|  |
| --- |
| ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ  ΔΙΕΘΥΝΣΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ, ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ  ΣΥΡΟΣ 25 ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΥ 2017 |
| ΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ ΓΙΑ ΤΟ ΕΤΟΣ 2017 |
|  |
|  |
|  |
|  |

|  |
| --- |
|  |

|  |  |
| --- | --- |
| **ΔΡΑΣΗ** | **ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ** |
| **1** | **Μελέτη σχεδιασμού κι ανάπτυξης στρατηγικής επικοινωνίας & δημιουργικού οδηγού προβολής του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου** |
| **2** | **Υπηρεσίες δημιουργικής εκτέλεσης και προσαρμογές για τις ανάγκες διαφήμισης και προβολής των προορισμών και θεματικών προϊόντων της Περιφέρειας** |
| **3** | **Παραγωγή Videos για τις ανάγκες προβολής της τουριστικής περιόδου 2017 από υπάρχουσες τράπεζες και πηγές πλάνων με εικαστική επιμέλεια** |
| **4** | **Σχεδιασμός & Ανάπτυξη διαδραστικής web based εφαρμογής** |
| **5** | **Εικαστική & Δομική Αναβάθμιση του τουριστικού Portal της Περιφέρειας** <http://aegeanislands.gr/> |
| **6** | **Διαχείριση και επικαιροποίηση της ιστοσελίδας της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου** |
| **7** | **Κινηματογράφηση και παραγωγή οπτικο-ακουστικού υλικού (ταινίες) το καλοκαίρι του 2017** |
| **8** | **Διαχείριση περιεχομένου και προώθηση στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου** |
| **9** | **Πρόγραμμα Διαφημιστικής Προβολής Διαδικτυακών Μέσων Εξωτερικού** |
| **9.α** | **Πρόγραμμα Διαφημιστικής Προβολής σε ψηφιακά Μέσα του εξωτερικού και σε Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης** |
| **9.β** | **Πρόγραμμα Διαφημιστικής Προβολής με αξιοποίηση Native ads και διαφήμισης περιεχομένου σε Διαδικτυακά Μέσα Εξωτερικού** |
| **10** | **Ειδικό Πρόγραμμα Προβολής στο Discovergreece.com** |
| **11** | **Εκπόνηση Μελετών τουριστικής κίνησης & προφίλ τουριστών** |
| **12** | **Ενέργειες Προώθησης B2B** |
| **13** | **Εκπόνηση μελέτης ανάλυσης της ψηφιακής φήμης** |
| **14** | **Συμμετοχή σε Διεθνείς Εκθέσεις , Road Shows και Workshops** |
| **15** | **Φιλοξενίες** |
| **16** | **Διαφημιστικές καταχωρήσεις** |
| **17** | **Συνεργασία με τουριστικούς πράκτορες και tour operators** |
| **18** | **Προωθητικό υλικό / αναμνηστικά δώρα** |
| **19** | **Συνέδρια, ημερίδες, εκδηλώσεις, αθλητικές και πολιτιστικές διοργανώσεις** |
| **20** | **Διάφορα** |

## Δράση 1: Μελέτη σχεδιασμού κι ανάπτυξης στρατηγικής επικοινωνίας & δημιουργικού οδηγού προβολής του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου

Μελέτη σχεδιασμού κι ανάπτυξης στρατηγικής επικοινωνίας & νέας δημιουργικής εκτέλεσης για την προβολή του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου το 2017, με στόχο την περαιτέρω εμβάθυνση και εξέλιξη της επικοινωνίας και των κεντρικών μηνυμάτων, μέσα από την αξιακή ανάδειξη των εμπειριών και προορισμών της, στην κατεύθυνση της άμεσης πρόσκλησης και πρόκλησης επιλογής. Η κεντρική δημιουργική ιδέα (concept) στηρίζεται στη στρατηγική κατεύθυνση της ασύγκριτης μοναδικότητας του Νοτίου Αιγαίου, η οποία εξελίσσεται, στοχεύοντας σε απτά, πρακτικά μηνύματα που υπηρετούν τις αρχές της απλότητας και αμεσότητας, σύμφωνα με τις διεθνείς πρακτικές, με στόχο την δημιουργία επιθυμίας για επιλογή. Για την ολοκληρωμένη αποτύπωση της επικοινωνιακής στρατηγικής, πραγματοποιείται ολοκληρωμένη μελέτη και εφαρμογή της κεντρικής ιδέας σε βασικό δημιουργικό υλικό (λεκτικά και εικαστικά) καθώς και στα βασικά εργαλεία της καμπάνιας, λειτουργώντας ως οδηγός εκτέλεσης για τις δράσεις προβολής της Περιφέρειας στο σύνολό τους. Περιλαμβάνονται η δημιουργική στρατηγική τεκμηρίωσης, η λεκτική αποτύπωση, η κεντρική οπτική εκτέλεση, το αφήγημα (brand narrative) και o εικαστικός σχεδιασμός του, κατευθυντήριες εφαρμογές σε ψηφιακά εργαλεία, σε ενέργειες ψηφιακού μάρκετινγκ, σε έντυπο υλικό, σε οπτικοακουστικό υλικό. Η δημιουργική μελέτη εφαρμογής θα πραγματοποιηθεί ως ακολούθως: σε επίπεδο Περιφέρειας, σε επίπεδο Περιφερειακών Ενοτήτων, σε επίπεδο ομάδων δυναμικής και ενδεικτικών προορισμών με βάση το Μάρκετινγκ Πλάνο της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου.

## Δράση 2: Υπηρεσίες δημιουργικής εκτέλεσης και προσαρμογές για τις ανάγκες διαφήμισης και προβολής των προορισμών και θεματικών προϊόντων της Περιφέρειας

Δημιουργική εκτέλεση εικαστικών, προσαρμογές και εφαρμογές της κεντρικής δημιουργικής ιδέας της 1ης Δράσης σε δημιουργικό υλικό, με στόχο την κάλυψη των επικοινωνιακών αναγκών της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου για την προβολή του Τουριστικού Προϊόντος, με βάση τις εκάστοτε τεχνικές προδιαγραφές των μέσων προβολής, όπως ενδεικτικά: καταχωρήσεις, banners, ψηφιακά μέσα. Περιλαμβάνονται: α) μελέτη εφαρμογής της νέας καμπάνιας σε βασικές διαστάσεις (templates) υλικών επικοινωνίας, β) προσαρμογή υλικού σε αντίστοιχες διαστάσεις βάσει αναγκών της Περιφέρειας και γ) σύνθεση ή απόδοση κειμένων στην ελληνική ή αγγλική γλώσσα για σύνολο ~6.000 λέξεων.

## Δράση 3: Παραγωγή Videos για τις ανάγκες προβολής της τουριστικής περιόδου 2017 από υπάρχουσες τράπεζες και πηγές πλάνων με εικαστική επιμέλεια

Για τις ανάγκες προβολής της Περιφέρειας, προβλέπεται η δημιουργική εκτέλεση και παραγωγή τριών (3) Videos από υπάρχοντα πλάνα ψηφιακών τραπεζών και πηγών. Στόχος είναι η επικοινωνία της κεντρικής δημιουργικής ιδέας μέσα από την ψηφιακή απεικόνιση των λόγων επιλογής των προορισμών.

## Δράση 4: Σχεδιασμός & Ανάπτυξη διαδραστικής web based εφαρμογής

Σχεδιασμός και ανάπτυξη ψηφιακής διαδραστικής ιστοσελίδας για τις ανάγκες ψηφιακής προώθησης εν όψει της τουριστικής περιόδου 2017. Η ιστοσελίδα λειτουργεί ως interface της καμπάνιας, στην ελληνική και αγγλική γλώσσα, με στόχο την ανάδειξη της δημιουργικής ιδέας και την προώθηση του περιεχομένου. Η ιστοσελίδα συνδέεται με το περιεχόμενο του υπάρχοντος website και τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου, λειτουργώντας ως κεντρική. Η ενέργεια συνδέεται με οπτικοακουστική εμπειρία και βασίζεται σε clips (videos) αξιοποιώντας το υπάρχον οπτικοακουστικό υλικό. Μέσα από την ιστοσελίδα εξυπηρετείται η ανάγκη άμεσης εμπλοκής με το κοινό, διάδρασης και τελικής επιλογής.

## Δράση 5: Εικαστική & Δομική Αναβάθμιση του τουριστικού Portal της Περιφέρειας <http://aegeanislands.gr/>

Εικαστική & Δομική αναβάθμιση του τουριστικού Portal της Περιφέρειας <http://aegeanislands.gr/> με στόχο την ανάδειξη της επίσημης τουριστικής ιστοσελίδας ως κεντρικό όχημα ψηφιακών δράσεων προώθησης του τουριστικού προϊόντος, την ανταπόκριση στις νέες ψηφιακές συνήθειες και συμπεριφορές των χρηστών, την αξιοποίηση των νέων τεχνολογικών δυνατοτήτων, των σχεδιαστικών τάσεων και του περιεχομένου. Τα στάδια υλοποίησης της δράσης περιλαμβάνουν:

α) Μελέτη αναγκών κι εφαρμογής για την εικαστική αναβάθμιση, δόμηση και αξιοποίηση του υπάρχοντος περιεχομένου της ιστοσελίδας, ένταξη νέων λειτουργιών διαδραστικής μορφής και προώθησης των καμπανιών, λειτουργία της ιστοσελίδας ως πυρήνας αυτόματης ένταξης περιεχομένου από άλλα ψηφιακά εργαλεία (blog, social media, tumblr).

β) Εικαστικός σχεδιασμός κι ανάπτυξη μέσα από την αξιοποίηση νέου συστήματος διαχείρισης περιεχομένου (CMS) με στόχο τη βελτίωση της χρηστικότητας και λειτουργικότητας.

γ) Δόμηση και επανασχεδιασμός της παρουσίασης του περιεχομένου σύμφωνα με την μελέτη εφαρμογής για τη βελτίωση της εικόνας και αποδοτικότητας στην εμπειρία χρήστη (UX) και την εφαρμογή πρακτικών βελτιστοποίησης της θέσης της ιστοσελίδας και του περιεχομένου της στις μηχανές αναζήτησης (SEO).

## Δράση 6: Διαχείριση και επικαιροποίηση της ιστοσελίδας της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου

Διαχείριση του περιεχομένου της ιστοσελίδας, ανάρτηση και ανάδειξη του, προώθηση νέων και εκδηλώσεων τουριστικού ενδιαφέροντος, τροποποιήσεις της αρχικής σελίδας, κατάρτιση ημερολογίου δημοσιεύσεων για την προώθηση στοχευμένου περιεχομένου, σχεδιασμός και υλοποίηση αποκλειστικών καμπανιών ανά εποχή και ανά αγορά στόχο, διορθωτικές αλλαγές όπου απαιτείται.

## Δράση 7: Κινηματογράφηση και παραγωγή οπτικο-ακουστικού υλικού (ταινίες) το καλοκαίρι του 2017

Κινηματογράφηση και γυρίσματα κατά την διάρκεια των καλοκαιρινών μηνών, με στόχο την επίτευξη των μοναδικών και ζωντανών χρωμάτων και φωτός του ελληνικού καλοκαιριού στα νησιά του Ν. Αιγαίου. Κατά την διάρκεια των καλοκαιρινών μηνών, παρέχεται η δυνατότητα λήψεως πλάνων που περιλαμβάνουν το ανθρώπινο στοιχείο, την λειτουργία καταστημάτων και κέντρων εστίασης. Σε αντίθεση με τα Videos της 3ης Δράσης, που περιλαμβάνει την παραγωγή 3 videos από πλάνα ψηφιακής τράπεζας, η κινηματογράφηση και τα γυρίσματα νέων και φρέσκων πλάνων προορισμών της Περιφέρειας Νοτίου Αιγίου, το καλοκαίρι του 2017, έχει στόχο τη χρήση τους για τις επόμενες τουριστικές σαιζόν (2018 και εντεύθεν). Στην παραγωγή των videos περιλαμβάνονται γυρίσματα από εξειδικευμένο συνεργείο, η δημιουργική επιμέλεια (γραφικά, μοντάζ & post production), η έρευνα πλάνων και καθορισμός αναγκών, μουσική βιβλιοθήκης, εκφωνητής εφόσον απαιτείται.

## Δράση 8: Διαχείριση περιεχομένου και προώθηση στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου

Διαχείριση και περαιτέρω ανάπτυξη των λογαριασμών Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου, με στόχο την ενίσχυση της κοινότητας, την ανάδειξη του νέου concept, την προώθηση περιεχομένου και την διάδοση των μηνυμάτων προβολής στη ψηφιακή κοινότητα (reach). Στο ψηφιακό οικοσύστημα των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης εντάσσεται και το Tumblr page (http://likenoother.aegeanislands.gr/), το οποίο λειτουργεί ενισχυτικά στο Facebook, Twitter, Instagram και Youtube της Περιφέρειας. Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης συνδέονται με όλα τα ψηφιακά μέσα της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου, όπως το website [www.aegeanislands.gr](http://www.aegeanislands.gr) και το blog. Η δράση περιλαμβάνει:

* Συνεχής δημιουργία περιεχομένου που βασίζεται στη στρατηγική κατεύθυνση της 1ης Δράσης και είναι σύμφωνο με τις τελευταίες τάσεις που διαμορφώνονται στο ψηφιακό περιβάλλον. Στην ενότητα αυτή περιλαμβάνονται ενέργειες όπως: η χρήση infographics, οι δημιουργικές εφαρμογές, η υλοποίηση διαγωνισμών με την ενεργή συμμετοχή των χρηστών.
* Διαχείριση της κοινότητας των χρηστών στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης για τη συνεχή και σταθερή επικοινωνία και «διαλόγου» με το κοινό, με στόχο την ενίσχυση της διάδρασης και της απήχησης των μηνυμάτων.

## Δράση 9: Πρόγραμμα Διαφημιστικής Προβολής Διαδικτυακών Μέσων Εξωτερικού

Σχεδιασμός και υλοποίηση πλάνου ψηφιακής διαφήμισης (media plan) για την προώθηση του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου. Το πλάνο διαφήμισης περιλαμβάνει ενέργειες ψηφιακού-διαδικτυακού Μάρκετινγκ και στοχεύει σε αγορές του εξωτερικού. Σχεδιάζεται και υλοποιείται με γνώμονα α) τις διεθνείς τάσεις ως προς την περίοδο κράτησης και β) τη βέλτιστη αξιοποίηση νέων τεχνολογιών για τη διείσδυση σε τμήματα αγοράς με βάση το προφίλ και την ταξιδιωτική συμπεριφορά του κοινού. Η επένδυση σε διαφήμιση της τρέχουσας δράσης συνδέεται και ενισχύει τους στόχους μέτρησης και αποτελεσματικότητας των εργαλείων, συστημάτων και παραγωγών των λοιπών δράσεων (αποτελεσματικότητα διάδρασης των ψηφιακών εφαρμογών και σελίδων, θεάσεις των ταινιών, διείσδυση σε τμήματα αγοράς, απήχηση κ.α.). Περιλαμβάνει:

* Data Driven Digital Campaign – Aegean Islands Personas. Στόχευση χρηστών με πραγματική πρόθεση ή επιθυμία για ταξίδι, μέσα από ειδική πλατφόρμα και realtime targeting, αναλόγως των προτιμήσεων ή είδος διακοπών που επιθυμεί (πολυτέλειας, resort, κλπ) μεγιστοποιώντας την απόκριση του χρήστη για επιλογή της προβαλλόμενης εμπειρίας στο Νότιο Αιγαίο.
* Programmatic media plan. Ψηφιακή προώθηση με διαφορετικά formats αλλά και retargeting στις αγορές – στόχος, με στόχευση σε news & travel platforms ανά αγορά.
* Προώθηση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης της Περιφέρειας, για την διάχυση του περιεχομένου και την ενίσχυση της κοινότητας μελών (engagement, reach, like campaigns)
* Native Ads (Premium Online Advertising). Διαφημιστική προβολή σε sites υψηλής επισκεψιμότητας, αναγνωσιμότητας και αξίας με στοχευμένες προβολές video, εικόνας και κειμένων, προώθηση εντός της ροής της ειδησεογραφίας, ειδικά αφιερώματα (sponsored content)
* Ψηφιακή διαφήμιση σε μεγάλα δίκτυα, όπως Google, Yahoo, Trip Advisor, για τη δημιουργία αποκλειστικού περιεχομένου που απευθύνεται σε κοινό που εκδηλώνει ενδιαφέρον για διακοπές και τη στόχευση σε news & travel platforms ανά αγορά με στόχο τη συμμετοχή των χρηστών στην καμπάνια.

Η 9η δράση περιλαμβάνει δυο (2) διαφορετικές σε περιεχόμενο υποδράσεις, οι οποίες λειτουργούν σε συνέργεια μεταξύ τους, για την επίτευξη των αναμενόμενων αποτελεσμάτων από το σύνολο της δράσης.

### Δράση 9.α : Πρόγραμμα Διαφημιστικής Προβολής σε ψηφιακά Μέσα του εξωτερικού και σε Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Το περιεχόμενο της υποδράσης 9α είναι: Σχεδιασμός και υλοποίηση ολοκληρωμένου πλάνου μέσων διαδικτυακής προβολής, σε ψηφιακά μέσα του εξωτερικού με τη χρήση Programmatic Πλάνου και διαφημιστική προβολή σε Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

### Δράση 9.β : Πρόγραμμα Διαφημιστικής Προβολής με αξιοποίηση Native ads και διαφήμισης περιεχομένου σε Διαδικτυακά Μέσα Εξωτερικού

Το περιεχόμενο της υποδράσης 9β είναι: Σχεδιασμός και υλοποίηση ολοκληρωμένου πλάνου μέσων διαδικτυακής προβολής, σε ψηφιακά μέσα του εξωτερικού, με την αξιοποίηση Native ads και διαφήμισης περιεχομένου σε διεθνή διαδικτυακά μέσα.

## Δράση 10 : Ειδικό Πρόγραμμα Προβολής στο Discovergreece.com

Δράσεις προβολής και επικοινωνίας του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου, μέσα από το ψηφιακό οικοσύστημα του Discovergreece.com. Η δημιουργική προβολή περιλαμβάνει την προώθηση του campaign concept του Νοτίου Αιγαίου, την προώθηση των προορισμών και εμπειριών της Περιφέρειας, των εκδηλώσεων και άλλων ειδικών ενεργειών, στην κεντρική σελίδα, στην κοινότητα μελών, στο blog του Discovergreece.com “My View of Greece”. Επιπλέον περιλαμβάνονται ενέργειες email marketing και υλοποίηση ψηφιακής καμπάνιας επικοινωνίας σε επιλεγμένα ψηφιακά μέσα, on line users σε 3 χώρες.

## Δράση 11η: Εκπόνηση Μελετών τουριστικής κίνησης & προφίλ τουριστών

Εκπόνηση εκθέσεων και μελετών που περιλαμβάνει στοιχεία τουριστικής κίνησης στα βασικά αεροδρόμια της Περιφέρειας, ανάλυση τάσεων των αφίξεων και εκπόνηση συμπερασμάτων, με στόχο τη βέλτιστη διαμόρφωση προτάσεων πολιτικής για την ανάπτυξη του τουριστικού τομέα και την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού της προϊόντος. Ειδικότερα, η μελέτη περιλαμβάνει στοιχεία έρευνας καταναλωτή, προφίλ τουριστών και στοιχείων μάρκετινγκ συμπεριφοράς των βασικών αγορών – στόχος της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου. Οι Εκθέσεις αποτελούν βάση περαιτέρω σχεδιασμού, εξειδίκευσης των δράσεων προβολής με βάση τα αποτελέσματα και τα στοιχεία συμπεριφοράς.

## Δράση 12η: Ενέργειες Προώθησης B2B

Εκπόνηση Στρατηγικής και Σχεδιασμός ενεργειών προώθησης σε B2B κοινό. Περιλαμβάνεται η συμμετοχή σε διεθνείς τουριστικές εκθέσεις.

## Δράση 13η: Εκπόνηση μελέτης ανάλυσης της ψηφιακής φήμης

Εκπόνηση εκθέσεων και μελετών που περιλαμβάνει την ψηφιακή καταγραφή κι αποτύπωμα της φήμης της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου και των τουριστικών της προϊόντων και βασικών brand names, μέσα από ειδικές πλατφόρμες μέτρησης, με σκοπό την εξαγωγή συμπερασμάτων αποτελεσματικότητας των προωθητικών ενεργειών καθώς και την παροχή στοιχείων αντίληψης του κοινού στόχος για την αξία των brands. Ειδικότερα, η μελέτη περιλαμβάνει την μελέτη εισαγωγής των στοιχείων στη πλατφόρμα μέτρησης, την συλλογή των στοιχείων e-listening, την ανάλυση παρέχοντας στοιχεία και δείκτες φήμης όπως μέγεθος αναφορών στο online περιβάλλον, ιεράρχηση μέσων που παρέχουν περιεχόμενο για την Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου και τους προορισμούς, την χαρτογράφηση των μέσων με την σημαντικότερη επιρροή (key influencers’ mapping), πορίσματα είδους αντίληψης με κατηγοριοποίηση (θετικό-ουδέτερο-αρνητικό), ευκαιρίες ενίσχυσης θετικού περιεχομένου και τρόποι αντιμετώπισης ελλείψεων ή αρνητικών στοιχείων στην θετική διαχείριση της φήμης.

## Δράση 14η: Συμμετοχή σε Διεθνείς Εκθέσεις, Road Shows και Workshops.

Η Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου θα πρέπει να προχωρήσει σε δυναμικές δράσεις προβολής, ιδιαιτέρως στις τρεις κυριότερες χώρες προέλευσης τουριστών στη χώρα (Μ. Βρετανία, Γερμανία και Ρωσία). Οι δράσεις αυτές περιλαμβάνουν την εκθεσιακή παρουσία της ΠΝΑ με περίπτερα που να καλύπτουν τις ανάγκες των Δωδεκανήσων και των Κυκλάδων και κυρίως των νησιών της Ρόδου, της Κω, της Σαντορίνης και της Μυκόνου, προορισμοί οι οποίοι είναι ένα τεράστιο brand name και ως επί το πλείστον αποτελούν το έναυσμα για τους ξένους επισκέπτες ώστε να ταξιδέψουν στην Ελλάδα.

Επιπλέον, η ΠΝΑ θα συμμετέχει, όπως κάθε χρόνο στις διεθνείς εκθέσεις τουρισμού ΙΤΒ, ΜΙΤΤ και WTM και δεδομένης της αυξημένης ανάγκης για την καλύτερη δυνατή εκπροσώπηση και προβολή των νησιών στη Γερμανική, Ρωσική και Βρετανική τουριστική αγορά αλλά και την ευρύτερη ευρωπαϊκή αγορά, καθώς οι εν λόγω εκθέσεις αποτελούν τις σημαντικότερες διεθνείς τουριστικές εκθέσεις πανευρωπαϊκά, αποφασίζουμε την συμμετοχή της ΠΝΑ ως επίσημο εκθέτη, με δικό της εκθεσιακό χώρο.

Τα κόστη για την ενοικίαση του εκάστοτε εκθεσιακού χώρου στις ανωτέρω τρεις εκθέσεις, ξεπερνούν τις 20.000€ πλέον ΦΠΑ, ήτοι τα όρια της απευθείας ανάθεσης, καθώς η ΠΝΑ καλείται να φιλοξενήσει 48 νησιά, μεταξύ των οποίων είναι η Ρόδος, η Κως, η Σαντορίνη και Μύκονος, νησιά τα οποία συγκεντρώνουν ένα ευρύ ποσοστό της ετήσιας ροής ξένων επισκεπτών στη χώρα και χρειάζονται την ανάλογη προβολή στις σημαντικότερες χώρες προέλευσης τουριστών. Επιπλέον δε θα πρέπει να παραβλεφθεί το γεγονός ότι η ΠΝΑ αποτελεί στο σύνολό της την ατμομηχανή του ελληνικού τουρισμού. Ως έχουμε ήδη προβεί στην έναρξη διαδικασίας διαπραγμάτευσης με τους διοργανωτές των ανωτέρω εκθέσεων, οι οποίοι έχουν την αποκλειστική δυνατότητα σύναψης συμφωνίας για την αποδοχή συμμετοχής ενός εκθέτη στις ανωτέρω εκθέσεις, ως διοργανωτές, σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία, κατά την οποία προβλέπονται τα εξής:

Ν. 4412/2016, αρ. 32, παρ. 1: Στις ειδικές περιπτώσεις και περιστάσεις που προβλέπονται από της παραγράφους 2 έως 6, οι αναθέτουσες αρχές μπορούν να αναθέτουν δημόσιες συμβάσεις προσφεύγοντας στη διαδικασία με διαπραγμάτευση χωρίς προηγούμενη δημοσίευση.  
Ν. 4412/2016, αρ. 32, παρ. 2 εδάφιο β: «Εάν τα έργα, τα αγαθά ή οι υπηρεσίες μπορούν παρασχεθούν μόνο από ένα συγκεκριμένο οικονομικό φορέα για οποιονδήποτε από τους κατωτέρω λόγους: αα)….ββ) απουσία ανταγωνισμού για τεχνικούς λόγους, γγ) προστασία αποκλειστικών δικαιωμάτων, συμπεριλαμβανομένων των δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας...  
  
Οι ανωτέρω διατάξεις αποτελούν την ισχύουσα πλέον νομική βάση για τον προσδιορισμό του αποκλειστικού προμηθευτή ή/και αποκλειστικού παρόχου υπηρεσιών (οι προϊσχύουσες, μέχρι τις 8.8.2016, ήταν οι διατάξεις του άρθρου 2 παρ. 12 εδ. δ' και παρ. 13 του ν. 2285/1996 και του άρθρου 22 του Π.Δ. 118/2007), οι οποίες αντανακλούν κατ' ουσία το περιεχόμενο της προϊσχύουσας νομοθεσίας, και συνεπώς των ερμηνευτικών προσεγγίσεων που είχαν υιοθετηθεί από τη νομολογία τους Συμβουλίου Επικρατείας και του Ελεγκτικού Συνεδρίου, όπως άλλωστε έχει δεχθεί και η ΕΑΑΔΗΣΥ στην υπ' αρ. 130/2016 απόφαση της."

Ο ν. 2362/1995 έχει καταργηθεί από το 2014 και έχει αντικατασταθεί από τον ν. 4270/2014. Η αντίστοιχη διάταξη είναι το άρθρο 133, παρ. 3, εδάφιο β. Η διαδικασία λήψης απόφασης, και με βάση τα νέα νομοθετικά δεδομένα περί σύναψης συμβάσεων έχει ως εξής:  
  
·         Εισήγηση της Δ/νσης Τουρισμού προς την Οικονομική Επιτροπή στην οποία θα διαφαίνεται η μοναδικότητα/ιδιαιτερότητα του αναδόχου  
·         Απόφαση Οικονομικής Επιτροπής περί έγκρισης σύναψης σύμβασης με τη διαδικασία της διαπραγμάτευσης, στην οποία θα καθορίζεται το όριο ποσού σύμβασης και περί έναρξης της διαδικασίας διαπραγμάτευσης

Σημειώνεται ότι από 8.8.2016, έχει καταργηθεί οποιαδήποτε αρμοδιότητα του Περιφερειάρχη (και κατ' επέκταση του Αντιπεριφερειάρχη στον οποίο έχει τυχόν μεταβιβαστεί η θεματική αρμοδιότητα) σχετικά με την σύναψη σύμβάσεων και έχει επανέλθει συνολικά η αρμοδιότητα για τέτοια θέματα στην Οικονομική Επιτροπή. Άρα και όταν ολοκληρωθεί η διαπραγμάτευση, η απόφαση ανάθεσης θα ληφθεί από την Οικονομική Επιτροπή, και δεν χρειάζεται πράξη του Περιφερειάρχη, ο οποίος απλώς θα υπογράψει μετά τη σχετική σύμβαση ως νόμιμος εκπρόσωπος της ΠΝΑ.

Είναι ενδεικτικό το γεγονός ότι στις ανωτέρω εκθέσεις λαμβάνουν χώρα σημαντικές συναντήσεις μεταξύ επιχειρηματιών (ξενοδόχων, τουριστικών πρακτόρων, Tour Operators) με στόχο την ενίσχυση του κύκλου εργασιών και δημόσιων φορέων με στόχο τη σύσφιξη των σχέσεων ανάμεσα στην ΠΝΑ και τις χώρες αυτές.

Όσον αφορά τις υπόλοιπες διεθνείς εκθέσεις, η ΠΝΑ θα συμμετέχει είτε ως συνεκθέτης του ΕΟΤ, είτε ως επίσημος εκθέτης αλλά με σαφώς μικρότερους εκθεσιακούς χώρους και περιορισμένο προϋπολογισμό εν συγκρίσει με τις τρεις προαναφερθείσες.

Τέλος, σε χώρες που κρίνεται απαραίτητο, η ΠΝΑ θα διοργανώσει μια σειρά από θεματικά Road Shows στις προαναφερθείσες πόλεις και σε σημεία αυξημένης ροής κόσμου, όπως εμπορικά κέντρα ή κεντρικά σημεία στις πόλεις αυτές με στόχο την καλύτερη δυνατή προβολή των Δωδεκανήσων και των Κυκλάδων. Επίσης, στα σημεία αυτά θα υπάρξουν και συναντήσεις με τους κυριότερους Tour Operators των αγορών αυτών.

Παρατίθεται ο κατάλογος των εκθέσεων , Road Shows και Workshops :

|  |  |
| --- | --- |
| **ΧΩΡΑ** | **ΕΚΘΕΣΗ** |
|  |  |
| ΓΕΡΜΑΝΙΑ | ΙΤΒ Βερολίνο, 8-12/3/2017 |
| ΡΩΣΙΑ | MITT Μόσχα, 14-16/3/2017 |
| ΓΑΛΛΙΑ | Salon de Mondial – Παρίσι, 16-19/03/2017 |
| ΣΟΥΗΔΙΑ | Mediterranean Panorama – Στοκχόλμη, 18-19/03/2017 |
| ΙΤΑΛΙΑ | BIT – Μιλάνο, 02-04/04/2017 |
| DUBAI | ARABIAN TRAVEL MARKET\_DUBAI |
| Η.Π.Α. | PANORAMA GREECE\_ΝΕΑ ΥΟΡΚΗ 11-13/05/2017 |
| ΓΕΡΜΑΝΙΑ | Tour Natur – Ντίσελντορφ, 01-03/09/2017 |
| ΓΕΡΜΑΝΙΑ | TRAVEL CONNEXION 2017\_THOMAS COOK |
| ΑΓΓΛΙΑ | WTM – Λονδίνο, 06-08/11/2017 |
| ΕΛΛΑΔΑ | Philoxenia – Θεσσαλονίκη, 23-26/11/2017 |
| ΠΟΛΩΝΙΑ | Grecka Panorama – Βαρσοβία 02-03/12/2017 |
| ΕΛΛΑΔΑ | Greek Tourism Expo – Αθήνα |
| ΕΛΛΑΔΑ | Athens Marathon Expo – Αθήνα |
| Η.Π.Α. | MIAMI CRUISE |
|  |  |
|  |  |
| **WORKSHOPS** |  |
| Greek Tourism Workshop in Jeddah | |
| Greek Tourism Workshop in Abu Dhabi | |
| Greek Tourism Workshop in Lebanon | |
| Travel Connexion 2017\_Thomas Cook | |

## 

## Δραση 15. Φιλοξενίες

Η ΠΝΑ πρόκειται να προβεί σε μια σειρά φιλοξενιών ξένων και ελλήνων ταξιδιωτικών συντακτών καθώς και εκπροσώπων από Tour Operators.

Όσον αφορά τους ταξιδιωτικούς συντάκτες, η ΠΝΑ λαμβάνει κάθε χρόνο πλήθος αιτημάτων φιλοξενίας με σκοπό την δημοσίευση ταξιδιωτικών άρθρων σε διάφορα διεθνή ΜΜΕ. Η εν λόγω ενέργεια κρίνεται ιδιαίτερα επωφελής και εξασφαλίζει το χαμηλότερο δυνατό κόστος για την προβολή των νησιών καθώς δεν δαπανούνται με αυτό τον τρόπο χρήματα για διαφημιστικές καταχωρήσεις. Επί παραδείγματι, με τη διοργάνωση ενός press trip επτά δημοσιογράφων εξασφαλίζεται η δημοσίευση επτά ταξιδιωτικών άρθρων το κόστος των οποίων περιορίζεται στα έξοδα που δαπανώνται για τη φιλοξενία τους στα εκάστοτε νησιά.

Επίσης, όσον αφορά τη φιλοξενία των Tour Operators, η εν λόγω δράση κρίνεται ιδιαιτέρως επωφελής καθώς οι προσκεκλημένοι καλούνται να διαπιστώσουν εκ του σύνεγγυς το τουριστικό προϊόν των νησιών και να έρθουν σε απευθείας επαφή με τους κατά τόπους τουριστικούς επαγγελματίες.

## Δραση 16. Διαφημιστικές καταχωρήσεις

Διαφημιστικές καταχωρήσεις της ΠΝΑΙ και όλων των θεματικών δράσεων της Περιφέρειας, αθλητικών, πολιτιστικών κλπ. σε infight έντυπα αεροπορικών εταιρειών που εκτελούν δρομολόγια στις Κυκλάδες και τα Δωδεκάνησα καθώς και πτήσεων charter ξένων Tour Operators.

Διαφημιστικές καταχωρήσεις σε ΜΜΕ διεθνούς βεληνεκούς (όπως CNN, BBC) της ΠΝΑΙ και όλων των θεματικών δράσεων της Περιφέρειας, αθλητικών, πολιτιστικών κλπ. μέσω τηλεοπτικών και ραδιοφωνικών σπότ και εντύπων

Διαφημιστικές καταχωρήσεις σε ΜΜΕ πανελλαδικού βεληνεκούς της ΠΝΑΙ και όλων των θεματικών δράσεων της Περιφέρειας, αθλητικών, πολιτιστικών

Η ΠΝΑ είναι επιβεβλημένο να έχει μια δυναμική προβολή σε διεθνούς βεληνεκούς ΜΜΕ ώστε να επιτευχθεί με τον καλύτερο δυνατό τρόπο η προώθηση των Δωδεκανήσων και των Κυκλάδων.

## 

## Δραση 17. Συνεργασία με τουριστικούς πράκτορες και tour operators

Δράσεις προώθησης της ΠΝΑΙ και όλων των θεματικών δράσεων της Περιφέρειας, αθλητικών, πολιτιστικών κλπ. σε συνεργασία με ξένους τουριστικούς πράκτορες και Tour Operators (καταχωρήσεις στους επίσημους καταλόγους προορισμών).

## Δράση 18. Προωθητικό υλικό / αναμνηστικά δώρα

Δημιουργία και εκτύπωση έντυπου προωθητικού υλικού της ΠΝΑΙ και όλων των θεματικών δράσεων της Περιφέρειας, αθλητικών, πολιτιστικών κλπ. για τη διανομή του σε τουριστικές εκθέσεις.

Προμήθεια αναμνηστικών προωθητικών προϊόντων για τη διανομή τους σε τουριστικές εκθέσεις ή στις διάφορες εκδηλώσεις, καθώς και στους προσκεκλημένους δημοσιογράφους κλπ.

Παραγωγή-προμήθεια διαφημιστικού υλικού (έντυπα/site/τηλεόραση κλπ)

## 

## Δράση 19. Συνέδρια, ημερίδες, εκδηλώσεις , αθλητικές και πολιτιστικές διοργανώσεις

Διοργάνωση και συνδιοργάνωση με τους κατά τόπους ΟΤΑ Ά Βαθμού καθώς και με κατά τόπους τουριστικούς φορείς ημερίδων και συνεδρίων για ζητήματα τουριστικού ενδιαφέροντος, Διοργάνωση και συνδιοργάνωση αθλητικών και πολιτιστικών διοργανώσεων με σκοπό την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και την προβολή των νησιών μας.

Συνεργασία με τον Ε.Ο.Τ. για την περεταίρω προβολή και οργάνωση των παραπάνω δράσεων.

Δράσεις δημοσίων σχέσεων μέσω εκδηλώσεων και παράθεσης γευμάτων σε επίσημους προσκεκλημένους που πρόκειται να συμβάλλουν μέσω συνεργασιών στην προβολή του τουριστικού προϊόντος της ΠΝΑΙ.

## Δράση 20. Διάφορα

Μεταφορά των απαιτούμενων υλικών στις τουριστικές εκθέσεις και εκδηλώσεις

Μεταφράσεις κειμένων για τουριστική χρήση

Αρχιτεκτονική περιπτέρων και δημιουργία μακετών

Παραγωγή-προμήθεια αναμνηστικών δώρων για τη διανομή τους στις διάφορες εκδηλώσεις της Διεύθυνσης Τουρισμού και στους προσκεκλημένους και επισκέπτες

Η Αντιπεριφερειάρχης Τουρισμού

Μαριέττα Παπαβασιλείου