



**ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ**

ΑΠΟΣΠΑΣΜΑ

**ΑΠΟ ΤΟ ΠΡΑΚΤΙΚΟ ΤΗΣ 14^{ης} ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗΣ (ΤΑΚΤΙΚΗΣ) ΤΗΣ 5^{ης} ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ 2016
ΤΟΥ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ**

**ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ
169/2016**

Στη Λαμία, σήμερα 5 Σεπτεμβρίου 2016 ημέρα Δευτέρα και ώρα 12:00 π.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.465/29-8-2016 Πρόσκλησης της Προέδρου του Περιφερειακού Συμβουλίου Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας κ. Ασημίνας Παπαναστασίου, στην 14^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 αποφάσεων, επί των ακόλουθων θεμάτων ημερήσιας διάταξης:

Θέμα 2^ο	Έγκριση σύναψης προγραμματικής σύμβασης μεταξύ της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας και του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (Σ.Ε.Τ.Ε.), για τον σχεδιασμό και εφαρμογή δράσεων Τουριστικής Προβολής της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας.
---------------------------	---

Πριν από την έναρξη της συνεδρίασης, η Πρόεδρος του Περιφερειακού Συμβουλίου κ. 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. Γεώργιος Αναστασίου
- Οι Αντιπεριφερειάρχες Στερεάς Ελλάδας κ.κ. : Ευθύμιος Καραϊσκος, Ευάγγελος Κατσαγούνος, 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	Αραβαντινού Πέγκυ		✓	3	Ζαννιάς Αθανάσιος		✓
4	Αργύρης Δημήτριος	✓		4	Γρεβενίτης Θωμάς	✓	
5	Αργυρίου Δημήτριος	✓		5	Κουλούρης Γεώργιος	✓	
6	Βαρδακώστας Κων/νος	✓		6	Μελισσάρης Ιωάννης	✓	
7	Βουρδάνος Δημήτριος	✓		7	Παπαδιώτης Αθανάσιος	✓	
8	Γκάβαλης Σταμάτιος	✓		8	Στουπής Νικόλαος	✓	
9	Καλαντζή Αικατερίνη	✓		9	Τιμπλαλέξης Δημήτριος	✓	
10	Κάππος Ευστάθιος	✓		10	Τσολάκη Σοφία		✓
11	Καραγιάννης Κων/νος	✓		«Θανάσης Γιαννόπουλος - Συμφωνία για τη Στερεά»			
12	Καρακάντζας Αθανάσιος	✓		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	Κυρίτσης 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 Σπυρίδων	✓		«Ενεργοί Πολίτες Στερεάς»			
23	Περγαντάς Ιωάννης	✓		19	Χαϊνάς Κων/νος	✓	
24	Περλεπές Ιωάννης	✓		«Αριστερή Παρέμβαση στη Στερεά Ελλάδα»			
25	Ξανίδας Ηλίας	✓		20	Ζούμπος Βασίλειος	✓	
26	Ξανιδάς Χαράλαμπος	✓					
27	Ταγκαλέγκας Ιωάννης	✓					
28	Τσιτσάνης Λάμπρος	✓					
29	Φακίτσας Βασίλειος	✓					
30	Χειμάρας Θεμιστοκλής	✓					
31	Ψυχογιός Γεώργιος	✓					
Σύνολο Συμβούλων Πλειοψηφίας		28	3	Σύνολο Συμβούλων Μειοψηφίας		16	4

Αφού διαπιστώθηκε η ύπαρξη νόμιμης απαρτίας - καθώς από το σύνολο των πενήντα ένα (51) Περιφερειακών Συμβούλων ήταν παρόντες σαράντα τέσσερις (44), 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 κ. Ασημίνα Παπαναστασίου, έδωσε τον λόγο στον εισηγητή του 2^{ου} θέματος ημερήσιας διάταξης Αντιπεριφερειάρχη Τουρισμού, Αθλητισμού & Πολιτισμού κ. Ιωάννη Κοντζιά, ο οποίος έθεσε υπόψη του σώματος την με αριθμ. πρωτ.136449/851/2-9-2016 εισήγηση του, και ανέφερε τα ακόλουθα:

Η Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας προτίθεται να συνεργαστεί με τον Σύνδεσμο Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (Σ.Ε.Τ.Ε.), μέσω προγραμματικής σύμβασης υπό τις προϋποθέσεις του άρθρου 100 Ν.3852/2010, με στόχο τον σχεδιασμό και την εφαρμογή δράσεων τουριστικής προβολής της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας.

Ο Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών επιχειρήσεων (Σ.Ε.Τ.Ε.), ο οποίος αποτελεί ένωση εργοδοτών, έχει τους παρακάτω σκοπούς εκ του νόμου και του καταστατικού του:

α) Μελέτη, προστασία και προαγωγή της θέσης και της συμβολής του τουρισμού στην Εθνική Οικονομία και στο πολιτιστικό περιβάλλον της χώρας, ειδικότερα δε:

1) Έρευνα και μελέτη της ιδιαιτερότητας του τουρισμού στην Ελλάδα, ιδίως σε σχέση με την προστασία και την ανάδειξη του ιστορικού και φυσικού περιβάλλοντος της χώρας.

2) Μελέτη τουριστικής πολιτικής και τουριστικών εφαρμογών και η υποβολή σχετικών προτάσεων προς τις αρμόδιες αρχές για την υιοθέτηση μέτρων και κανόνων με στόχο την προσφορά τουριστικών υπηρεσιών υψηλού ποιοτικού επιπέδου.

3) Έ ανάμειξη του Συνδέσμου στην τουριστική και εθνική προβολή της χώρας.

β) Μελέτη, προστασία και προαγωγή των ηθικών, επαγγελματικών και οικονομικών συμφερόντων των Μελών του και η ανάπτυξη πνεύματος αλληλεγγύης και αμοιβαίας υποστήριξης μεταξύ των Μελών του.

γ) Εκπροσώπηση στην Ελλάδα και στο εξωτερικό των Μελών του Συνδέσμου.

δ) Συμμετοχή σε οργανώσεις, συλλόγους επιμελητήρια, ενώσεις και εκδηλώσεις στην Ελλάδα και το εξωτερικό που επιδιώκουν τον ίδιο ή παρεμφερή σκοπό ή που έχουν σχέση με τους σκοπούς που επιδιώκει ο Σύνδεσμος.

ε) Παροχή επιστημονικής, οργανωτικής ή διοικητικής στήριξης και βοήθειας πάσης μορφής (τεχνικές, επαγγελματικές, εκπαιδευτικές, οργανωτικές κ.λπ. ειδικές συμβουλές και γνωμοδοτήσεις) στην ημεδαπή ή στην αλλοδαπή που αφορούν ή/και συμβάλλουν στην προαγωγή του τουριστικού τομέα και των τουριστικών επιχειρήσεων.

στ) Θέσπιση κανόνων δεοντολογίας και συμπεριφοράς για την προστασία του καταναλωτή και τη διαφύλαξη του ποιοτικού επιπέδου των τουριστικών επιχειρήσεων και του πνεύματος συνεργασίας μεταξύ των Μελών του συνδέσμου.

ζ) Οποιαδήποτε άλλη αρμοδιότητα του ανατίθεται με νομοθετική ή/και κανονιστική διάταξη.

Β. Για την επίτευξη των σκοπών του, ο Σύνδεσμος δύναται:

- α) Να αναλαμβάνει τη διαχείριση επενδυτικών προγραμμάτων, να λαμβάνει επιτρεπτές κρατικές ενισχύσεις, να καταρτίζει προτάσεις διαχείρισης συγχρηματοδοτούμενων από εθνικούς και κοινοτικούς πόρους προγραμμάτων, καθώς και να παρέχει συμβουλευτικές υπηρεσίες.
- β) Να ιδρύει εντός ή εκτός της Αθήνας ή και εκτός της Ελλάδας ή να συμμετέχει στην ίδρυση άλλων νομικών προσώπων με σκοπούς ίδιους ή παρεμφερείς ή συναφείς και συμπληρωματικούς με τους σκοπούς του Συνδέσμου, με απόφαση του Διοικητικού Συμβουλίου, η οποία θα επικυρώνεται στην πρώτη, μετά την απόφαση, συγκληθείσα Γενική Συνέλευση των μελών του.
- γ) Ο Σύνδεσμος επιδιώκει με κάθε νόμιμο και πρόσφορο μέσο τους σκοπούς που περιγράφονται στο άρθρο αυτό.

Οι συμβαλλόμενοι φορείς της παρούσας σύμβασης αποφάσισαν να συμπράξουν, με σκοπό τον άρτιο σχεδιασμό, σε τεχνικό και οργανωτικό επίπεδο και την αποτελεσματική και έγκαιρη υλοποίηση της προβολής του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας. Πιο συγκεκριμένα, σκοπός της παρούσας Προγραμματικής Σύμβασης είναι ο σχεδιασμός και η υλοποίηση στοχευμένης καμπάνιας προβολής της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας για την προώθηση του φθινοπωρινού και χειμερινού τουριστικού προϊόντος, μέσα από την ανάδειξη και προβολή θεματικών εμπειριών και προορισμών.

Το κόστος εφαρμογής των σκοπών της σύμβασης προκαλεί συνολική δαπάνη ενενήντα τεσσάρων χιλιάδων ευρώ (94.000,00 €) για το έτος 2016, την οποία και θα καλύψει στο σύνολό της η Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας (Ειδικός Φορέας 071.01 και ΚΑΕ 9899.01)

Η εκταμίευση των ποσών θα γίνεται τμηματικά μετά από πιστοποίηση των ενεργειών (όπως αυτές ορίζονται στο παράρτημα ΙΙ της συνημμένης σύμβασης) που έχουν πραγματοποιηθεί από τη Κοινή Επιτροπή Παρακολούθησης.

Λαμβάνοντας υπόψη ότι:

1. Σύμφωνα με τον Νόμο δυνάμεθα ως Περιφέρεια να συμμετέχουμε, μέσω προγραμματικής σύμβασης, στον σχεδιασμό και εφαρμογή των δράσεων τουριστικής προβολής.
2. Η ανάδειξη και προβολή της ιδιαίτερης αξίας τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας, μέσα από ένα ευρύ δίκτυο συνεργασιών και συνεργειών όλων των αρμόδιων και εξειδικευμένων σε αυτό το αντικείμενο φορέων, παραμένει κύριος πυλώνας Αειφορικής Ανάπτυξης στην Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας.

Για τους ανωτέρω λόγους,

ΕΙΣΗΓΟΥΜΑΣΤΕ

1. Την έγκριση των όρων και την σύναψη Προγραμματικής Σύμβασης μεταξύ της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας, και του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών επιχειρήσεων (Σ.Ε.Τ.Ε.) με στόχο το σχεδιασμό και εφαρμογή δράσεων τουριστικής προβολής της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας.
2. Τον ορισμό δύο εκπροσώπων της Περιφέρειας, στην τριμελή Επιτροπή Παρακολούθησης της Προγραμματικής Σύμβασης.

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

Αποφασίζει

κατά πλειοψηφία, α) εγκρίνει την σύναψη Προγραμματικής Σύμβασης μεταξύ της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας και του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών επιχειρήσεων (Σ.Ε.Τ.Ε.), με στόχο τον σχεδιασμό και την εφαρμογή δράσεων τουριστικής προβολής της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας β) εγκρίνει τους όρους της προγραμματικής σύμβασης σύμφωνα με το συνημμένο σχέδιο προγραμματικής σύμβασης, το οποίο αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα και μέρος της παρούσας απόφασης, γ) εξουσιοδοτεί τον Περιφερειάρχη Στερεάς Ελλάδας κ. Κωνσταντίνο Π. Μπακογιάννη για την υπογραφή της Προγραμματικής Σύμβασης και δ) ορίζει δύο (2) μέλη ως εκπροσώπους της Περιφέρειας, στην τριμελή Επιτροπή Παρακολούθησης της Προγραμματικής Σύμβασης, τους :1/ Τον Αντιπεριφερειάρχη Τουρισμού, Αθλητισμού & Πολιτισμού κ. Ιωάννη Κοντζιά με αναπληρωτή του τον Περιφερειακό Σύμβουλο κ. Ηλία Σανίδα και 2/ Την υπάλληλο κ. Έφη Μόσχου, προϊσταμένη της Δ/σης Τουρισμού της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας με αναπληρωτή τον υπάλληλο κ. Δημήτριο Ταραζόνα.

Κατά ψήφισαν οι Περιφερειακοί Σύμβουλοι των παρατάξεων «Η Στερεά σε Νέα Τροχία - Βαγγέλης Αποστόλου», «Ελληνική Αυγή για τη Στερεά Ελλάδα», «Λαϊκή Συσπείρωση Στερεάς Ελλάδας» και «Αριστερή Παρέμβαση στη Στερεά Ελλάδα».

Λευκό ψήφισε ο Περιφερειακός Σύμβουλος κ. Κωνσταντίνος Χαϊνάς.

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

**Η ΠΡΟΕΔΡΟΣ
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ**

**Ο ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ**

ΑΣΗΜΙΝΑ Δ. ΠΑΠΑΝΑΣΤΑΣΙΟΥ

ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΥ

**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΚΗ ΣΥΜΒΑΣΗ
του Άρθρου 100 του Ν. 3852/2010**

Μεταξύ

1. Της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας
2. Του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ)

ΓΙΑ ΤΗΝ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ

**«Σχεδιασμός και εφαρμογή δράσεων τουριστικής προβολής της
Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας»**

Λαμία, Αύγουστος 2016

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΚΗ ΣΥΜΒΑΣΗ ΓΙΑ ΤΟ ΕΡΓΟ

«Σχεδιασμός και εφαρμογή δράσεων τουριστικής προβολής της Περιφέρειας Στερεάς
Ελλάδας»

Σήμερα στην Λαμία, την..... ημέρα, μεταξύ των παρακάτω συμβαλλομένων:

1. Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας, που εδρεύει στη Λαμία, ταχ. Δ/ση Λεωφ. Καλυβίων 2, ΤΚ 35132, με ΑΦΜ 997947718 Δ.Ο.Υ. Λαμίας, όπως εκπροσωπείται νόμιμα από τον κ. Κωνσταντίνο Π. Μπακογιάννη Περιφερειάρχη Στερεάς Ελλάδας.

2. Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων, που εδρεύει στην Αθήνα, Λεωφ. Αμαλίας 34, ΤΚ 10558, με ΑΦΜ 090192550 Δ' ΔΟ.Υ. ΑΘΗΝΩΝ όπως εκπροσωπείται νόμιμα από τον Πρόεδρο του ΔΣ, κ. Ανδρέα Ανδρεάδη.

Έχοντας υπ' όψη:

1. Το Ν. 3852/2010 «Νέα Αρχιτεκτονική της Αυτοδιοίκησης και της Αποκεντρωμένης Διοίκησης – Πρόγραμμα Καλλικράτης» (ΦΕΚ 87/Α/7-6-2010) και ειδικότερα της διάταξης του άρθρου 100 αυτού, καθώς και τις διατάξεις των παραγράφων δ) και θ) του άρθρου 190, όπως τροποποιηθούν και ισχύουν.
2. Την με αριθμό 514876/24.10.2015 (ΑΔΑ: ΒΛΛΤ469ΗΙΖ-ΩΔΒ) απόφαση ΔΣ ΕΟΤ περί «Έγκρισης της Στρατηγικής Προώθησης και Προβολής του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού 2014-2015-2016».
3. Την υπ' αριθμ. 51466/24.12.2014 εγκύκλιο του ΕΟΤ (ΑΔΑ: ΩΥ09463ΗΙΖ-Ε08) με θέμα «Διαδικασία αρμοδιότητας παροχής σύμφωνης γνώμης σε προγράμματα και ενέργειες τουριστικής προβολής των Περιφερειών και των Δήμων της Χώρας», όπως επικαιροποιήθηκε με την υπ' αριθμ. 5788/20.5.2016 απόφαση του Γενικού Γραμματέα του ΕΟΤ.
4. Την αριθμ. 10/2016 (πρακτικό 3^ο /18-1-2016) απόφαση του Περιφερειακού Συμβουλίου Π.Σ.Ε. «Έγκριση Προγράμματος Τουριστικής Προβολής της Π.Σ.Ε. έτους 2016»
5. Το αριθμ. 979/18-4-2016 έγγραφο του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού περί παροχής σύμφωνης γνώμης για το πρόγραμμα τουριστικής προβολής της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας για το έτος 2016
6. Την αριθμ.31/2016 (πρακτικό 5^ο /29-2-2016) απόφαση του Περιφερειακού Συμβουλίου σύμφωνα με την οποία εντάσσονται δράσεις του προγράμματος Τουριστικής Προβολής Π.Σ.Ε. έτους 2016 στο Περιφερειακό Πρόγραμμα των ΚΑΠ
7. Την αριθμ.108/2016 (πρακτικό 9^ο /06-06-2016) απόφαση του Περιφερειακού Συμβουλίου σύμφωνα με την οποία εντάσσονται δράσεις του προγράμματος Τουριστικής Προβολής Π.Σ.Ε. έτους 2016 στο Περιφερειακό Πρόγραμμα των ΚΑΠ
8. Την υπ. αριθ./2016 (ΑΔΑ:-.....) απόφαση του Περιφερειακού Συμβουλίου Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας που αφορά την έγκριση σύναψης προγραμματικής σύμβασης μεταξύ της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας - Π.Ε. Φθιώτιδας και του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ), για

τον σχεδιασμό και εφαρμογή δράσεων τουριστικής προβολής της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας.

9. Τον Κανονισμό Προμηθειών και Υπηρεσιών του ΣΕΤΕ.

10. Την από απόφαση του ΔΣ του ΣΕΤΕ.

συμφωνούνται και γίνονται αμοιβαίως αποδεκτά τα εξής:

ΑΡΘΡΟ 1

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ

Η παρούσα Προγραμματική Σύμβαση περιέχει:

- Τα περιεχόμενα αυτής (άρθρο 1)
- Προοίμιο – Γενική Περιγραφή (άρθρο 2)
- Σκοπός της Σύμβασης (άρθρο 3)
- Φυσικό Αντικείμενο της Σύμβασης (άρθρο 4)
- Οικονομικό Αντικείμενο της Σύμβασης (άρθρο 5)
- Πόροι – Εκταμίευση πόρων προς τους φορείς υλοποίησης (άρθρο 6)
- Χρονοδιάγραμμα Υλοποίησης της Σύμβασης (άρθρο 7)
- Δικαιώματα και Υποχρεώσεις των Συμβαλλόμενων Φορέων (άρθρο 8)
- Κοινή Επιτροπή Παρακολούθησης (άρθρο 9)
- Διάρκεια ισχύος της Σύμβασης (άρθρο 10)
- Επίλυση Διαφορών (άρθρο 11)
- Τελικές Διατάξεις (άρθρο 12)

Παραρτήματα Ι, ΙΙ. (Κατανομή προϋπολογισμού ανά δράση και ανά συμβαλλόμενο και χρονοδιάγραμμα και προϋπολογισμός ενεργειών και παραδοτέων).

ΑΡΘΡΟ 2

ΠΡΟΟΙΜΙΟ – ΓΕΝΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ

Η Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας στο πλαίσιο της ανάληψης αναπτυξιακών πρωτοβουλιών με στόχο την προβολή και διάδοση των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας, σχεδιάζει και υλοποιεί σχετικές δράσεις, Περιφερειακής, Εθνικής και Διεθνούς εμβέλειας.

Η ανάδειξη και προβολή της ιδιαίτερης αξίας τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας, μέσα από ένα ευρύ δίκτυο συνεργασιών και συνεργειών όλων των αρμόδιων και

εξειδικευμένων σ' αυτό το αντικείμενο φορέων, παραμένουν κύριοι πυλώνες Αειφορικής Ανάπτυξης στην Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας.

Ο Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ), ο οποίος συμμετέχει στη παρούσα Προγραμματική σύμβαση δυνάμει της περ. β, παράγραφος 1, του άρθρου 100, του ν.3858/2010, είναι σωματείο, ένωση εργοδοτών και κοινωνικός εταίρος που σκοπός του είναι η συνεχής ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και η ανάδειξη του πρωταγωνιστικού ρόλου του τουρισμού στην ελληνική οικονομία. Εκπροσωπεί τις πανελλήνιες κλαδικές ενώσεις τουριστικών επιχειρήσεων, καθώς και μεμονωμένες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται ευρύτερα στην τουριστική οικονομία και καλύπτουν ολόκληρο το φάσμα των τουριστικών δραστηριοτήτων.

Σ' αυτή την κατεύθυνση, λόγω της πανελλαδικής, αλλά και παγκόσμιας εμβέλειας των πολιτιστικών και κατ' ακολουθία τουριστικών πόρων της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας, όλοι οι αναπτυξιακοί φορείς της Περιφέρειας, ο τουριστικός επιχειρηματικός ιστός, και οι αρμόδιοι φορείς εθνικών πολιτικών, θα είναι συνοδοιπόροι.

ΑΡΘΡΟ 3

ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ

Οι συμβαλλόμενοι φορείς της παρούσας σύμβασης αποφάσισαν να συμπράξουν, με σκοπό τον άρτιο σχεδιασμό, σε τεχνικό και οργανωτικό επίπεδο και την αποτελεσματική και έγκαιρη υλοποίηση της προβολής του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας. Πιο συγκεκριμένα, σκοπός της παρούσας Προγραμματικής Σύμβασης είναι ο σχεδιασμός και η υλοποίηση στοχευμένης καμπάνιας προβολής της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας, για την προώθηση του φθινοπωρινού και χειμερινού τουριστικού προϊόντος, μέσα από την ανάδειξη και προβολή θεματικών εμπειριών και προορισμών.

ΑΡΘΡΟ 4

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ

Αντικείμενο της παρούσας σύμβασης είναι όλες οι απαραίτητες ενέργειες για την επίτευξη του σκοπού της, όπως αυτός περιγράφεται στο άρθρο 3, με βάση το ισχύον Marketing Plan τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας.

Η καμπάνια προβολής της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας στο πλαίσιο της παρούσας σύμβασης περιλαμβάνει ένα ολιστικό πλέγμα δράσεων, εργαλείων και καναλιών επικοινωνίας με στόχο τη μεγιστοποίηση της προβολής και επίτευξη

αποτελεσματικού δείκτη impressions (θεάσεις & visibility), διάδρασης με το κοινό και την ανάπτυξη της επιθυμίας επίσκεψης στους προορισμούς της Περιφέρειας. Η καμπάνια θα έχει ως δομικό στοιχείο τη μοναδική κεντρική ιδέα επικοινωνίας (δημιουργικό concept), η οποία θα εξειδικεύεται και θα εξελίσσεται, προβάλλοντας δέκα διαφορετικές εμπειρίες που μπορεί ο επισκέπτης να ζήσει στη Στερεά Ελλάδα.

Για την υλοποίηση της καμπάνιας προβλέπεται η ανάπτυξη της κεντρικής δημιουργικής ιδέας διαφοροποίησης και δημιουργικού concept, η παραγωγή περιεχομένου βάσει της δημιουργικής ιδέας και των εμπειριών καθώς και ο σχεδιασμός και η ανάπτυξη ψηφιακού εργαλείου, που θα αποτελέσει τη βάση πάνω στην οποία θα υλοποιηθούν οι ενέργειες προώθησης και η εφαρμογή πλάνου στοχευμένης προβολής με πυλώνες το κοινό της Ελλάδας και του εξωτερικού.

Η καμπάνια προβολής θα έχει ως βάση την παρακάτω στρατηγική Μάρκετινγκ Τουριστικού Προϊόντος και Στόχευση Αγορών.

Στρατηγική Μάρκετινγκ Τουριστικού Προϊόντος και Στόχευση Αγορών

Ορισμός Αγορών Στόχος

Η στόχευση των ενεργειών προώθησης και προβολής του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας επικεντρώνεται στο ταξιδιωτικό κοινό Ελλάδας και εξωτερικού. Το Ελληνικό κοινό αποτελεί κύριο πυλώνα τουριστικής ζήτησης σε επίπεδο αφίξεων και διανυκτερεύσεων για την πλειονότητα των προορισμών της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας. Το κοινό του εξωτερικού αποτελεί πηγή άντλησης ζήτησης και περαιτέρω τουριστικής ανάπτυξης για την Περιφέρεια. Αγορές στόχος για τις ενέργειες τουριστικής προβολής είναι οι παραδοσιακές αγορές με δυναμική στην Περιφέρεια όπως η Γαλλία, η Γερμανία και η Ιταλία και οι αγορές προς αξιοποίηση λόγω εγγύτητας στους προορισμούς, όπως η Τουρκία, το Ισραήλ, η Πολωνία και οι Βαλκανικές χώρες.

Στρατηγική Τουριστικών Προϊόντων και Προορισμών

Η Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας διαθέτει πλούσιο χαρτοφυλάκιο τουριστικών προϊόντων, όπως αυτά ορίζονται στο Marketing Plan τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας. Προσφέρει ταξιδιωτικές εμπειρίες που συνδυάζουν πτυχές από τον πολιτισμικό πλούτο, το αγνό φυσικό τοπίο, τη φιλοξενία των ντόπιων, τα τοπικά προϊόντα και τη γαστρονομία, τις δραστηριότητες, τον ήλιο & θάλασσα και την ευεξία, που τοποθετούνται και

προβάλλονται ανά εποχή (4 Seasons Strategy). Με βάση το χρονικό ορίζοντα προβολής, η τρέχουσα καμπάνια στοχεύει κυρίως στην ανάδειξη θεματικών εμπειριών του Φθινοπώρου και του Χειμώνα και επικεντρώνεται στις θεματικές προϊοντικές κατηγορίες Πολιτισμός, Θρησκεία, Φύση, Δραστηριότητες και Γαστρονομία.

Στόχευση σε Τμήματα Αγοράς

Η καμπάνια στοχεύει σε ταξιδιώτες συγκεκριμένου τύπου (Travel Personas), των οποίων οι ταξιδιωτικές προτιμήσεις και ενδιαφέροντα συνταιριάζουν με τις προσφερόμενες εμπειρίες των προορισμών της Στερεάς Ελλάδας. Η στόχευση και προώθηση εμπειριών υλοποιείται με βάση τα χαρακτηριστικά, τον τύπο και το προφίλ των δυνητικών επισκεπτών από τις αγορές στόχος, όπως adventure seekers, relaxed travellers, couples, adult groups, cultural tourists.

Για την Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας ελκυστικό κοινό αποτελούν οι ειδικού τύπου ταξιδιώτες, που επιθυμούν να βιώσουν ξεχωριστές εμπειρίες, να γνωρίσουν τον προορισμό και τον τοπικό τρόπο ζωής. Αναζητούν την αυθεντική όψη του προορισμού και απολαμβάνουν τοπικά προϊόντα, την επαφή με τους ντόπιους και δραστηριότητες που τους μυσούν σε μια διαφορετική καθημερινότητα (όπως αγροτουρισμός, μαθήματα γαστρονομίας, περίπατοι στη φύση). Πρόσθετοι τύποι επισκεπτών είναι όσοι αναζητούν δραστηριότητες στη φύση (adventure seekers), αυτοί που αναζητούν τη χαλάρωση και την αρμονία (relaxed travelers), τα ζευγάρια, που αναζητούν ρομαντικές διακοπές σε προορισμούς με παραδοσιακό χαρακτήρα (romance), οι παρέες ενηλίκων (adult groups), που αναζητούν διακοπές με περιπέτεια και εξερεύνηση (Roadtrips) και όσοι επισκέπτονται ένα προορισμό για τον πολιτισμικό πλούτο που διαθέτει (cultural tourists).

Στρατηγική προώθησης / Χρονικός Ορισμός Προβολής Θεματικών

Στο πλαίσιο υλοποίησης της καμπάνιας προβλέπεται αρχικό χρονικό διάστημα για το σχεδιασμό και ανάπτυξη του περιεχομένου και εργαλείων, με βάση τα οποία θα υλοποιηθούν οι ενέργειες προβολής και προώθησης. Το πλάνο προώθησης ενεργοποιείται τον Οκτώβριο και εξελίσσεται σταδιακά έως και τα μέσα Δεκεμβρίου και βασίζεται στο περιεχόμενο των θεματικών προϊοντικών κατηγοριών, οι οποίες θα αξιοποιηθούν κλιμακωτά κατά το διάστημα υλοποίησης. Ο Πολιτισμός, η Φύση και οι Δραστηριότητες θα αποτελέσουν τις κύριες θεματικές κατά την περίοδο έναρξης της καμπάνιας και των ενεργειών προβολής, οι οποίες θα συνεχιστούν με την κατηγορία της γαστρονομίας σε συνδυασμό και με ειδικά γεγονότα, όπως τα Χριστούγεννα,

συνθέτοντας ολοκληρωμένες εμπειρίες για τους δυνητικούς επισκέπτες της Στερεάς Ελλάδας.

Σημαντική χρονική περίοδο στο πλάνο προώθησης αποτελεί ο μήνας Νοέμβριος, όπου η Περιφέρεια προτίθεται να συμμετέχει στην έκθεση του Λονδίνου WTM (7 -9 Νοεμβρίου) και στην έκθεση Philoxenia στη Θεσσαλονίκη (18-20 Νοεμβρίου).

Το έργο, συνοπτικά, περιλαμβάνει τους εξής άξονες ενεργειών:

1. Ανάπτυξη περιεχομένου δημιουργικών εργαλείων και ψηφιακών συστημάτων, για την προβολή του τουριστικού προϊόντος.
2. Ενέργειες δημοσιότητας και διαμόρφωσης ψηφιακής γνώμης
3. Σχεδιασμός της καμπάνιας και τεχνική υποστήριξη του έργου.

Αναλυτικότερα, το αντικείμενο της παρούσας σύμβασης έχει ως εξής:

1. ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΩΝ ΕΡΓΑΛΕΙΩΝ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ, ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

1.1. Διαδραστική & Ψηφιακή Ανάπτυξη Περιεχομένου και Online Tool

Για την υλοποίηση της καμπάνιας είναι απαραίτητη η ανάπτυξη του εργαλείου εκείνου που θα αποτελέσει τον πυρήνα φιλοξενίας των θεματικών ιστοριών και του οπτικοακουστικού υλικού που θα δημιουργηθεί στο πλαίσιο της καμπάνιας και πάνω στο οποίο θα βασιστούν οι ενέργειες προώθησης. Σχεδιάζεται και αναπτύσσεται στην ελληνική και αγγλική γλώσσα και διαθέτει τα εξής χαρακτηριστικά:

- Βασίζεται στο οπτικοακουστικό περιεχόμενο και προσφέρει στον επισκέπτη την εμπειρία του προορισμού μέσα από εικόνες και στιγμιότυπα.
- Μηχανισμός που περιλαμβάνει εφαρμογή δημιουργίας περιεχομένου από τους χρήστες (user generated content) για την ανάδειξη αυθεντικών ιστοριών
- Μηνύματα που «εμβαθύνουν» στην ανταγωνιστική διαφοροποίηση του περιεχομένου και ένταξη προτροπής (call to action) για επιλογή του προορισμού.
- Ειδική ενότητα Video Gallery για φιλοξενία και προώθηση των videos

α) Σχεδιασμό και ανάπτυξη Online tool

Η ανάπτυξη του ψηφιακού εργαλείου της καμπάνιας δομείται με βάση 4 κεντρικές ενότητες τουριστικού προϊόντος των 4 εποχών όπως "Mountain Activities", "Roadtrips", "Authentic Sun & Beach" και "Cultural Experiences", για τις οποίες

δημιουργούνται 4 άρθρα με δημιουργική ιδέα, με αναφορά στους προορισμούς της Στερεάς Ελλάδας και πρόσκληση του κοινού για συμμετοχή. Σε κάθε μία από τις 4 κεντρικές ιστορίες ο επισκέπτης θα έχει επίσης τη δυνατότητα να «ζήσει» μια εμπειρία και να έρθει σε επαφή με την τοπική κοινωνία, την κουλτούρα και τη φύση της Στερεάς Ελλάδας, μέσα από αναφορά σε ενδεικτικές εμπειρίες όπως ξενάγηση στους Δελφούς, βόλτα με ντόπιους σε σημεία του νομού, τοπικές γεύσεις, ιππασία στη Λειβαδειά ή καγιάκ στα Λιχαδονήσια κ.α..

Στο πλαίσιο προώθησης της Στερεάς Ελλάδας προβλέπεται η υλοποίηση ειδικού μηχανισμού με κεντρική ιδέα «Ζήσε την εμπειρία της Στερεάς Ελλάδας». Πρόκειται για μηχανισμό με τη μορφή ερωτήσεων που προσκαλεί τον χρήστη να ανακαλύψει τις εμπειρίες που μπορεί να ζήσει στην Στερεά Ελλάδα, να απαντήσει σε ερωτήσεις και να λάβει μέρος σε κλήρωση για να κερδίσει δώρο ένα ταξίδι σε προορισμό της Περιφέρειας.

Στο στάδιο του σχεδιασμού και ανάπτυξης γίνεται εφαρμογή της δημιουργικής στρατηγικής, σύμφωνα με τις ανάγκες της καμπάνιας ως προς τη χρηστικότητα και λειτουργικότητα, με τη χρήση σύγχρονων πρακτικών εμπειρίας χρήστη, προδιαγραφές και μεθοδολογίες του ψηφιακού μάρκετινγκ (SEO, UX, UI, Interactivity). Ανάρτηση και φιλοξενία του περιεχομένου (κειμένων, φωτογραφικού υλικού και video) στο ψηφιακό εργαλείο της καμπάνιας.

β) Ανάπτυξη περιεχομένου

Στο πλαίσιο της καμπάνιας προβλέπεται η ανάπτυξη 10 μικρών ιστοριών (Travel Stories) 200 λέξεων η κάθε μια, στην ελληνική και αγγλική γλώσσα. Οι ιστορίες δημιουργούνται με την τεχνική του story telling και έχουν ως στόχο την ανάδειξη των θεματικών εμπειριών του τουριστικού προϊόντος, κατά το δυνατόν, των τεσσάρων εποχών, που συνδέονται με τους προορισμούς της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας μέσα από εμπειρικό (experiential) περιεχόμενο προσαρμοσμένο στις προτιμήσεις και τον τύπο των ταξιδιωτών. Οι ιστορίες συνοδεύονται από αντίστοιχο φωτογραφικό υλικό, προβάλλοντας εμπειρίες τις οποίες μπορεί να ζήσει ο επισκέπτης στη Στερεά Ελλάδα, όπως Wine tasting, Horseback riding, Trekking, Culture trip, Rafting, Hiking, Roadtrip, Cooking with Grandma Maria, Christmas, κ.α. Οι ιστορίες που θα αναπτυχθούν θα χρησιμοποιηθούν ως κύριο περιεχόμενο στο campaign site και θα αξιοποιηθούν ως υποστηρικτικό υλικό για την προώθηση των προορισμών και εμπειριών μέσω των ενεργειών προβολής.

Ανάπτυξη 30 μηνυμάτων εμπειριών του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας με αναφορά στους προορισμούς, πρόσκληση για επιλογή (**Call to action**) και φωτογραφικό υλικό. Τα μηνύματα θα αναδεικνύουν τις μοναδικές πτυχές των προορισμών με βιωματικό (experiential) και δημιουργικό τρόπο.

Παραγωγή 20 σύντομων κινούμενων εικόνων (gif) που στοχεύουν στην ανάδειξη στιγμών και εμπειριών διακοπών, κατά το δυνατόν και των τεσσάρων εποχών, με δημιουργικό τρόπο, προσελκύοντας την προσοχή του κοινού και καλώντας το να αλληλεπιδράσει.

1.2. Παραγωγή και δημιουργία video υλικού

Παραγωγή και δημιουργία 3 θεματικών videos, διάρκειας 60"-90" για την Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας, που θα προκύψουν από την υλοποίηση γυρισμάτων στις 5 Περιφερειακές Ενότητες από ειδικό συνεργείο, εξειδικευμένο στην παραγωγή ταινιών τουριστικού περιεχομένου. Τα videos θα βασίζονται στην κεντρική ιδέα της καμπάνιας, αναδεικνύοντας με ξεχωριστό τρόπο τις θεματικές εμπειρίες του Φθινοπώρου και Χειμώνα και εφόσον είναι εφικτό και Άνοιξης και Καλοκαιριού και τη μοναδικότητα και αυθεντικότητα των περιοχών της Περιφέρειας.

1.3. Ψηφιακό Μάρκετινγκ

Για την προώθηση της καμπάνιας υλοποιείται ψηφιακό πλάνο διαφήμισης και προώθησης του περιεχομένου που στοχεύει σε ειδικές αγορές και προφίλ ταξιδιωτών που ενδιαφέρονται για τις συγκεκριμένες εμπειρίες. Για την ψηφιακή προώθηση γίνεται χρήση Programmatic Media Plan, το οποίο αποτελεί μια μέθοδο ψηφιακής προώθησης με διαφορετικά formats και προσφέρει τη δυνατότητα άμεσης στόχευσης σε αγορές – στόχος, την προώθηση συγκεκριμένων θεματικών εμπειριών ή προορισμών, σε news & travel platforms ανά αγορά. Το πλάνο περιλαμβάνει :

- Google Display ads
- Banner Campaign
- You tube campaign (στόχος 50.000 θεάσεις (views) / video)

2. ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ & ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗΣ ΨΗΦΙΑΚΗΣ ΓΝΩΜΗΣ

2.1. Digital Influencers Activation & Vloggers

Στο πλαίσιο της καμπάνιας, 5 ψηφιακοί διαμορφωτές γνώμης (digital influencers) θα επισκεφθούν τις πέντε Περιφερειακές Ενότητες της Στερεάς Ελλάδας (Βοιωτία, Εύβοια, Ευρυτανία, Φθιώτιδα, Φωκίδα) και θα βιώσουν τις εμπειρίες που

προσφέρουν οι προορισμοί. Στόχος είναι η προβολή των εμπειριών και των προορισμών μέσω της μετάδοσης θετικών μηνυμάτων και δημιουργίας δημοσιότητας στο ταξιδιωτικό κοινό της Ελλάδας και του εξωτερικού. Τα κείμενα που θα δημιουργηθούν θα φιλοξενοούνται στο ψηφιακό «όχημα» της καμπάνιας με τη μορφή Blogposts καθώς και στα ψηφιακά μέσα των διαμορφωτών γνώμης (owned media).

Κάθε digital influencer/vlogger θα δημιουργήσει ένα video μέσα από το οποίο «διηγείται» το ταξίδι με βάση τη δική του οπτική, προβάλλοντας παράλληλα τις θεματικές κατηγορίες Φθινοπώρου - Χειμώνα και κατά το δυνατόν Άνοιξης – Καλοκαιριού, προσαρμοσμένες στο τουριστικό προϊόν της κάθε Περιφερειακής Ενότητας. Συνολικά, θα υλοποιηθούν 5 θεματικά videos διάρκειας ~60''-90'', vlogs, τα οποία θα φιλοξενηθούν σε κανάλι Youtube της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας, καθώς και σε video gallery με τη μορφή video series στο ψηφιακό εργαλείο της καμπάνιας.

Κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους, οι ψηφιακοί διαμορφωτές γνώμης ενημερώνουν σε πραγματικό χρόνο το κοινό μέσα από περιεχόμενο που δημοσιεύουν με τη μορφή post στους προσωπικούς τους λογαριασμούς Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης, ανοίγοντας παράλληλα «διάλογο» με την κοινότητα των υποστηρικτών τους (Fans, Followers).

2.2. Ενέργειες δημοσιότητας

Προβλέπεται η υλοποίηση δύο (2) ειδικών αφιερωμάτων σε Ελληνικά MME με στόχο την προώθηση και γνωστοποίηση στο Ελληνικό κοινό, τη δημιουργία ενδιαφέροντος για τους χειμερινούς και κατά το δυνατόν καλοκαιρινούς προορισμούς, τη σταδιακή αύξηση της διάδρασης με το κοινό και την ενίσχυση της επιθυμίας για επίσκεψη.

3. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΗΣ ΚΑΜΠΑΝΙΑΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΙΚΗ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ (PROJECT MANAGEMENT & CAMPAIGN PLANNING)

Σταθερή συνεργασία παροχής τεχνικής υποστήριξης στο σχεδιασμό των ενεργειών προώθησης καθώς και κατά τη διάρκεια εκτέλεσης. Για την τεχνική εκτέλεση παρέχονται briefs, κατευθύνσεις, οδηγίες εκτέλεσης, προδιαγραφές ποιότητας και σύγχρονων πρακτικών αποτελεσματικότητας όπως προδιαγραφές ανάπτυξης, μετρήσιμοι στόχοι digital media plans και παρακολούθηση αυτών, media targeting & προώθηση.

ΑΡΘΡΟ 5**ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ/ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ**

Ο συνολικός προϋπολογισμός του έργου «Σχεδιασμός και εφαρμογή δράσεων τουριστικής προβολής της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας» ανέρχεται στις ενενήντα τέσσερις χιλιάδες Ευρώ (94.000,00€) (πλέον του αναλογούντος ΦΠΑ). Κατανέμεται ανά κατηγορία ενέργειας/ δράσης σύμφωνα με τα στοιχεία του Παραρτήματος Ι.

Το κόστος του έργου διαμορφώνεται από τους εξής παράγοντες:

- Τις προδιαγραφές του έργου και των επί μέρους ενεργειών/ δράσεων
- Τις ανάγκες που καλείται να καλύψει.
- Το εύρος και την εξειδίκευση των παρεμβάσεων, σε σχέση με το επιδιωκόμενο αποτέλεσμα.

ΑΡΘΡΟ 6**ΠΟΡΟΙ – ΕΚΤΑΜΙΕΥΣΗ ΤΩΝ ΠΟΡΩΝ ΠΡΟΣ ΤΟΝ ΦΟΡΕΑ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ**

Οι πόροι για την υλοποίηση της παρούσας Προγραμματικής Σύμβασης θα προέλθουν από την Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας, η οποία διαθέτει το ποσό των ενενήντα τεσσάρων χιλιάδων ευρώ (94.000,00€) (πλέον του αναλογούντος ΦΠΑ), από εγκεκριμένους πόρους σε βάρος του προϋπολογισμού εξόδων της του Ειδικού Φορέα 071.01 και Κ.Α.Ε 9899.01

Οι εκταμιεύσεις προς τον φορέα υλοποίησης γίνονται μετά από πιστοποίηση της Κοινής Επιτροπής Παρακολούθησης του άρθρου 9 της παρούσας σύμβασης των ενεργειών που έχουν πραγματοποιηθεί, όπως αυτές παρουσιάζονται στον πίνακα του παραρτήματος ΙΙ.

Για ιδιαίτερα έκτατες ανάγκες, που μπορεί να προκύψουν, επαρκώς αιτιολογημένες από την Κοινή Επιτροπή Παρακολούθησης της Σύμβασης, και έπειτα από την γραπτή συναίνεση των συμβαλλομένων μερών, δύναται να ανακατανέμονται οι πόροι ανά επιμέρους ενέργεια.

ΑΡΘΡΟ 7**ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ**

Το χρονοδιάγραμμα υλοποίησης του φυσικού αντικείμενου της παρούσας σύμβασης έχει διάρκεια από την υπογραφή της έως και τις 15/12/2016 και παρουσιάζεται αναλυτικά στο Παράρτημα ΙΙ, το οποίο αποτελεί αναπόσπαστο μέρος αυτής.

Η Προγραμματική Σύμβαση παραμένει σε ισχύ μέχρι την εξόφληση του οικονομικού αντικειμένου και σε κάθε περίπτωση λήγει το αργότερο μέχρι 31/12/2016.

Το χρονοδιάγραμμα υλοποίησης και η διάρκεια της Προγραμματικής Σύμβασης μπορεί να τροποποιηθούν έπειτα από αιτιολογημένη απόφαση της Κοινής Επιτροπής Παρακολούθησης και κατόπιν της έγγραφης συμφωνίας των συμβαλλομένων μερών.

ΑΡΘΡΟ 8

ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΚΑΙ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΤΩΝ ΣΥΜΒΑΛΛΟΜΕΝΩΝ

Η κατανομή του αντικειμένου της σύμβασης ανά συμβαλλόμενο φορέα, έχει ως εξής:

1.Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας

Για το σύνολο του έργου

- Υποστήριξη του ΣΕΤΕ για την εκτέλεση των αντίστοιχων έργων του, με την παροχή υφιστάμενων υλικών και πληροφοριών για το τουριστικό προϊόν της Περιφέρειας.
- Προετοιμασία / διοργάνωση των αναγκαίων συναντήσεων και συνεργασιών των συμβαλλόμενων με τοπικούς και περιφερειακούς φορείς, εφ' όσον αυτό απαιτηθεί για την άρτια εκτέλεση του έργου.
- Διάθεση υφιστάμενου (υπάρχοντος) προωθητικού υλικού προς αξιολόγηση, επιλογή και χρήση, εφ' όσον κριθεί κατάλληλο από τον ΣΕΤΕ.
- Λήψη σύμφωνης γνώμης όπου και όπως απαιτείται από την ισχύουσα νομοθεσία και τις σχετικές εγκυκλίους.
- Χρηματοδότηση του έργου σύμφωνα με το άρθρο 6 της παρούσας.

2.Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ)

Για το σύνολο του έργου

- Συνεργασία με την Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας, προκειμένου να τηρηθούν όλες οι απαιτούμενες διαδικασίες για την άρτια υλοποίηση των δράσεων.
- Ορισμός ομάδας εργασίας για την υλοποίηση του έργου, η οποία αποτελείται από τον κ. Πάρσαλη Ιωσήφ, την κα. Αντωνοπούλου Αναστασία και τον κ. Γιώργο Παυλάκη
- Παράδοση στην Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας, όλων των παραδοτέων σε πρωτογενή/επεξεργάσιμη μορφή και ελεύθερα πνευματικών ή άλλων δικαιωμάτων.

Για την υλοποίηση του φυσικού αντικειμένου¹ σύμφωνα με το άρθρο 4 της παρούσας

1. Διαδραστική & Ψηφιακή Ανάπτυξη Περιεχομένου και Online Tool
 - α) Σχεδιασμό και ανάπτυξη Online tool
 - β) Ανάπτυξη περιεχομένου
2. Παραγωγή και δημιουργία video υλικού
3. Ψηφιακό Μάρκετινγκ
4. Digital Influencers Activation & Vloggers
5. Ενέργειες δημοσιότητας
6. Σχεδιασμός της καμπάνιας και τεχνική υποστήριξη του έργου (Project Management & Campaign Planning)

ΑΡΘΡΟ 9

ΚΟΙΝΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗΣ

1. Σύμφωνα με τα οριζόμενα στην παράγραφο 2 του άρθρου 100 του Ν.3852/2010, για τη συστηματική παρακολούθηση της εκτέλεσης των όρων της παρούσας σύμβασης τα συμβαλλόμενα μέρη ορίζουν Επιτροπή Παρακολούθησης.
 - 1.1. Συγκροτείται Κοινή Επιτροπή Παρακολούθησης που αποτελείται από τρία (3) μέλη, και απαρτίζεται από δύο (2) εκπροσώπους της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας εκ των οποίων ο ένας θα είναι ο πρόεδρος της Επιτροπής και έναν (1) εκπρόσωπο του ΣΕΤΕ, μαζί με τους αντίστοιχους αναπληρωτές.

Ειδικότερα:

1. Τον κ., εκπρόσωπος της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας, ως πρόεδρο, με αναπληρωτή του τον κ.
2. Τον κ. Πάρσαλη Ιωσήφ, εκπρόσωπο του ΣΕΤΕ, με αναπληρωτή του την κα. Αντωνοπούλου Αναστασία.
3. Τον κ., εκπρόσωπος της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας, ως μέλος, με αναπληρωτή του τον κ.

¹ Ειδικότερα ο ΣΕΤΕ δύναται να προβεί στην εν λόγω υλοποίηση του φυσικού αντικειμένου της σύμβασης και μέσω των ελεγχόμενων από αυτόν νομικών προσώπων, βάσει της Παραγράφου 1 του άρθρου 12 της οδηγίας 2014/24/ΕΕ/26-2-2014 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου.

2. Αντικείμενο της Κοινής Επιτροπής είναι:
 - a. η παρακολούθηση της τήρησης των όρων της προγραμματικής σύμβασης,
 - b. η παρακολούθηση της υλοποίησης του αντικειμένου αυτής, εντός των οριζόμενων χρονοδιαγραμμάτων,
 - c. η πιστοποίηση ολοκλήρωσης των δράσεων/ενεργειών εντός χρονοδιαγράμματος προκειμένου να γίνει η εκταμίευση από τους φορείς χρηματοδότησης προς τους φορείς υλοποίησης,
 - d. η επίλυση κάθε διαφοράς μεταξύ των συμβαλλόμενων μερών, σχετικής με την ερμηνεία των όρων ή τον τρόπο εφαρμογής της Προγραμματικής Σύμβασης.
3. Ο Πρόεδρος έχει την ευθύνη σύγκλησης των συνεδριάσεων της Επιτροπής Παρακολούθησης καθώς και την ευθύνη υλοποίησης των αποφάσεων αυτής.
4. Στην πρόσκληση της συνεδρίασης, γράφονται τα θέματα της ημερήσιας διάταξης και ειδοποιούνται τα μέλη έγκαιρα με τον προσφορότερο τρόπο. Συγχρόνως, μαζί με την πρόσκληση αποστέλλεται κάθε αναγκαίο πληροφοριακό υλικό για ενημέρωση των μελών.
5. Η Επιτροπή βρίσκεται σε απαρτία, όταν παρόντα είναι το 50% συν ένα από τα συμβαλλόμενα μέλη της. Οι αποφάσεις πρέπει να είναι αιτιολογημένες και να λαμβάνονται κατά πλειοψηφία των παρόντων μελών.
6. Σε περίπτωση κωλύματος τακτικού μέλους της Επιτροπής να συμμετέχει, ειδοποιεί με ευθύνη του το νόμιμο αναπληρωτή του.
7. Η Επιτροπή στο διάστημα υλοποίησης του αντικειμένου της σύμβασης θα συνεδριάσει κάθε μήνα ή οποτεδήποτε ζητηθεί από οποιοδήποτε μέλος αυτής, για την παρακολούθηση της πορείας υλοποίησης και παραλαβή του φυσικού αντικειμένου του έργου.
8. Τα συμβαλλόμενα μέρη διατηρούν το δικαίωμα αλλαγής του εκπροσώπου τους στην Επιτροπή. Στην περίπτωση αυτή οφείλουν έγκαιρα να γνωστοποιήσουν την αλλαγή αυτή εγγράφως στα λοιπά συμβαλλόμενα μέρη.
9. Η Επιτροπή συνεδριάζει στα γραφεία της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας. Η Περιφέρεια, υποχρεώνεται να τηρεί όλα τα αναγκαία στοιχεία (αντίγραφα παραστατικών και λοιπών δικαιολογητικών) υλοποίησης του έργου, τα οποία οφείλει να επιδεικνύει όποτε ζητηθεί από την Επιτροπή Παρακολούθησης ή τα συμβαλλόμενα μέρη.
10. Λοιπές λεπτομέρειες για την λειτουργία της Κοινής Επιτροπής καθορίζονται με αποφάσεις της.

11. Η επιτροπή είναι δυνατόν να πλαισιώνεται μετά από σχετική απόφασή της και από ειδικό προσωπικό, που έχει γνώση του αντικειμένου της σύμβασης. Το ειδικό αυτό προσωπικό αποτελεί, εκφράζει άποψη πάνω στα ειδικά επιστημονικά θέματα, χωρίς δικαίωμα ψήφου.

ΑΡΘΡΟ 10

ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΙΣΧΥΟΣ ΤΗΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΚΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ

1. Η συνολική διάρκεια της Προγραμματικής Σύμβασης αφορά σε διάστημα από την υπογραφή της έως και την εξόφληση του οικονομικού αντικειμένου. Σε κάθε περίπτωση λήγει το αργότερο μέχρι 31/12/2016.
2. Το χρονοδιάγραμμα υλοποίησης και η διάρκεια της Προγραμματικής Σύμβασης μπορεί να τροποποιηθούν έπειτα από αιτιολογημένη απόφαση της Κοινής Επιτροπής Παρακολούθησης και κατόπιν της έγγραφης συμφωνίας των συμβαλλομένων μερών.

ΑΡΘΡΟ 11

ΑΘΕΤΗΣΗ ΟΡΩΝ-ΕΠΙΛΥΣΗ ΔΙΑΦΟΡΩΝ - ΡΗΤΡΕΣ

Η παράβαση οποιουδήποτε από τους όρους αυτής της Προγραμματικής Σύμβασης, που θεωρούνται όλοι ουσιώδεις, από οποιοδήποτε από τα Συμβαλλόμενα μέρη, παρέχει στο άλλο το δικαίωμα να αξιώσει αποκατάσταση των αντισυμβατικών ενεργειών σε εύλογο χρόνο. Σε περίπτωση αδυναμίας ή αμέλειας προς αποκατάσταση από της πλευράς του ενός μέρους, έχει ο αντισυμβαλλόμενος το δικαίωμα να καταγγείλει τη σύμβαση, σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία.

Κάθε διαφορά μεταξύ των συμβαλλομένων μερών που αφορά στην εκτέλεση και ερμηνεία των όρων της παρούσας σύμβασης και που δε θα επιλύεται από την Κοινή Επιτροπή Παρακολούθησης της παρούσας Σύμβασης, θα υπόκειται στην αρμοδιότητα των Δικαστηρίων της Λαμίας.

ΑΡΘΡΟ 12

ΤΕΛΙΚΕΣ ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ

1. Καμία τροποποίηση της προγραμματικής σύμβασης ή επέκτασή της, λόγω ανάγκης εκτέλεσης συμπληρωματικών εργασιών δεν αναγνωρίζεται χωρίς έγγραφο που υπογράφεται από τους νόμιμους εκπροσώπους όλων των συμβαλλομένων μερών.

2. Η μη άσκηση ή η παράλειψη υποχρεώσεων από οποιοδήποτε συμβαλλόμενο μέρος ή η ανοχή καταστάσεων αντίθετων προς την παρούσα Προγραμματική Σύμβαση ή η καθυστέρηση στη λήψη μέτρων που προβλέπει η Σύμβαση αυτή από οποιοδήποτε συμβαλλόμενο μέρος, δεν μπορεί να θεωρηθεί ως παραίτηση των συμβαλλομένων μερών από δικαιώματα ή απαλλαγή από τις υποχρεώσεις τους ή αναγνώριση δικαιωμάτων στα συμβαλλόμενα μέρη που δεν αναγνωρίζονται από την Προγραμματική αυτή Σύμβαση.
3. Σε περίπτωση καταγγελίας της σύμβασης, κάθε φορέας υλοποίησης είναι υποχρεωμένος να παραδώσει στην Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας όλα τα στοιχεία που έχει στη διάθεσή του και αφορούν στο αντικείμενο του έργου που έχει αναλάβει.
4. Ταυτόχρονα ο συμβαλλόμενος που είναι υπεύθυνος για την οικονομική διαχείριση και καταβολή των αναγκαίων πόρων υποχρεούται να καταβάλει σε κάθε φορέα υλοποίησης το ποσό που αντιστοιχεί στις υπηρεσίες που προσέφερε, συμψηφίζοντάς το με τα ποσά που έχει ήδη καταβάλλει.
5. Η διαδικασία καταγγελίας της σύμβασης προϋποθέτει την έγγραφη ειδοποίηση του συμβαλλόμενου ώστε να απαντήσει εγγράφως και σε εύλογο χρονικό διάστημα, το οποίο δεν μπορεί να υπερβαίνει τις 20 ημέρες από την παραλαβή τη έγγραφης ειδοποίησης.

Αυτά συμφώνησαν, συνομολόγησαν και συναποδέχθηκαν τα συμβαλλόμενα μέρη, σε απόδειξη των οποίων συντάχθηκε η παρούσα και υπογράφεται σε τρία (3) πρωτότυπα, ένα για τον κάθε συμβαλλόμενο.

ΤΑ ΣΥΜΒΑΛΛΟΜΕΝΑ ΜΕΡΗ

**Δράση Τουριστικής Προβολής
Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας
Σεπτέμβριος – Δεκέμβριος 2016**

Εισαγωγή

Σχεδιασμός και υλοποίηση στοχευμένης καμπάνιας προβολής της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας το χρονικό διάστημα Σεπτεμβρίου – Δεκεμβρίου 2016 για την προώθηση κυρίως του φθινοπωρινού και χειμερινού τουριστικού προϊόντος, μέσα από την ανάδειξη και προβολή θεματικών εμπειριών και προορισμών.

Η καμπάνια περιλαμβάνει ένα ολιστικό πλέγμα δράσεων, εργαλείων και καναλιών επικοινωνίας με στόχο τη μεγιστοποίηση της προβολής και επίτευξη αποτελεσματικού δείκτη impressions (θεάσεις & visibility), διάδρασης με το κοινό και την ανάπτυξη της επιθυμίας επίσκεψης στους προορισμούς της Περιφέρειας. Η καμπάνια έχει ως δομικό στοιχείο τη μοναδική κεντρική ιδέα επικοινωνίας (δημιουργικό concept), η οποία εξειδικεύεται και εξελίσσεται, προβάλλοντας δέκα διαφορετικές εμπειρίες που μπορεί ο επισκέπτης να ζήσει στη Στερεά Ελλάδα.

Για την υλοποίηση της καμπάνιας προβλέπεται η ανάπτυξη της κεντρικής δημιουργικής ιδέας διαφοροποίησης και δημιουργικού concept, η παραγωγή περιεχομένου βάσει της δημιουργικής ιδέας και των εμπειριών καθώς και ο σχεδιασμός και η ανάπτυξη ψηφιακού εργαλείου, που θα αποτελέσει τη βάση πάνω στην οποία θα υλοποιηθούν οι ενέργειες προώθησης και η εφαρμογή πλάνου στοχευμένης προβολής με πυλώνες το κοινό της Ελλάδας και του εξωτερικού.

Στρατηγική Μάρκετινγκ Τουριστικού Προϊόντος και Στόχευση Αγορών

Ορισμός Αγορών Στόχος

Η στόχευση των ενεργειών προώθησης και προβολής του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας επικεντρώνεται στο ταξιδιωτικό κοινό Ελλάδας και εξωτερικού. Το Ελληνικό κοινό αποτελεί κύριο πυλώνα τουριστικής ζήτησης σε επίπεδο αφίξεων και διανυκτερεύσεων για την πλειονότητα των προορισμών της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας. Το κοινό του εξωτερικού αποτελεί πηγή άντλησης ζήτησης και περαιτέρω τουριστικής ανάπτυξης για την Περιφέρεια. Αγορές στόχος για τις ενέργειες τουριστικής προβολής είναι οι παραδοσιακές αγορές με δυναμική στην Περιφέρεια όπως η Γαλλία, η Γερμανία και η Ιταλία και οι αγορές προς αξιοποίηση λόγω εγγύτητας στους προορισμούς, όπως η Τουρκία, το Ισραήλ, η Πολωνία και οι Βαλκανικές χώρες.

Στρατηγική Τουριστικών Προϊόντων και Προορισμών

Η Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας διαθέτει πλούσιο χαρτοφυλάκιο τουριστικών προϊόντων όπως αυτά ορίζονται στο Marketing Plan τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας. Προσφέρει ταξιδιωτικές εμπειρίες που συνδυάζουν πτυχές από τον πολιτισμικό πλούτο, το αγνό φυσικό τοπίο, τη φιλοξενία των ντόπιων, τα τοπικά προϊόντα και τη γαστρονομία, τις δραστηριότητες, τον ήλιο & θάλασσα και την ευεξία, που τοποθετούνται και προβάλλονται ανά εποχή (4 Seasons Strategy). Με βάση το χρονικό ορίζοντα προβολής, η τρέχουσα καμπάνια στοχεύει κυρίως στην ανάδειξη θεματικών εμπειριών του Φθινοπώρου και του Χειμώνα και επικεντρώνεται στις θεματικές προϊόντικές κατηγορίες Πολιτισμός, Θρησκεία, Φύση, Δραστηριότητες και Γαστρονομία.

Στόχευση σε Τμήματα Αγοράς

Η καμπάνια στοχεύει σε ταξιδιώτες συγκεκριμένου τύπου (Travel Personas), των οποίων οι ταξιδιωτικές προτιμήσεις και ενδιαφέροντα συνταιριάζουν με τις προσφερόμενες εμπειρίες των προορισμών της Στερεάς Ελλάδας. Η στόχευση και προώθηση εμπειριών υλοποιείται με βάση τα χαρακτηριστικά, τον τύπο και το προφίλ των δυνητικών επισκεπτών από τις αγορές στόχος, όπως adventure seekers, relaxed travellers, couples, adult groups, cultural tourists.

Για την Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας ελκυστικό κοινό αποτελούν οι ειδικοί τύπου ταξιδιώτες, που επιθυμούν να βιώσουν ξεχωριστές εμπειρίες, να γνωρίσουν τον προορισμό

και τον τοπικό τρόπο ζωής. Αναζητούν την αυθεντική όψη του προορισμού και απολαμβάνουν τοπικά προϊόντα, την επαφή με τους ντόπιους και δραστηριότητες που τους μιλούν σε μια διαφορετική καθημερινότητα (όπως αγροτουρισμός, μαθήματα γαστρονομίας, περίπατοι στη φύση). Πρόσθετοι τύποι επισκεπτών είναι όσοι αναζητούν δραστηριότητες στη φύση (adventure seekers), αυτοί που αναζητούν τη χαλάρωση και την αρμονία (relaxed travelers), τα ζευγάρια, που αναζητούν ρομαντικές διακοπές σε προορισμούς με παραδοσιακό χαρακτήρα (romance), οι παρέες ενηλίκων (adult groups), που αναζητούν διακοπές με περιπέτεια και εξερεύνηση (Roadtrips) και όσοι επισκέπτονται ένα προορισμό για τον πολιτισμικό πλούτο που διαθέτει (cultural tourists).

Στρατηγική προώθησης / Χρονικός Ορισμός Προβολής Θεματικών

Στο πλαίσιο υλοποίησης της καμπάνιας προβλέπεται αρχικό χρονικό διάστημα για το σχεδιασμό και ανάπτυξη του περιεχομένου και εργαλείων, με βάση τα οποία θα υλοποιηθούν οι ενέργειες προβολής και προώθησης. Το πλάνο προώθησης ενεργοποιείται τον Οκτώβριο και εξελίσσεται σταδιακά έως και τα μέσα Δεκεμβρίου και βασίζεται στο περιεχόμενο των θεματικών προϊόντων κατηγοριών, οι οποίες θα αξιοποιηθούν κλιμακωτά κατά το διάστημα υλοποίησης. Ο Πολιτισμός, η Φύση και οι Δραστηριότητες θα αποτελέσουν τις κύριες θεματικές κατά την περίοδο έναρξης της καμπάνιας και των ενεργειών προβολής, οι οποίες θα συνεχιστούν με την κατηγορία της γαστρονομίας σε συνδυασμό και με ειδικά γεγονότα, όπως τα Χριστούγεννα, συνθέτοντας ολοκληρωμένες εμπειρίες για τους δυνητικούς επισκέπτες της Στερεάς Ελλάδας.

Σημαντική χρονική περίοδο στο πλάνο προώθησης αποτελεί ο μήνας Νοέμβριος, όπου η Περιφέρεια προτίθεται να συμμετέχει στην έκθεση του Λονδίνου WTM (7 -9 Νοεμβρίου) και στην έκθεση Philoxenia στη Θεσσαλονίκη (18-20 Νοεμβρίου).

1. Διαδραστική & Ψηφιακή Ανάπτυξη Περιεχομένου & Online Tool

Για την υλοποίηση της καμπάνιας είναι απαραίτητη η ανάπτυξη του εργαλείου εκείνου που θα αποτελέσει τον πυρήνα φιλοξενίας των θεματικών ιστοριών και του οπτικοακουστικού υλικού που θα δημιουργηθεί στο πλαίσιο της καμπάνιας και πάνω στο οποίο θα βασιστούν οι ενέργειες προώθησης. Σχεδιάζεται και αναπτύσσεται στην ελληνική και αγγλική γλώσσα και διαθέτει τα εξής χαρακτηριστικά:

- Βασίζεται στο οπτικοακουστικό περιεχόμενο και προσφέρει στον επισκέπτη την εμπειρία του προορισμού μέσα από εικόνες και στιγμιότυπα.
- Μηχανισμός που περιλαμβάνει εφαρμογή δημιουργίας περιεχομένου από τους χρήστες (user generated content) για την ανάδειξη αυθεντικών ιστοριών
- Μηνύματα που «εμβαθύνουν» στην ανταγωνιστική διαφοροποίηση του περιεχομένου και ένταξη προτροπής (call to action) για επιλογή του προορισμού.
- Ειδική ενότητα Video Gallery για φιλοξενία και προώθηση των videos

1.1. Σχεδιασμός και ανάπτυξη Online tool

Η ανάπτυξη του ψηφιακού εργαλείου της καμπάνιας δομείται με βάση 4 κεντρικές ενότητες τουριστικού προϊόντος των 4 εποχών όπως “Mountain Activities”, “Roadtrips”, “Authentic Sun & Beach” και “Cultural Experiences”, για τις οποίες δημιουργούνται 4 άρθρα με δημιουργική ιδέα, με αναφορά στους προορισμούς της Στερεάς Ελλάδας και πρόσκληση του κοινού για συμμετοχή. Σε κάθε μία από τις 4 κεντρικές ιστορίες ο επισκέπτης θα έχει επίσης τη δυνατότητα να «ζήσει» μια εμπειρία και να έρθει σε επαφή με την τοπική κοινωνία, την κουλτούρα και τη φύση της Στερεάς Ελλάδας, μέσα από αναφορά σε ενδεικτικές εμπειρίες όπως ξενάγηση στους Δελφούς, βόλτα με ντόπιους σε σημεία του νομού, τοπικές γεύσεις, υπασία στη Λειβαδειά ή καγιάκ στα Λιχадονήσια κ.α..

Στο πλαίσιο προώθησης της Στερεάς Ελλάδας προβλέπεται η υλοποίηση ειδικού μηχανισμού με κεντρική ιδέα «Ζήσε την εμπειρία της Στερεάς Ελλάδας». Πρόκειται για μηχανισμό με τη μορφή ερωτήσεων που προσκαλεί τον χρήστη να ανακαλύψει τις εμπειρίες που μπορεί να ζήσει στην Στερεά Ελλάδα, να απαντήσει σε ερωτήσεις και να λάβει μέρος σε κλήρωση για να κερδίσει δώρο ένα ταξίδι σε προορισμό της Περιφέρειας.

Στο στάδιο του σχεδιασμού και ανάπτυξης γίνεται εφαρμογή της δημιουργικής στρατηγικής, σύμφωνα με τις ανάγκες της καμπάνιας ως προς τη χρηστικότητα και λειτουργικότητα, με τη χρήση σύγχρονων πρακτικών εμπειρίας χρήστη, προδιαγραφές και μεθοδολογίες του ψηφιακού μάρκετινγκ (SEO, UX, UI, Interactivity). Ανάρτηση και φιλοξενία του περιεχομένου (κειμένων, φωτογραφικού υλικού και video) στο ψηφιακό εργαλείο της καμπάνιας.

1.2. Ανάπτυξη περιεχομένου

Στο πλαίσιο της καμπάνιας προβλέπεται η ανάπτυξη 10 μικρών ιστοριών (Travel Stories) 200 λέξεων η κάθε μια, στην ελληνική και αγγλική γλώσσα. Οι ιστορίες δημιουργούνται με την τεχνική του story telling και έχουν ως στόχο την ανάδειξη των θεματικών εμπειριών του τουριστικού προϊόντος, κατά το δυνατόν, των τεσσάρων εποχών, που συνδέονται με τους προορισμούς της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας μέσα από εμπειρικό (experiential) περιεχόμενο προσαρμοσμένο στις προτιμήσεις και τον τύπο των ταξιδιωτών. Οι ιστορίες συνοδεύονται από αντίστοιχο φωτογραφικό υλικό, προβάλλοντας εμπειρίες τις οποίες μπορεί να ζήσει ο επισκέπτης στη Στερεά Ελλάδα, όπως Wine tasting, Horseback riding, Trekking, Culture trip, Rafting, Hiking, Roadtrip, Cooking with Grandma Maria, Christmas, κ.α. Οι ιστορίες που θα αναπτυχθούν θα χρησιμοποιηθούν ως κύριο περιεχόμενο στο campaign site και θα αξιοποιηθούν ως υποστηρικτικό υλικό για την προώθηση των προορισμών και εμπειριών μέσω των ενεργειών προβολής.

Ανάπτυξη 30 μηνυμάτων εμπειριών του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας με αναφορά στους προορισμούς, πρόσκληση για επιλογή (**Call to action**) και φωτογραφικό υλικό. Τα μηνύματα θα αναδεικνύουν τις μοναδικές πτυχές των προορισμών με βιωματικό (experiential) και δημιουργικό τρόπο.

Παραγωγή 20 σύντομων κινούμενων εικόνων (gif) που στοχεύουν στην ανάδειξη στιγμών και εμπειριών διακοπών, κατά το δυνατόν και των τεσσάρων εποχών, με δημιουργικό τρόπο, προσελκύοντας την προσοχή του κοινού και καλώντας το να αλληλεπιδράσει.

Προϋπολογισμός: 18.800€ (πλέον ΦΠΑ)

2. Παραγωγή και δημιουργία video υλικού

Παραγωγή και δημιουργία 3 θεματικών videos, διάρκειας 60''-90'' για την Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας, που θα προκύψουν από την υλοποίηση γυρισμάτων στις 5 Περιφερειακές Ενότητες από ειδικό συνεργείο, εξειδικευμένο στην παραγωγή ταινιών τουριστικού περιεχομένου. Τα videos θα βασίζονται στην κεντρική ιδέα της καμπάνιας, αναδεικνύοντας με ξεχωριστό τρόπο τις θεματικές εμπειρίες του Φθινοπώρου και Χειμώνα και εφόσον είναι εφικτό και Άνοιξης και Καλοκαιριού και τη μοναδικότητα και αυθεντικότητα των περιοχών της Περιφέρειας.

Προϋπολογισμός: 24.200€ (πλέον ΦΠΑ)

3. Ψηφιακό Μάρκετινγκ

Για την προώθηση της καμπάνιας υλοποιείται ψηφιακό πλάνο διαφήμισης και προώθησης του περιεχομένου που στοχεύει σε ειδικές αγορές και προφίλ ταξιδιωτών σύμφωνα που ενδιαφέρονται για τις συγκεκριμένες εμπειρίες. Για την ψηφιακή προώθηση γίνεται χρήση Programmatic Media Plan, το οποίο αποτελεί μια μέθοδο ψηφιακής προώθησης με διαφορετικά formats και προσφέρει τη δυνατότητα άμεσης στόχευσης σε αγορές – στόχος, την προώθηση συγκεκριμένων θεματικών εμπειριών ή προορισμών, σε news & travel platforms ανά αγορά. Το πλάνο περιλαμβάνει :

- Google Display ads
- Banner Campaign
- You tube campaign (στόχος 50.000 θεάσεις (views) / video)

Προϋπολογισμός: 18.400€ (πλέον ΦΠΑ)

4. Ενέργειες Δημοσιότητας & διαμόρφωσης ψηφιακής γνώμης

4.1. Digital Influencers Activation & Vloggers

Στο πλαίσιο της καμπάνιας, 5 ψηφιακοί διαμορφωτές γνώμης (digital influencers) θα επισκεφθούν τις πέντε Περιφερειακές Ενότητες της Στερεάς Ελλάδας (Βοιωτία, Εύβοια, Ευρυτανία, Φθιώτιδα, Φωκίδα) και θα βιώσουν τις εμπειρίες που προσφέρουν οι προορισμοί. Στόχος είναι η προβολή των εμπειριών και των προορισμών μέσω της μετάδοσης θετικών μηνυμάτων και δημιουργίας δημοσιότητας στο ταξιδιωτικό κοινό της Ελλάδας και του εξωτερικού. Τα κείμενα που θα δημιουργηθούν θα φιλοξενοούνται στο ψηφιακό «όχημα» της καμπάνιας με τη μορφή Blogposts καθώς και στα ψηφιακά μέσα των διαμορφωτών γνώμης (owned media).

Κάθε digital influencer/vlogger θα δημιουργήσει ένα video μέσα από το οποίο «διηγείται» το ταξίδι με βάση τη δική του οπτική, προβάλλοντας παράλληλα τις θεματικές κατηγορίες Φθινοπώρου – Χειμώνα και κατά το δυνατόν Άνοιξης – Καλοκαιριού, προσαρμοσμένες στο τουριστικό προϊόν της κάθε Περιφερειακής Ενότητας. Συνολικά, θα υλοποιηθούν 5 θεματικά videos διάρκειας ~60''-90'', vlogs, τα οποία θα φιλοξενηθούν σε κανάλι Youtube της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας, καθώς και σε video gallery με τη μορφή video series στο ψηφιακό εργαλείο της καμπάνιας.

Κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους, οι ψηφιακοί διαμορφωτές γνώμης ενημερώνουν σε πραγματικό χρόνο το κοινό μέσα από περιεχόμενο που δημοσιεύουν με τη μορφή post στους προσωπικούς τους λογαριασμούς Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης, ανοίγοντας παράλληλα «διάλογο» με την κοινότητα των υποστηρικτών τους (Fans, Followers).

4.2. Ενέργειες δημοσιότητας

Προβλέπεται η υλοποίηση δύο (2) ειδικών αφιερωμάτων σε Ελληνικά ΜΜΕ με στόχο την προώθηση και γνωστοποίηση στο Ελληνικό κοινό, τη δημιουργία ενδιαφέροντος για τους χειμερινούς και κατά το δυνατόν και τους καλοκαιρινούς προορισμούς, τη σταδιακή αύξηση της διάδρασης με το κοινό και την ενίσχυση της επιθυμίας για επίσκεψη.

Προϋπολογισμός: 13.600€ (πλέον ΦΠΑ)

5. Project Management & Campaign Planning

Σταθερή συνεργασία παροχής τεχνικής υποστήριξης στο σχεδιασμό των ενεργειών προώθησης καθώς και κατά τη διάρκεια εκτέλεσης. Για την τεχνική εκτέλεση παρέχονται briefs, κατευθύνσεις, οδηγίες εκτέλεσης, προδιαγραφές ποιότητας και σύγχρονων πρακτικών αποτελεσματικότητας όπως προδιαγραφές ανάπτυξης, μετρήσιμοι στόχοι digital media plans και παρακολούθηση αυτών, media targeting & προώθηση.

Προϋπολογισμός: 19.000€ (πλέον ΦΠΑ)

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι

Δράση	Περιγραφή Δράσης	Συνολικό κόστος (μη συμπεριλαμβανομένο υ του ΦΠΑ)	ΣΕΤΕ	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	ΠΤΑ ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ
1	Διαδραστική και Ψηφιακή Ανάπτυξη Περιεχομένου και Online Tool. α) Σχεδιασμός και ανάπτυξη Online Tool β) Ανάπτυξη περιεχομένου	18.800,00	18.800,00		
2	Παραγωγή και δημιουργία τριών (3) θεματικών videos, διάρκειας 60" - 90" , με γυρίσματα στις 5 Περιφερειακές Ενότητες	24.200,00	24.200,00		
3	Ψηφιακό πλάνο διαφήμισης και προώθησης (ψηφιακό μάρκετινγκ) ● Google Display ads ● Banner Campaign ● Youtube Campaign	18.400,00	18.400,00		
4	Ενέργειες Δημοσιότητας και διαμόρφωσης ψηφιακής γνώμης ● Digital Influences Activation and Vloggers ● Ενέργειες δημοσιότητας/Δuo (2) αφιερώματα σε ελληνικά ΜΜΕ	13.600,00	13.600,00		
5	Σχεδιασμός καμπάνιας και τεχνική υποστήριξη του έργου	19.000,00	19.000,00		
Σύνολο		94.000,00	94.000,00	0,00	0,00

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ
ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΚΑΙ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ ΚΑΙ ΠΑΡΑΔΟΤΕΩΝ

Α/Α	Ενέργειες/Παραδοτέα	Μήνες/ Έτος					
		9ος/ 2016	10ος/ 2016	11ος/ 2016	12ος/ 2016		
1	Διαδραστική και Ψηφιακή Ανάπτυξη Περιεχομένου και Online Tool. α) Σχεδιασμός και ανάπτυξη Online Tool β) Ανάπτυξη περιεχομένου	X	X	X			
2	Παραγωγή και δημιουργία τριών (3) θεματικών videos, διάρκειας 60" - 90", με γυρίσματα στις 5 Περιφερειακές Ενότητες	X	X				
3	Ψηφιακό πλάνο διαφήμισης και προώθησης (ψηφιακό μάρκετινγκ) ● Google Display ads ● Banner Campaign ● Youtube Campaign			X	X		
4	Ενέργειες Δημοσιότητας και διαμόρφωσης ψηφιακής γνώμης ● Digital Influences Activation and Vloggers ● Ενέργειες δημοσιότητας/Δuo (2) αφιερώματα σε ελληνικά ΜΜΕ			X	X		
5	Σχεδιασμός καμπάνιας και τεχνική υποστήριξη του έργου	X	X	X	X		X
	ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ						

ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ
18.800
24.200
18.400
13.600
19.000
94.000