ Δ. ΠΑΠΑΝΑΣΤΑΣΙΟΥ

ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΑΠΟΣΤΟΛΟΠΟΥΛΟΣ