

ΑΠΟΣΠΑΣΜΑ

Από το αριθμ. 5/13-5-2025

Πρακτικό Τακτικής Συνεδρίασης

του Περιφερειακού Συμβουλίου Ηπείρου (άρθρο 113 του Ν 3852/2010, όπως ισχύει και αριθμ. 96/2023 απόφαση ανακήρυξης του Πολυμελούς Πρωτοδικείου Ιωαννίνων, όπως ισχύει μετά την μερική τροποποίηση αυτής, δυνάμει των υπ' αριθμ. 264/2023 και 289/2023 αποφάσεων του Διοικητικού Εφετείου Ιωαννίνων, τη συντελεσθείσα αποποίηση εκλογής εκλεγέντος Περιφερειακού Συμβούλου, και τα από 22/12/2023 και 2/1/2024 πρακτικά ορκωμοσίας) το οποίο, σύμφωνα με τα προβλεπόμενα των διατάξεων των άρθρων 167, 168, 169 και 170 του Ν. 3852/2010, όπως ισχύουν με τις σχετικές διατάξεις του ν. 5056/2023, συνήλθε σε δημόσια τακτική -διά ζώσης- συνεδρίαση, στα Ιωάννινα και στην αίθουσα συνεδριάσεων του Π.Σ. (Διοικητήριο θ' όροφος), στις **δεκατρείς (13) του μηνός Μαΐου του έτους 2025, ημέρα Τρίτη και ώρα 15.30**, κατόπιν της υπ' αριθμ. οικ. οικ. **ΠΗ/ΣΟΕ/77984/1018/7-5-2025** Πρόσκλησης της Προέδρου του

Στη συνεδρίαση παραβρέθηκαν οι :

I. ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ ΚΑΧΡΙΜΑΝΗΣ, Περιφερειάρχης Ηπείρου

II. 1.Μπραϊμή – Μπότση Σταυρούλα, Πρόεδρος του Π.Σ.

2.Τσίρκας Μάριος Γρηγόριος, Αντιπρόεδρος του Π.Σ.

3.Καράλη Μαρία -Τατιάνα, Γραμματέας του Π.Σ.

III. Οι Χωρικοί Αντιπεριφερειάρχες: 1.Ψαθάς Βασίλειος (Π.Ε. Άρτας) 2.Πιτούλης Θωμάς (Π.Ε. Θεσπρωτίας) 3.Σιαράβας Κωνσταντίνος (Π.Ε. Ιωαννίνων) 4.Ιωάννου Ευστράτιος (Στράτος) (Π.Ε. Άρτας)

IV. Οι Θεματικοί Αντιπεριφερειάρχες: 1.Περιστερή Ελένη 2.Γαϊτανίδης Πρόδρομος (Μάκης) 3.Σίμου -Τάσιου Αναστασία 5.Λαζάνης Χαρίλαος (Χάρης) 6.Τσιάρα Σταυρούλα 7.Κίτσιος Κων/νος 8.Αρλέτου Αικατερίνη

V. Οι Περιφερειακοί Σύμβουλοι:

A. «ΑΞΙΟΒΙΩΤΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΗΠΕΙΡΟΥ»: 1.Σπύρου Νικόλαος 2.Κατέρης Ιωάννης 3.Γκαμπρέλας Δημήτριος 4. Μητροκώστα Παναγιώτα (Γιούλα) 5.Γκογκάκη Μαργαρίτα 6. Παπαρούσης Χριστόδουλος (Άκης) 7. Βλέτσας Βασίλειος 8.Τσοβίλης Ευάγγελος 9.Σπυρέλης Μιχαήλ 10.Γούσης Χρήστος

B. «ΚΟΙΝΟ ΤΩΝ ΗΠΕΙΡΩΤΩΝ»: 11.Στέφος Ιωάννης (επικεφαλής παράταξης) 12.Αγγέλη Παναγιώτα 13.Κορωναίος Θεόδωρος (Θοδωρής) 14.Δημητριάδης Σάββας

Γ. «ΗΠΕΙΡΟΣ ΟΛΟΝ Τόπος να ζεις»: 15.Ζούμπας Στέφανος (επικεφαλής παράταξης) 16.Παπαχρηστάκης Άλκης 17.Λιούρης Θεοχάρης

Δ. « ΛΑΪΚΗ ΣΥΣΠΕΙΡΩΣΗ ΗΠΕΙΡΟΥ»:18.Πρέντζας Γεώργιος (επικεφαλής παράταξης) 19.Κωτσαντής Κων/νος

Ε. «ΟΡΙΖΟΝΤΕΣ ΗΠΕΙΡΟΥ»: 20. Υφαντής Σπυρίδων (επικεφαλής παράταξης) 21.Βασιλάκης Δημήτριος

ΣΤ. «ΦΩΣ»: 22.Γεωργόπουλος Λάμπρος (επικεφαλής παράταξης)

Ζ. Ανεξάρτητοι Περιφερειακοί Σύμβουλοι: 23.Τάτση Μαγδαληνή

Στη συνεδρίαση δεν παραβρέθηκαν, δικαιολογημένα, όπως ενημέρωσαν το Προεδρείο, οι Περιφερειακοί Σύμβουλοι: 1. Γοργόλης Βασίλειος, Θεματικός Αντιπεριφερειάρχης Ηπείρου 2.Τσιάρα Σταυρούλα, Θεματική Αντιπεριφερειάρχης Ηπείρου 3.Γκαρτζονίκας Ηλίας, Θεματικός Αντιπεριφερειάρχης Ηπείρου 4.Αλιφθέρας Γεώργιος 5.Ζέκα Πάσχου Κωνσταντίνα και 6. Γεωργόπουλος Μάξιμος, τακτικά μέλη του Περιφερειακού Συμβουλίου, αν και νόμιμα κλήθηκαν

Για τη Γραμματειακή υποστήριξη παραβρέθηκαν στη συνεδρίαση οι υπάλληλοι της Περιφέρειας Ηπείρου Θεοδώρα Μήτσιου και Ανθούλα Κατηρτζίδη

Το Περιφερειακό Συμβούλιο Ηπείρου, ευρισκόμενο σε απαρτία, συζήτησε και αποφάσισε για το παρακάτω, Ημερήσιας Διάταξης, θέμα:

Θέμα 4ο

=====

Λήψη αποφάσεων έγκρισης για: α) τη μελέτη σκοπιμότητας «Ολοκληρωμένο Πρόγραμμα Τουριστικής Προβολής της Περιφέρειας Ηπείρου» για την περίοδο 2026- 2029 & β) για την υποβολή πρότασης έργου με τίτλο: «ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΗΠΕΙΡΟΥ» στο πλαίσιο της πρόσκλησης «ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΗΠΕΙΡΟΥ» (Κωδ. Πρ. ΗΠ-047) του Προγράμματος «ΗΠΕΙΡΟΣ 2021-2027»

Το Περιφερειακό Συμβούλιο Ηπείρου, έχοντας υπόψη:

1. Τις διατάξεις του Νόμου 3852/2010 (ΦΕΚ 87/7-6-2010 τ.Α') «Νέα Αρχιτεκτονική της Αυτοδιοίκησης και της Αποκεντρωμένης Διοίκησης – Πρόγραμμα Καλλικράτης», όπως τροποποιήθηκαν και ισχύουν.
2. Τον Οργανισμό της Περιφέρειας Ηπείρου (Π.Δ. 140/2010 ΦΕΚ 233/27-12-2010 τ. Α'), όπως τροποποιήθηκε και ισχύει με τις αριθμ. 202855/27-12-2016 (ΦΕΚ 4400/30-12-2016 τ.Β'), 163473/24-10-2017 (ΦΕΚ 3878/3-11-2017 τ.Β'), 64818/17-6-2022 (ΦΕΚ 3223/23-06-2022 τ.Β'), 13354/15-3-2024 (ΦΕΚ 2142/7-4-2024 τ.Β'), 3777/27-1-2025 (ΦΕΚ 597/14.02.2025 τ.Β') αποφάσεις του Γ.Γ. Αποκ/νης Δ/σης Ηπείρου –Δυτ. Μακεδονίας.
3. Τον αριθμ. 6327/5-2-2025 πρότυπο κανονισμό λειτουργίας του Περιφερειακού Συμβουλίου, που εξέδωσε ο Υπουργός Εσωτερικών και δημοσιεύθηκε στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως (ΦΕΚ 642/2025 τ. Β')
4. Την υπ' αριθμ. πρωτ. οικ. 68704/511/22-4-2025 εισήγηση της Δ/σης Διά Βίου Μάθησης -Απασχόλησης-Εμπορίου και Τουρισμού, όπως κατατέθηκε στο Συμβούλιο (αριθμ. πρωτ. Π.Σ. 71403/933/28-4-2025) (συνημμένα με α/α: 15 στο φάκελο 1/2025 συννημμένων εισηγήσεων κ.λπ. στα θέματα του Π.Σ.), όπου διαλαμβάνονται τα κάτωθι:

« Θέμα: Λήψη αποφάσεων έγκρισης για: α) τη μελέτη σκοπιμότητας «Ολοκληρωμένο Πρόγραμμα Τουριστικής Προβολής της Περιφέρειας Ηπείρου» για την περίοδο 2026- 2029 & β) για την υποβολή πρότασης έργου με τίτλο: «ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΗΠΕΙΡΟΥ» στο πλαίσιο της πρόσκλησης «ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΗΠΕΙΡΟΥ» (Κωδ. Πρ. ΗΠ-047) του Προγράμματος «ΗΠΕΙΡΟΣ 2021-2027»

Στο πλαίσιο της με αρ. πρωτ. 2318/23.09.2024 πρόσκλησης (ΑΔΑ: 6Γ787Λ9- Τ74) της Ειδικής Υπηρεσίας Διαχείρισης Προγράμματος «ΗΠΕΙΡΟΣ» (Κωδ. Πρ. ΗΠ-047) με τίτλο «Ολοκληρωμένο Πρόγραμμα Τουριστικής Προβολής της Περιφέρειας Ηπείρου», που εντάσσεται στη δράση 4Α.νι.2 «Προβολή των τουριστικών πόρων της Περιφέρειας» του εγκεκριμένου Πρόγραμμα ΗΠΕΙΡΟΣ 2021 – 2027, η Υπηρεσία δρομολόγησε και ολοκλήρωσε τη σύνταξη μελέτης σκοπιμότητας με τίτλο «Ολοκληρωμένο Πρόγραμμα Τουριστικής Προβολής της Περιφέρειας Ηπείρου», που αποτελεί προαπαιτούμενο δικαιολογητικό ωριμότητας για την υποβολή πρότασης έργου στο πλαίσιο της πρόσκλησης.

Για την συμπλήρωση των απαιτούμενων δικαιολογητικών υποβολής της υπόψη πρότασης, όπως αυτές προβλέπονται στη σχετική πρόσκληση,

Εισηγούμεστε

για την λήψη αποφάσεων έγκρισης:

- Της υποβληθείσας μελέτης σκοπιμότητας «Ολοκληρωμένο Πρόγραμμα Τουριστικής Προβολής της Περιφέρειας Ηπείρου» για το χρονικό διάστημα 2026-2029

- για την υποβολή πρότασης έργου με τίτλο «ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΗΠΕΙΡΟΥ» στο πλαίσιο της προαναφερθείσας πρόσκλησης.

5. Τις τοποθετήσεις του κου Περιφερειάρχη, των παρατάξεων και μελών του Π.Σ.,

& ό,τι διατυπώθηκε κατά τη διάρκεια της συνεδρίασης
(αναλυτικά στα απομαγνητοφωνημένα κείμενα της συνεδρίασης)

Αποφασίζει κατά πλειοψηφία

(απόφαση:5/15/13-5-2025)

Σύμφωνα με τα διαλαμβανόμενα στην ως άνω εισήγηση (υπό στοιχ. 4), εγκρίνει:

- Την υποβληθείσα μελέτη σκοπιμότητας «Ολοκληρωμένο Πρόγραμμα Τουριστικής Προβολής της Περιφέρειας Ηπείρου» για το χρονικό διάστημα 2026-2029
- Την υποβολή πρότασης έργου με τίτλο «ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΗΠΕΙΡΟΥ» στο πλαίσιο της πρόσκλησης ««ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΗΠΕΙΡΟΥ» (Κωδ. Πρ. ΗΠ-047) του Προγράμματος «ΗΠΕΙΡΟΣ 2021-2027» ,
(επισυνάπτονται και αποτελούν αναπόσπαστο μέρος της παρούσας)

Σημειώνεται ότι:

1. Η παράταξη «ΚΟΙΝΟ των ΗΠΕΙΡΩΤΩΝ», δήλωσε «παρών», θεωρώντας ότι το πρόγραμμα θα έπρεπε να περιλαμβάνει και επιπλέον προτάσεις, όπως αναπτύχθηκαν από τον Περιφερειακό Σύμβουλο της παράταξης, κ. Σάββα Δημητριάδη, ως κάτωθι:
« Τη θεσμοθέτηση και ενίσχυση πολιτιστικών φεστιβάλ, που θα λειτουργήσουν ως ετήσιοι σταθμοί Πολιτιστικού Τουρισμού σ' όλη την Ήπειρο. Θεσμοθέτηση δράσεων όπως:
"Ηπειρωτικό καλοκαίρι – πολιτιστικό πανόραμα" απ' τον Ιούνιο ως τον Σεπτέμβριο, δηλαδή, ένα περιφερειακό φεστιβάλ με παράλληλες εκδηλώσεις σε όλους τους Νομούς, Ιωάννινα, Άρτα, Πρέβεζα, Θεσπρωτία, με Βραδιές παραδοσιακής μουσικής και χορού σε πλατείες, θεατρικές παραστάσεις από τοπικούς και εθνικούς θιάσους, υπαίθριες εκθέσεις φωτογραφίες, προβολή ντοκιμαντέρ.
Φεστιβάλ, π.χ. για το Ζαγόρι, ένα Μουσικό Φεστιβάλ, να το ονομάσουμε "Οι ήχοι της πέτρας" και συνοδευτικά εργαστήρια, εκμάθηση πολυφωνίας, οργανοποιία, παραδοσιακοί χοροί.
Ημέρες παράδοσης – κάθε Δήμος κι ένα έθιμο», δηλαδή θεματικές εβδομάδες σ' ένα Δήμο, όπου αναβιώνουν τοπικά έθιμα, παρασκευάζονται παραδοσιακές συνταγές, όπως: Πωγώνι: τραγούδια ξενιτιάς και γλέντια. Κόνιτσα: ημέρα βοσκού, αναπαράσταση παραδοσιακής ζωής. Τζουμέρκα: υπαίθριο παραδοσιακό εργαστήριο ξυλογλυπτικής και υφαντικής.
Γιορτή παραδοσιακής Ηπειρώτικης γαστρονομίας: ετήσια γιορτή με παραδοσιακές πίτες, τυριά, προϊόντα Π.Ο.Π. της Ηπείρου, με τη συμμετοχή επισκεπτών στα εργαστήρια χορού, μουσικής, μαγειρικής.
Υπαρξη ψηφιακής πλατφόρμας, on-line ημερολόγιου εκδηλώσεων με δυνατότητα κράτησης, δράσεις νέων, ένα Φεστιβάλ για νέους καλλιτέχνες, μουσική, θέατρο, ποίηση, εικαστικά και να υπάρχει και πολυγλωσσική προβολή, δηλαδή προγράμματα και ξεναγήσεις στα Αγγλικά και άλλες γλώσσες για τους τουρίστες.
Αυτό τώρα θα επεκτείνεται και την τουριστική περίοδο, θα αναδείξει τον τοπικό Πολιτισμό σε ζωντανή εμπειρία, θα φτιάξει μια ταυτότητα για κάθε περιοχή μέσω του πολιτιστικού της χαρακτήρα και θα ενισχύσει και την απασχόληση στην τοπική κοινωνία.
Η συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας σε αυτό το πρόγραμμα – να μπορεί να είναι εκπαιδευτικά προγράμματα για επαγγελματίες του Τουρισμού, συμμετοχή τοπικών Συλλόγων, σχολείων και εθελοντών.
Αξιοποίηση της τεχνολογίας: εφαρμογές που προβάλλουν τον πολιτιστικό πλούτο της Ηπείρου, διαδραστικές, επαυξημένη και εικονική πραγματικότητα

Να εστιάσουμε σε άγνωστα και υποθαμισμένα σημεία πολιτιστικού ενδιαφέροντος, δηλαδή παλιά γεφύρια, εγκαταλελειμμένα μοναστήρια, τοπικές παραδόσεις και διασύνδεση με τοπικούς Πολιτιστικούς Συλλόγους για τη δημιουργία περιεχομένου από κάτω προς τα πάνω, δηλαδή από μέσα προς τα έξω απ' τις Κοινότητες.

Και να υπάρξει και ζωντανή παράδοση, όχι μόνο Ιστορία. Δηλαδή, οι περισσότερες εφαρμογές δίνουν έμφαση στην κλασική πολιτιστική κληρονομιά και να αναδείξουμε, μέσω των εφαρμογών αυτών, τα τοπικά πανηγύρια, τους μουσικούς, τους τεχνίτες, την κουζίνα

Ξεναγήσεις σε παραδοσιακούς οικισμούς. Εμπειρίες εικονικές Ηπειρώτικου γλεντιού ή εργασίας στον αργαλειό, εμπλοκή του χρήστη.

Δυνατότητα χρήσης ξεναγού. Οι επισκέπτες και ντόπιοι να ανεβάζουν δικά τους βίντεο στην πλατφόρμα αυτή, με τοπικές ιστορίες και να συλλέγονται έτσι οι τοπικές εμπειρίες απ' τις Κοινότητες.

Να υπάρξει ένας διαδραστικός χάρτης μέσω του Προγράμματος αυτού με τοπικούς παραγωγούς, τυροκομεία, εργαστήρια υφαντικής, ώστε να ενισχυθεί και η απασχόληση και η παραγωγή στον τόπο.

Και πρόσθετες καινοτομίες, να μπορούν οι επισκέπτες να μαθαίνουν Ιστορία μέσα από ένα παιχνίδι διαδραστικό, να υπάρχει αυτόματος εντοπισμός ενδιαφέροντος (JPS), δηλαδή αν ο χρήστης περάσει από κάποιο κοντινό μνημείο ή εκδήλωση, να λαμβάνει μια ειδοποίηση για το τι συμβαίνει εκεί, να σκανάρει τον κωδικό και να βλέπει το τι γίνεται»

2. Η παράταξη «ΗΠΕΙΡΟΣ ΟΛΟΝ Τόπος να ζεις», δήλωσε επίσης «παρών», αφού , όπως κατέθεσε ο επικεφαλής της παράταξης, κ. Ζούμπας, ανέμεναν:

«Αναλυτικά απολογιστικά στοιχεία από τις προηγούμενες εκθέσεις.

Αποτελέσματα για την προσέλκυση επισκεπτών ή τουριστικών πρακτορείων.

Θα ήθελαν πίνακες, αναλύσεις και αποτελέσματα, με βάση τους στόχους που έχουν τεθεί.

Θα ήθελαν πλήρη στοιχεία όσον αφορά στις “Υπηρεσίες αναβάθμισης της διαδικτυακής πύλης”, καθώς και αξιολόγηση digital marketing και site.

Ακόμη, αποτελέσματα από εκδηλώσεις που έχουν πραγματοποιηθεί στην Ήπειρο.

Θεωρούν απαραίτητη την πρόβλεψη θεσμικής συμμετοχής τοπικών φορέων και επιχειρηματιών στη λήψη αποφάσεων, για το όλο εγχείρημα και το πρόγραμμα.

Παραμένουν σε αντιπαράθεση δημιουργική, έτσι ώστε να επιτευχθεί ό,τι καλύτερο σχεδιαστικά, με βάση τα αποτελέσματα από τον προηγούμενο προγραμματισμό».

3. Η ανεξάρτητη Περιφερειακή Σύμβουλος, κα Τάτση Μαγδαληνή, δήλωσε επίσης «παρών»

Μειοψηφούν:

1. Η παράταξη «ΛΑΪΚΗ ΣΥΣΠΕΙΡΩΣΗ ΗΠΕΙΡΟΥ», διαφωνώντας με την Στρατηγική της Περιφερειακής Αρχή, η οποία ευθυγραμμίζεται με τις εθνικές στρατηγικές για την ανάπτυξη ενός θεματικού τουρισμού πολυτελείας για λίγους.

Ενός τουρισμού που έχει τα ίδια χαρακτηριστικά σε χρηματοδοτικά “αρπαχτή” γρήγορης επένδυσης για κερδοφορία σε ένα περιβάλλον το οποίο το μόνο που δεν ευνοεί είναι η σταθερότητα για να έχουμε τουριστικές ροές, οπότε να κάνουμε και σχεδιασμούς.

Διαφοροποιούνται πλήρως εκπροσωπώντας τις ανάγκες κάποιων άλλων.

2. Η παράταξη «ΟΡΙΖΟΝΤΕΣ ΗΠΕΙΡΟΥ», κάνοντας την εξής τοποθέτηση:

“ Μιλάμε για την Ήπειρο του Πολιτισμού, της Ιστορίας, μιλάμε για την Ήπειρο της μοναδικής φύσης, θα περίμενε κανείς ο Θεματικός Τουρισμός να είχε μετατραπεί τουλάχιστον σε ένα βασικό μοχλό ανάπτυξης. Κι όμως σήμερα, το 2025 μιλάμε ακόμα για δυνατότητες και προοπτικές. Δεν καταφέραμε να περάσουμε απ’ τα λόγια στα έργα.

Η Ήπειρος προσφέρει, ό,τι ζητάει πραγματικά ο σύγχρονος επισκέπτης. Αυτή είναι η αλήθεια, το γνωρίζουμε όλοι. Πολιτιστικούς θησαυρούς απ’ τη Δωδώνη μέχρι τα Ταγοροχώρια, θρησκευτικούς προσορισμούς παγκοσμίου ενδιαφέροντος, φυσικά τοπία για Οικοτουρισμό, πεζοπορία, δραστηριότητα υπαίθρου, μια γαστρονομική παράδοση που δεν έχει τύποτα να ζηλέψει από άλλες Περιφέρειες, όμως η απουσία βασικών υποδομών ακυρώνει κάθε προσπάθεια ανάπτυξης.

Το οδικό δίκτυο το οποίο οδηγεί σε πλήθος τουριστικών σημείων, παραμένει επικίνδυνο ή και ανύπαρκτο κάποιες φορές. Οι πολιτιστικοί και φυσικοί χώροι δε διαθέτουν σήμανση. Προσβασιμότητα δύσκολη, μη οργανωμένες υποδομές υποδοχής επισκεπτών.

Η σύνδεση των θεματικών προσορισμών μεταξύ τους είναι ανύπαρκτη. Σε προτάσεις ΕΣΠΑ και Ταμείο Ανάκαμψης η Ήπειρος υπολείπεται άλλων Περιφερειών, που έχουν ήδη εξασφαλίσει πόρους για Θεματικό Τουρισμό.

Αποτέλεσμα. Οι επισκέπτες παραμένουν εγκλωβισμένοι στις παράκτιες περιοχές, η ενδοχώρα απ’ τα Τζουμέρκα μέχρι το Πωγώνι...

Η Περιφερειακή Αρχή εξαντλείται σε προβολές και Εκθέσεις, αλλά αδιαφορεί πολλές φορές για τις πραγματικές ανάγκες των τοπικών κοινωνιών, χωρίς υποδομές, χωρίς στρατηγική. Βρισκόμαστε στη θέση να μιλάμε για χαμένες ευκαιρίες, διαφημίζουμε αλλά δε σχεδιάζουμε πολλές φορές. Φωτογραφίζουμε αλλά δεν υλοποιούμε.

Τζουμέρκα: θησαυρός φυσικού και πολιτιστικού κάλλους. Παλεύουμε πραγματικά για προσβασιμότητα.

Ζίτσα: ιστορικός αμπελώνας. Καμία στήριξη, θα μπορούσε να είναι σημείο αναφοράς στον Οινοτουρισμό.

Σούλι: σύμβολο ελευθερίας και ιστορικής μνήμης. Πωγώνι: Βυζαντινές εκκλησίες, πολιτιστικά μνημεία, παραδοσιακά χωριά. Αντί, λοιπόν, να ενισχυθεί η θρησκευτική και η πολιτιστική διαδρομή εκεί της περιοχής, η Περιφέρεια αφήνει τους κατοίκους και παλεύουν από μόνοι τους.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση, προσφέρει πλήθος εργαλείων και προγραμμάτων, τα οποία δεν αξιοποιούνται επαρκώς. Η Περιφέρεια δεν πρέπει να λειτουργεί ως διαχειριστής προγραμμάτων προβολής, γιατί έτσι κρύβουμε την απραξία πίσω απ’ τις επικοινωνιακές κινήσεις.

3. Η παράταξη «ΦΩΣ», ψήφισε, επίσης, αρνητικά.

Το παρόν Πρακτικό, αφού συντάχθηκε, αναγνώσθηκε και βεβαιώθηκε, υπογράφεται ως εξής:

Η Πρακτικογράφος
Θεοδώρα Κ. Μήτσιου

Η Πρόεδρος του Π.Σ.
Σταυρούλα Μπραΐμη-Μπότση

Ο Αντιπρόεδρος του Π.Σ.
Μάριος Γρηγόριος Τσίρκας

Η Γραμματέας του Π.Σ.
Καράλη Μαρία -Τατιάνα

Ακριβές Απόσπασμα
Η Γραμματέας του Π.Σ.

Αργυρώ Παππά

Ακολουθούν επισυναπτόμενα:



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ
ΗΠΕΙΡΟΥ

ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΗΠΕΙΡΟΥ

2026-2029

ΙΩΑΝΝΙΝΑ 18.4.2025

Δ/ΝΣΗ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ, ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ, ΕΜΠΟΡΙΟΥ
ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΗΠΕΙΡΟΥ

Περιεχόμενα

1.	ΕΙΣΑΓΩΓΗ	4
1.1	ΘΕΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΗΠΕΙΡΟ	4
1.2	ΣΧΕΔΙΟ ΔΡΑΣΗΣ ΙΝΣΕΤΕ ΓΙΑ ΤΗΝ ΗΠΕΙΡΟ	5
1.3	ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΕΣ & ΝΕΕΣ ΑΓΟΡΕΣ	6
1.4	ΧΩΡΟΤΑΞΙΑ	7
2.	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	11
2.1	ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΟΙ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ	11
2.2	SWOT ΑΝΑΛΥΣΗ	12
2.3	ΓΕΝΙΚΕΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΑΝΑ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΑΞΟΝΑ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ	14
2.4	ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΤΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ ΔΡΑΣΕΩΝ 2026-2029	16
2.5	ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΑ ΜΕΣΑ- ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ	17
2.6	ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΕΣ ΣΥΝΕΡΓΕΙΕΣ-ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ.....	18
3.	ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ-ΠΑΡΑΔΟΤΕΑ	20
3.1	ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ-ΑΠΟΤΙΜΗΣΗΣ, ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟ TOOLKIT & ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ	21
3.1.1	ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ - ΑΠΟΤΙΜΗΣΗΣ	21
3.1.2	ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟΥ TOOLKIT	26
3.1.3	ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΔΕΙΚΤΩΝ ΚΑΙ ΤΑΣΕΩΝ.....	28
3.2	ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΣΕ ΕΚΘΕΣΕΙΣ - ΟΡΓΑΝΩΣΗ B2B	31
3.2.1	ΤΥΠΟΛΟΓΙΑ ΕΚΘΕΣΕΩΝ.....	31
3.2.2	ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ ΤΗΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΗΠΕΙΡΟΥ ΣΕ ΕΚΘΕΣΕΙΣ 32	
3.3	ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΣΕ ΧΩΡΕΣ ΤΩΝ ΒΑΛΚΑΝΙΩΝ	39
3.3.1	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΡΙΩΝ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ	39
3.4	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΠΙΣΚΕΨΕΩΝ ΕΞΟΙΚΕΙΩΣΗΣ (FAMILIARIZATION TRIPS).....	46
3.4.1	ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΕΠΙΣΚΕΨΕΩΝ	46
3.4.2	ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ.....	47
3.5	ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗΣ ΤΗΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗΣ ΠΥΛΗΣ (PORTAL)	52
3.5.1	ΑΝΑΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗΣ ΠΥΛΗΣ	52
3.5.2	ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΒΕΛΤΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΣΕ ΜΗΧΑΝΕΣ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗΣ (SEARCH ENGINES)	53
3.6	ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΑΙ ΑΝΑΠΑΡΑΓΩΓΗ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ	55
3.6.1	ΠΡΟΤΑΣΗ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ	55
3.6.2	ΑΝΑΠΑΡΑΓΩΓΗ ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΟΥ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ.....	57

3.6.3	ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΝΕΟΥ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ	58
3.7	ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ.....	61
3.7.1	ΣΚΟΠΟΣ.....	61
3.7.2	ΕΚΠΟΝΗΣΗ ΣΧΕΔΙΟΥ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΚΡΙΣΕΩΝ	61
3.7.3	ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ	62
3.8	ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΜΕΣΩ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ	67
3.8.1	INFLUENCER MARKETING.....	67
3.8.2	ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΚΑΜΠΑΝΙΑΣ ΠΛΗΡΩΜΕΝΩΝ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΗΠΕΙΡΟΥ ΣΕ ΤΟΠΙΚΑ ΨΗΦΙΑΚΑ ΜΕΣΑ ΣΕ ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΑ ΕΜΒΕΛΕΙΑ.....	70
3.8.3	ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΜΕ ΤΗ ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΕΙΚΟΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΕΠΑΥΞΗΜΕΝΗΣ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	75
3.9	ΔΡΑΣΕΙΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΑΓΡΟΤΟΔΙΑΤΡΟΦΙΚΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ.....	81
	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι.....	84
	Παραδοτέα Κεφαλαίου 3.1.2 «ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟΥ TOOLKIT»	84
	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ.....	87
	Δείκτες Τουριστικών Μεγεθών Κεφαλαίου 3.1.3 «ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΔΕΙΚΤΩΝ ΚΑΙ ΤΑΣΕΩΝ»	87

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παρούσα Αναφορά περιλαμβάνει τον προσδιορισμό του αντικειμένου της Δράσης 4Α.νι.2 «Προβολή των τουριστικών πόρων της Περιφέρειας» του ΕΠ “ΗΠΕΙΡΟΣ 2021 – 2027”, και ανταποκρίνεται στο στόχο του Προγράμματος για την προβολή των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών της Περιφέρειας Ηπείρου (φυσικό περιβάλλον, πολιτιστική κληρονομιά κ.λ.π.) και στην ανάδειξη του τρίπτυχου «τουρισμός-πολιτισμός-περιβάλλον(φυσικά τοπία)», για την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής και τη στήριξη της οικονομίας και της κοινωνίας σε τοπικό επίπεδο.

Η ανάκαμψη του τουρισμού το 2021 και το 2022 στην Ελλάδα οδήγησε αφενός σε ταχεία ανάκαμψη του ΑΕΠ και της οικονομικής δραστηριότητας στις τουριστικές περιοχές και αφετέρου ανέδειξε τη χώρα ως τουριστικό προορισμό παγκόσμιας εμβέλειας. Η πορεία αυτή συνεχίστηκε και το 2023 με τον τουρισμό να παρουσιάζει περαιτέρω σημαντική ανάπτυξη. Λόγω δε της μεγάλης διασποράς των τουριστικών προορισμών ανά την χώρα, ο τουρισμός παίζει καταλυτικό ρόλο στην διαμόρφωση του εισοδήματος σε πολλές Περιφέρειες της χώρας. Στον αντίποδα, ο τουρισμός έχει έντονη εποχικότητα λόγω του ότι οι διακοπές για Ήλιο & Θάλασσα -που αποτελούν την μεγαλύτερη ευρωπαϊκή τουριστική αγορά- αποτελούν το βασικό τουριστικό προϊόν της χώρας.

Μέσα σε αυτό το εθνικό πλαίσιο, η Περιφέρεια Ηπείρου διαθέτει ουσιαστικά όλες τις κατηγορίες τουριστικών πόρων, φυσικών και ανθρωπογενών, και η ανάπτυξη και ανάδειξή τους, σε συνδυασμό με τις τουριστικές εγκαταστάσεις διαμονής, εστίασης, ψυχαγωγίας, μπορεί να συμβάλει αποφασιστικά στην οικονομική ανάπτυξη, στην πληθυσμιακή διατήρηση, στην διατήρηση και δημιουργία θέσεων εργασίας, και γενικότερα να υποστηρίξει την ποιοτική διαβίωση στην Περιφέρεια.

Ειδικότερα, στη μελέτη¹ του ΣΕΤΕ (Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων) με τίτλο «Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2023 (Απρίλιος 2024) - συνοπτική απεικόνιση βασικών μεγεθών», επισημαίνεται ότι η συμβολή του τουρισμού στο Περιφερειακό Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν της Ηπείρου αγγίζει πια το 10% (αύξηση 6% σε σχέση με τα νούμερα του 2014), έναντι του αντίστοιχου, συνολικά, 13% μέσου όρου σε όλη τη χώρα, με τα υψηλότερα ποσοστά να εμφανίζονται στο Νότιο Αιγαίο, Ιόνια Νησιά & Κρήτη (άνω του 70%). Η μελέτη εκτιμά επίσης ότι από κάθε 1 ευρώ τουριστικής δραστηριότητας δημιουργείται επιπλέον 1,65 ευρώ πρόσθετης οικονομικής δραστηριότητας (θέσεις εργασίας, κίνηση των παραγωγικών τομέων κ.λπ.). Τα στοιχεία αυτά είναι καθοριστικά της σημασίας που έχει πια η ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας στην οικονομία της Περιφέρειας Ηπείρου. Το Πρόγραμμα Τουριστικής Προβολής, φιλοδοξεί να διατηρήσει και να ενισχύσει την ανοδική αυτή πορεία του τουριστικού προϊόντος της Ηπείρου.

1.1 ΘΕΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΗΠΕΙΡΟ

Η Ήπειρος αποτελεί προορισμό με σημαντικές αναπτυξιακές δυνατότητες στον Πολιτιστικό & Θρησκευτικό τουρισμό, στο Ήλιο & Θάλασσα, στον τουρισμό σκαφών αναψυχής, στο City Break, καθώς και στις εναλλακτικές/θεματικές μορφές τουρισμού. Ανασταλτικό παράγοντα αποτελεί η περιορισμένη αεροπορική σύνδεση με διεθνείς αγορές. Στον ακόλουθο πίνακα

¹ INSETE. Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία του 2023, https://insete.gr/wp-content/uploads/2024/04/23_04_Tourism_and_Greek_Economy_2022-2023-2.pdf

παρουσιάζονται τα προϊόντα που μπορούν να υποστηρίξουν την τουριστική ανάπτυξη της Ηπείρου και ο βαθμός ωριμότητάς τους. Η Περιφέρεια Ηπείρου διαθέτει όλους τους απαραίτητους πόρους ώστε να προσφέρει μια ολοκληρωμένη τουριστική εμπειρία στους επιμέρους προορισμούς της, Ιωάννινα & η κοντινή ορεινή περιοχή και Ηπειρώτικη Ακτή.



Πηγή: Σχέδια δράσης για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και της διαρθρωτικής προσαρμογής του τουριστικού τομέα, ΙΝΣΕΤΕ, Αύγουστος 2021

1.2 ΣΧΕΔΙΟ ΔΡΑΣΗΣ ΙΝΣΕΤΕ ΓΙΑ ΤΗΝ ΗΠΕΙΡΟ

Η περαιτέρω ανάπτυξη των προϊόντων του πίνακα προϋποθέτει την υλοποίηση επενδύσεων και δράσεων όπως:

- Επαναξιολόγηση των υποδομών του αερολιμένα Ιωαννίνων «Βασιλεύς Πύρρος» με βάση τη δυναμική που παρουσιάζει το αεροδρόμιο σε αφίξεις και σε ιδιώτες και εξέταση ολοκληρωμένου σχεδίου αναβάθμισης που περιλαμβάνει χωροθέτηση εμπορικής δραστηριότητας – στον νέο σχεδιασμό θα πρέπει να περιληφθεί και η υποστήριξη της Δυτικής Μακεδονίας
- Προώθηση της αξιοποίησης του Λιμένα Ηγουμενίτσας μέσω της ανάδειξης στρατηγικού επενδυτή, αναβάθμισης των λιμενικών υποδομών και της διαχείρισης και λειτουργίας των λιμενικών εγκαταστάσεων
- Ανάπτυξη/βελτίωση λιμενικών υποδομών (μαρίνες, αγκυροβόλια) για τον ελλιμενισμό τουριστικών σκαφών στο παράκτιο μέτωπο της Ηπείρου
- Κατάθεση φακέλου για την ένταξη της Αρχαίας Νικόπολης αλλά και των Τζουμέρκων στον κατάλογο μνημείων παγκόσμιας κληρονομιάς της UNESCO
- Ανάπτυξη διαδρομών πολιτισμού και γευσιγνωσίας με έμφαση στην πλούσια ιστορία της γαστρονομίας του τόπου
- Δράσεις για τη βελτίωση της ταξιδιωτικής εμπειρίας σχετιζόμενες με τους μεθοριακούς σταθμούς, χώρους διημέρευσης, χώρους αναμονής και υποδοχής κοινού και βελτίωση των οδικών συγκοινωνιών προς προορισμούς Sun & Beach

-Ανάπτυξη σιδηροδρομικής σύνδεσης της Ηπείρου με τη δημιουργία πλέγματος παράλληλα με την Εγνατία Οδό που θα ενώνει τη Θεσσαλία με τα Ιωάννινα και την Ηγουμενίτσα

-Ίδρυση θαλάσσιου πάρκου στην περιοχή Συβότων στο πλαίσιο προώθησης του αλιευτικού και καταδυτικού τουρισμού στην ευρύτερη ζώνη Συβότων – Πλαταριάς, αλλά και καταδυτικών πάρκων σε Σύβοτα και Πάργα

-Εφαρμογή ολοκληρωμένης και δυναμικής στρατηγικής επικοινωνίας, προβολής και προώθησης της Περιφέρειας στα πλαίσια ανάπτυξης του Περιφερειακού Οργανισμού Διαχείρισης Προορισμού (DMO)

1.3 ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΕΣ & ΝΕΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Η υλοποίηση των προτεινόμενων δράσεων και επενδύσεων θα επιτρέψει την περαιτέρω ανάπτυξη τόσο σε εδραιωμένες αγορές της Περιφέρειας όσο και σε νέες αγορές, όπως αυτές παρουσιάζονται στον κατωτέρω πίνακα. Οι προτεινόμενες αγορές προς ανάπτυξη διακρίνονται για την υψηλή τουριστική δαπάνη τους και μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην αύξηση των τουριστικών μεγεθών της Περιφέρειας. Επιπλέον, η περαιτέρω στόχευση στην εγχώρια αγορά μπορεί να βοηθήσει στην αύξηση των πληροτήτων και στην άμβλυνση της εποχικότητας.



Πηγή: Σχέδια δράσης για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και της διαρθρωτικής προσαρμογής του τουριστικού τομέα, ΙΝΣΕΤΕ, Αύγουστος 2021

Στόχοι του σχεδίου δράσης είναι η βελτίωση των τουριστικών ροών και εισπράξεων στην Περιφέρεια αλλά και η μείωση της εποχικότητας και η αύξηση της Δαπάνης και της Διάρκειας Παραμονής. Αναλυτικότερα:

- η περαιτέρω ανάπτυξη του τουριστικού ρεύματος (+50,0% επισκέψεις), με σημαντική όμως άμβλυνση της εποχικότητας (μείωση της συμμετοχής του 3ου τριμήνου κατά 12,4 π.μ. στις ετήσιες επισκέψεις)

- η αύξηση της Μέσης Δαπάνης ανά Επίσκεψη (+30,2%), που θα προκύψει κατά κύριο λόγο από την αύξηση της Μέσης Δαπάνης ανά Διανυκτέρευση (+17,3%) και δευτερευόντως από την αύξηση της Μέσης Διάρκειας Παραμονής (+11,0%)

1.4 ΧΩΡΟΤΑΞΙΑ²

Αρχές οργάνωσης του χωρικού προτύπου

Στον παράκτιο χώρο του Ιονίου προωθείται η ανάπτυξη του οργανωμένου (μαζικού) τουρισμού με στόχο την ένταξη των προορισμών στη διεθνή τουριστική αγορά, την ανάπτυξη άλλων ειδικών μορφών τουρισμού (yachting, καταδύσεις κ.λπ.).

Η πεδινή και ημιορεινή ενδοχώρα θα φιλοξενήσει τον κύριο όγκο των δραστηριοτήτων του πρωτογενούς και του δευτερογενούς τομέα και δευτερευόντως, ορισμένες ειδικές μορφές τουρισμού.

Οι ήπιες τουριστικές δράσεις, στο βαθμό που δεν αλλοιώνουν το τοπίο και παραμένουν συμβατές με τους κανόνες προστασίας του περιβάλλοντος, αποτελούν δραστηριότητες που μπορούν να αναπτυχθούν στον αναξιοποίητο ορεινό χώρο της Πίνδου.

Τα αστικά κέντρα εκτός από το βασικό κοινωνικό εξοπλισμό και τις εξυπηρετήσεις που φιλοξενούν, θα πρέπει να αποκτήσουν ταυτότητα διακριτή σε εθνικό και διεθνές επίπεδο.

Βασικοί άξονες και πόλοι ανάπτυξης

Βασικοί αναπτυξιακοί άξονες:

Παράκτιος Ιόνιος άξονας: Η τουριστική ανάπτυξη περιοχών του παρακτίου μετώπου της Ηπείρου, η γειτνίαση με γνωστούς τουριστικούς προορισμούς του Βόρειου Ιονίου και η ανάπτυξη αντίστοιχων δραστηριοτήτων στα παράλια της Νότιας Αλβανίας, διαμορφώνουν διακριτή αναπτυξιακή ταυτότητα με κατεύθυνση τον τουρισμό. Η περιοχή πρέπει να αντιμετωπίζεται ως σημαντικό τμήμα του παράκτιου και νησιωτικού χώρου Αδριατικής - Ιονίου.

Οροσειρά της Πίνδου: Ένας ακόμα «δυνάμει» άξονας ανάπτυξης που σχετίζεται με τη διαχείριση, προβολή, αξιοποίηση και προστασία του φυσικού πλούτου και του πολιτισμικού κεφαλαίου των ορεινών περιοχών της Ηπείρου.

Χωρική διάρθρωση Τουρισμού

Σε ό,τι αφορά τη χωρική οργάνωση της δραστηριότητας διακρίνονται αναπτυσσόμενες τουριστικά περιοχές και περιοχές με περιθώρια ανάπτυξης ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού:

² Περιφερειακό Χωροταξικό Πλαίσιο Περιφέρειας Ηπείρου,

[https://www.espa-](https://www.espa-epirus.gr/files/document/filename/01_perifereiako_xwrotaxio_plaisio_perifereias_ipeirou.pdf)

[epirus.gr/files/document/filename/01_perifereiako_xwrotaxio_plaisio_perifereias_ipeirou.pdf](https://www.espa-epirus.gr/files/document/filename/01_perifereiako_xwrotaxio_plaisio_perifereias_ipeirou.pdf)

Ιόνιο Παράκτιο Μέτωπο

Το Ιόνιο παράκτιο μέτωπο αποτελεί αναπτυσσόμενη τουριστικά περιοχή και διαθέτει προορισμό ενταγμένο στη διεθνή τουριστική αγορά (Πάργα). Στόχος είναι να αποφευχθεί η αναπαραγωγή ενός προτύπου μαζικής τουριστικής ανάπτυξης και να διαμορφωθεί μια ταυτότητα στηριγμένη στην ποικιλία των πόρων της Ηπείρου, τη διευκόλυνση της κινητικότητας των επισκεπτών, τη σύνδεση με την πρωτογενή παραγωγή και την εξατομικευμένη παροχή υπηρεσιών.

Πρωωθείται ο εμπλουτισμός του μαζικού - οργανωμένου τουρισμού αφενός μέσω της προστασίας και αναβάθμισης των πόρων που εντάσσονται χωρικά στο παράκτιο μέτωπο και, αφετέρου, της συστηματικής προώθησης τμήματος της τουριστικής ζήτησης στην ενδοχώρα.

Οι αρχαιολογικοί χώροι αποτελούν πόρους οι οποίοι μπορούν να ενταχθούν στο τουριστικό προϊόν του παρακτίου μετώπου και στην ταυτότητα του προορισμού. Ειδικά ο Αρχαιολογικός χώρος και το μουσείο της Νικόπολης μπορεί να λειτουργήσει ως κεντρική πολιτιστική υποδομή σε ένα δίκτυο πολιτιστικών διαδρομών σε περιφερειακή κλίμακα.

Τυχόν ζήτηση για χωροθέτηση οργανωμένων υποδοχέων τουριστικών δραστηριοτήτων ή συνθέτων τουριστικών καταλυμάτων, ή ΠΟΤΑ για μεν τη νότια ενότητα (ΠΕ Πρέβεζας - νότια της Λούτσας) προτείνεται να κατευθυνθεί σε θέσεις ανάντη του άξονα Πρέβεζας– Ηγουμενίτσας, για δε τη βόρεια (βόρεια της Πάργας), προτείνεται είτε ανάντη του άξονα σε όλο του το μήκος, είτε και κατάντη στην περιοχή μεταξύ Πάργας και Πλαταριάς.

Στις θέσεις όπου επιτρέπεται η χωροθέτηση μεγάλων τουριστικών επενδύσεων δεν αποκλείεται και η χωροθέτηση τυπικών μονάδων. Για τις περιοχές εκτός σχεδίου και εκτός ορίου οικισμών προτείνεται η χωροθέτηση μονάδων 4 ή 5 αστέρων, ενώ εντός σχεδίου και εντός ορίου οικισμών είναι αποδεκτές και μονάδες 3 αστέρων.

Τυχόν ζήτηση για μονάδες εξυπηρέτησης εναλλακτικών μορφών τουρισμού (αγροτουρισμός, ιαματικός, κ.λπ.) καλύπτεται σύμφωνα με τις γενικότερες διατάξεις της κείμενης νομοθεσίας.

Η ανάπτυξη υποδομών θαλάσσιου τουρισμού (yachting) κατά μήκος του Ιονίου παρακτίου μετώπου αποτελεί στοιχείο εμπλουτισμού και αναβάθμισης του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας. Προτείνεται η δημιουργία δύο αγκυροβολίων (ένα στην περιοχή Πέρδικας – Συβότων και ένα στην περιοχή της Λούτσας - Λυγιάς), μιας μαρίνας στην περιοχή της Ηγουμενίτσας, μιας στην περιοχή της Πάργας και μιας ακόμα στην Πρέβεζα.

Τα λιμάνια της Ηγουμενίτσας και της Πρέβεζας εντάσσονται στις υποδομές υποστήριξης του τουρισμού κρουαζιέρας, στο βαθμό που ολοκληρώνονται οι υποδομές και τα αντίστοιχα τοπικά πολυθεματικά τουριστικά δίκτυα της Περιφέρειας και της ευρύτερης περιοχής.

Τέλος, το Ιόνιο παράκτιο μέτωπο διαθέτει πόρους για την ανάπτυξη αλιευτικού και καταδυτικού τουρισμού. Προτείνεται δυνατότητα ίδρυσης θαλάσσιου πάρκου στην περιοχή Συβότων στο πλαίσιο προώθησης του καταδυτικού τουρισμού την ευρύτερη ζώνη Συβότων – Πλαταριάς.

Ορεινός χώρος - Πίνδος:

Τουρισμός υπαίθρου, αγροτουρισμός, ορειβατικός, φυσιολατρικός, αθλητικός, πολιτισμικός, εκπαιδευτικός: Ο ορεινός χώρος της Ηπείρου συνιστά ιδανικό πεδίο για τη συγκρότηση «τοπικών πολυθεματικών δικτύων». Βασικές επιδιώξεις: η χωρική διάχυση της τουριστικής δραστηριότητας, η ανάδειξη και προστασία των πόρων και ο θεματικός εμπλουτισμός του τουριστικού προϊόντος.

Ο βασικός πόλος του δικτύου και κύριος οικισμός υποστήριξης είναι η πόλη των Ιωαννίνων. Με κέντρο τα Ιωάννινα αναπτύσσονται δύο διακριτοί κλάδοι: Ο βόρειος (Πωγώνι, Ζαγόρι, Μέτσοβο, Μαστοροχώρια, Κόνιτσα) και ο νότιος (Τζουμέρκα, Σούλι, Ζάλογκο).

Η τουριστική ισχυροποίηση του Ζαγορίου αλλά και των λοιπών οικισμών του ορεινού χώρου που παρουσιάζουν τουριστική κίνηση πρέπει να στηριχθεί στην ανάδειξη της αυθεντικότητας των πόρων, των προσφερόμενων υπηρεσιών και των εμπειριών των επισκεπτών. Η επέκταση του δικτύου βορειότερα προς το Πωγώνι και τα Μαστοροχώρια συναρτάται από την ανάπτυξη ολοκληρωμένου και αυθεντικού προτύπου αναζωογόνησης των οικισμών. Η Κόνιτσα, θα πρέπει να αναδειχθεί σε πόλο υποστήριξης της τουριστικής δραστηριότητας στο χώρο της Βόρειας Πίνδου.

Το Μέτσοβο αποτελεί πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης για όλους τους ορεινούς οικισμούς της Ηπείρου. Το ορεινό οδικό δίκτυο είναι επαρκές για την ανάπτυξη ήπιων τουριστικών δράσεων, χρήζει όμως συστηματικότερης συντήρησης.

Σε ό,τι αφορά το είδος των τουριστικών μονάδων που είναι επιθυμητές για μεν τα καταλύματα η χωροθέτησή τους είναι επιθυμητή εντός των υφισταμένων οικισμών, ενώ μονάδες εστίασης και αναψυχής είναι αποδεκτό να χωροθετούνται και εκτός σχεδίου σύμφωνα με τις κείμενες διατάξεις.

Σε περίπτωση καταλυμάτων ειδικού θεματικού ενδιαφέροντος με ισχυρή χωρική εξάρτηση από συγκεκριμένους πόρους (ιαματικά λουτρά, αγροτουριστικές μονάδες, χιονοδρομικά κέντρα, κλπ.) είναι αποδεκτή η χωροθέτησή τους σε κοντά στους πόρους που αξιοποιούν, υπό την προϋπόθεση ότι η συγκεκριμένη χωροθέτηση δεν απαγορεύεται από άλλα καθεστώτα προστασίας ή ειδικότερες για την περιοχή διατάξεις.

Σύνθετα τουριστικά καταλύματα και επενδύσεις στρατηγικού χαρακτήρα μπορούν να αναπτυχθούν εντός εγκαταλελειμμένων ή φθινόντων οικισμών του ορεινού χώρου.

Μικροί αγροτουριστικοί ξενώνες, είναι δυνατόν να χωροθετούνται εκτός οικισμών υπό την προϋπόθεση της ουσιαστικής αγροτουριστικής τους λειτουργίας (πρωτογενής παραγωγή με δυνατότητες βιωματικής – εμπειρικής αξιοποίησης από επισκέπτες).

Πεδινή και ημιορεινή ενδοχώρα:

Η ποιότητα και η πυκνότητα των τουριστικών πόρων που διαθέτει, επιτρέπει τη διαμόρφωση διαδρόμων σύνδεσης του παρακτίου μετώπου με την Πίνδο. Στόχος του ΠΧΠ, Η σύνδεση των επιμέρους κόμβων, σε μια λογική διευκόλυνσης της κινητικότητας των επισκεπτών από την ακτή στον ορεινό χώρο.

Οι αγροτουριστικές δράσεις και υποδομές είναι επιθυμητές στην περιοχή, διότι πολλοί από τους οικισμούς της διατηρούν πραγματικό πληθυσμό και πραγματική αγροτική δραστηριότητα, γεγονός που διευκολύνει την ολοκληρωμένη ένταξη του επισκέπτη στην ζωή της υπαίθρου.

Η χωροθέτηση τουριστικών μονάδων στην περιοχή διέπεται από τις γενικότερες διατάξεις της κείμενης νομοθεσίας και τους τυχόν περιορισμούς που τίθενται για τις προστατευόμενες περιοχές. Ειδικά στην αρδευόμενη γεωργική γη, δεν είναι επιθυμητή η χωροθέτηση τουριστικών μονάδων (καταλυμάτων). Μικροί αγροτουριστικοί ξενώνες και υποδομές εστίασης και αναψυχής που συνδέονται με την τοπική πρωτογενή παραγωγή δεν αποκλείονται από τις περιοχές αυτές.

Σε ό,τι αφορά στους όρους της σημειακής χωροθέτησης τουριστικών καταλυμάτων σε εκτός σχεδίου και εκτός ορίων οικισμών περιοχές, δίδονται οι εξής κατευθύνσεις:

- αναπτυσσόμενες τουριστικά περιοχές: αύξηση της ελάχιστης απαιτούμενης επιφάνειας γηπέδου σε δέκα (10) στρέμματα και θέσπιση μέγιστης πυκνότητας 8 και 9 κλινών/στρέμμα για ξενοδοχεία 5 και 4 αστέρων, αντιστοίχως. Υιοθέτηση της κατεύθυνσης αυτής και στην περίπτωση επέκτασης υφιστάμενου καταλύματος, πλην της περίπτωσης τυχόν συμπλήρωσης αυτού με ειδικές τουριστικές υποδομές εκτός αν αυτό αποκλείεται από ειδικές διατάξεις.
- περιοχές με περιθώρια ανάπτυξης ειδικού και εναλλακτικού τουρισμού: αύξηση της ελάχιστης απαιτούμενης επιφάνειας γηπέδου σε δεκαπέντε (15) στρέμματα και θέσπιση μέγιστης πυκνότητας 8, 9 και 10 κλινών/ στρέμμα για ξενοδοχεία 5, 4 και 3 αστέρων, αντιστοίχως. Υιοθέτηση της κατεύθυνσης αυτής και στην περίπτωση επέκτασης υφιστάμενου καταλύματος, πλην της περίπτωσης τυχόν συμπλήρωσης αυτού με ειδικές τουριστικές υποδομές εκτός αν αυτό αποκλείεται από ειδικές διατάξεις.

Αστικός τουρισμός:

Τα Ιωάννινα μπορούν να αποτελέσουν αυτοτελή προορισμό αστικού, συνεδριακού, εκπαιδευτικού και ιατρικού τουρισμού, αξιοποιώντας τους πόρους που διαθέτουν και τις δημόσιες υποδομές υγείας, εκπαίδευσης και έρευνας.

Ιαματικός τουρισμός:

Ειδικά σε σχέση με τους διατιθέμενους πόρους που σχετίζονται με τον ιαματικό τουρισμό στην Ήπειρο δίδεται η κατεύθυνση της διερεύνησης των θεραπευτικών ιδιοτήτων, της πιστοποίησής τους, καθώς και της αξιοποίησής τους, με ενίσχυση του εξοπλισμού και της στελέχωσής τους. Η ένταξη του συγκεκριμένου στοιχείου στο τουριστικό προϊόν της Ηπείρου απαιτείται να γίνει με τους όρους που επιβάλλει ο διεθνής ανταγωνισμός.

Παραθεριστική κατοικία:

Στόχο προτεραιότητας αποτελεί η αξιοποίηση του οικιστικού κεφαλαίου των εγκαταλελειμμένων ή φθινόντων ορεινών οικισμών για την κατά προτεραιότητα κάλυψη της ζήτησης για παραθεριστική κατοικία. Δίδεται η κατεύθυνση προς τον υποκείμενο σχεδιασμό για περιορισμό των οικιστικών αναπτύξεων στον παράκτιο χώρο.

2. ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Με βάση το Επιχειρησιακό Σχέδιο της Περιφέρειας Ηπείρου 2021-2027, τη Στρατηγική Μελέτη Περιβαλλοντικών Επιπτώσεων (ΣΜΠΕ) του ΕΠ ΗΠΕΙΡΟΣ 2021-2027, & την Εθνική Στρατηγική Έξυπνης Εξειδίκευσης, και λαμβάνοντας υπόψη και τα στοιχεία της INSETE & του Αναθεωρημένου Χωροταξικού της Περιφέρειας Ηπείρου, η περιφερειακή αναπτυξιακή στρατηγική στον τομέα του Τουρισμού, περιλαμβάνει (μεταξύ άλλων):

- Ενίσχυση του ρόλου του πολιτισμού και του βιώσιμου τουρισμού στην οικονομική ανάπτυξη, την κοινωνική ένταξη και την κοινωνική καινοτομία
- Ενίσχυση του ολοκληρωμένου και χωρίς αποκλεισμούς πολιτισμού, της φυσικής κληρονομιάς και του βιώσιμου τουρισμού σε περιοχές πλην των αστικών
- Αναβάθμιση/δημιουργία υποδομών τουρισμού & πολιτισμού για την ενίσχυση της κοινωνικής συνοχής

Όλα τα ανωτέρω επιδρούν στην ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας και επηρεάζουν τον επιθυμητό στόχο της αύξησης των διανυκτερεύσεων των επισκεπτών στην Περιφέρεια (όχι μόνο απλώς των αφίξεων) και την άμβλυνση της εποχικότητας.

2.1 ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΟΙ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ

Οι γενικότεροι αναπτυξιακοί στόχοι της Περιφέρειας που σχετίζονται με τον τουρισμό είναι:

- Αναβάθμιση της ποιότητας της τουριστικής δραστηριότητας και ο εκσυγχρονισμός των προσφερόμενων υπηρεσιών
- Η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου
- Η αποτελεσματικότερη αξιοποίηση των τουριστικών πόρων και η διάχυση της τουριστικής κατανάλωσης
- Με βάση τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά & πλεονεκτήματα κάθε περιοχής, η διαφοροποίηση των τοπικών οικονομιών στο τουριστικό και πολιτιστικό τους προϊόν
- Η αξιοποίηση του πολιτιστικού αποθέματος αλλά και του φυσικού περιβάλλοντος της Ηπείρου για την τουριστική ανάπτυξη, την στήριξη της τοπική οικονομίας και την ενίσχυση του κοινωνικού ιστού.
- Σύνδεση του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας με τον εναλλακτικό τουρισμό
- Ανάπτυξη των θεματικών μορφών τουρισμού

Με βάση αυτούς τους αναπτυξιακούς στόχους, προωθείται και η ανάδειξη των τουριστικών χαρακτηριστικών, έτσι ώστε αφενός να ικανοποιούνται οι στόχοι και αφετέρου να υλοποιούνται ενέργειες με μετρήσιμη και ουσιαστική αποδοτικότητα στην Περιφέρεια.

Τέλος, κυρίαρχο ρόλο στις ενέργειες προώθησης και ανάδειξης έχει και η ανάπτυξη καινοτόμων δράσεων και η χρησιμοποίηση νέων τεχνολογιών του διαδικτύου, ώστε να δοθεί έμφαση στη δικτύωση μεταξύ Δημόσιων φορέων και οργανισμών εσωτερικού και εξωτερικού που

εμπλέκονται στην τουριστική προβολή της Περιφέρειας, για τη μεγαλύτερη διάχυση της πληροφορίας και την αποτελεσματικότερη προβολή του τουριστικού προϊόντος.

2.2 SWOT ΑΝΑΛΥΣΗ

Συνοπτικά τα κύρια σημεία της «SWOT ανάλυσης» της τουριστικής οικονομίας της Περιφέρειας Ηπείρου είναι:

<u>ΔΥΝΑΜΕΙΣ</u>	<u>ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ</u>
• Κομβική γεωγραφική τοποθεσία, με εγγύτητα στην Περιφέρεια Ιονίων Νήσων • Εγνατία & Ιόνια Οδός, οδική σύνδεση με Βόρεια, Κεντρική & Νότια Ελλάδα • Λιμάνι Ηγουμενίτσας, Λιμένας διεθνούς ενδιαφέροντος (TEN-T) • Σύγχρονες μαρίνες • Υποδομές διαχείρισης αστικών στερεών απορριμμάτων • Υψηλής ποιότητας υποδομές αποχετεύσεων & βιολογικού καθαρισμού (άνω του 80% πληθυσμιακή κάλυψη) • Υγειονομικές υποδομές • Πλούσιοι φυσικοί & περιβαλλοντικοί πόροι για ενίσχυση θεματικών μορφών τουρισμού (αγροτουρισμός, οικοτουρισμός κ.α) • Ποικιλία στη Γεωμορφολογία που καλύπτει όλες τις κατηγορίες τουριστικών δραστηριοτήτων • Ύπαρξη «αναγνωρίσιμων» τουριστικών προορισμών, όπως τα Ιωάννινα (κόμβος εθνικής σημασίας) για Cite Break τουρισμό • Μεγάλο απόθεμα πολιτιστικών, ιστορικών, θρησκευτικών και αρχαιολογικών πόρων (παράδειγμα	• Ανεπαρκής αναγνωρισιμότητα ως τουριστικός προορισμός (brand) • Αναξιοποίητοι τουριστικοί πόροι • Μειωμένη διάχυση τουριστικών υποδομών και εγκαταστάσεων • Μειωμένη διάχυση τουριστικών ροών από κύριους (π.χ. Πάργα) σε δευτερεύοντες τουριστικούς προορισμούς • Ελλείψεις σε δευτερογενής οδικές υποδομές • Σοβαρές ανισότητες τουριστικής έντασης μεταξύ υπο-περιοχών της Περιφέρειας, και φαινόμενα εξάρτηση από παραθαλάσσιο τουρισμό μεσαίας ποιότητας • Περιορισμένη η αεροπορική σύνδεση με τα Ιωάννινα • Μειωμένη κατάρτιση & επιμόρφωση εργαζομένων στον τομέα του τουρισμού

Πολιτιστική Διαδρομή Αρχαίων Θεάτρων της Ηπείρου) Υφιστάμενος Υψηλός γενικός δείκτης ικανοποίησης των επισκεπτών για τα ξενοδοχεία της Ηπείρου	
<u>ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ</u> - Αναβάθμιση οδικής σύνδεσης με Αλβανία - Δυνατότητες ανάπτυξης αεροπορικών συνδέσεων αεροδρομίων Ιωαννίνων και Ακτίου - Αναβάθμιση λιμένα Ηγουμενίτσας (με δυνατότητα ελλιμενισμού κρουαζιερόπλοιων & σύνδεση με την αγορά κρουαζιέρας των Ιόνιων Νήσων) - Αναπτυσσόμενη ευκολία προσέγγισης από Βαλκανικές χώρες λόγω των εθνικών οδικών αξόνων - Δυνατότητες τουρισμού 4 εποχών με έμφαση στον ορεινό & τον αστικό τουρισμό - Διαθεσιμότητα ανάπτυξης – ανάδειξης τουριστικών πόρων - Ανάπτυξη ορισμένων ειδικών μορφών τουρισμού στην πεδινή & ημιορεινή ενδοχώρα (ΠΕ Άρτας & Ιωαννίνων)- με έμφαση στον εναλλακτικό τουρισμό - Δυνατότητα αξιοποίησης οργανωμένου τουρισμού στον παράκτιο άξονα του Ιονίου - Αξιοποίηση του πολιτιστικού κεφαλαίου της περιοχής με την έμφαση του θεματικού τουρισμού & πολιτιστικών διαδρομών	<u>ΑΠΕΙΛΕΣ</u> - Πληθυσμιακή μείωση στην περιοχή - Περιορισμός εσωτερικής τουριστικής ζήτησης λόγω οικονομικής δυσχέρειας - Η μικρή δυναμικότητα των τουριστικών καταλυμάτων - Καθυστέρηση υλοποίησης έργων (αναβάθμιση πυλών εισόδου & συνοριακών σταθμών) - Ανάδειξη ανταγωνιστικών τουριστικών περιοχών σε γειτονικές χώρες - Οι επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής (μείωση περιόδου χιονιού, ακραία καιρικά φαινόμενα κ.λ.π.)

• Πλούσιο υπόβαθρο για τουρισμό θεματικών μορφών (π.χ τουρισμός περιπέτειας) • Ανερχόμενη τάση για τον ιαματικό τουρισμό & γενικότερα του Τουρισμού Ευεξίας	
--	--

2.3 ΓΕΝΙΚΕΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΑΝΑ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΑΞΟΝΑ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ

Με βάση τους προαναφερθέντες στόχους οι στρατηγικοί άξονες του προγράμματος τουριστικής προβολής της περιφέρειας Ηπείρου είναι οι ακόλουθοι :

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΙ ΑΞΟΝΕΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ 2026-2029

1	Ολοκληρωμένη προβολή – προώθηση της Ηπείρου ως ενιαίου τουριστικού προορισμού
2	Προβολή δραστηριοτήτων και τουριστικών πόρων για τις 4 εποχές – 12 μήνες τον χρόνο
3	Διατήρηση των υφιστάμενων τουριστικών αγορών και υποστήριξη της προσέγγισης των αναπτυσσόμενων αγορών
4	Ανάδειξη των δραστηριοτήτων των ειδικών – εναλλακτικών μορφών τουρισμού σε συνδυασμό με τις επί μέρους περιοχές της Περιφέρειας όπου αυτές αναπτύσσονται
5	Αξιοποίηση όλων των δυνατοτήτων προσβασιμότητας επισκεπτών στην Περιφέρεια Ηπείρου, αεροπορικής, ακτοπλοϊκής, οδικής
6	Αξιοποίηση του χαρακτηριστικού δικτύου των πέντε αρχαίων θεάτρων ως πόλων έλξης – κεντρικών σημείων – διαδρομών τουριστικής περιήγησης και γνωριμίας της Περιφέρειας
7	Ανάδειξη των αγροδιατροφικών προϊόντων της τοπικής παραγωγής ως αναπόσπαστων στοιχείων του τουριστικού προϊόντος
8	Αξιοποίηση των πλεονεκτημάτων του διαδικτύου και των κοινωνικών μέσων για την ανάδειξη της τουριστικής ταυτότητας και την διατήρηση θετικής τουριστικής εικόνας σε υφιστάμενους και δυνητικούς επισκέπτες

Οι επί μέρους κατευθύνσεις ανά στρατηγικό άξονα είναι οι ακόλουθες :

Ως προς την προώθηση της Ηπείρου ως ενιαίου τουριστικού προορισμού:

- Ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας σε υφιστάμενες και νέες αγορές με διάφορες δράσεις, όπως εκθέσεις & επισκέψεις εξοικείωσης
- Ανάδειξη και ομαδοποίηση τουριστικών πόρων που διέρχονται από διάφορες Περιφερειακές Ενότητες, στους βασικούς άξονες της, 1. Ιωάννινα & ορεινός τουρισμός, 2. Ηπειρωτική Ακτή
- Συνδυασμός διαδρομών αρχαίων θεάτρων με άλλους τουριστικούς πόρους στις περιοχές τους,

Ως προς την προβολή δραστηριοτήτων και τουριστικών πόρων για τις 4 εποχές – 12 μήνες τον χρόνο:

- Δημοσιοποίηση της θετικής επίδρασης της «καλής μαρτυρίας» (word of mouth)
- Προβολή τουριστικών πόρων και περιοχών τους σε συνδυασμό με δραστηριότητες που ασκούνται σε διάφορες εποχές του έτους (και εκτός θερινής περιόδου), δηλαδή με έμφαση στους ορεινούς προορισμούς & τις δραστηριότητες του εναλλακτικού τουρισμού
- Ενίσχυση των θεματικών μορφών τουρισμού που δεν είναι καθαρά εποχιακές

Ως προς την διατήρηση των υφιστάμενων κύριων αγορών:

- Ισραήλ
- Ιταλία
- Σκανδιναβία
- Γερμανία
- Βρετανία
- Χώρες Βαλκανικού τόξου (εντάσσονται κυρίως στις δυνητικές αγορές) σε συνδυασμό με υφιστάμενη δραστηριότητα

Ως προς την οδική προσέγγιση δυνητικών (προσφερόμενων) τουριστικών αγορών:

- Αγορές γειτονικών χωρών (ενδεικτικώς: ΠΓΔΜ, Βουλγαρία, Αλβανία, Ρουμανία, Τουρκία, Σερβία)
- Εσωτερική (ημεδαπή) αγορά Αττικής και Πελοποννήσου (άξονας Ιονίας Οδού)
- Αγορά Βόρειας Ελλάδος (άξονας Εγνατίας Οδού) και Ανατολικής (Θεσσαλία, με την ολοκλήρωση του Ε65)

Ως προς την προβολή τουριστικών περιοχών της Περιφέρειας Ηπείρου:

- Υποστήριξη - διατήρηση των ήδη γνωστών περιοχών (ενδεικτικώς όπως Πάργα, Σύβοτα, Ιωάννινα)
- Ισορροπη ανάδειξη όλων των περιφερειακών ενοτήτων αναλόγως των τουριστικών χαρακτηριστικών τους

- Ανάδειξη των διαδρομών με εστίαση στα Αρχαία Θέατρα και τις περιοχές τους
- Ανάδειξη των επιχειρήσεων παραγωγής αγροδιατροφικών προϊόντων στις περιοχές όπου δραστηριοποιούνται

Ως προς τις διάφορες τουριστικές δραστηριότητες – ειδικές εναλλακτικές μορφές τουρισμού:

- Στήριξη του οργανωμένου τουρισμού «sea-sun-sand» στις «τουριστικά γνωστές περιοχές» (παράκτιες)
- Αξιοποίηση χαρακτηριστικών αξιοθέατων με συγκριτικά πλεονεκτήματα μοναδικότητας ή αναγνωσιμότητας (ενδεικτικώς: Λίμνη Ιωαννίνων, Νικόπολη, Αχέροντας, Άρτα, κλπ.)
- Υποστήριξη δραστηριοτήτων ειδικών ενδιαφερόντων που αναπτύσσονται ανά περιοχή με έμφαση στην υποστήριξη αυτών που υποβοηθούν την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου

Ως προς τα «αρχαία θέατρα» σημειώνεται ότι η Περιφέρεια Ηπείρου εμπλουτίζει και επεκτείνει τις δράσεις της ΟΧΕ της Προγραμματικής Περιόδου 2014-2020 σε διάφορα είδη θεματικού τουρισμού και την ανάδειξη νέων περιοχών πολιτιστικού και φυσικού κεφαλαίου της Περιφέρειας. Οι τρεις περιοχές στις οποίες επεκτείνεται η ΟΧΕ, με τίτλο «Διαδρομή στα Αρχαία Θέατρα, στη Φύση και στον Πολιτισμό στην Ήπειρο» στο πλαίσιο του Προγράμματος Ήπειρος 2021-2027, είναι αυτές της Βόρειας και Νότιας Πίνδου, καθώς και η περιοχή Σουλίου-Αχέροντα, οι οποίες χαρακτηρίζονται από κοινές προκλήσεις και προοπτικές ανάπτυξης

Με τις δράσεις των στρατηγικών ΟΧΕ επιδιώκεται η αξιοποίηση της γεωγραφικής θέσης και των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών της Ηπείρου (φυσικό περιβάλλον, πολιτιστική κληρονομιά και αξιόλογοι αρχαιολογικοί χώροι, παραγωγή αξιόλογων προϊόντων του φυτικού και ζωικού κεφαλαίου) για την οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική ανάπτυξη των περιοχών της. Μέσα από την εφαρμογή της ΟΧΕ με τίτλο «Διαδρομή στα Αρχαία Θέατρα, στη Φύση και στον Πολιτισμό στην Ήπειρο», η Περιφέρεια επιθυμεί να ενισχύσει την αναπτυξιακή δυναμική των περιοχών αυτών και επιδιώκει την επίτευξη των ακόλουθων στόχων:

- Παραγωγή προϊόντων ποιότητας
- Σύνδεση του πρωτογενούς τομέα με τον τουρισμό
- Στήριξη της κτηνοτροφίας και της παραγωγής αρωματικών φαρμακευτικών φυτών 4
- Προώθηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού και διαφοροποίηση από το μοντέλο του μαζικού τουρισμού
- Βελτίωση υποδομών.

2.4 ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΤΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ ΔΡΑΣΕΩΝ 2026-2029

Με βάση τα ανωτέρω οι κύριες Κατευθύνσεις Τουριστικής Προβολής του Σχεδίου Δράσεων 2026-2029 είναι οι ακόλουθες:

- 1. Επικοινωνιακή Εξωστρέφεια:** Άνοιγμα προς το ευρύ κοινό, τόσο στην Ελλάδα όσο και το εξωτερικό, με καίριες επικοινωνιακές παρεμβάσεις στο εξωτερικό, και με εντατικοποίηση της χρήσης ΜΜΕ Πανελλαδικής εμβέλειας.

2. **Ισχυρή σύνδεση Πολιτισμού & Εναλλακτικού τουρισμού με το τουριστικό προϊόν της Ηπείρου:** Ενιαία αντίληψη τουριστικής προβολής με στοιχεία πολιτισμού & εναλλακτικού τουρισμού. Στόχος η προώθηση της επικοινωνιακής δυναμικής που προκύπτει από τη συνέργεια των παραπάνω στοιχείων.
3. **Ενίσχυση της «τουριστικής ταυτότητας» & αναγνωρισιμότητας της Ηπείρου ως τουριστικού προορισμού τεσσάρων (4) εποχών:** Διάχυση στοιχείων αναγνωρισιμότητας, και συμπλήρωση, για τους ημεδαπούς και αλλοδαπούς, με άξονα την ανάδειξη των δυνατοτήτων της Ηπείρου ως προορισμού παραθεριστικών διακοπών – αναψυχής, αλλά και ως προορισμού εναλλακτικών – θεματικών μορφών τουρισμού.
4. **Ενίσχυση της διαθέσιμης πληροφόρησης σε ψηφιακά και μη κανάλια:** Διεύρυνση και εξειδίκευση της παρεχόμενης πληροφόρησης και «κατηγοριακής ταξινόμησης» για την διευκόλυνση των ενδιαφερομένων επισκεπτών σε ψηφιακά και φυσικά μέσα. (ιστότοπος, ψηφιακή εφαρμογή, διασύνδεση με φορείς πολιτισμού & τουριστικές επιχειρήσεις, δικτύωση αρχαίων θεάτρων κ.λ.π.)
5. **Διοργάνωση και προώθηση κατάλληλων εκδηλώσεων:** Σε συνδυασμό γενικού & θεματικού τουρισμού, για να αναδεικνύουν στοιχεία της πολιτιστικής ταυτότητας της Ηπείρου και να ενισχύουν την πολιτισμική επικοινωνία με κοινά στόχους, στην Ελλάδα και το εξωτερικό.
6. **Ενσωμάτωση στοιχείων παραδοσιακής γαστρονομίας:** Σύνδεση Τοπικών προϊόντων και τουριστικής προβολής, με την στοχευμένη ανάδειξη του γαστρονομικού πλούτου της Ηπείρου.
7. **Αξιοποίηση επικοινωνιακών ευκαιριών:** Εκμετάλλευση σημείων προβολής για την παροχή πληροφόρησης και στοιχείων αναγνωρισιμότητας.

2.5 ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΑ ΜΕΣΑ- ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ

Τα κυριότερα προτεινόμενα και περιγραφόμενα μέσα – τεχνικές τουριστικής προβολής είναι, ενδεικτικώς τα ακόλουθα τα οποία και συνιστούν τη ραχοκοκαλιά του προγράμματος τουριστικής προβολής της περιφέρειας Ηπείρου που θα υλοποιηθεί μέσω του παρόντος έργου:

- Υπηρεσίες σχεδιασμού-αποτίμησης, επικοινωνιακό toolkit & τουριστικοί δείκτες
- Συμμετοχή της Περιφέρειας σε Εκθέσεις – Οργάνωση B2B
- Ειδικές Προωθητικές εκδηλώσεις σε χώρες των Βαλκανίων
- Οργάνωση επισκέψεων εξοικείωσης (familiarization trips)
- Υπηρεσίες αναβάθμισης της διαδικτυακής πύλης (portal)
- Δημιουργία & Αναπαραγωγή προωθητικού υλικού
- Υπηρεσίες Δημοσιότητας
- Υπηρεσίες προβολής μέσω ψηφιακών συστημάτων και αξιοποίησης μέσων κοινωνικής δικτύωσης
- Δράσεις προώθησης Αγροδιατροφικών προϊόντων

2.6 ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΕΣ ΣΥΝΕΡΓΕΙΕΣ-ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ

Για την καλή και αποτελεσματική υλοποίηση του Έργου, πέραν των κατευθύνσεων που θα λαμβάνει από τα αρμόδια όργανα της Αναθέτουσας Αρχής, ο Ανάδοχος καλείται να λάβει υπόψιν του κατά το σχεδιασμό και την υλοποίηση των δράσεων μια σειρά στοιχείων και δεδομένων όπως ενδεικτικά:

- τα αποτελέσματα από την υλοποίηση του προγράμματος τουριστικής προβολής της προηγούμενης περιόδου
- το υφιστάμενο προωθητικό υλικό στην κατεύθυνση της βέλτιστης – μέγιστης δυνατής αξιοποίησής του ώστε να αποφευχθεί η δημιουργία νέου υλικού στο βαθμό που αυτό δεν είναι απαραίτητο, και να γίνει έτσι εξοικονόμηση πόρων
- τις υφιστάμενες ή/και σχεδιαζόμενες ενέργειες και δράσεις τουριστικής προβολής με πεδίο εφαρμογής την περιφέρεια Ηπείρου, όπως ενδεικτικά:
 - Το στρατηγικό σχεδιασμό και το τρέχον διαφημιστικό πρόγραμμα του Υπουργείου Τουρισμού και του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (ΕΟΤ)
 - Το εξαμηνιαίο πρόγραμμα συμμετοχής Διεθνών Εκθέσεων του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (ΕΟΤ)
 - Το σχέδιο ανάπτυξης και υλοποίησης στρατηγικής επικοινωνίας για την πολιτιστική διαδρομή των αρχαίων θεάτρων (Σωματείο Διάζωμα καθώς και προγράμματα τουριστικής προβολής των επί μέρους Δήμων
- Το σύνολο των αναπτυξιακών δράσεων με πεδίο εφαρμογής την περιφέρεια που επηρεάζουν την προσφορά αλλά και τη ζήτηση του τουριστικού προϊόντος της περιφέρειας (πχ πολιτιστική ΟΧΕ Περιφέρειας Ηπείρου κλπ)
- Μεταβολές που δύναται να επέλθουν στο θεσμικό πλαίσιο / υλοποίησης αναπτυξιακών δράσεων εθνικής εμβέλειας που επηρεάζουν την προσφορά αλλά και τη ζήτηση του τουριστικού προϊόντος της Ηπείρου (πχ νέο θεσμικό πλαίσιο αδειοδότησης επιχειρήσεων ειδικών θεματικών μορφών τουρισμού / ολοκλήρωση της Ιονίας οδού κλπ.)
- Τις διεθνείς τάσεις που επηρεάζουν τη ζήτηση του τουριστικού προϊόντος της Ηπείρου
- Την εξέλιξη των ψηφιακών τεχνολογιών και τις δυνατότητες αξιοποίησης που προσφέρουν ως τεχνικές - εργαλεία τουριστικής προώθησης και προβολής (digital marketing) χαμηλού κόστους
- Διεθνείς καλές πρακτικές από δράσεις προώθησης και τουριστικής προβολής περιοχών με ανάλογα χαρακτηριστικά σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες ή και εκτός Ευρώπης
- Καλές πρακτικές από την υλοποίηση παρόμοιων έργων τουριστικής προβολής σε περιφερειακό επίπεδο στην Ελλάδα – αξιοποίηση του δικτύου διαπεριφερειακής συνεργασίας σε θέματα τουρισμού

Τέλος, σημειώνεται ότι κάθε επικοινωνιακή δράση που θα σχεδιάζει και υλοποιεί ο Ανάδοχος υπόκειται στους περιορισμούς που επιβάλλει ο επικοινωνιακός οδηγός του ΠΕΠ Ηπείρου 2021

– 2027 και του ΕΣΠΑ 2021 – 2027 καθώς και το σχετικό εθνικό θεσμικό πλαίσιο (Π.Δ. 261/97) όπως εκάστοτε ισχύει.

3. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ-ΠΑΡΑΔΟΤΕΑ

Στη συνέχεια του κειμένου παρουσιάζονται αναλυτικά οι υπηρεσίες που καλείται να παρέχει ο Ανάδοχος στο πλαίσιο της Σύμβασης- Πλαίσιο του υποέργου με τίτλο: ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΗΠΕΙΡΟΥ 2026-2029 και των επί μέρους εκτελεστικών συμβάσεων που θα συναφθούν στο πλαίσιο της Σύμβασης-Πλαίσιο και για το σκοπό αυτό με βάση τους όρους της παρούσας προκήρυξης.

Οι υπηρεσίες του Αναδόχου αφορούν τόσο στο σχεδιασμό και στην υλοποίηση των προωθητικών ενεργειών του προγράμματος τουριστικής προβολής, όσο και σε υπηρεσίες στρατηγικού σχεδιασμού και αποτίμησης των προωθητικών ενεργειών, των οποίων η σημασία είναι καθοριστική τόσο στη διασφάλιση του βέλτιστου δυνατού σχεδιασμού – αποτελεσματικής στόχευσης των δράσεων με βάση και το διαθέσιμο προϋπολογισμό, όσο και στη διασφάλιση της συνεχούς προσαρμογής του προγράμματος στις εκάστοτε διαμορφούμενες συνθήκες αγοράς και ανταγωνισμού.

Η περιγραφή που ακολουθεί περιλαμβάνει αναλυτική παρουσίαση των υπηρεσιών του Αναδόχου, των παραδοτέων κάθε υπηρεσίας καθώς και του χρονικού προγραμματισμού τους (όπου αυτός είναι γνωστός) με βάση το βασικό (μη δεσμευτικό) σενάριο που έχει αναπτύξει η Αναθέτουσα Αρχή σχετικά με τα ειδικά χαρακτηριστικά έκαστης δράσης και το πλήθος των επιμέρους ενεργειών ανά κατηγορία δράσεων που αναμένεται να κληθεί υλοποιήσει ο Ανάδοχος.

Τα ανωτέρω στοιχεία θα εξειδικευθούν με δεσμευτικό χαρακτήρα στην εκάστοτε οικεία εκτελεστική σύμβαση με βάση τα προβλεπόμενα στην παρούσα προκήρυξη.

3.1 ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ-ΑΠΟΤΙΜΗΣΗΣ, ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟ TOOLKIT & ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ

3.1.1 ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ - ΑΠΟΤΙΜΗΣΗΣ

3.1.1.1 ΕΤΗΣΙΟΣ ΑΝΑΛΥΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΤΩΝ 2026-2029

Η εν λόγω υπηρεσία αφορά την εξειδίκευση ενός κοστολογημένου ετήσιου αναλυτικού σχεδιασμού προβολής της Περιφέρειας Ηπείρου για την περίοδο 2026 – 2029 το οποίο θα περιλαμβάνει κατ' ελάχιστον τα ακόλουθα:

1. Κριτική αποτίμηση των αποτελεσμάτων του προγράμματος τουριστικής προβολής της περιόδου 2019 – 2025 (Διατύπωση τεκμηριωμένης πρότασης για τον αναλυτικό σχεδιασμό των δράσεων προβολής της Περιφέρειας Ηπείρου ανά έτος με επισήμανση των δράσεων του προγράμματος 2019 – 2025 που κρίνεται σκόπιμο να συνεχιστούν – επαναληφθούν, καθώς και τυχόν αναγκαίων προσαρμογών τους)
2. Ετήσια παρουσίαση των δράσεων τουριστικής προβολής που προγραμματίζεται να υλοποιηθούν παράλληλα από τρίτους (πχ ΕΟΤ) ανά έτος και έχουν πεδίο εφαρμογής μεταξύ άλλων και την Περιφέρεια Ηπείρου
3. Ετήσιος αναλυτικός σχεδιασμός των τουριστικών δράσεων με σύνδεση του με τις αγορές τουριστών – στόχους. Για κάθε ένα από τους στόχους του προγράμματος θα περιγραφούν ενδεικτικά τα ακόλουθα:
 - Περιγραφή του κατάλληλου μίγματος κατηγοριών προωθητικών ενεργειών που θα πρέπει να υλοποιηθούν ώστε να επιτευχθεί καθένας από τους στόχους του προγράμματος, με εκτίμηση συνολικού προϋπολογισμού που θα πρέπει να διατεθεί και ανάλυσή του κατά κατηγορία προωθητικών ενεργειών και με τεκμηρίωση της σχετικής πρότασης. Ενδεικτικά οι κατηγορίες αυτές περιλαμβάνουν:
 - Οργάνωση της συμμετοχής της Περιφέρειας σε εκθέσεις – οργάνωση B2B
 - Ειδικές Προωθητικές εκδηλώσεις σε Βαλκανικές χώρες
 - Οργάνωση επισκέψεων εξοικείωσης (familiarization trips)
 - Υπηρεσίες αναβάθμισης της διαδικτυακής πύλης (portal)
 - Δημιουργία & Αναπαραγωγή προωθητικού υλικού
 - Υπηρεσίες Δημοσιότητας
 - Υπηρεσίες προβολής μέσω ψηφιακών συστημάτων
 - Δράσεις προώθησης Αγροδιατροφικών προϊόντων

Αντίστοιχα θα πρέπει να περιγραφούν οι οριζόντιες δράσεις υποστήριξης όπως :

- Ανάλυση κάθε κατηγορίας προωθητικών δράσεων σε συγκεκριμένες ενέργειες προώθησης, για καθεμία από τις οποίες θα προσδιορίζονται κατ' ελάχιστον τα ακόλουθα στοιχεία:

- Στόχευση – Αναμενόμενα αποτελέσματα
- Αναλυτική περιγραφή του αντικειμένου της και των σχετικών εργασιών του Αναδόχου
- Χρονικό προγραμματισμό της υλοποίησής της
- Κοστολόγηση, με βάση τα στοιχεία κόστους και τις μοναδιαίες συμβατικές τιμές του Αναδόχου
- Σχετική τεκμηρίωση της σκοπιμότητας – καταλληλότητας της πρότασης του Αναδόχου

Σημειώνεται ότι τα ανωτέρω θα περιγραφούν σε ετήσια βάση στην αρχή κάθε έτους για το χρονικό διάστημα 2026-2029.

ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ

Το ανωτέρω παραδοτέο θα πρέπει να παραδοθεί εντός 3 μηνών από τη σύναψη της οικείας εκτελεστικής σύμβασης.

ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ ΜΕ ΑΛΛΑ ΠΑΡΑΔΟΤΕΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ

3.1.3.1 ΑΠΟΤΥΠΩΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΔΕΙΚΤΩΝ & ΤΑΣΕΩΝ ΤΕΛΕΥΤΑΙΑΣ ΤΕΤΡΑΕΤΙΑΣ (ΧΡΟΝΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟ 2022-2025)

ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΡΩΘΗΤΙΚΩΝ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ	ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΔΑΠΑΝΗΣ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΜΟΝΑΔΑΣ	ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔΑΣ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ (ΒΑΣΙΚΟ ΣΕΝΑΡΙΟ)	ΤΕΛΙΚΗ ΤΙΜΗ ΧΩΡΙΣ ΦΠΑ	ΤΕΛΙΚΗ ΤΙΜΗ ΜΕ ΦΠΑ	ΣΧΟΛΙΑ
ΕΤΗΣΙΟΣ ΑΝΑΛΥΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΤΩΝ 2026-2029	ΑΜΟΙΒΗ	ΕΚΘΕΣΗ	3,000.00	4	12,000.00	14.440.00	ΑΜΟΙΒΗ ΑΝΑΔΟΧΟΥ ΑΠΑΞ

3.1.1.2 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ ΑΠΟΤΙΜΗΣΗΣ ΠΡΩΘΗΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ

Οι υπηρεσίες του Αναδόχου αφορούν στο σχεδιασμό συστήματος αποτίμηση προωθητικών δράσεων, το οποίο ενδεικτικά περιλαμβάνει τα ακόλουθα:

- Δείκτες εκροών και αποτελεσμάτων κάθε προωθητικής ενέργειας. Ως ενδεικτικοί δείκτες εκροών αναφέρονται:

- Ως προς την συμμετοχή σε Εκθέσεις & λοιπές δράσεις: τα διανεμηθέντα έντυπα, ο αριθμός και η ιδιότητα των εκπροσώπων ΜΜΕ, προσέλευση επισκεπτών στο περίπτερο, αριθμός Β2Β συναντήσεων κ.λ.π.
- Ως προς τις Επισκέψεις Εξοικείωσης: ο αριθμός και ιδιότητες των συμμετεχόντων (ερωτηματολόγια ικανοποίησης υπηρεσιών & προορισμού), ο αριθμός και είδος των πραγματοποιηθεισών παρουσιάσεων, άρθρων, σχολιασμών, κ.λ.π. των συμμετεχόντων κ.λ.π.
- Ως προς τις διαδικτυακές δράσεις: ο αριθμός των επισκεπτών στην τουριστική ιστοσελίδα της Περιφέρειας Ηπείρου, ο αριθμός των αναρτήσεων σχολίων, καθώς και υπόλοιπα στοιχεία που παρέχονται στα διαδικτυακά εργαλεία (π.χ. αριθμός «φίλων» (friends), αριθμός «μου αρέσει» (likes), κ.α.) κ.λ.π.
- Ως προς τις άλλες δράσεις ή εκδηλώσεις: αντίστοιχα στοιχεία ένδειξης της αναγνωρισιμότητας και του εκδηλωθέντος ενδιαφέροντος

ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ

Το ανωτέρω παραδοτέο θα πρέπει να παραδοθεί εντός 3,5 μηνών από τη σύναψη της οικείας εκτελεστικής σύμβασης.

ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ ΜΕ ΑΛΛΑ ΠΑΡΑΔΟΤΕΑ

3.1.1.1 ΕΤΗΣΙΟΣ ΑΝΑΛΥΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΤΩΝ 2026-2029

3.1.3.1 ΑΠΟΤΥΠΩΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΔΕΙΚΤΩΝ & ΤΑΣΕΩΝ ΤΕΛΕΥΤΑΙΑΣ ΤΕΤΡΑΕΤΙΑΣ (ΧΡΟΝΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟ 2022-2025)

ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΩΝ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ	ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΔΑΠΑΝΗΣ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΜΟΝΑΔΑΣ	ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔΑΣ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ (ΒΑΣΙΚΟ ΣΕΝΑΡΙΟ)	ΤΕΛΙΚΗ ΤΙΜΗ ΧΩΡΙΣ ΦΠΑ	ΤΕΛΙΚΗ ΤΙΜΗ ΜΕ ΦΠΑ	ΣΧΟΛΙΑ
ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ ΑΠΟΤΙΜΗΣΗΣ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ	ΑΜΟΙΒΗ	ΕΚΘΕΣΗ	2,000.00	1	2,000.00	2,480.00	ΑΜΟΙΒΗ ΑΝΑΔΟΧΟΥ ΑΠΑΞ

3.1.1.3 ΕΤΗΣΙΑ ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ

Η υπηρεσία αυτή αφορά στην εκπόνηση ετήσιας έκθεσης αποτίμησης του προγράμματος τουριστικής προβολής. Η έκθεση περιλαμβάνει κατ' ελάχιστον τα ακόλουθα:

- Παρουσίαση των προωθητικών δράσεων που έλαβαν χώρα και εκτίμηση της αποτελεσματικότητάς τους στην επίτευξη των στόχων που είχαν τεθεί στο πρόγραμμα προβολής
- Επισήμανση προβλημάτων που εντοπίστηκαν και των τρόπων αντιμετώπισής τους

- Οι υπηρεσίες του Αναδόχου αφορούν στη μέτρηση σε ετήσια βάση αποτίμησης των προωθητικών δράσεων με βάση το σύστημα αποτίμησης που περιγράφεται στην ενότητα 3.1.3.
- Σύνταξη συμπερασμάτων και προτάσεων σχετικά με την προσαρμογή (εφ' όσον απαιτείται) της επόμενης αναθεωρημένης διετούς στόχευσης τουριστικής προβολής.
- Στο πλαίσιο των ανωτέρω υπηρεσιών ο Ανάδοχος θα συντάξει σχετική ετήσια έκθεση αποτίμησης προωθητικών δράσεων.
- Ο Ανάδοχος αναμένεται να εκπονήσει ενδεικτικά 2 Εκθέσεις Αποτίμησης Προωθητικών Δράσεων ανά έτος. Καθεμία από τις Εκθέσεις αυτές θα πρέπει να παραδοθεί εντός ενός μηνός από τη λήξη της περιόδου μέτρησης, όπως αυτή θα ορίζεται στις οικείες εκτελεστικές συμβάσεις.
- Επιπλέον το τελευταίο έτος (2029) θα εκπονηθεί η τελευταία έκθεση αποτίμησης στην οποία θα περιλαμβάνεται μια συνολική αποτίμηση της υλοποίησης του προγράμματος τουριστικής προβολής.

ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ

Το ανωτέρω παραδοτέο θα υποβάλλεται εντός ενός μήνα από την ολοκλήρωση της υλοποίησης των επί μέρους προωθητικών δράσεων του έτους. Θα πρέπει πάντα να έπεται της ετήσιας έκθεσης τουριστικών δεικτών & τάσεων, ώστε να συμπεριλαμβάνει τα στοιχεία της.

ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ ΜΕ ΆΛΛΑ ΠΑΡΑΔΟΤΕΑ

3.1.1.1 ΕΤΗΣΙΟΣ ΑΝΑΛΥΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΤΩΝ 2026-2029

3.1.3.1 ΑΠΟΤΥΠΩΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΔΕΙΚΤΩΝ & ΤΑΣΕΩΝ ΤΕΛΕΥΤΑΙΑΣ ΤΕΤΡΑΕΤΙΑΣ (ΧΡΟΝΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟ 2022-2025)

3.1.3.2 ΕΤΗΣΙΑ ΕΚΘΕΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΔΕΙΚΤΩΝ & ΤΑΣΕΩΝ ΑΝΑ ΕΤΟΣ 2026-2029

ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΩΝ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ	ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΔΑΠΑΝΗΣ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΜΟΝΑΔΑΣ	ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔΑΣ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ (ΒΑΣΙΚΟ ΣΕΝΑΡΙΟ)	ΤΕΛΙΚΗ ΤΙΜΗ ΧΩΡΙΣ ΦΠΑ	ΤΕΛΙΚΗ ΤΙΜΗ ΜΕ ΦΠΑ	ΣΧΟΛΙΑ
ΕΤΗΣΙΑ ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ	ΑΜΟΙΒΗ	ΕΤΗΣΙΑ ΕΚΘΕΣΗ	2,000.00	2	4,000.00	4,960.00	ΑΜΟΙΒΗ ΑΝΑΔΟΧΟΥ ΑΝΑ ΕΚΘΕΣΗ / 2 ΕΚΘΕΣΕΙΣ

		ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ ΕΚΘΕΣΗ- ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ ΥΛΟΠΟΙΗΘΕΝ ΤΟΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΤΟΣ	2,500.00	1	2,500. 00	3,100. 00	ΑΜΟΙΒΗ ΑΝΑΔΟΧ ΟΥ ΑΠΑΞ
--	--	--	----------	---	--------------	--------------	-----------------------------

3.1.2 ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟΥ TOOLKIT

3.1.2.1 ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟΥ TOOLKIT

Η υπηρεσία αυτή αφορά την ανάπτυξη της "οπτικής γλώσσας" του προορισμού. Παίζει καθοριστικό ρόλο στην τουριστική προβολή, καθώς αποτελεί το οπτικό και αισθητικό μέσο που επικοινωνεί την ταυτότητα και την εικόνα ενός προορισμού. Στόχος είναι να αποτελέσει την πρώτη εντύπωση του ταξιδιώτη, να αποτυπώνει την ταυτότητα του προορισμού και τα μοναδικά του στοιχεία, καθώς και να εξασφαλίζει συνοχή στο μήνυμα του προορισμού.

Στο πλαίσιο αυτό ο Ανάδοχος θα αναπτύξει:

3.1.2.1.1 Παραδοτέα

1. Ανάπτυξη τουλάχιστον τριών (3) διαφορετικών προτάσεων λογοτύπου & αντίστοιχων γραφιστικών στοιχείων του προορισμού
2. Ανάπτυξη Branding Guidelines, στα οποία θα συμμορφώνονται όλοι φορείς που εφαρμόζουν την τουριστική καμπάνια
3. Ανάπτυξη τουλάχιστον πέντε (5) διαφορετικών προτάσεων βασικών & υποστηρικτικών μηνυμάτων της τουριστικής καμπάνιας
4. Ανάπτυξη Hashtag strategy
5. Ανάπτυξη τουλάχιστον πέντε (5) προτάσεων landing pages για την ιστοσελίδα/

Τα παραδοτέα παρουσιάζονται πιο αναλυτικά στο Παράρτημα Ι.

ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ

Τα ανωτέρω παραδοτέα θα υποβληθούν εντός εννέα (9) μηνών από την υπογραφή της εκτελεστικής σύμβασης, αφού έχει προηγηθεί ο ετήσιος αναλυτικός σχεδιασμός των δράσεων τουριστικής προβολής της Περιφέρειας Ηπείρου για την περίοδο 2026-2027. Επί των στοιχείων των παραδοτέων προβλέπεται επιπλέον 1 αναθεώρηση του 2027-2028, η οποία θα συμμορφώνεται με το αντίστοιχο σχέδιο του ετήσιου αναλυτικού σχεδιασμού των τουριστικών δράσεων προβολής, και έχοντας λάβει υπόψη όλα τα σχόλια των προηγούμενων ετήσιων αποτιμήσεων προωθητικών δράσεων.

ΣΥΣΧΕΤΙΣΕΙΣ ΜΕ ΑΛΛΑ ΠΑΡΑΔΟΤΕΑ

3.1.1 ΕΤΗΣΙΟΣ ΑΝΑΛΥΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΤΩΝ 2026-2029

3.1.3 ΕΤΗΣΙΑ ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ

3.2. ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΣΕ ΕΚΘΕΣΕΙΣ-ΟΡΓΑΝΩΣΗ B2B

3.3. ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΣΕ ΧΩΡΕΣ ΤΩΝ ΒΑΛΚΑΝΙΩΝ

3.4. ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΠΙΣΚΕΨΕΩΝ ΕΞΟΙΚΕΙΩΣΗΣ

3.5. ΥΠΗΡΕΣΕΣ ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗΣ ΤΗΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗΣ ΠΥΛΗΣ

3.6. ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ & ΑΝΑΠΑΡΑΓΩΓΗ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ

3.7. ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ

3.8. ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΜΕΣΩ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ

3.9. ΔΡΑΣΕΙΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΑΓΡΟΔΙΑΤΡΟΦΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚ ΩΝ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ	ΚΑΤΗΓΟΡ ΙΑ ΔΑΠΑΝΗ Σ	ΠΕΡΙΓΡΑ ΦΗ ΜΟΝΑΔΑ Σ	ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔ ΑΣ	ΠΟΣΟΤΗ ΤΑ (ΒΑΣΙΚΟ ΣΕΝΑΡΙΟ)	ΤΕΛΙΚ Η ΤΙΜΗ ΧΩΡΙΣ ΦΠΑ	ΤΕΛΙΚ Η ΤΙΜΗ ΜΕ ΦΠΑ	ΣΧΟΛΙΑ
ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΟΥ TOOLKIT	ΑΜΟΙΒΗ	ΕΚΘΕΣΗ	6,000.00	1	6,000. 00	7,440. 00	ΑΜΟΙΒΗ ΑΝΑΔΟΧΟΥ ΑΠΑΞ
			1,800.00	1	1,800. 00	2,232. 00	ΑΜΟΙΒΗ ΑΝΑΔΟΧΟΥ / 1 ΑΝΑΘΕΩΡΗ ΣΗ

3.1.3 ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΔΕΙΚΤΩΝ ΚΑΙ ΤΑΣΕΩΝ

Για την πλήρη απεικόνιση των μεγεθών της τουριστικής δραστηριότητας και τη μέτρηση των επίδρασης των δράσεων της ολοκληρωμένης τουριστικής προβολής της Ηπείρου, είναι απαραίτητη η ολοκληρωμένη αποτύπωση των τουριστικών δεικτών & τάσεων της περιοχής. Αυτή θα συγκεντρώνει και κατηγοριοποιεί μεγέθη που έχουν άμεση συνάφεια με το τουριστικό προϊόν της Ηπείρου, επιτρέποντας συγκρίσεις και αξιολογήσεις μελλοντικών αναλύσεων.

Η πληροφορία θα είναι εύκολα προσβάσιμη από το κοινό και ενδιαφερόμενους φορείς μέσω διαδικτύου, παρέχοντας δυνατότητα προβολής και λήψης δεδομένων σε μορφές όπως Excel, PDF & CSV για ευκολία στη χρήση και την ανάλυση. Θα ενσωματώνει επίσης διαδραστικό χάρτη, όπου όλα τα δεδομένα θα απεικονίζονται γεωγραφικά, με δυνατότητα φιλτραρίσματος και δυναμικής απεικόνισης.

Αναλυτικά το φυσικό αντικείμενο:

3.1.3.1 ΑΠΟΤΥΠΩΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΔΕΙΚΤΩΝ & ΤΑΣΕΩΝ ΤΕΛΕΥΤΑΙΑΣ ΤΡΙΕΤΙΑΣ (ΧΡΟΝΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟ 2022-2025)

Ο Ανάδοχος θα αναλάβει τη συλλογή και επεξεργασία των δεδομένων από όλες τις διαθέσιμες πηγές για τους παρακάτω τουριστικούς δείκτες, καλύπτοντας την τελευταία τριετία (2022-2025).

Στόχος είναι η δημιουργία αρχικών χρονοσειρών για τους εν λόγω δείκτες, οι οποίες θα αποτελέσουν ένα χρήσιμο εργαλείο για τους φορείς άσκησης τουριστικής πολιτικής, τους επαγγελματίες του τουρισμού, καθώς και για κάθε ενδιαφερόμενο. Οι χρονοσειρές θα συμβάλλουν στην υποστήριξη της λήψης αποφάσεων και στην αξιολόγηση των τοπικών και υπερτοπικών προωθητικών δράσεων

Αναλυτικά οι δείκτες στο Παράρτημα II.

Κάθε πληροφορία (ή κάθε δέσμη πληροφοριών) θα συνοδεύεται από αναφορές για τις πηγές προέλευσής της, εξασφαλίζοντας την αξιοπιστία και την εγκυρότητα των στοιχείων. Σε περίπτωση ύπαρξης μεγάλων αποκλίσεων των ίδιων δεδομένων από διαφορετικούς φορείς, θα γίνεται αναφορά στην απόκλιση και θα παρουσιάζονται οι διαφορετικές εκδοχές.

Ο σχεδιασμός θα επιτρέπει την ενσωμάτωση νέων δεδομένων, διατηρώντας συγκρισιμότητα στο ίδιο περιβάλλον. Τα εργαλεία φιλτραρίσματος και οι επιλογές ανάλυσης θα παρέχουν ευελιξία, διευκολύνοντας τη δημιουργία στοχευμένων αναφορών και την εξαγωγή χρήσιμων συμπερασμάτων.

ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ

Το ανωτέρω παραδοτέο θα υποβληθεί εντός 2 μηνών από την εκτελεστική σύμβαση με τον ανάδοχο. Θα αποτελεί προϋπόθεση μαζί με τη αποτίμηση της τουριστικής προβολής για το χρονικό διάστημα 2019-2025, για την εκπόνηση του ετήσιου αναλυτικού σχεδιασμού της Περιφέρειας Ηπείρου για την περίοδο 2026-2029.

ΣΥΣΧΕΤΙΣΕΙΣ ΜΕ ΑΛΛΑ ΠΑΡΑΔΟΤΕΑ

3.1.1 ΕΤΗΣΙΟΣ ΑΝΑΛΥΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΤΩΝ 2026-2029

3.7. ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ

3.8. ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΜΕΣΩ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ

3.9. ΔΡΑΣΕΙΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΑΓΡΟΔΙΑΤΡΟΦΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΩΝ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ	ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΔΑΠΑΝΗΣ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΜΟΝΑΔΑΣ	ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔΑΣ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ (ΒΑΣΙΚΟ ΣΕΝΑΡΙΟ)	ΤΕΛΙΚΗ ΤΙΜΗ ΧΩΡΙΣ ΦΠΑ	ΤΕΛΙΚΗ ΤΙΜΗ ΜΕ ΦΠΑ	ΣΧΟΛΙΑ
ΑΠΟΤΥΠΩΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΔΕΙΚΤΩΝ & ΤΑΣΕΩΝ ΤΕΛΕΥΤΑΙΑΣ ΤΡΙΕΤΙΑΣ (ΧΡΟΝΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ 2022-2025)	ΑΜΟΙΒΗ	ΕΚΘΕΣΗ	1,800.00	1	1,800.00	2,232.00	ΑΜΟΙΒΗ ΑΝΑΔΟΧΟΥ ΑΠΑΞ

3.1.3.2 ΕΤΗΣΙΑ ΕΚΘΕΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΔΕΙΚΤΩΝ & ΤΑΣΕΩΝ ΑΝΑ ΕΤΟΣ 2026-2029

Ο Ανάδοχος θα υλοποιεί σε ετήσια βάση τη συλλογή και επεξεργασία των τουριστικών δεικτών εξασφαλίζοντας τη συνεχιζόμενη παρακολούθηση, ανάλυση και αξιολόγηση της τουριστικής δραστηριότητας στην περιοχή. Στόχος είναι η διαρκής επικαιροποίηση και εμπλουτισμός των δεδομένων που αφορούν τους καθορισμένους τουριστικούς δείκτες, όπως αυτές ισχύουν για την τελευταία τριετία (2022-2025).

Η συστηματική συλλογή, επεξεργασία και καταγραφή δεδομένων θα υλοποιείται από έγκυρες και αξιόπιστες πηγές, με στόχο τη δημιουργία και επικαιροποίηση χρονοσειρών για τους καθορισμένους δείκτες. Αυτές οι χρονοσειρές θα αποτελούν το κεντρικό εργαλείο παρακολούθησης των τουριστικών εξελίξεων, παρέχοντας σταθερές βάσεις για την ανάλυση και αξιολόγηση των επιδόσεων και την αποτελεσματικότητα των προωθητικών δράσεων σε τοπικό και υπερτοπικό επίπεδο.

Η ετήσια δράση περιλαμβάνει τα εξής βασικά βήματα:

Συλλογή Δεδομένων: Συγκέντρωση στοιχείων από όλες τις διαθέσιμες και αξιόπιστες πηγές, όπως εθνικές και διεθνείς στατιστικές υπηρεσίες, τουριστικά γραφεία, εταιρείες ταξιδιών και άλλους εμπλεκόμενους φορείς.

Δημιουργία Χρονοσειρών: Εξέταση των δεδομένων σε βάθος χρόνου για την παρακολούθηση των τάσεων και της απόδοσης του τουριστικού κλάδου.

Διασφάλιση Αξιοπιστίας: Παροχή σαφών αναφορών για τις πηγές προέλευσης των δεδομένων και καταγραφή των πιθανών διαφορών ή αποκλίσεων στις πληροφορίες που προέρχονται από διαφορετικούς φορείς.

Ενσωμάτωση Νέων Δεδομένων: Σχεδιασμός του συστήματος έτσι ώστε να επιτρέπει τη συνεχιζόμενη ενσωμάτωση νέων δεδομένων και την εύκολη ανανέωση των χρονοσειρών χωρίς να χάνονται οι συγκρίσεις στο ίδιο περιβάλλον.

Αυτή η δράση αποτελεί κρίσιμο εργαλείο για την ενίσχυση της τουριστικής πολιτικής και στρατηγικής, υποστηρίζοντας τη λήψη αποφάσεων και την προώθηση βιώσιμων και αποτελεσματικών δράσεων στον τομέα του τουρισμού.

ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ

Τα ανωτέρω παραδοτέα θα υποβάλλονται με το κλείσιμο του έτους από τον ανάδοχο. Η έκθεση αποτελεί προϋπόθεση για τη σύνταξη της ετήσιας αποτίμησης των προωθητικών δράσεων. Η ετήσια έκθεση τουριστικών δεικτών & τάσεων μαζί με την αποτίμηση αποτελούν τα βασικά έγγραφα για την τεκμηρίωση των διετών αναθεωρήσεων στόχευσης της τουριστικής προβολής.

ΣΥΣΧΕΤΙΣΕΙΣ ΜΕ ΑΛΛΑ ΠΑΡΑΔΟΤΕΑ

3.1.1 ΕΤΗΣΙΟΣ ΑΝΑΛΥΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΤΩΝ 2026-2029

3.1.3 ΕΤΗΣΙΑ ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ

3.7. ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ

3.8. ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΜΕΣΩ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ

3.9. ΔΡΑΣΕΙΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΑΓΡΟΔΙΑΤΡΟΦΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΩΝ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ	ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΔΑΠΑΝΗΣ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΜΟΝΑΔΑΣ	ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔΑΣ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ (ΒΑΣΙΚΟ ΣΕΝΑΡΙΟ)	ΤΕΛΙΚΗ ΤΙΜΗ ΧΩΡΙΣ ΦΠΑ	ΤΕΛΙΚΗ ΤΙΜΗ ΜΕ ΦΠΑ	ΣΧΟΛΙΑ
ΕΤΗΣΙΑ ΕΚΘΕΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΔΕΙΚΤΩΝ & ΤΑΣΕΩΝ ΑΝΑ ΕΤΟΣ 2026- 2029	ΑΜΟΙΒΗ	ΕΚΘΕΣΗ	1,400.00	3	4,200.00	5,208.00	ΑΜΟΙΒΗ ΑΝΑΔΟΧΟΥ ΑΝΑ ΕΚΘΕΣΗ/3 ΕΚΘΕΣΕΙΣ

3.2 ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΣΕ ΕΚΘΕΣΕΙΣ - ΟΡΓΑΝΩΣΗ B2B

3.2.1 ΤΥΠΟΛΟΓΙΑ ΕΚΘΕΣΕΩΝ

Στο πλαίσιο της ενέργειας αυτής ο Ανάδοχος θα παρέχει υπηρεσίες σχεδιασμού και υλοποίησης της συμμετοχής της Περιφέρειας Ηπείρου σε εκθέσεις Τουρισμού. Οι Εκθέσεις αυτές θα είναι τόσο εξωτερικού, όπως ενδεικτικά οι ακόλουθες :

- «WORLD TRAVEL MARKET» στο Λονδίνο/Μ.Βρετανία,
- «IFTM-Compressa» στο Παρίσι της Γαλλίας
- «ITTF» στη Βαρσοβία της Πολωνίας
- «ITB» στο Βερολίνο/Γερμανία,
- «IMTM» στο Τελ Αβίβ/Ισραήλ,
- Cyprus Expo (πρώην «ΤΑΞΙΔΙ») στη Λευκωσία/ Κύπρος.
- «FERIENMESSE» στη Βιέννη/ Αυστρία
- «FERIE FOR ALLE» στο Χέρνικ/ Δανία
- Brussels Travel Festival στις Βρυξέλλες/Βέλγιο (SALON DES VACANCES)
- CMT- The holiday exhibition στη Στουτγκάρδη/ Γερμανία
- «BIT» στο Μιλάνο/ Ιταλία
- «TTR» στο Βουκουρέστι/ Ρουμανία
- «IFT» στο Βελιγράδι/ Σερβία
- «Quality Travel Fair» στην Κοπεγχάγη/ Δανία
- «Holiday and Spa Expo 2025» στη Σόφια/ Βουλγαρία
- Άλλες Εκθέσεις στο εξωτερικό τουριστικού ή θεματικού χαρακτήρα.

όσο και εσωτερικού, όπως η Ελληνική τουριστική έκθεση Philoxenia.

Επισημαίνεται ότι η «συμμετοχή σε εκθέσεις» δύναται, για λόγους κοστολογίου και έντασης συμμετοχής, να διαφοροποιείται ως προς την τυπολογία συμμετοχής, ήτοι:

Τύπος Α – Εκθέσεις όπου διατηρεί Περίπτερο Ελλάδος ο ΕΟΤ, με ενοικίαση μόνο «θέσης συνεκθέτη» χωρίς ειδικό εικαστικό σχεδιασμό, με χρήση του προωθητικού υλικού (με κατά περίπτωση δυνατότητα προβολής σε οθόνη). Ενδεικτική επιφάνεια περίπου 8 τ.μ.

Τύπος Β – Εκθέσεις όπου συμμετέχει ο ΕΟΤ αλλά η Περιφέρεια θα έχει το δικό της Περίπτερο, με δικό της σχεδιασμό, εικαστικό, παρουσίαση, κλπ. Ενδεικτική επιφάνεια περίπου 60 τ.μ.

Τύπος Γ – Εκθέσεις στις οποίες δεν συμμετέχει ο ΕΟΤ, και κατά συνέπεια η ενοικίαση γίνεται απ' ευθείας από τους Υπευθύνους της Έκθεσης και ο Ανάδοχος πρέπει να διαμορφώσει όλη την παρουσία της Περιφέρειας. Ενδεικτική επιφάνεια περίπου 30 τ.μ.

Τύπος Δ – Εκθέσεις στις οποίες δεν συμμετέχει ο ΕΟΤ, αλλά υπάρχει ομαδικό περίπτερο της Ελλάδος με ενοικίαση μόνο «θέσης συνεκθέτη», με χρήση του προωθητικού υλικού (με κατά περίπτωση δυνατότητα προβολής σε οθόνη). Ενδεικτική επιφάνεια 8 τ.μ. Σε περίπτωση που δεν υπάρξει ανάλογη έκθεση, θα μετατραπούν σε εκθέσεις τύπου Α.

Προβλέπεται να παρασχεθούν υπηρεσίες οργάνωσης και υλοποίησης της συμμετοχής της Περιφέρειας Ηπείρου καθόλη τη διάρκεια του Προγράμματος, συνολικά, για 14 ενδεικτικά εκθέσεις εξωτερικού και 4 ενδεικτικά εκθέσεις εσωτερικού. Η ενδεικτική τυπολογία των εκθέσεων για το βασικό σενάριο είναι η ακόλουθη:

- Εκθέσεις εξωτερικού: 10 Εκθέσεις τύπου Α, 2 εκθέσεις τύπου Γ, 2 εκθέσεις τύπου Δ
- Εκθέσεις εσωτερικού: 4 Εκθέσεις τύπου Β

3.2.2 ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ ΤΗΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΗΠΕΙΡΟΥ ΣΕ ΕΚΘΕΣΕΙΣ

Για καθεμία από τις Εκθέσεις στις οποίες θα συμμετέχει η Περιφέρεια Ηπείρου ο Ανάδοχος θα αναλάβει να παράσχει ενδεικτικά τις ακόλουθες υπηρεσίες:

- **Υπηρεσίες Αναλυτικού Σχεδιασμού Συμμέτοχης σε Εκθέσεις**

Οι υπηρεσίες σχεδιασμού περιλαμβάνουν κατ' ελάχιστον τα ακόλουθα:

- α) Στόχος της συμμετοχής της περιφέρειας στην Έκθεση
- β) Αναλυτικό σχεδιασμό της οργάνωσης του περιπτέρου, εκδηλώσεων και επαφών για επαγγελματίες της Περιφέρειας Ηπείρου και των επιχειρηματικών συναντήσεων B2B που θα λάβουν χώρα.
- α) Επιλογή - Οργάνωση του προωθητικού υλικού που θα διανέμεται
- β) Διανομή κερασμάτων καθόλη τη διάρκεια της έκθεσης στους επισκέπτες του περιπτέρου
- γ) Αναλυτικό προγραμματισμό εργασιών

ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ

Οι ως άνω υπηρεσίες ενσωματώνονται στο παραδοτέο "Πρόταση Αναλυτικού Σχεδιασμού της συμμετοχής της περιφέρειας στην οικεία Έκθεση", το οποίο θα πρέπει να υποβληθεί εντός 1 μηνός από την ανάθεση της οικείας εκτελεστικής σύμβασης και σε κάθε περίπτωση κατ' ελάχιστον 2 μήνες πριν τη διενέργεια της οικείας Έκθεσης.

- **Υπηρεσίες Οργάνωσης της Συμμέτοχης της Περιφέρειας Ηπείρου σε Εκθέσεις**

Οι υπηρεσίες αυτές περιλαμβάνουν ενδεικτικά τα ακόλουθα:

(α) Ενοικίαση Χώρου

Για τις εκθέσεις στις οποίες θα συμμετάσχει η Περιφέρεια Ηπείρου, είτε αυτόνομα είτε ως συνεκθέτης του ΕΟΤ, θα πρέπει να εξασφαλιστεί η ενοικίαση χώρου ικανού εμβαδού ώστε να είναι εφικτή η ικανοποιητική προβολή της Ηπείρου ως τουριστικού προορισμού. Ο Ανάδοχος υποχρεούται να φροντίσει για την έγκαιρη εξασφάλιση του χώρου για κάθε έκθεση, την καταβολή του κόστους ενοικίου του χώρου κάθε έκθεσης, και του κόστους καταχώρησης στον κατάλογο εκθετών.

(β) Κατασκευή και Διακόσμηση του Περιπτέρου

Ο Ανάδοχος υποχρεούται να προβεί στην έγκαιρη κατασκευή και διακόσμηση των Περιπτέρων της Περιφέρειας Ηπείρου με βάση τα σχετικά σχέδια που θα υποβληθούν από τον ίδιο και θα εγκριθούν αρμοδίως. Εκτός των σχεδίων ο Ανάδοχος υποχρεούται να προσκομίσει μακέτα των προς κατασκευή περιπτέρων.

Επίσης, ο Ανάδοχος θα είναι υπεύθυνος για την μεταφορά και τοποθέτηση στο Περίπτερο του πληροφοριακού υλικού, το περιεχόμενο του οποίου θα είναι ανάλογο με το κοινό στο οποίο απευθύνεται (ευρύ κοινό, τουριστικοί διάμεσοι, δημοσιογράφοι).

Εφόσον είναι εφικτό και οικονομικά συμφέρον, στοιχεία από το περίπτερο πρέπει να έχουν την δυνατότητα να αποσυναρμολογούνται μετά τη λήξη κάθε έκθεσης και να χρησιμοποιούνται την επόμενη φορά από τον Ανάδοχο, προσαρμοζόμενο στο εμβαδόν του χώρου κατά περίπτωση, έτσι ώστε να αναπροσαρμόζεται και το εικαστικό μέρος της πρότασης του Αναδόχου με τρόπο αποδεκτό από την Αναθέτουσα Αρχή.

(γ) Οπτικο-ακουστική κλπ. παρουσίαση

Διασφάλιση της παρουσίασης του τουριστικού προϊόντος μέσω οπτικοακουστικής προβολής σε κατάλληλες οθόνες, τηλεοράσεις, κλπ. όπου επιτρέπεται.

(δ) Προωθητικό Υλικό

Ο Ανάδοχος, μέσω επικοινωνίας με τους οργανωτές της Έκθεσης, πρέπει να διασφαλίζει ότι στις δημοσιεύσεις, δελτία τύπου και υλικό που διανέμεται στους εκπροσώπους ΜΜΕ στην Έκθεση (που συνήθως εγγράφονται και διαπιστεύονται ως «Τύπος» (press)) θα περιλαμβάνονται και στοιχεία, περιγραφές και φωτογραφικό υλικό, που θα παρέχει προς τους οργανωτές για τον σκοπό αυτό. Επιπλέον υποχρεούται να διασφαλίσει τη μεταφορά και διάθεση του προωθητικού υλικού (αναμνηστικών) για την κάλυψη των αναγκών Δημοσίων Σχέσεων της Περιφέρειας Ηπείρου (ειδικούς καλεσμένους, δημοσιογράφους, επαγγελματιών του τουρισμού, κ.λ.π.) που θα του υποδειχθούν από την Αναθέτουσα Αρχή και την επιστροφή τους στην έδρα της Περιφέρειας όσων δεν διατεθούν, μετά το πέρας της έκθεσης.

(στ) Δαπάνες Λειτουργίας Περιπτέρου

Ο Ανάδοχος υποχρεούται επίσης να μεριμνήσει για τη συλλογή και μεταφορά του έντυπου και ψηφιακού υλικού της Περιφέρειας Ηπείρου καθώς και κάθε άλλου υλικού που θα αποτελέσει στοιχείο διακόσμησης ή προβολής (αφισών, ενημερωτικών φυλλαδίων, κ.λπ.) καθώς και για την αποθήκευσή των εν λόγω υλικών σε ειδικά διαμορφωμένους αποθηκευτικούς χώρους εντός

του περιπτέρου, και την επιστροφή τους στην έδρα της Περιφέρειας, μετά το πέρας της έκθεσης.

Ο Ανάδοχος θα πρέπει επίσης να μεριμνήσει για την τροφοδοσία του περιπτέρου με νερά, αναψυκτικά και άλλα κεράσματα για την εξυπηρέτηση των επισκεπτών. Επίσης θα πρέπει να προβεί σε ανάληψη κάθε δαπάνης σχετικής με τη λειτουργία του περιπτέρου (εξοπλισμός επίπλων, ηλεκτρικό ρεύμα, καθαριότητα, κ.λ.π.).

Με την λήξη της κάθε έκθεσης ο Ανάδοχος θα έχει ήδη προτείνει και υποχρεούται στη συγκέντρωση του εναπομείναντος υλικού και παράδοση αυτού όπως θα έχει συμφωνηθεί, ειδάλλως να τα επιστρέψει στην έδρα της Περιφέρειας Ηπείρου.

(ζ) Στελέχωση Περιπτέρου / Κάλυψη κόστους μετακινήσεων

Ο Ανάδοχος υποχρεούται να στελεχώσει επαρκώς το Περίπτερο της Περιφέρειας Ηπείρου με εκπροσώπους του (τουλάχιστον 2 άτομα ανά Έκθεση), οι οποίοι θα πρέπει να γνωρίζουν πολύ καλά την αγγλική γλώσσα ή/και της γλώσσας της χώρας που γίνεται η έκθεση (ειδικά για περιπτώσεις χωρών που ο πληθυσμός δεν είναι εξοικειωμένος με την αγγλική γλώσσα, όπως Ιταλία, Ρωσία, Κίνα) και τρίτου ατόμου για τη διερμηνεία με πολύ καλή γνώση της τοπικής γλώσσας, και όλοι οι παραπάνω πρέπει να διαθέτουν πολύ καλή γνώση της Ηπείρου, ώστε να μπορούν να παρέχουν γενικές και ειδικές τουριστικές πληροφορίες στους επισκέπτες του περιπτέρου. Τα κόστη μετακίνησης και διαμονής όλων των παραπάνω βαρύνουν τον Ανάδοχο.

Επιπρόσθετα ο Ανάδοχος υποχρεούται να μεριμνήσει και να καλύψει το κόστος για τις μετακινήσεις και τη διαμονή 4 ατόμων που γνωρίζουν πολύ καλά την αγγλική γλώσσα ή την επίσημη γλώσσα της χώρας στην οποία διενεργείται η έκθεση, με προτεινόμενη σύνθεση: δύο (2) υπαλλήλων ή ενός (1) υπαλλήλου και ενός (1) εκπροσώπου της Αναθέτουσας Αρχής, ενός (1) εκπροσώπου Ένωσης ξενοδόχων ή άλλου φορέα που θα υποδείξει η Αναθέτουσα Αρχή, και ενός (1) εκπροσώπου τοπικού μέσου (έντυπου, ηλεκτρονικού ή τηλεοπτικού) ή, αν δεν υπάρχει διαθεσιμότητα, εκπροσώπου άλλου φορέα που θα υποδείξει η Αναθέτουσα Αρχή ή υπαλλήλου της. Ενδεικτικά θα απαιτηθεί η κάλυψη του σχετικού κόστους μετακινήσεων (από την έδρα των υπαλλήλων/εκπροσώπων προς την έδρα της Έκθεσης και αντίστροφα, των εσωτερικών μετακινήσεων στην πόλη διαμονής τους, και του κόστους διαμονής για τέσσερα (4) άτομα, σε ξενοδοχείο τεσσάρων (4) αστέρων με πρωινό ή ισοδύναμο και ενδεικτική διάρκεια διαμονής τις τέσσερις (4) ή (5) διανυκτερεύσεις, εφόσον κρίνεται απαραίτητο από την Αναθέτουσα Αρχή, ανά έκθεση, στις εκθέσεις που διαρκούν τρεις(3) ημέρες. Στις εκθέσεις που διαρκούν περισσότερες από τρεις ημέρες, η κάλυψη εξόδων/διανυκτερεύσεων των υπαλλήλων/εκπροσώπων Περιφέρειας θα είναι για όσες ημέρες διαρκεί η έκθεση συν μία ή δύο διανυκτερεύσεις, εφόσον κρίνεται απαραίτητο από την Αναθέτουσα Αρχή. Η κάλυψη εξόδων/διανυκτερεύσεων για τους λοιπούς εκπροσώπους είναι για τις ημέρες της έκθεσης συν μία διανυκτέρευση και δεν μπορεί να είναι για περισσότερες από 5 διανυκτερεύσεις.

(η) Ειδικά θέματα

Στο πλαίσιο συμμετοχής της περιφέρειας στην Έκθεση ο Ανάδοχος θα πρέπει να φροντίσει για κάθε ειδικό θέμα που σχετίζεται με την επιτυχή συμμετοχή στην έκθεση, όπως ενδεικτικά:

- την ασφαλιστική κάλυψη των συμμετεχόντων
- την έγκαιρη διαπίστευση από τον διοργανωτή (κάρτα εισόδου) των εκπροσώπων της Περιφέρειας, εκπροσώπου ένωσης & εκπροσώπου τύπου που συμμετέχουν στην Έκθεση αλλά και των δηλωμένων συμμετεχόντων εκπροσώπων-φορέων και επαγγελματιών τουρισμού της Ηπείρου, που θα συμμετέχουν στην Έκθεση με την Περιφέρεια Ηπείρου κλπ.
- **Υπηρεσίες Οργάνωσης Επιχειρηματικών Συναντήσεων (B2B)**

Σε κάθε Έκθεση (εσωτερικού ή εξωτερικού) που θα συμμετέχει η Περιφέρεια, θα πρέπει ο Ανάδοχος να οργανώνει επιχειρηματικές συναντήσεις (B2B), για τους τουριστικούς επαγγελματίες της Περιφέρειας. Ο **αριθμός συναντήσεων** που θα οργανώνονται από τον ανάδοχο ανά έκθεση θα είναι **κατ' ελάχιστον 10**, ενώ ο Ανάδοχος θα πρέπει **να διαμορφώσει και κοινοποιήσει το εκάστοτε πρόγραμμα συναντήσεων στην Περιφέρεια Ηπείρου τουλάχιστον 1 μήνα** πριν την προγραμματισμένη συμμετοχή στην έκθεση, προς ενημέρωση των επαγγελματιών τουρισμού και επιμέρους ενδιαφερόμενων. Για τον σκοπό αυτό ο Ανάδοχος πρέπει να παράσχει τις ακόλουθες κατ' ελάχιστον, υπηρεσίες:

- Ενημέρωση των επαγγελματιών και ζήτηση εκδήλωσης ενδιαφέροντος για συμμετοχή τους στην Έκθεση, και σύντομη περιγραφή των επαγγελματικών ενδιαφερόντων επιχειρηματικών συναντήσεων (B2B).
- Προσδιορισμό χρόνου και τόπου Εκδήλωσης επιχειρηματικών συναντήσεων (B2B) στην Έκθεση, και προετοιμασία σχετικού υλικού πρόσκλησης, σε επαγγελματίες που θα συμμετέχουν στην Έκθεση, μέσω των οργανωτών, των δημοσιεύσεων στο διαδίκτυο και άλλων κατά περίπτωση προσφερόμενων μέσων ενημέρωσης των «αγοραστών (buyers)», εάν δεν υπάρχει ειδική προς τούτο υπηρεσία των Οργανωτών της Έκθεσης.
- Δημιουργία σχετικού Καταλόγου Ενδιαφερομένων Επαγγελματιών ανά Έκθεση και αποστολή προς Οργανωτές Έκθεσης για την διοργάνωση Εκδήλωσης / Δραστηριότητας επιχειρηματικών συναντήσεων (B2B) για την Ήπειρο, όπου είναι δυνατό.
- Διασφάλιση – ενοικίαση (αν χρειάζεται) του απαραίτητου χώρου στην Έκθεση για την υλοποίηση των επιχειρηματικών συναντήσεων - διακόσμηση (αν χρειάζεται) χώρου υλοποίησης Εκδήλωσης επιχειρηματικών συναντήσεων (B2B).
- Κατάλληλη δημοσιοποίηση της διαθεσιμότητας επαγγελματιών για επιχειρηματικές συναντήσεις (B2B) σε συνεργασία με τοπικό Γραφείο Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού – ΕΟΤ
- Διάχυση πληροφόρησης περί των τουριστικών προϊόντων της Ηπείρου στους ενδιαφερόμενους αγοραστές.
- Υποστήριξη της διοργάνωσης – τακτοποίηση χώρου, ταξινόμηση θέσεων συμμετεχόντων, παροχή τυποποιημένων μικρών αναγνωριστικών πινακίδων συμμετεχόντων, κλπ.
- Παρακολούθηση – διευκόλυνση της υλοποίησης των προκαθορισμένων συναντήσεων.

- **Αναφορά Απολογισμού**

Η υπηρεσία αυτή αφορά στην εκπόνηση αναφοράς απολογισμού εργασιών του Αναδόχου ανά Έκθεση, η οποία θα περιλαμβάνει κατ' ελάχιστον τα ακόλουθα :

- Απολογισμό των εργασιών του Αναδόχου
- Μετρήσεις δεικτών όπως αριθμός επισκεπτών στο περίπτερο της περιφέρειας, αριθμός επιχειρηματικών συναντήσεων (B2B) κ.λ.π.
- Παρουσίαση της αξιολογικής κρίσης των συμμετεχόντων επαγγελματιών της Ηπείρου για την αποτελεσματικότητα των επιχειρηματικών συναντήσεων (B2B)
- Τυχόν προτάσεις βελτίωσης αντίστοιχης διοργάνωσης μελλοντικά,
- Παράρτημα με υλικό από την έκθεση και τις επιχειρηματικές συναντήσεις (B2B) όπως φωτογραφίες, βίντεο κ.λ.π.

ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ

Στην Αναφορά Απολογισμού συμμετοχής της Περιφέρειας Ηπείρου στην Έκθεση (παραδοτέο) ουσιαστικά απολογίζονται οι υπηρεσίες οργάνωσης και υλοποίησης που παρείχε ο Ανάδοχος για κάθε Έκθεση και αυτή πρέπει να υποβληθεί εντός 1 μηνός από την ολοκλήρωση της οικείας Έκθεσης.

ΣΥΣΧΕΤΙΣΕΙΣ ΜΕ ΑΛΛΑ ΠΑΡΑΔΟΤΕΑ

- 3.1.1 ΕΤΗΣΙΟΣ ΑΝΑΛΥΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΤΩΝ 2026-2029
- 3.1.3 ΕΤΗΣΙΑ ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ
- 3.6 ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ & ΑΝΑΠΑΡΑΓΩΓΗ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ
- 3.7 ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ
- 3.8 ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΜΕΣΩ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ
- 3.9 ΔΡΑΣΕΙΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΑΓΡΟΔΙΑΤΡΟΦΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΩΝ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ	ΚΑΤ ΗΓΟ ΡΙΑ ΔΑΠ ΑΝΗ Σ	ΠΕ ΡΙΓ ΡΑ ΦΗ ΜΟ ΝΑ ΔΑ Σ	ΤΙΜ Η ΜΟ ΝΑΔ ΑΣ	ΠΟΣΟΤ ΗΤΑ (ΒΑΣΙΚ Ο ΣΕΝΑΡΙ Ο)	ΤΕΛΙΚΗ ΤΙΜΗ ΧΩΡΙΣ ΦΠΑ	ΤΕΛΙΚΗ ΤΙΜΗ ΜΕ ΦΠΑ	ΣΧΟΛΙΑ

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΣΕ ΕΚΘΕΣΕΙΣ- ΟΡΓΑΝΩΣΗ Β2Β					364,00 0.00	451,36 0.00	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΣΕ ΕΚΘΕΣΕΙΣ - ΟΡΓΑΝΩΣΗ Β2Β (ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ)					264,00 0.00	327,36 0.00	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΕΚΑ(10) ΕΚΘΕΣΕΩΝ-Β2Β ΤΥΠΟΥ Α	ΑΜΟΙ ΒΗ	ΤΕ ΜΑ ΧΙΑ	15,0 00.0 0	10	150,00 0.00	186,00 0.00	ΕΝΟΙΚΙΑΣΗ ΧΩΡΟΥ ΕΚΤΑΣΗΣ 8 Τ. Μ. , ΣΤΗΣΙΜΟ ΠΕΡΙΠΤΕΡΟΥ, ΜΕΤΑΦΟΡΑ ΥΛΙΚΩΝ ΑΝΑ ΕΚΘΕΣΗ ΤΥΠΟΥ , ΜΕΤΑΚΙΝΗΣΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ, ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ, ΕΚΠΡΟΣΩΠΩΝ, ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΟΥ και ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ Β2Β ΑΝΑ ΕΚΘΕΣΗ ΤΥΠΟΥ Α / ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΓΙΑ 10 ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΤΥΠΟΥ Α
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΥΟ (2) ΕΚΘΕΣΕΩΝ - Β2Β ΤΥΠΟΥ Γ	ΑΜΟΙ ΒΗ	ΤΕ ΜΑ ΧΙΑ	42,0 00.0 0	2	84,000. 00	104,16 0.00	ΕΝΟΙΚΙΑΣΗ ΧΩΡΟΥ ΕΚΤΑΣΗΣ 30 Τ. Μ. , ΣΤΗΣΙΜΟ ΠΕΡΙΠΤΕΡΟΥ, ΜΕΤΑΦΟΡΑ ΥΛΙΚΩΝ, ΜΕΤΑΚΙΝΗΣΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ, ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ, ΕΚΠΡΟΣΩΠΩΝ, ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΟΥ και ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ Β2Β ΑΝΑ ΕΚΘΕΣΗ ΤΥΠΟΥ Γ / ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΓΙΑ 2 ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΤΥΠΟΥ Γ
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΥΟ (2) ΕΚΘΕΣΕΩΝ- Β2Β ΤΥΠΟΥ Δ	ΑΜΟΙ ΒΗ	ΤΕ ΜΑ ΧΙΑ	15,0 00.0 0	2	30,000. 00	37,200. 00	ΕΝΟΙΚΙΑΣΗ ΧΩΡΟΥ ΕΚΤΑΣΗΣ 8 Τ. Μ. , ΣΤΗΣΙΜΟ ΠΕΡΙΠΤΕΡΟΥ, ΜΕΤΑΦΟΡΑ ΥΛΙΚΩΝ, ΜΕΤΑΚΙΝΗΣΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ, ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ, ΕΚΠΡΟΣΩΠΩΝ, ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΟΥ και ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ ΑΝΑ ΕΚΘΕΣΗ ΤΥΠΟΥ Γ / ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΓΙΑ 2 ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΤΥΠΟΥ Δ

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΣΕ ΕΚΘΕΣΕΙΣ - ΟΡΓΑΝΩΣΗ Β2Β (ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ)					100,00 0.00	124,00 0.00	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΕΣΣΑΡΩΝ (4) ΕΚΘΕΣΕΩΝ - Β2Β ΤΥΠΟΥ Β	ΑΜΟΙ ΒΗ	ΤΕ ΜΑ ΧΙΑ	25,0 00.0 0	4	100,00 0.00	124,00 0.00	ΕΝΟΙΚΙΑΣΗ ΧΩΡΟΥ ΕΚΤΑΣΗΣ 60 Τ. Μ. , ΣΤΗΣΙΜΟ ΠΕΡΙΠΤΕΡΟΥ, ΜΕΤΑΦΟΡΑ ΥΛΙΚΩΝ , ΜΕΤΑΚΙΝΗΣΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ, ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ, ΕΚΠΡΟΣΩΠΩΝ, ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΟΥ και ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ Β2Β ΑΝΑ ΕΚΘΕΣΗ ΤΥΠΟΥ Β / ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΓΙΑ 4ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΤΥΠΟΥ Β

3.3 ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΣΕ ΧΩΡΕΣ ΤΩΝ ΒΑΛΚΑΝΙΩΝ

3.3.1 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΡΙΩΝ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ

Έργο θα είναι η προετοιμασία υλικοτεχνικής υποδομής σε τρεις (3) ειδικές προωθητικές εκδηλώσεις σε χώρες της Βαλκανικής που θα περιλαμβάνουν:

1. Την προβολή των τοπικών προϊόντων και της γαστρονομίας της Περιφέρειας Ηπείρου
2. καθώς και της οργάνωσης B2B συναντήσεων με τουριστικούς επαγγελματίες της Περιφέρειας Ηπείρου και τουριστικών επαγγελματιών της χώρας προορισμού

Οι ανωτέρω προωθητικές εκδηλώσεις, διάρκειας τουλάχιστον 2 ημερών, προγραμματίζεται να πραγματοποιηθούν σε τρεις χώρες των Βαλκανίων, και θα λάβουν χώρα σε χρονικό διάστημα τριών ετών-μία (1) για κάθε έτος.

Οι συγκεκριμένες εκδηλώσεις θα πραγματοποιηθούν σύμφωνα με έναν από τους παρακάτω δύο τύπους ειδικών προωθητικών εκδηλώσεων:

ΤΥΠΟΣ Α: Δημιουργία υπαίθριας έκθεσης περιπτέρων με τοπικά προϊόντα & γαστρονομία της Περιφέρειας Ηπείρου με 15 αυτόνομα περίπτερα για 30 παραγωγούς

Στο πλαίσιο της οργάνωσης της συγκεκριμένες προωθητικής εκδήλωσης, θα περιλαμβάνονται:

1. Κατασκευή – διαμόρφωση – υλικοτεχνική υποδομή **δεκαπέντε (15) αυτόνομων περιπτέρων (15 περίπτερα & 30 παραγωγί)**, της Περιφέρειας Ηπείρου με έγκριση τύπου (να πληρούν τις απαραίτητες προδιαγραφές ασφαλείας και να έχουν την απαραίτητη στατική επάρκεια). Τα περίπτερα θα αποτελούνται από μεταλλικό σκελετό βαρέως τύπου. Στις πλευρές δεξιά, αριστερά και πίσω θα υπάρχει πάνελ. Η οροφή θα είναι από PVC με τις απαιτούμενες κλήσεις σε περίπτωση βροχής. Στην όψη των περιπτέρων θα υπάρχει μεταλλική μετόπη για την επωνυμία των παραγωγών. Μπροστά από την μετόπη των περιπτέρων θα κατεβαίνει με κυλινδρικό οδηγό (σύστημα τέντας) για να σφραγίζουν με ασφάλεια τα περίπτερα στο τέλος της ημέρας. Ο χρωματισμός των περιπτέρων θα είναι λευκός (μεταλλικός σκελετός και πάνελ για να δίνετε μεγαλύτερη έμφαση στα προϊόντα).
2. Φωτισμός περιπτέρων ανά προωθητική εκδήλωση
3. Ηχητική και μουσική κάλυψη του χώρου της περιπτέρων ανά προωθητική εκδήλωση
4. Φωτογράφιση και βιντεοσκόπηση των προωθητικών εκδηλώσεων και παράδοση αυτών, ελευθέρων δικαιωμάτων, στην Αναθέτουσα Αρχή
5. Ηλεκτρολογική εγκατάσταση για φωτισμό και παροχή ρεύματος των περιπτέρων ανά προωθητική εκδήλωση.
6. Δημιουργία και εκτύπωση της επωνυμίας των συμμετεχόντων παραγωγών εκτυπωμένες σε αυτοκόλλητο βινύλιο με ματ πλαστικοποίηση, σε διάσταση 20x120εκ.
7. Σχεδιασμός 3D πρότασης για το περίπτερο της Περιφέρειας Ηπείρου.
8. Δημιουργικός σχεδιασμός – επικοινωνίας της συμμετοχής ανά προωθητική εκδήλωση.

9. Εκτύπωση αφίσας τετράχρωμης με διάσταση 50X70εκ σε χαρτόνι 270gr. Ποσότητα 40τμχ.
10. Εκτύπωση banner/πανό σε ευρωπαϊκό μουσαμά 450 γρ, τετράχρωμο, με πηχάκι ξύλινο πάνω κάτω. Ποσότητα 10 τμχ / ανά έκθεση με διάσταση 200X80εκ.
11. Δημιουργία σελίδων στα Social Media
12. Δημιουργία facebook καμπάνιας για κάθε προωθητική εκδήλωση για την ευρύτερη περιοχή.
13. Δημιουργία ηλεκτρονικού banner για προβολή της προωθητικής εκδήλωσης στο site της Περιφέρειας και σε ειδησεογραφικά site.
14. Δημιουργία Οπτικοακουστικού σποτ 30" ανά προωθητική εκδήλωση
15. Συνεργασία με την ομάδα δημιουργίας & διαχείρισης ψηφιακού περιεχομένου για την ενσωμάτωση του ψηφιακού διαφημιστικού υλικού των προωθητικών εκδηλώσεων στην ιστοσελίδα της Περιφέρειας για την ορθή προβολή των εκθέσεων και των εκθετών.
16. Αφισοκόλληση – τοποθέτηση banners ανά προωθητική εκδήλωση
17. Φύλαξη και καθαριότητα του χώρου της εκδήλωσης σε 24ωρη βάση για τις δύο ημέρες υλοποίησης της
18. Οργάνωση γαστρονομικών εκδηλώσεων καθ' όλη την διάρκεια των προωθητικών εκδηλώσεων, παρασκευή κερασμάτων από τοπικά προϊόντα της Ηπείρου για τους επισκέπτες από αναγνωρισμένους σεφ της Περιφέρειας.
19. Διασφάλιση υποστηρικτικού προσωπικού για την υλοποίηση των προωθητικών εκδηλώσεων
20. Διασφάλιση μετακίνησης και διαμονής δύο επιτόπιων υπαλλήλων του αναδόχου και ενός διερμηνέα στην τοπική γλώσσα τουλάχιστον για όλες τις ημέρες της εκδήλωσης συν μία.
21. Διασφάλιση μετακίνησης από την έδρα τους και επιστροφή σε αυτήν, εσωτερικών στον τόπο της εκδήλωσης και διαμονής είτε δύο (2) υπαλλήλων ή ενός (1) υπαλλήλου & ενός (1) εκπροσώπου της αναθέτουσας αρχής, καθώς και ενός (1) εκπροσώπου τοπικού μέσου (έντυπου, ηλεκτρονικού ή τηλεοπτικού), σε ξενοδοχείο τεσσάρων (4) αστέρων με πρωινό ή ισοδύναμο, ανά προωθητική εκδήλωση, για τις ημέρες της εκδήλωσης συν μία ή δύο εφόσον κρίνεται απαραίτητο από την Αναθέτουσα Αρχή.

Σε περίπτωση που δεν υπάρχει διαθέσιμος εκπρόσωπος τοπικού μέσου (έντυπου, ηλεκτρονικού ή τηλεοπτικού), τη θέση του θα καλύπτει είτε υπάλληλος είτε εκπρόσωπος φορέα που θα υποδείξει η Αναθέτουσα Αρχή.
22. Παροχή όλου του απαραίτητου εξοπλισμού και υλικών που είναι απαραίτητα για την υλοποίηση των προωθητικών εκδηλώσεων

Επιχειρηματικές Συναντήσεις (B2B)

Ειδικότερα, σε κάθε προωθητική εκδήλωση θα πρέπει ο Ανάδοχος να οργανώνει επιχειρηματικές συναντήσεις (B2B), για τους τουριστικούς επαγγελματίες της Περιφέρειας

εντός των περιπτέρων σε κατάλληλα διαμορφωμένους χώρους, με προγραμματισμένα ραντεβού. Ο **αριθμός συναντήσεων** που θα οργανώνονται από τον ανάδοχο ανά προωθητική εκδήλωση θα είναι **κατ' ελάχιστον 10**, ενώ ο Ανάδοχος θα πρέπει **να διαμορφώσει και κοινοποιήσει το εκάστοτε πρόγραμμα συναντήσεων στην Περιφέρεια Ηπείρου τουλάχιστον 1 μήνα** πριν την προγραμματισμένη συμμετοχή στην έκθεση, προς ενημέρωση των επαγγελματιών τουρισμού και επιμέρους ενδιαφερόμενων. Για τον σκοπό αυτό ο Ανάδοχος πρέπει να παράσχει τις ακόλουθες κατ ελάχιστον υπηρεσίες:

- Ενημέρωση των επαγγελματιών και ζήτηση εκδήλωσης ενδιαφέροντος για συμμετοχή τους στα περίπτερα, και σύντομη περιγραφή των επαγγελματικών ενδιαφερόντων επιχειρηματικών συναντήσεων (B2B).
- Προσδιορισμό χρόνου και τόπου εκδήλωσης επιχειρηματικών συναντήσεων (B2B) στα περίπτερα της Έκθεσης, και προετοιμασία σχετικού υλικού πρόσκλησης, σε επαγγελματίες που θα συμμετέχουν στην Προωθητική Εκδήλωση, των δημοσιεύσεων στο διαδίκτυο και άλλων κατά περίπτωση προσφερόμενων μέσων ενημέρωσης των «αγοραστών (buyers)»
- Δημιουργία σχετικού Καταλόγου Ενδιαφερομένων Επαγγελματιών ανά Προωθητική Εκδήλωση και αποστολή τους προς τα τοπικά εμπορικά επιμελητήρια για την διοργάνωση Εκδήλωσης / Δραστηριότητας επιχειρηματικών συναντήσεων (B2B) για την Ήπειρο, όπου είναι δυνατό.
- Διαμόρφωση του απαραίτητου χώρου στους χώρους των περιπτέρων για την υλοποίηση των επιχειρηματικών συναντήσεων - διακόσμηση (αν χρειάζεται) χώρου υλοποίησης Εκδήλωσης επιχειρηματικών συναντήσεων (B2B).
- Κατάλληλη δημοσιοποίηση της διαθεσιμότητας επαγγελματιών για επιχειρηματικές συναντήσεις (B2B) σε συνεργασία με τοπικό Γραφείο Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού – ΕΟΤ.
- Διάχυση πληροφόρησης περί των τουριστικών προϊόντων της Ηπείρου στους ενδιαφερόμενους αγοραστές.
- Υποστήριξη της διοργάνωσης – τακτοποίηση χώρου, ταξινόμηση θέσεων συμμετεχόντων, παροχή τυποποιημένων μικρών αναγνωριστικών πινακίδων συμμετεχόντων, κλπ.
- Παρακολούθηση – διευκόλυνση της υλοποίησης των προκαθορισμένων συναντήσεων.

ΤΥΠΟΣ Β: Οργάνωση Εκθεσιακού χώρου σε Συνεδριακή Αίθουσα Ξενοδοχείου

Στο πλαίσιο της οργάνωσης της προωθητικής εκδήλωσης, θα περιλαμβάνονται:

1. Διαμόρφωση υποδομής σειριακών περιπτέρων για τους παραγωγούς που συμμετέχουν στην έκθεση (15 περίπτερα & 30 παραγωγοί), σε χώρο του ξενοδοχείου
2. Διαμόρφωση χωριστού χώρου-περιπτέρου για την Περιφέρεια Ηπείρου
3. Διαμόρφωση χώρου εγγραφής & υποδοχής επισκεπτών
4. Διαμόρφωση χώρου εστίασης & αναψυχής

5. Κατάλληλη διαμόρφωση χώρων για προγραμματισμένες επιχειρηματικές συναντήσεις (B2B)
6. Ηχητική και μουσική κάλυψη του εκθεσιακού χώρου ανά προωθητική εκδήλωση
7. Φωτογράφιση και βιντεοσκόπηση των προωθητικών εκδηλώσεων.
8. Δημιουργία και εκτύπωση της επωνυμίας των συμμετεχόντων παραγωγών εκτυπωμένες σε αυτοκόλλητο βινύλιο με ματ πλαστικοποίηση, σε διάσταση 20x120εκ.
9. Δημιουργικός σχεδιασμός – επικοινωνίας της συμμετοχής ανά προωθητική εκδήλωση.
10. Εκτύπωση αφίσας τετράχρωμης με διάσταση 50X70εκ σε χαρτόνι 270gr. Ποσότητα 40τμχ.
11. Εκτύπωση banner/πανό σε ευρωπαϊκό μουσαμά 450 γρ, τετράχρωμο, με πηχάκι ξύλινο πάνω κάτω. Ποσότητα 10 τμχ / ανά έκθεση με διάσταση 200X80εκ.
12. Δημιουργία σελίδων στα Social Media
13. Δημιουργία facebook καμπάνιας για κάθε προωθητική εκδήλωση για την ευρύτερη περιοχή.
14. Δημιουργία ηλεκτρονικού banner για προβολή της προωθητικής εκδήλωσης στο site της Περιφέρειας και σε ειδησεογραφικά site.
15. Δημιουργία Οπτικοακουστικού σποτ 30” ανά προωθητική εκδήλωση
16. Συνεργασία με την ομάδα δημιουργίας & διαχείρισης ψηφιακού περιεχομένου για την ενσωμάτωση του ψηφιακού διαφημιστικού υλικού των προωθητικών εκδηλώσεων στην ιστοσελίδα της Περιφέρειας για την ορθή προβολή των εκθέσεων και των εκθετών.
17. Αφισοκόλληση – τοποθέτηση banners ανά προωθητική εκδήλωση
18. Φύλαξη και καθαριότητα του χώρου της εκδήλωσης σε 24ωρη βάση για τις δύο ημέρες υλοποίησης της
19. Οργάνωση γαστρονομικών εκδηλώσεων καθ’ όλη την διάρκεια των προωθητικών εκδηλώσεων, παρασκευή κερασμάτων από τοπικά προϊόντα της Ηπείρου για τους επισκέπτες από αναγνωρισμένους σεφ της Περιφέρειας.
20. Διασφάλιση μετακίνησης και διαμονής δύο επιτόπιων υπαλλήλων του αναδόχου και ενός διερμηνέα στην τοπική γλώσσα τουλάχιστον για όλες τις ημέρες της εκδήλωσης συν μία.
21. Διασφάλιση μετακίνησης από την έδρα τους και επιστροφή σε αυτήν, εσωτερικών στον τόπο της εκδήλωσης και διαμονής είτε δύο (2) υπαλλήλων ή ενός (1) υπαλλήλου & ενός (1) εκπροσώπου της αναθέτουσας αρχής, καθώς και ενός (1) εκπροσώπου τοπικού μέσου (έντυπου, ηλεκτρονικού ή τηλεοπτικού), σε ξενοδοχείο τεσσάρων (4) αστέρων με πρωινό ή ισοδύναμο, ανά προωθητική εκδήλωση, για τις ημέρες της εκδήλωσης συν μία ή δύο εφόσον κρίνεται απαραίτητο από την Αναθέτουσα Αρχή.
Σε περίπτωση που δεν υπάρχει διαθέσιμος εκπρόσωπος τοπικού μέσου (έντυπου, ηλεκτρονικού ή τηλεοπτικού), τη θέση του θα καλύπτει είτε υπάλληλος της Αναθέτουσας Αρχής είτε εκπρόσωπος φορέα που θα υποδείξει η Αναθέτουσα Αρχή.
22. Παροχή όλου του απαραίτητου εξοπλισμού και υλικών που είναι απαραίτητα για την υλοποίηση των προωθητικών εκδηλώσεων

Επιχειρηματικές Συναντήσεις (B2B)

Ειδικότερα, σε κάθε προωθητική εκδήλωση θα πρέπει ο Ανάδοχος να οργανώνει επιχειρηματικές συναντήσεις (B2B), για τους τουριστικούς επαγγελματίες της Περιφέρειας σε κατάλληλα διαμορφωμένους χώρους του ξενοδοχείου, με προγραμματισμένα ραντεβού. Ο **αριθμός συναντήσεων** που θα οργανώνονται από τον ανάδοχο ανά προωθητική εκδήλωση θα

είναι **κατ' ελάχιστον 10**, ενώ ο Ανάδοχος **θα πρέπει να διαμορφώσει και κοινοποιήσει το εκάστοτε πρόγραμμα συναντήσεων στην Περιφέρεια Ηπείρου τουλάχιστον 1 μήνα** πριν την προγραμματισμένη συμμετοχή στην ειδική προωθητική εκδήλωση, προς ενημέρωση των επαγγελματιών τουρισμού και επιμέρους ενδιαφερόμενων. Για τον σκοπό αυτό ο Ανάδοχος πρέπει να παράσχει τις ακόλουθες κατ' ελάχιστον, υπηρεσίες:

- Ενημέρωση των επαγγελματιών και ζήτηση εκδήλωσης ενδιαφέροντος για συμμετοχή τους στη προωθητική εκδήλωση, και σύντομη περιγραφή των επαγγελματικών ενδιαφερόντων επιχειρηματικών συναντήσεων (B2B).
 - Προσδιορισμό χρόνου και τόπου Εκδήλωσης επιχειρηματικών συναντήσεων (B2B) στην Συνεδριακή Αίθουσα του Ξενοδοχείου, και προετοιμασία σχετικού υλικού πρόσκλησης, σε επαγγελματίες που θα συμμετέχουν στην Προωθητική Εκδήλωση, των δημοσιεύσεων στο διαδίκτυο και άλλων κατά περίπτωση προσφερόμενων μέσων ενημέρωσης των «αγοραστών (buyers)»
 - Δημιουργία σχετικού Καταλόγου Ενδιαφερομένων Επαγγελματιών ανά Προωθητική Εκδήλωση και αποστολή τους προς τα τοπικά εμπορικά επιμελητήρια για την διοργάνωση Εκδήλωσης / Δραστηριότητας επιχειρηματικών συναντήσεων (B2B) για την Ήπειρο, όπου είναι δυνατό.
 - Διαμόρφωση του διαθέσιμου χώρου της Συνεδριακής Αίθουσας για την υλοποίηση των επιχειρηματικών συναντήσεων - διακόσμηση (αν χρειάζεται) χώρου υλοποίησης Εκδήλωσης επιχειρηματικών συναντήσεων (B2B).
 - Κατάλληλη δημοσιοποίηση της διαθεσιμότητας επαγγελματιών για επιχειρηματικές συναντήσεις (B2B) σε συνεργασία με τοπικό Γραφείο Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού – ΕΟΤ.
 - Διάχυση πληροφόρησης περί των τουριστικών προϊόντων της Ηπείρου στους ενδιαφερόμενους αγοραστές.
 - Υποστήριξη της διοργάνωσης – τακτοποίηση χώρου, ταξινόμηση θέσεων συμμετεχόντων, παροχή τυποποιημένων μικρών αναγνωριστικών πινακίδων συμμετεχόντων, κλπ.
 - Παρακολούθηση – διευκόλυνση της υλοποίησης των προκαθορισμένων συναντήσεων.
- ***Αναφορά Απολογισμού***
- Η υπηρεσία αυτή αφορά στην εκπόνηση αναφοράς απολογισμού εργασιών του Αναδόχου ανά Έκθεση, η οποία θα περιλαμβάνει κατ' ελάχιστον τα ακόλουθα :
- Απολογισμό των εργασιών του Αναδόχου
 - Μετρήσεις δεικτών όπως αριθμός επισκεπτών στο περίπτερο/έκθεση της Περιφέρειας, αριθμός επιχειρηματικών συναντήσεων (B2B) κ.λ.π.
 - Ερωτηματολόγια στους συμμετέχοντες παραγωγούς & επαγγελματίες τουρισμού της Ηπείρου σχετικά με την αποτελεσματικότητα των επιχειρηματικών συναντήσεων (B2B) & της προβολής των τοπικών προϊόντων

- Τυχόν προτάσεις βελτίωσης αντίστοιχης διοργάνωσης μελλοντικά,
- Παράρτημα με υλικό από την έκθεση και τις επιχειρηματικές συναντήσεις (B2B) όπως φωτογραφίες, βίντεο κλπ

Χρονοδιάγραμμα:

Το κάθε παραδοτέο θα υποβάλλεται σε διάστημα ενός (1) μήνα μετά την ολοκλήρωση της κάθε εκδήλωσης.

ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ ΜΕ ΑΛΛΑ ΠΑΡΑΔΟΤΕΑ

3.1 ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ-ΑΠΟΤΙΜΗΣΗΣ, ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟ TOOLKIT & ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ

3.5 ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗΣ ΤΗΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗΣ ΠΥΛΗΣ (PORTAL)

3.7 ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ

3.8.1 INFLUENCER MARKETING

ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΩΝ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ	ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΔΑΠΑΝΗΣ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΜΟΝΑΔΑΣ	ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔΑΣ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ (ΒΑΣΙΚΟ ΣΕΝΑΡΙΟ)	ΤΕΛΙΚΗ ΤΙΜΗ ΧΩΡΙΣ ΦΠΑ	ΤΕΛΙΚΗ ΤΙΜΗ ΜΕ ΦΠΑ	ΣΧΟΛΙΑ
ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΣΕ ΧΩΡΕΣ ΤΩΝ ΒΑΛΚΑΝΙΩΝ					75,000.00	93,000.00	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΡΙΩΝ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ	ΑΜΟΙΒΗ	ΤΕΜΑΧΙΑ	25,000.00	3	75,000.00	93,000.00	ΚΑΘΕ ΕΚΔΗΛΩΣΗ ΔΙΑΡΚΕΙ ΤΟΥΛΑΧΙΣΤΟΝ ΔΥΟ (2) ΗΜΕΡΕΣ. ΠΡΟΪΟΝΤΑ & ΞΕΝΟΔΟΧΟΥΣ. ΘΑ ΓΙΝΟΥΝ ΚΑΙ Β2Β ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ. ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΜΕ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ. ΔΙΑΜΟΝΕΣ. Ή ΔΥΟ ΥΠΑΛΛΗΛΟΙ Ή ΕΝΑΣ ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ & ΕΝΑΣ ΕΚΠΡΟΣΩΠΟΣ ΑΝΑΘΕΤΟΥΣΑΣ ΑΡΧΗΣ ΚΑΙ ΕΝΟΣ

							ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΟΥ ΕΚΠΡΟΣΩΠΟΥ ΤΟΠΙΚΟΥ ΜΕΣΟΥ
--	--	--	--	--	--	--	--

3.4 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΠΙΣΚΕΨΕΩΝ ΕΞΟΙΚΕΙΩΣΗΣ (FAMILIARIZATION TRIPS)

Οι υπηρεσίες του Αναδόχου ενδεικτικά περιλαμβάνουν τα ακόλουθα:

3.4.1 ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΕΠΙΣΚΕΨΕΩΝ

Οι Επισκέψεις Εξοικείωσης αφορούν στην οργάνωση κατάλληλα σχεδιασμένων επισκέψεων επαγγελματιών του χώρου στην περιφέρεια, οι οποίοι θα επιλεγούν με βάση την αναμενόμενη συμβολή τους στη μέγιστη δυνατή και πλέον αποτελεσματική προβολή της περιφέρειας Ηπείρου στις τουριστικές αγορές στόχους. Οι επαγγελματίες αυτοί θα προέρχονται ενδεικτικά από τις εξής ομάδες:

(α) τουριστικοί δημοσιογράφοι

(β) ταξιδιωτικοί / τουριστικοί πράκτορες (tour operators/travel agents) – διακινητές τουριστών

(γ) δημοσιογράφοι ιστολογίων (bloggers) – διαμορφωτές κοινής γνώμης

Οι Επισκέψεις εξοικείωσης δύναται να είναι είτε «γενικές επισκέψεις» είτε «θεματικές επισκέψεις». Στις θεματικές επισκέψεις ενδεικτικά περιλαμβάνονται επισκέψεις όπως:

- Θεματική επίσκεψη εξοικείωσης με έμφαση στον πολιτιστικό τουρισμό
- Θεματική επίσκεψη εξοικείωσης με έμφαση στον ιστορικό τουρισμό
- Θεματική επίσκεψη εξοικείωσης με έμφαση στον γαστρονομικό τουρισμό
- Θεματική επίσκεψη εξοικείωσης με έμφαση στον τουρισμό περιπέτειας
- Θεματική επίσκεψη εξοικείωσης με έμφαση σε δραστηριότητες αθλητισμού αναψυχής στον ορεινό όγκο – ενδοχώρα της Ηπείρου
- Θεματική επίσκεψη εξοικείωσης με έμφαση στον ιαματικό τουρισμό
- Θεματική επίσκεψη εξοικείωσης με έμφαση στον θρησκευτικό τουρισμό
- Θεματική επίσκεψη εξοικείωσης με έμφαση στον οικολογικό – τουρισμό φύσης
- Θεματική επίσκεψη εξοικείωσης με έμφαση στον παράκτιο – παραθεριστικό τουρισμό και στα ενδιαφέροντα της θαλάσσιας ακτογραμμής
- Θεματική επίσκεψη εξοικείωσης με έμφαση στα αγροδιατροφικά προϊόντα και στις επισκέψιμες αγροδιατροφικές μονάδες καθώς και λοιπές παραγωγικές μονάδες (όπως Ασημουργία κ.α.)
- Θεματική επίσκεψη εξοικείωσης με έμφαση στον Αστικό τουρισμό πόλης, Συνεδριακό τουρισμό και τουρισμό αναψυχής, ευεξίας και ξεκούρασης

Οι προτεινόμενες διαδρομές – σημεία επίσκεψης και δραστηριότητες προώθησης θα προτείνονται αναλυτικά, και ο Ανάδοχος πρέπει να έχει κάνει τις σχετικές επαφές και συνεννοήσεις με τους κατά περιοχές επίσκεψης τουριστικούς επαγγελματίες, τοπικές αρχές και επαγγελματικούς φορείς, ώστε να προβλέπονται κατάλληλες συναντήσεις για την αξιοποίηση της ενέργειας προβολής

Οι διαμορφούμενες για τις Επισκέψεις Εξοικείωσης ομάδες συμμετεχόντων πρέπει να έχουν επαρκή συνάφεια και σύνδεση με τις επιθυμητές και στοχευόμενες τουριστικές αγορές της Περιφέρειας Ηπείρου, και ο Ανάδοχος θα μεριμνήσει να υποβάλει γενικό πρόγραμμα Επισκέψεων, προς την Αναθέτουσα Αρχή, για να εξασφαλιστεί ότι υπάρχει συνολικώς επαρκής σε σχέση με τους στόχους της στρατηγικής τουριστικής προβολής, γεωγραφική διάχυση συμμετοχών αλλά και συνδυασμός με τις στοχευόμενες τουριστικές αγορές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Επίσης, ο Ανάδοχος θα μεριμνήσει ώστε με την κατάλληλη επιλογή των διαδρομών των Επισκέψεων Εξοικείωσης να καλύπτονται και να αναδεικνύονται και τα τοπικά χαρακτηριστικά κάθε Περιφερειακής Ενότητας

Για κάθε Επίσκεψη Εξοικείωσης ο Ανάδοχος θα υποβάλει αναλυτική **“Πρόταση Επίσκεψης Εξοικείωσης”** που θα περιλαμβάνει κατ’ ελάχιστον τα ακόλουθα:

- Κατάσταση προτεινόμενων συμμετεχόντων και βιογραφικά στοιχεία αυτών με προηγούμενη (όπου είναι δυνατόν) δραστηριότητά τους
- Προτεινόμενη διαδικασία προσκλήσεων και υποδοχής
- Προβλεπόμενο διαδρομή – δρομολόγιο – φιλοξενία και τοπικές επισκέψεις ή δραστηριότητες
- Πρόγραμμα συναντήσεων με επιχειρηματίες του τουρισμού της περιοχής και σχετική θεματολογία
- Το υλικό που θα παρασχεθεί στους συμμετέχοντες και δώρα
- Τις ενέργειες προβολής και δημοσιοποίησης της Επίσκεψης Εξοικείωσης

Το ανωτέρω υποπαραδοτέο **“Πρόταση Επίσκεψης Εξοικείωσης”** θα πρέπει να υποβληθεί εντός 1 μηνός από την ανάθεση της οικείας εκτελεστικής σύμβασης και σε κάθε περίπτωση κατ’ ελάχιστον 2 μήνες πριν τη διενέργεια της οικείας Επίσκεψης Εξοικείωσης.

3.4.2 ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ

Οι υπηρεσίες οργάνωσης του Αναδόχου ενδεικτικά περιλαμβάνουν τα ακόλουθα :

- Αναλυτική προετοιμασία και εξασφάλιση για:
 - Εισιτήρια (όπου απαιτείται)
 - Διαμονή
 - Μεταφορές
 - Ξεναγήσεις
 - Διερμηνείς
 - Κράτηση χώρων συναντήσεων
 - Γεύματα-Δείπνα
 - Εισιτήρια Μουσείων, αρχαιολογικών χώρων (όπου απαιτείται)

- Συμμετοχή σε δραστηριότητες όπως rafting, υπασία, γαστρονομία, δραστηριότητες θαλάσσης κ.λ.π.
- Αποστολή προσκλήσεων – Επικοινωνία/Επιβεβαίωση συμμετοχής (Follow up)
- Οριστικοποίηση εισιτηρίων / κρατήσεων / μετακινήσεων διαμονής
- Ενημέρωση επαγγελματιών Ηπείρου για επιβεβαίωση ενδιαφέροντος φιλοξενίας, συναντήσεων, κλπ. επαφών, προσδιορισμού σημείων αναφοράς
- Επιβεβαίωση ανταπόκρισης και διαθεσιμότητας συναντήσεων
- Προετοιμασία ανακοινώσεων δημοσιοποίησης
- Προσδιορισμός - ανεύρεση - επιβεβαίωση διαθεσιμότητας χώρου και τόπου συναντήσεων
- Συντονισμός εμπλεκόμενων φορέων
- Προετοιμασία προωθητικού υλικού (δώρα, ενημερωτικό υλικό)
- Εξασφάλιση παρουσίας Εκπροσώπων Περιφέρειας
- Δημοσιοποίηση Επίσκεψης Εξοικείωσης
- Σύνταξη Δελτίων Τύπου Επίσκεψης Εξοικείωσης προ και μετά την διοργάνωση
- Επιλογή και εξασφάλιση χώρων συναντήσεων και επισκέψεων
- Διαμόρφωση Τελικού Προγράμματος Επίσκεψης Εξοικείωσης
- Ενημέρωση όλων των συμμετεχόντων
- Εξασφάλιση τυχόν απαιτούμενων αδειών για την επίσκεψη ειδικών αξιοθέατων

Οι υπηρεσίες υλοποίησης επισκέψεων εξοικείωσης του Αναδόχου ενδεικτικά περιλαμβάνουν τα ακόλουθα:

- Παροχή συνοδού υποδοχής και διευκόλυνσης συμμετεχόντων – υποστήριξης της υλοποίησης
- Κάλυψη επίσκεψης από δημοσιογράφο τοπικού μέσου
- Παροχή ξεναγού – διερμηνέα
- Φωτογραφική – κάλυψη της Επίσκεψης Εξοικείωσης
- Λήψη πλάνων για τη δημιουργία βίντεο προώθησης
- Διανομή προωθητικού υλικού της Ηπείρου

Οι ανωτέρω υπηρεσίες αυτές απολογίζονται στην **“Έκθεση Απολογισμού ανά Επίσκεψη Εξοικείωσης”** η οποία περιλαμβάνει κατ’ ελάχιστον τα ακόλουθα:

- Απολογισμό εργασιών με στοιχεία συμμετοχών, προγράμματος γενόμενων συναντήσεων, τυχόν διαπιστωμένων προβληματισμών, αξιολόγηση και προτάσεις προς την Αναθέτουσα Αρχή, φωτογραφικό υλικό, κ.λ.π.
- Συνημμένα:
 - ο Αποδελτίωση Άρθρων και αναρτήσεων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σε συνέχεια του ταξιδιού εξοικείωσης
 - ο Μετάφραση στα ελληνικά των σχετικών ξενόγλωσσων δημοσιεύσεων που ακολούθησαν το ταξίδι εξοικείωσης

ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ

Το ανωτέρω παραδοτέο (Έκθεση Απολογισμού ανά Επίσκεψη Εξοικείωσης) ανά Επίσκεψη Εξοικείωσης θα πρέπει να υποβληθεί εντός 1 μηνός από την ολοκλήρωση της οικείας Επίσκεψης Εξοικείωσης.

Επισημαίνεται ότι το βασικό σενάριο προβλέπει υπηρεσίες σχεδιασμού, οργάνωσης και υλοποίησης 5 Επισκέψεων Εξοικείωσης με 8 προσκεκλημένους επισκέπτες (6 από το Εξωτερικό και 2 Έλληνες), και επιπλέον ενός δημοσιογράφου τοπικού μέσου και εκπροσώπων ΠΗ και διάρκειας 4 ημερών (3 διανυκτερεύσεων) η καθεμία.

ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ ΜΕ ΑΛΛΑ ΠΑΡΑΔΟΤΕΑ

3.1.1. ΕΤΗΣΙΟΣ ΑΝΑΛΥΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΤΩΝ 2026-2029

3.1.3 ΕΤΗΣΙΑ ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ

3.6 ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ & ΑΝΑΠΑΡΑΓΩΓΗ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ

3.7 ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ

ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕ Σ ΠΡΟΩΘΗΤΙ ΚΩΝ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ	ΚΑΤΗΓΟ ΡΙΑ ΔΑΠΑΝ ΗΣ	ΠΕΡΙΓΡΑΦ Η ΜΟΝΑΔΑ Σ	ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔ ΑΣ	ΠΟΣΟΤ ΗΤΑ (ΒΑΣΙΚΟ ΣΕΝΑΡΙ Ο)	ΤΕΛΙΚΗ ΤΙΜΗ ΧΩΡΙΣ ΦΠΑ	ΤΕΛΙΚΗ ΤΙΜΗ ΜΕ ΦΠΑ	ΣΧΟΛΙΑ
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΠΙΣΚΕΨΕΩ Ν ΕΞΟΙΚΕΙΩΣΗ Σ (familiarizati on trips)					73,650. 00	91,326. 00	

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΠΕΝΤΕ (5) ΕΠΙΣΚΕΨΕΩΝ ΕΞΟΙΚΕΙΩΣΗΣ (familiarizati on trips) ΓΙΑ 8 ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ ΔΙΑΡΚΕΙΑΣ ΤΕΣΣΑΡΩΝ (4) ΗΜΕΡΩΝ	ΑΜΟΙΒΗ	ΕΚΘΕΣΗ ΑΠΟΛΟΓΙΣ ΜΟΥ ΑΝΑ ΕΠΙΣΚΕΨΗ ΕΞΟΙΚΕΙΩΣ ΗΣ	14,730. 00	5	73,650. 00	91,326. 00	ΚΑΛΥΨΗ ΚΟΣΤΟΥΣ: 1. ΤΑΞΙΔΙ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΔΡΑ ΤΟΥ ΕΠΙΣΚΕΠΤΗ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΗΠΕΙΡΟΥ ΜΕΤ ΕΠΙΣΤΡΟΦΗΣ/ 8 ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ, 2. ΚΑΛΥΨΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ 2 ΓΕΥΜΑΤΑ ΗΜΕΡΗΣΙΩΣ ΑΝΑ ΕΠΙΣΚΕΠΤΗ: 8 ΑΤΟΜΑ Χ 4 ΗΜΕΡΕΣ, 3. ΚΑΛΥΨΗ ΗΜΕΡΗΣΙΑΣ ΔΙΑΜΟΝΗΣ ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ 4 ΑΣΤΕΡΩΝ Η ΙΣΟΔΥΝΑΜΟΥ ΜΕ ΠΡΩΙΝΟ, ΜΕΤΑΚΙΝΗΣΕΙ Σ ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΙΣΗ ΑΝΑ ΕΠΙΣΚΕΠΤΗ: 8 ΑΤΟΜΑ Χ 3 ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥ ΣΕΙΣ, 4. ΚΑΛΥΨΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ ΚΑΙ ΟΠΟΥ ΚΡΙΝΕΤΑΙ ΚΑΙ ΔΙΑΜΟΝΗΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑ ΦΟΥ, ΣΤΕΛΕΧΩΝ ΑΝΑΔΟΧΟΥ & ΕΚΠΡΟΣΩΠΩΝ Π.Η.ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΓΕΥΜΑΤΑ: 2 ΓΕΥΜΑΤΑ ΗΜΕΡΗΣΙΩΣ, 4 ΗΜΕΡΕΣ/ 4 ΑΤΟΜΑ, 5. ΚΑΛΥΨΗ ΚΟΣΤΟΥΣ ΞΕΝΑΓΟΥ, 6. ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΕΠΙΣΚΕΨΕΩΝ, 7. ΚΑΛΥΨΗ ΚΟΣΤΟΥΣ ΕΙΣΙΤΗΡΙΩΝ ΣΕ ΜΟΥΣΕΙΑ, ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚ
---	--------	--	---------------	---	---------------	---------------	--

							ΟΥΣ ΧΩΡΟΥΣ, 8. ΕΚΠΟΝΗΣΗ ΕΚΘΕΣΗΣ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟ Υ ΕΠΙΣΚΕΨΗΣ ΕΞΟΙΚΕΙΩΣΗΣ, ΚΑΛΥΨΗ ΕΞΟΔΩΝ ΦΑΓΗΤΟΥ ΚΑΙ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ Υ: ΟΔΗΓΟΥ, ΞΕΝΑΓΟΥ, ΣΥΝΟΔΟΥ ΑΠΟ ΓΡΑΦΕΙΟ ΑΝΑΔΟΧΟΥ
--	--	--	--	--	--	--	---

3.5 ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗΣ ΤΗΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗΣ ΠΥΛΗΣ (PORTAL)

3.5.1 ΑΝΑΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗΣ ΠΥΛΗΣ

Σκοπός της συγκεκριμένης ενέργειας είναι η ανάδειξη του σύγχρονου τουριστικού Portal της περιφέρειας που λειτουργεί στην ηλεκτρονική διεύθυνση www.epirusforallseasons.gr ως κεντρικό εργαλείο της προώθησης του Τουριστικού Προϊόντος της Ηπείρου.

Στο πλαίσιο αυτό προβλέπεται η ανανέωση, επιμέλεια και ο εμπλουτισμός του περιεχομένου της διαδικτυακής πύλης (portal), ανά θεματικό άξονα και περιοχή τουρισμού.

Ειδικότερα θα πρέπει να ικανοποιούνται οι ακόλουθες κατ' ελάχιστον απαιτήσεις :

- Η αισθητική & καλλιτεχνική επιμέλεια & αναβάθμιση των σελίδων της ιστοσελίδας
- Η αναδιαμόρφωση και βελτίωση των κειμένων των σελίδων της ιστοσελίδας
- Ανανέωση υπάρχοντος φωτογραφικού υλικού και εισαγωγή νέου μέσω και του επικοινωνιακού toolkit
- Διασύνδεση υλικού με υπάρχον υλικό από Δήμους, υιοθέτηση καλών πρακτικών όπου είναι διαθέσιμες
- Έλεγχος & επικαιροποίηση του περιεχόμενου της διαδικτυακής πύλης (portal), συμπεριλαμβανομένων πληροφοριών γενικού ενδιαφέροντος (χρήσιμα τηλέφωνα επικοινωνίας, διευθύνσεις ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (email), διευθύνσεις), ημερολογίου εκδηλώσεων, τουριστικών οδηγών, τουριστικών φυλλαδίων, σχετικών άρθρων ελληνικού και διεθνούς τύπου, οδηγών διασκέδασης, υπερσυνδέσεων για διασύνδεση με εξωτερικές ιστοσελίδες κ.α. (Συνέργεια με παραδοτέα του Επικοινωνιακού Toolkit)
- Η υποστήριξη του επιτόπιου υπαλλήλου του Αναδόχου, υπεύθυνου της Τουριστικής Δημοσιότητας για τη λειτουργία του περιβάλλοντος διαχείρισης της ιστοσελίδας καθόλη τη διάρκεια υλοποίησης της τουριστικής καμπάνιας.
- Προσθήκη πλαισίου για εγγραφή σε newsletter
- Έλεγχος-επικαιροποίηση της αγγλικής, γερμανικής & βουλγαρικής γλώσσας
- Υποβολή τουλάχιστον δύο διαφορετικών προτάσεων πολυμορφικότητας site (προσαρμογή ανάλογα το ενδιαφέρον του επισκέπτη)
- Υποστήριξη στην ομάδα έργου του Επικοινωνιακού Toolkit, στην ομάδα έργου δημιουργίας & διαχείρισης ψηφιακού διαφημιστικού περιεχομένου και στην ομάδα επιτόπιας τουριστικής δημοσιότητας για την ενσωμάτωση των δράσεων τους & παραδοτέων τους στο site, καθόλη τη διάρκεια υλοποίησης της τουριστικής καμπάνιας.
- Η τελική αναβάθμιση να συμμορφώνεται με το Ευρωπαϊκό Εναρμονισμένο Πρότυπο EN 301 549, και ειδικότερα της Οδηγίας για Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού, έκδοση 2.1 (Web Content Accessibility Guidelines 2.1) του Διεθνή Οργανισμού World

Wide Web Consortium (W3C), κατ' ελάχιστο στο μεσαίο επίπεδο προσβασιμότητας "ΑΑ".

ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ

Τα ανωτέρω παραδοτέα θα υποβληθούν εντός 9 μηνών από την ανάθεση της οικείας εκτελεστικής σύμβασης.

3.5.2 ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΒΕΛΤΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΣΕ ΜΗΧΑΝΕΣ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗΣ (SEARCH ENGINES)

Στόχος της ενέργειας αυτής είναι η σωστή και στοχευμένη προώθηση της διαδικτυακής πύλης της Περιφέρειας Ηπείρου μέσω του διαδικτύου και συγκεκριμένα η εξασφάλιση και ενίσχυση της προβολής του στις σελίδες ηλεκτρονικών Μηχανών Αναζήτησης.

Οι εν λόγω υπηρεσίες αφορούν στη βελτιστοποίηση αποτελεσμάτων σε μηχανές αναζήτησης (Search Engine Optimization) τόσο στη δομή όσο και το περιεχόμενο της διαδικτυακής πύλης ώστε να διασφαλιστεί η αύξηση επισκεψιμότητάς του.

Στο πλαίσιο αυτό οι υπηρεσίες του Αναδόχου κατ' ελάχιστον περιλαμβάνουν:

- Έρευνα Λέξεων κλειδιών (Key Words)
- Ανάλυση Ανταγωνισμού σε λέξεις κλειδιά
- Βελτιστοποίηση Δικτυακής Πύλης (On Page SEO)
- Υποβολή σε μεγάλες μηχανές αναζήτησης και καταλόγους (directories)
- Τριμηνιαία παρακολούθηση των σχετικών αποτελεσμάτων και στοιχείων επισκεψιμότητας

ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ

Οι ανωτέρω υπηρεσίες του Αναδόχου απολογίζονται σε τριμηνιαία βάση στο οικείο παραδοτέο **Τριμηνιαία Έκθεση Βελτιστοποίησης Αποτελεσμάτων Αναζήτησης**, η οποία υποβάλλεται **εντός 10 ημερών από τη λήξη της μηνιαίας περιόδου αναφοράς**.

Οι υπηρεσίες του Αναδόχου θα παρασχεθούν ενδεικτικά για χρονικό διάστημα 42 μηνών (14 τριμηνιαίες εκθέσεις).

ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ ΜΕ ΑΛΛΑ ΠΑΡΑΔΟΤΕΑ

3.1 ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ-ΑΠΟΤΙΜΗΣΗΣ, ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟ TOOLKIT & ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ

3.7 ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ

3.8 ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΜΕΣΩ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ

ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕ Σ ΠΡΟΩΘΗΤΙ ΚΩΝ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ	ΚΑΤΗΓ ΟΡΙΑ ΔΑΠΑΝ ΗΣ	ΠΕΡΙΓΡΑΦ Η ΜΟΝΑΔΑΣ	ΤΙΜΗ ΜΟΝΑ ΔΑΣ	ΠΟΣΟΤ ΗΤΑ (ΒΑΣΙΚ Ο ΣΕΝΑΡΙ Ο)	ΤΕΛΙΚ Η ΤΙΜΗ ΧΩΡΙΣ ΦΠΑ	ΤΕΛΙΚ Η ΤΙΜΗ ΜΕ ΦΠΑ	ΣΧΟΛΙΑ
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΝΑΒΑΘΜ ΙΣΗΣ ΤΗΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑ ΚΗΣ ΠΥΛΗΣ (PORTAL)					14,80 0.00	18,35 2.00	
ΑΝΑΣΧΕΔΙΑΣ ΜΟΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚ ΗΣ ΠΥΛΗΣ (PORTAL)	ΑΜΟΙΒΗ	ΑΝΑΣΧΕΔΙΑΣ ΜΟΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚ ΗΣ ΠΥΛΗΣ (PORTAL)	10,600 .00	1	10,60 0.00	13,14 4.00	ΑΜΟΙΒΗ ΑΝΑΔΟΧΟΥ ΑΠΑΞ
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΒΕΛΤΙΣΤΟΠ ΟΙΗΣΗΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣ ΜΑΤΩΝ ΣΕ ΜΗΧΑΝΕΣ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ Σ (SEARCH ENGINES)	ΑΜΟΙΒΗ	ΤΡΙΜΗΝΙΑΙΑ ΕΚΘΕΣΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΒΕΛΤΙΣΤΟΠ ΟΙΗΣΗΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣ ΜΑΤΩΝ ΣΕ ΜΗΧΑΝΕΣ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ Σ (SEARCH ENGINES)	300.00	14	4,200. 00	5,208. 00	ΑΜΟΙΒΗ ΑΝΑΔΟΧΟΥ ΑΝΑ ΤΡΙΜΗΝΙΑΙΕΣ ΕΚΘΕΣΗ/ 14 ΕΚΘΕΣΕΙΣ

3.6 ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΑΙ ΑΝΑΠΑΡΑΓΩΓΗ ΠΡΩΘΗΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ

3.6.1 ΠΡΟΤΑΣΗ ΠΡΩΘΗΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ

Οι υπηρεσίες αυτές περιλαμβάνουν κατ'ελάχιστον τα ακόλουθα:

- Σύνταξη αναλυτικού καταλόγου διαθέσιμου Προωθητικού Υλικού, έντυπου, φωτογραφικού, ηλεκτρονικού, προωθητικού υλικού κλπ.
- Αξιολόγηση της σκοπιμότητας αναπαραγωγής του υφιστάμενου υλικού / δημιουργίας νέου / μετάφρασης υφιστάμενου σε πρόσθετες γλώσσες με βάση:
 - την κάλυψη των αναγκών περιγραφής των ειδικών θεματικών μορφών τουρισμού:
 - Οικολογικό – περιπατητικό – αγροτουριστικό
 - Ιστορικό – πολιτιστικό, με ιδιαίτερη εξέταση τις διαδρομές των Αρχαίων Θεάτρων
 - Αθλητικό τουρισμό – περιπέτειας
 - Γαστρονομικό
 - Θρησκευτικό
 - Θαλάσσιο (κρουαζιέρα, γιώτινγκ, καταδύσεις)
 - Αστικό
 - Την κάλυψη των αναγκών:
 - Διανομής υλικού στους συμμετέχοντες των ταξιδιών εξοικείωσης (familiarization trips)
 - Διανομής υλικού ανά επιλεγμένη τουριστική έκθεση
 - Διανομής υλικού σε άλλες δράσεις ή ενέργειες
 - Διάθεσης υλικού για γενική ενημέρωση σε «επιλεγμένα σημεία» όπως αεροδρόμια, λιμάνια, σταθμοί εξυπηρέτησης αυτοκινητιστών Εγνατίας Οδού, τελωνειακές εισόδους οδικών προσβάσεων από γειτονικές χώρες, κλπ.
 - την σκοπιμότητα μετάφρασης του υλικού σε νέες σε συνδυασμό με τις αγορές στόχους, και τις γεωγραφικές προσελεύσεις των επισκεπτών της Περιφέρειας Ηπείρου
 - την δημιουργία και τοποθέτηση QR code με σύνδεση το Τουριστικό portal της Περιφέρειας epirusforallseasons.gr σε όποια αναπαραγωγή υφιστάμενου ή νέου προωθητικού υλικού
- Διατύπωση πρότασης για κάθε είδος του υφιστάμενου υλικού σχετικά με:

(α) την διατήρησή του ως έχει – με σκοπιμότητα αναπαραγωγής

(β) την τροποποίηση ή επικαιροποίησή του με αντίστοιχες επεξηγήσεις

(γ) την αιτιολογημένη κατάργησή του

- Διατύπωση τεκμηριωμένης πρότασης για τη δημιουργία νέου προωθητικού υλικού (είδος – ποσότητες) και το χρόνο έκδοσής του

ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ

Τα ανωτέρω ενσωματώνονται στην “Πρόταση Δημιουργίας Προωθητικού Υλικού” που θα υποβάλει ο Ανάδοχος εντός 1 μηνός από την σύναψη της οικείας εκτελεστικής σύμβασης.

ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ ΜΕ ΠΑΡΑΔΟΤΕΑ

Επιπλέον η όποια πρόταση προωθητικού υλικού θα πρέπει να συνάδει με :

- Την αποτυπωμένη στόχευση όπως αυτή θα αποτυπώνεται:
 - ο 3.1.1.1 ΕΤΗΣΙΟΣ ΑΝΑΛΥΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΤΩΝ 2026-2029
- Τις προδιαγραφές & δεοντολογία του brand όπως αυτές θα αποτυπώνονται:
 - ο 3.1.2 ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟΥ TOOLKIT

ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΩΝ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ	ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΔΑΠΑΝΗΣ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΜΟΝΑΔΑΣ	ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔΑΣ	ΠΟΣΟΤΗΤ Α (ΒΑΣΙΚΟ ΣΕΝΑΡΙΟ)	ΤΕΛΙΚΗ ΤΙΜΗ ΧΩΡΙΣ ΦΠΑ	ΤΕΛΙΚΗ ΤΙΜΗ ΜΕ ΦΠΑ	ΣΧΟΛΙΑ
ΠΡΟΤΑΣΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ Σ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚ ΟΥ ΥΛΙΚΟΥ	ΑΜΟΙΒΗ	ΠΡΟΤΑΣΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ Σ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚ ΟΥ ΥΛΙΚΟΥ	1,000.0 0	1	1,000.0 0	1,240.0 0	ΑΜΟΙΒΗ ΑΝΑΔΟΧΟΥ Υ ΑΠΑΞ

3.6.2 ΑΝΑΠΑΡΑΓΩΓΗ ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΟΥ ΠΡΩΘΗΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ

Οι υπηρεσίες αυτές αφορούν στην αναπαραγωγή υφιστάμενου προωθητικού υλικού.

Η αναπαραγωγή αφορά στις ακόλουθες ενδεικτικά κατηγορίες προωθητικού υλικού με τις ακόλουθες κατ'ελάχιστον τεχνικές προδιαγραφές ανά κατηγορία και στις ακόλουθες ενδεικτικές ποσότητες:

Υλικό	Τεμάχια		
Παραγωγή προωθητικού φακέλου εγγράφων (folder) 22X31 κλειστό, 1,5 εκ. ράχη, με τσέπη, τετραχρωμία, 350 γρ. velvet, ματ πλαστικοποίηση	3.000		
Παραγωγή 4πτυχου ενημερωτικού φυλλαδίου Διάσταση 12 X 22 (κλειστό) εκ., τετραχρωμία, α' και β' όψης, σε χαρτί velvet 150γρ.	5.000		
Παραγωγή δίπτυχο ενημερωτικού φυλλαδίου διαστάσεων Α4 (κλειστό), με 4χρωμη εκτύπωση α' και β' όψης, χαρτί velvet 150γρ.	5.000		
Αναπαραγωγή Ειδικού Τουριστικού Χάρτη (Κίτρινοι Χάρτες), διάσταση 66εκ.Χ48εκ. ανοικτός, 5πτυχος, διπλής όψης τετραχρωμία	6. 000 (4 Π.Ε)	Άρτα	ΕΛΛΗΝΙΚΑ,
		Θεσπρωτία	ΑΓΓΛΙΚΑ,
		Ιωάννινα	ΓΕΡΜΑΝΙΚΑ,
		Πρέβεζα	ΕΒΡΑΪΚΑ
Ανασχεδιασμός/ Προσαρμογή μακέτας	6 Ανασχεδιασμοί/Προσαρμογές		

Σε όποια αναπαραγωγή υφιστάμενου προωθητικού υλικού θα τοποθετηθεί σχετικό QR code με σύνδεση το τουριστικό portal epirusforallseasons.gr.

ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ

Ο χρόνος παράδοσης του προωθητικού υλικού κατά είδος και ποσότητα θα οριστεί στην οικεία εκτελεστική σύμβαση.

3.6.3 ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΝΕΟΥ ΠΡΩΘΗΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ

Οι υπηρεσίες αυτές αφορούν στην δημιουργία και παραγωγή νέου προωθητικού υλικού.

Το νέο προωθητικό υλικό αφορά ενδεικτικά στις ακόλουθες κατηγορίες προωθητικού υλικού με τα ακόλουθα κατ' ελάχιστον τεχνικά χαρακτηριστικά ανά κατηγορία και τις ακόλουθες ενδεικτικές ποσότητες:

Υλικό	Τεμάχια
Προμήθεια Powerbanks	500
Προμήθεια ταυτοτήτων βαλιτσών	1,000
Παραγωγή πάνινης τσάντας βάρους 280 γρ., με διαστάσεις 38X42 cm, και 4χρωμη εκτύπωση διάστασης A4 στη μία πλευρά	1,000

Σε όποια αναπαραγωγή υφιστάμενου προωθητικού υλικού θα τοποθετηθεί σχετικό QR code με σύνδεση το τουριστικό portal epirusforallseasons.gr.

ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ

Ο χρόνος παράδοσης του νέου προωθητικού υλικού κατά είδος και ποσότητα θα οριστεί στην οικεία εκτελεστική σύμβαση.

ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ ΜΕ ΑΛΛΑ ΠΑΡΑΔΟΤΕΑ

- Τις προδιαγραφές & δεοντολογία του brand όπως αυτές θα αποτυπώνονται:
 - ο 3.1.2.1 ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟΥ TOOLKIT
- Δράσεις στις οποίες θα μοιραστεί το προωθητικό υλικό
 - 3.2 ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΣΕ ΕΚΘΕΣΕΙΣ- ΟΡΓΑΝΩΣΗ B2B
 - 3.3 ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΡΩΘΗΤΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΣΕ ΧΩΡΕΣ ΤΩΝ ΒΑΛΚΑΝΙΩΝ
 - 3.4 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΠΙΣΚΕΨΕΩΝ ΕΞΟΙΚΕΙΩΣΗΣ (FAMILIRIZATION TRIPS)

ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΡΩΘΗΤΙΚΩΝ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ	ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΔΑΠΑΝΗΣ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΜΟΝΑΔΑΣ	ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔΑΣ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ (ΒΑΣΙΚΟ ΣΕΝΑΡΙΟ)	ΤΕΛΙΚΗ ΤΙΜΗ ΧΩΡΙΣ ΦΠΑ	ΤΕΛΙΚΗ ΤΙΜΗ ΜΕ ΦΠΑ	ΣΧΟΛΙΑ
ΑΝΑΠΑΡΑΓΩΓΗ ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΟΥ					8,900.00	11,036.00	

ΑΝΑΠΑΡΑΓΩΓΗ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΟΥ ΦΑΚΕΛΟΥ ΕΓΓΡΑΦΩΝ (FOLDER)	ΑΜΟΙΒΗ	ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΟΣ ΦΑΚΕΛΟΣ (FOLDER) (500 ΤΕΜΑΧΙΑ)	150.00	6	900.00	1,116.00	Η ΜΟΝΑΔΙΑΙΑ ΤΙΜΗ ΑΜΟΙΒΗΣ ΑΝΑΔΟΧΟΥ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΕΙ ΣΕ ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ 500 ΤΕΜΑΧΙΩΝ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΩΝ ΦΑΚΕΛΩΝ / 6 ΠΕΝΤΑΤΟΚΟΣΑΔΕΣ
ΑΝΑΠΑΡΑΓΩΓΗ 4ΠΤΥΧΟΥ ΦΥΛΛΑΔΙΟΥ	ΑΜΟΙΒΗ	4ΠΤΥΧΟ ΦΥΛΛΑΔΙΟ (1000 ΤΕΜΑΧΙΑ)	100.00	5	500	620.00	Η ΜΟΝΑΔΙΑΙΑ ΤΙΜΗ ΑΜΟΙΒΗΣ ΑΝΑΔΟΧΟΥ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΕΙ ΣΕ ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ 1000 ΤΕΜΑΧΙΩΝ 4ΠΤΥΧΟΥ ΦΥΛΛΑΔΙΟΥ / 5 ΤΩΝ ΧΙΛΙΩΝ ΤΕΜΑΧΙΩΝ
ΑΝΑΠΑΡΑΓΩΓΗ ΔΙΠΤΥΧΟΥ ΦΥΛΛΑΔΙΟΥ	ΑΜΟΙΒΗ	ΔΙΠΤΥΧΟ ΦΥΛΛΑΔΙΟ (1000 ΤΕΜΑΧΙΑ)	60.00	5	300	372.00	Η ΜΟΝΑΔΙΑΙΑ ΤΙΜΗ ΑΜΟΙΒΗΣ ΑΝΑΔΟΧΟΥ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΕΙ ΣΕ ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ 1000 ΤΕΜΑΧΙΩΝ ΔΙΠΤΥΧΟΥ ΦΥΛΛΑΔΙΟΥ / 5 ΤΩΝ ΧΙΛΙΩΝ ΤΕΜΑΧΙΩΝ
ΑΝΑΠΑΡΑΓΩΓΗ ΕΙΔΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΧΑΡΤΗ (ΚΙΤΡΙΝΟΙ ΧΑΡΤΕΣ)	ΑΜΟΙΒΗ	ΚΙΤΡΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΧΑΡΤΗΣ (ΑΡΤΑ, ΘΕΣΠΡΩΤΙΑ, ΙΩΑΝΝΙΝΑ ΠΡΕΒΕΖΑ / ΕΛΛΗΝΙΚΑ, ΑΓΓΛΙΚΑ, ΓΕΡΜΑΝΙΚΑ, ΕΒΡΑΪΚΑ)	0.60	6000	3,600.00	4,464.00	ΤΙΜΗ ΚΑΤΑ ΧΑΡΤΗ
ΑΝΑΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ/ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗ ΜΑΚΕΤΑΣ	ΑΜΟΙΒΗ		600.00	6	3,600.00	4,464.00	ΚΟΣΤΟΣ ΑΝΑΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ/ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗ ΜΑΚΕΤΑΣ / 6 ΑΝΑΣΧΕΔΙΑΣΜΟΙ/ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΕΣ
ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΝΕΟΥ					14,500.00	17,980.00	
ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ POWERBANKS	ΑΜΟΙΒΗ		15.00	500	7,500.00	9,300.00	ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔΑΣ / 500 ΤΕΜΑΧΙΑ
ΤΑΥΤΟΤΗΤΕΣ ΒΑΛΙΤΣΩΝ	ΑΜΟΙΒΗ		2.00	1000	2,000.00	2,480.00	ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔΑΣ / 1000 ΤΕΜΑΧΙΑ

ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΠΑΝΙΝΗΣ ΤΣΑΝΤΑΣ	ΑΜΟΙΒ Η	Τσάντα πάνινη, λευκή • 280 γρ. • 38X42 cm • 4χρωμη εκτύπωσ η διάστασ ς Α4 στ ην 1 πλευρά	5.00	1000	5,000. 00	6,200. 00	ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔΑΣ / 1000 ΤΕΜΑΧΙΑ
--------------------------------	------------	--	------	------	--------------	--------------	--------------------------------

3.7 ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ

3.7.1 ΣΚΟΠΟΣ

Στο πλαίσιο της ενέργειας αυτής προβλέπονται υπηρεσίες ενημέρωσης του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας Ηπείρου με σκοπό:

Α) την παροχή συνεχούς και έγκαιρης ενημέρωσης αναφορικά με τις τουριστικές, ενέργειες και δράσεις της Περιφέρειας Ηπείρου.

Β) την ανάπτυξη σχέσεων με διαμορφωτές κοινής γνώμης και άλλους φορείς διαμόρφωσης της κοινής γνώμης.

Γ) την αναζήτηση ευκαιριών προβολής και προώθησης του τουριστικού προϊόντος και των ανάλογων θεματικών αξόνων της Περιφέρειας.

Δ) τη συστηματική διαχείριση – ενημέρωση της διαδικτυακής πύλης “epirus for all seasons”.

Ε) την ανάπτυξη και συστηματική διαχείριση λογαριασμών της περιφέρειας στα κοινωνικά δίκτυα.

ΣΤ) την έγκαιρη αντιμετώπιση ειδικών θεμάτων – διαχείριση κρίσεων.

3.7.2 ΕΚΠΟΝΗΣΗ ΣΧΕΔΙΟΥ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΚΡΙΣΕΩΝ

Το σχέδιο διαχείρισης κρίσεων περιλαμβάνει κατ ελάχιστον τα ακόλουθα:

- Περιγραφή των διαδικασιών και των εμπλεκόμενων οργανωτικών δομών και ρόλων από πλευράς Αναδόχου, Αναθέτουσας Αρχής και τυχόν λοιπών εμπλεκόμενων φορέων, διατύπωση πρότασης για τη δημιουργία οργάνου αντιμετώπισης κρίσεων.
- Αναγνώριση της ύπαρξης περίπτωσης «κρίσης» που μπορεί να προέλθει είτε από την Αναθέτουσα Αρχή είτε από τον Ανάδοχο, που θα έχει προσδιορίσει ότι υφίστανται συνθήκες ή έλαβε χώρα γεγονός, που απαιτεί προσαρμογή ή αναθεώρηση των ήδη προγραμματισμένων ενεργειών.
 - Ενδεικτικά κριτήρια ή επιπτώσεις ή στοιχεία που θα στοιχειοθετούν την αναγνώριση περίπτωσης κρίσης
- Ενεργοποίηση «αρμόδιου οργάνου αντιμετώπισης κρίσης»
 - Στελέχωση – Μέλη του Οργάνου
- Διαδικασία λήψης απόφασης για τις προς υλοποίηση ενέργειες ανταπόκρισης με βάση πρόταση του Αναδόχου
 - Χρόνοι λήψης αποφάσεων και υλοποίησης ανταπόκρισης

ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ

Το ανωτέρω παραδοτέο θα παραδοθεί εντός μηνός από τη σύναψη της οικείας εκτελεστικής σύμβασης.

3.7.3 ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ

Οι υπηρεσίες δημοσιότητας θα παρέχονται για ενδεικτικό χρονικό διάστημα 42 μηνών, τουλάχιστον από έναν επιτόπιο υπάλληλο του Αναδόχου, καθημερινά τις εργάσιμες ημέρες και ώρες, που θα στεγάζεται σε χώρο που θα υποδείξει και θα παραχωρήσει η Αναθέτουσα Αρχή για το σκοπό αυτό, και ενδεικτικά θα περιλαμβάνουν τα ακόλουθα:

- **Υπηρεσίες Προβολής και Ενημέρωσης**

Οι υπηρεσίες αυτές περιλαμβάνουν κατ' ελάχιστον τα ακόλουθα :

- Δημιουργία και συντήρηση βάσης δεδομένων δημοσιογράφων, εκπρόσωπων ταξιδιωτικών ιστολογίων και λογαριασμών κοινωνικής δικτύωσης, διαμορφωτές κοινής γνώμης
- Δημιουργία και συντήρηση βάσης για αποστολή newsletter
- Ανάπτυξη κατ' ελάχιστον δύο (2) προτάσεων MEDIA KIT για δημοσιογράφους, influencers, bloggers κ.λ.π. Το Media kit θα προσφέρεται σε όλους τους συνεργαζόμενους επαγγελματίες του τουρισμού για την ενημέρωσή τους σχετικά με το τουριστικό προϊόν της Περιφέρειας Ηπείρου. Θα περιλαμβάνει βασικά πληροφορίες για την κατανόηση του προορισμού, θα αναδεικνύει οπτικά και με κείμενα τα κύρια σημεία ενδιαφέροντος, θα δημιουργεί μια αξιόπιστη επαγγελματική σχέση με τα ΜΜΕ, θα ενισχύει και θα προωθεί τα υφιστάμενα ψηφιακά εργαλεία (ιστότοπος, social media, online sources κ.λ.π.)
 - Κατ' ελάχιστον θα περιλαμβάνει:
 - **Εισαγωγικό Κείμενο:** Παρουσίαση του προορισμού και της μοναδικότητάς του.
 - **Εικόνες και Βίντεο:** Υψηλής ανάλυσης και ελεύθερα προς χρήση, με κατάλληλες λεζάντες.
 - **Στατιστικά και Δεδομένα:** Π.χ. αριθμός επισκεπτών, βασικά αξιοθέατα, οικονομικά στοιχεία.
 - **Πληροφορίες Επικοινωνίας:** Επαφή για συνεντεύξεις, ερωτήσεις ή περαιτέρω υλικό.
 - **Σύνδεσμοι:** Σε social media, επίσημες ιστοσελίδες και επιπλέον resources.
 - **Ειδικά Sections:** Αναφορές σε δημοσιογραφικά άρθρα, επιτυχίες, testimonials
- Δημιουργία και αποστολή δελτίων τύπου για τα τουριστικά δρώμενα της Ηπείρου/παρουσιάσεις

- Αποδελτίωση προβολής της περιφέρειας Ηπείρου
- Παρακολούθηση ανταγωνισμού
- Διοργάνωση στοχευόμενων εκδηλώσεων ενημέρωσης (Δημοσιογράφοι, ταξιδιωτικοί πράκτορες, διασημότητες)
- Ορισμός «πρεσβευτών» του τόπου (άνθρωποι διευρυμένης αναγνωσιμότητας που η συνεργασία με τους οποίους σκοπό έχει την προβολή και ανάδειξη του τόπου)
- Αναζήτηση ευκαιριών προβολής (συμμετοχή εκπροσώπου σε ραδιοφωνικές & τηλεοπτικές εκπομπές, δημιουργία παρουσιάσεων και προώθηση τους στα ΜΜΕ)
- Ανάπτυξη τουλάχιστον έξι (6) διαφορετικών προτάσεων διαγωνισμών και Giveaways

Θα γίνουν κατ' ελάχιστον έξι (6) προτάσεις για δυνητικούς διαγωνισμούς (Σχεδιασμός και υλοποίηση διαγωνισμών) μέσω λογαριασμών κοινωνικής δικτύωσης με δυνατότητα σύνδεσης στην επίσημη δικτυακή πύλη www.epirusforallseasons.gr. Ενδεικτικά : ανάρτηση βίντεο (video) εμπειριών των επισκεπτών της Ηπείρου υπό μορφή Διαγωνισμού, της πιο «ασυνήθους εμπειρίας» στην Ήπειρο, που να αναρτάται και υπό κάποιο σύστημα να βραβεύεται η καλύτερη – π.χ. κάθε χρόνο, οπότε θα προσελκύει αναρτήσεις επισκεπτών και θα προβάλλει διαφορετικές εμπειρίες δια μέσου των επισκεπτών (viral marketing).

- **Υπηρεσίες Ανάπτυξης / Διαχείρισης Κοινωνικών Δικτύων**

Στόχος της ενέργειας αυτής είναι η περαιτέρω προβολή του τουριστικού χαρακτήρα της περιφέρειας Ηπείρου, μέσω της αξιοποίησης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης Facebook, Instagram, twitter και με στρατηγικούς άξονες:

- Ένταξη του τουριστικού προϊόντος της Ηπείρου στο διάλογο ο οποίος πραγματοποιείται στα επιλεγμένα κοινωνικά δίκτυα
- Διαμόρφωση της βέλτιστης εμπειρίας για το χρήστη
- Διασύνδεση με φορείς ενδιαφέροντος και διαμορφωτές κοινής γνώμης

Στο πλαίσιο αυτό οι σχετικές υπηρεσίες του Αναδόχου περιλαμβάνουν κατ' ελάχιστον τα ακόλουθα:

- Διαχείριση λογαριασμών με χρήση υπάρχοντος περιεχομένου ή με δημιουργία νέου περιεχομένου (3 αναρτήσεις την εβδομάδα κατ' ελάχιστον) σε κάθε μέσο
- Email Marketing Templates

Θα δημιουργηθούν τέσσερα κατ' ελάχιστον σχεδιασμένα πρότυπα ενημερωτικών δελτίων (newsletter), τα οποία μπορούν να προσαρμοστούν ανάλογα με τα μηνύματα της τουριστικής στόχευσης και θα περιλαμβάνουν ενότητες, κύρια άρθρα, εικόνες και κουμπιά call-to-action με στόχο την άμεση δράση των παραληπτών.

- PPC Campaigns

Το γραφείο θα κάνει τουλάχιστον δύο προτάσεις για ρυθμίσεις διαφημίσεων σε Google Ads, Facebook Ads, και άλλες πλατφόρμες.

- Πρότυπα Δημοσιεύσεων σε Social Media (Posts)

Ο Ανάδοχος θα κάνει τουλάχιστον πέντε προτάσεις για:

-Έτοιμα κείμενα για Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, και LinkedIn.

-Πρότυπα για stories & reels.

- Κοινοποίηση περιεχόμενου άλλων χρηστών και διαχείριση επικοινωνίας με χρήστες (απαντήσεις σε ερωτήματα, σχόλια κτλ.)
- Θα δημιουργεί περιεχόμενο και θα ενημερώνει συστηματικά με το περιεχόμενο τους λογαριασμούς κοινωνικής δικτύωσης Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, και LinkedIn.
- Χρήση πρακτικών «μάρκετινγκ διάδοσης» (viral marketing) για την ενίσχυση της «στόμα-με-στόμα» προώθησης (word of mouth), χρησιμοποιώντας το ήδη υπάρχον περιεχόμενο που έχει δημιουργηθεί ή και νέο περιεχόμενο.
- Αποστολή κατ' ελάχιστον μηνιαίων newsletter
- Σχεδιασμός και υλοποίηση διαγωνισμών μέσω λογαριασμών κοινωνικής δικτύωσης με δυνατότητα σύνδεσης στην επίσημη δικτυακή πύλη www.epirusforallseasons.gr. Ενδεικτικά : ανάρτηση βίντεο (video) εμπειριών των επισκεπτών της Ηπείρου υπό μορφή Διαγωνισμού, της πιο «ασυνήθους εμπειρίας» στην Ήπειρο, που να αναρτάται και υπό κάποιο σύστημα να βραβεύεται η καλύτερη – π.χ. κάθε χρόνο, οπότε θα προσελκύει αναρτήσεις επισκεπτών και θα προβάλλει διαφορετικές εμπειρίες δια μέσου των επισκεπτών (viral marketing).
- Δημιουργία μηνιαίου ημερολογίου αναρτήσεων (κατ' ελάχιστον 3 αναρτήσεις την εβδομάδα)
- Σύνταξη μηνιαίων αναφορών (Ανάλυση διεισδυτικότητας και στατιστικών επισκεψιμότητας)

- **Υπηρεσίες Διαχείρισης Διαδικτυακής Πύλης**

Οι υπηρεσίες αυτές αφορούν κατ' ελάχιστον στα ακόλουθα:

- Μέρμνα για την ορθή προβολή των σελίδων της διαδικτυακής πύλης (portal) και την λειτουργία υποσελίδων, συνδέσμων κ.α.
- Μέρμνα για την ανανέωση κειμένων/φωτογραφιών/καταχωρήσεων
- Συνεχή ενημέρωση συγκεκριμένων υποσέλιδων (νέα, πρόγραμμα εκδηλώσεων) με σχετικές αναρτήσεις
- Κοινοποίηση νέων μέσω της διαδικτυακής πύλης στους ανάλογους λογαριασμούς κοινωνικής δικτύωσης

- Διαγραφή πεπερασμένων δράσεων/νέων όπου αυτό κρίνεται απαραίτητο
- 5 κατ' ελάχιστον προσθήκες ενημερωτικού υλικού στη διαδικτυακή πύλη μηνιαίως,
- Οι όποιες εργασίες συγγραφής και διαχείρισης περιεχομένου της Ιστοσελίδας, θα λαμβάνουν υπόψη τις Οδηγίες Προσβασιμότητας για Εργαλεία Συγγραφής, έκδοση 2.0 (Authoring Tool Accessibility Guidelines 2.0) του W3C
- **Υπηρεσίες Διαχείρισης Κρίσεων**

Περιλαμβάνουν τις ακόλουθες υπηρεσίες κατ' ελάχιστον :

- Εκπόνηση πρότασης αντιμετώπισης της κρίσης ανά γεγονός
- Συμμετοχή στην υλοποίηση ενεργειών αντιμετώπισης της κρίσης με βάση το ρόλο που αναλαμβάνει

- **Υπηρεσίες Απολογισμού Υπηρεσιών Δημοσιότητας**

Περιλαμβάνονται οι ακόλουθες υπηρεσίες:

- Τριμηνιαίος απολογισμός εργασιών – δραστηριοτήτων των υπηρεσιών (ενδεικτικά 15 τριμηνιαίες εκθέσεις) στον οποίο τεκμηριώνονται το σύνολο των υλοποιημένων υπηρεσιών του Αναδόχου κατά το τρίμηνο αναφοράς ενώ παράλληλα περιλαμβάνεται προγραμματισμός δράσεων για το προσεχή τρίμηνο. **Καθένα από τα παραπάνω παραδοτέα θα παραδίδεται εντός 15 ημερών από τη λήξη του τριμήνου αναφοράς.**
- Τελική Έκθεση απολογισμού των υπηρεσιών δημοσιότητας, που περιλαμβάνει μεταξύ άλλων απολογισμό εργασιών και προτάσεις για τη σκοπιμότητα των υπηρεσιών (μία έκθεση με την ολοκλήρωση / λήξη του έργου του Αναδόχου. **Το ανωτέρω παραδοτέο θα παραδοθεί με την λήξη της οικείας εκτελεστικής σύμβασης**

Σημειώνεται ότι κατά τη την υλοποίηση των υπηρεσιών δημοσιότητας θα απαιτηθεί ενδεχόμενα για την υλοποίηση κάποιων δράσεων η πραγματοποίηση άμεσων δαπανών (πχ για δράσεις διαχείρισης). Για το σκοπό αυτό στο πλαίσιο της οικείας δράσης έχει διατεθεί συγκεκριμένος προϋπολογισμός, από τον οποίο θα μπορούν να καλυφθούν άμεσες δαπάνες τέτοιου τύπου, υπό την προϋπόθεση της λήψης σχετικής έγκρισης από την Αναθέτουσα Αρχή. Επιπλέον θα πρέπει να επισημανθεί πως ο Ανάδοχος θα είναι υπεύθυνος για την διαχείριση της Διαδικτυακής Πύλης και όχι για την αναβάθμιση αυτής καθώς αυτό αποτελεί ξεχωριστή δράση.

ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ ΜΕ ΑΛΛΑ ΠΑΡΑΔΟΤΕΑ

3.1 ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ-ΑΠΟΤΙΜΗΣΗΣ, ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟ TOOLKIT & ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ

3.2 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΣΕ ΕΚΘΕΣΕΙΣ-ΟΡΓΑΝΩΣΗ B2B

3.3 ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΣΕ ΧΩΡΕΣ ΤΩΝ ΒΑΛΚΑΝΙΩΝ

3.4 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΠΙΣΚΕΨΕΩΝ ΕΞΟΙΚΕΙΩΣΗΣ (familiarization trips)

3.8 ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΜΕΣΩ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ

3.9 ΔΡΑΣΕΙΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΑΓΡΟΔΙΑΤΡΟΦΙΚΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ

ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΡΟΩΘΗΤΙ ΚΩΝ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ	ΚΑΤΗΓΟ ΡΙΑ ΔΑΠΑΝ ΗΣ	ΠΕΡΙΓΡΑΦ Η ΜΟΝΑΔΑΣ	ΤΙΜΗ ΜΟΝΑ ΔΑΣ	ΠΟΣΟΤ ΗΤΑ (ΒΑΣΙΚΟ ΣΕΝΑΡΙ Ο)	ΤΕΛΙΚΗ ΤΙΜΗ ΧΩΡΙΣ ΦΠΑ	ΤΕΛΙΚΗ ΤΙΜΗ ΜΕ ΦΠΑ	ΣΧΟΛΙΑ
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΤ ΗΤΑΣ					77,500 .00	96,100 .00	
ΕΚΠΟΝΗΣΗ ΣΧΕΔΙΟ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΚΡΙΣΕΩΝ	ΑΜΟΙΒΗ	ΕΚΠΟΝΗΣΗ ΣΧΕΔΙΟΥ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΚΡΙΣΕΩΝ	1,000.0 0	1	1,000.0 0	1,240.0 0	ΑΜΟΙΒΗ ΑΝΑΔΟΧΟΥ ΑΠΑΞ
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗ ΤΑΣ	ΑΜΟΙΒΗ	ΤΡΙΜΗΝΙΑΙ Α ΑΠΟΛΟΓΙΣΤΙ ΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	4,200.0 0	15	63,000. 00	78,120. 00	ΑΜΟΙΒΗ ΑΝΑΔΟΧΟΥ ΑΝΑ ΤΡΙΜΗΝΙΑ ΕΚΘΕΣΗ / 15 ΕΚΘΕΣΕΙΣ
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜ ΟΥ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	ΑΜΟΙΒΗ	ΤΕΛΙΚΗ ΑΠΟΛΟΓΙΣΤΙ ΚΗ ΕΚΘΕΣΗ	1,500.0 0	1	1,500.0 0	1,860.0 0	ΑΜΟΙΒΗ ΑΝΑΔΟΧΟΥ / ΑΠΑΞ
ΔΑΠΑΝΕΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΔΡΑΣΕΩΝ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗ ΤΑΣ	ΑΜΕΣΗ ΔΑΠΑΝΗ	ΔΑΠΑΝΕΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ Σ ΔΡΑΣΕΩΝ ΔΗΜΟΣΙΟΤ ΗΤΑΣ	10,000. 00	1	10,000. 00	12,400. 00	ΑΦΟΡΑ ΣΕ ΚΑΛΥΨΗ ΑΜΕΣΩΝ ΔΑΠΑΝΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ (ΤΟ ΠΟΣΟ ΕΙΝΑΙ ΠΡΟ- ΣΥΜΠΛΗΡΩΜ ΕΝΟ)

3.8 ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΜΕΣΩ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ

3.8.1 INFLUENCER MARKETING

3.8.1.1 ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΤΑΣΗ ΓΙΑ INFLUENCER MARKETING (MEDIAPLANS)

Στο πλαίσιο της ενέργειας αυτής, ο Ανάδοχος εκπονεί τεκμηριωμένη αναλυτική διαφημιστική καμπάνια (Media Plan) influencer marketing για την διαφημιστική προβολή του τουριστικού προϊόντος της Ηπείρου σε social media & ψηφιακές πλατφόρμες του εξωτερικού.

Αναλυτικά, η διαφημιστική πρόταση θα πρέπει να περιλαμβάνει τουλάχιστον **είκοσι (20)** προτάσεις influencer marketing, σε συνεργασία με influencers (bloggers, youtubers, Instagram celebrities κ.λ.π.) σε συγκεκριμένους θεματικούς τομείς των χωρών προβολής, για τη δημιουργία περιεχομένου προώθησης τουριστικών & πολιτιστικών αξιοθέατων της Ηπείρου (για παράδειγμα video, αναρτήσεις σε social media, podcasts κ.λ.π.)

Ενδεικτικές χώρες προβολής: Ελλάδα, Κύπρο, Ισραήλ, Γαλλία, Ιταλία, Γερμανία, Αγγλία, Σκανδιναβικές και Βαλκανικές χώρες, χώρες Benelux, Τουρκία, Ελβετία, ΗΠΑ κ.λ.π..

Η διαφημιστική καμπάνια ανά πρόταση κατ' ελάχιστον θα περιλαμβάνει:

- Ορισμός κοινού-στόχου & καθορισμός στόχων (προσέλκυση νέου κοινού και επίτευξη αναγνωρισιμότητας)
- Έρευνα αγοράς για Influencers τύπου macro ή mega-influences (από 200.000 -1.000.000 & 1.000.000 και πάνω ακόλουθοι αντίστοιχα) στον τομέα του travel campaign (μοίρασμα εμπειριών από ταξιδιωτικό προορισμό).
- Αξιολόγηση δημογραφικών στοιχείων του κοινού του influencer
- Επιλογή των influencers
- Την ανάπτυξη στοιχείων της καμπάνιας (μήνυμα, στόχος & ενέργειες influencer), καθώς και τους τύπους περιεχομένου
- Τις προδιαγραφές παραγωγής περιεχομένου όπου απαιτείται (δημιουργία βίντεο, εξειδικευμένες φωτογραφίες)
- Τη στρατηγική και εφαρμογή πληρωμένων διαφημίσεων ενίσχυσης ή giveaways
- την αναμενόμενη αποτελεσματικότητα των προτεινόμενων ενεργειών μετρούμενη με ποσοτικοποιημένους δείκτες (Reach, Engagement, Conversions κ.λ.π.)

Ο Ανάδοχος είναι υπεύθυνος και για την παραγωγή, επιμέλεια & τον εικαστικό σχεδιασμό όποιου διαφημιστικού περιεχομένου, καθώς και την προβολή του μέσω από το κανάλι του εκάστοτε influencer. Το διαφημιστικό περιεχόμενο θα πρέπει να είναι εικαστικά εναρμονισμένα με την ταυτότητα του τουριστικού προϊόντος της Ηπείρου και να εναρμονίζεται με την τουριστική στρατηγική της.

Το ανωτέρω παραδοτέο (Media Plan) θα παραδοθεί εντός τριών μηνών από τη σύναψη της οικείας εκτελεστικής σύμβασης.

3.8.1.2 ΚΑΜΠΑΝΙΕΣ INFLUENCER ΣΕ SOCIAL MEDIA & ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΥΣ ΤΟΠΟΥΣ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ & ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ

Για κάθε μία από τις είκοσι(20) διαφημιστικές καμπάνιες, ενδεικτικά 17 καμπάνιες εξωτερικού και 3 καμπάνιες εσωτερικού, θα συντάσσεται από τον Ανάδοχο σχετικό συμφωνητικό με τον influencer, το οποίο θα περιέχει τις υποδείξεις τις Αναθέτουσας Αρχής και κατ' ελάχιστον τα εξής:

Όροι Διαχείρισης & Συνεργασίας

- a. Καθοδήγηση και briefs: Ο Ανάδοχος & Αναθέτουσα Αρχή θα παρέχουν σαφείς οδηγίες για τη συμμόρφωση της καμπάνιας με το brand της Περιφέρειας Ηπείρου
- b. Καλλιτεχνική Ελευθερία Influencer: Θα είναι σαφώς αποτυπωμένη η καλλιτεχνική ελευθερία του influencer καθώς και περιορισμοί της, για τη διασφάλιση του brand
- c. Προγραμματισμός Αναρτήσεων:
 - i. Θα είναι σαφώς προγραμματισμένη η χρονική περίοδος & συχνότητα των αναρτήσεων
 - ii. Θα εξασφαλίζεται σαφώς η συνέπεια και κατανομή των αναρτήσεων σε συγκεκριμένα χρονικά διαστήματα
- d. Συσχέτιση με άλλα συμβάντα/δράσεις: Θα τηρούνται αυστηρά τα χρονοδιαγράμματα σε περιπτώσεις που αφορούν συμπληρωματικές διαφημιστικές δράσεις, εκδηλώσεις ή περιορισμένες προσφορές.
- e. Δημογραφικά Δεδομένα Αναρτήσεων: Θα παρέχονται όλα τα δημογραφικά δεδομένα από τις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης του influencer που αφορούν τις αναρτήσεις του.
- f. Δικαιώματα Χρήσης & Υποχρεώσεις: Όλα τα δικαιώματα χρήσης & υποχρεώσεις του περιεχομένου θα καθορίζονται σαφώς στο συμφωνητικό
- g. Συμμόρφωση με κανονισμούς περί διαφήμισης: Θα είναι ξεκάθαρο ότι η διαφημιστική καμπάνια συμμορφώνεται με τους κανονισμούς περί διαφήμισης (όροι για πληρωμένη διαφήμιση και τη χρήση hashtag #ad)
- h. Θα περιγράφονται αναλυτικά όλοι οι **τύποι περιεχομένου** που θα αναρτηθούν. Ενδεικτικά:
 - **Sponsored posts:** Διαφημιστικές αναρτήσεις που προωθούν το τουριστικό προϊόν της Περιφέρειας Ηπείρου.
 - **Stories:** Εφήμερο περιεχόμενο με υψηλή αλληλεπίδραση (π.χ., polls, Q&A).
 - **Collaborative content:** Συνεργασία για τη δημιουργία πρωτότυπου περιεχομένου.

ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ

Τα ανωτέρω παραδοτέα θα παραδίδονται σε απολογιστικές εκθέσεις με την ολοκλήρωση πέντε (5) τουριστικών καμπανιών τη φορά.

ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ ΜΕ ΑΛΛΑ ΠΑΡΑΔΟΤΕΑ

3.1 ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ-ΑΠΟΤΙΜΗΣΗΣ , ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟ TOOLKIT & ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ

3.2 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΣΕ ΕΚΘΕΣΕΙΣ- ΟΡΓΑΝΩΣΗ Β2Β

3.3 ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΣΕ ΧΩΡΕΣ ΤΩΝ ΒΑΛΚΑΝΙΩΝ

3.4 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΠΙΣΚΕΨΕΩΝ ΕΞΟΙΚΕΙΩΣΗΣ (familiarization trips)

3.7 ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ

3.8 ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ

3.9 ΔΡΑΣΕΙΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΑΓΡΟΔΙΑΤΡΟΦΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕ Σ ΠΡΟΩΘΗΤΙ ΚΩΝ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ	ΚΑΤΗΓΟ ΡΙΑ ΔΑΠΑΝ ΗΣ	ΠΕΡΙΓΡΑ ΦΗ ΜΟΝΑΔΑ Σ	ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔ ΑΣ	ΠΟΣΟΤΗ ΤΑ (ΒΑΣΙΚΟ ΣΕΝΑΡΙ Ο)	ΤΕΛΙΚΗ ΤΙΜΗ ΧΩΡΙΣ ΦΠΑ	ΤΕΛΙΚΗ ΤΙΜΗ ΜΕ ΦΠΑ	ΣΧΟΛΙΑ
INFLUENCE R MARKETIN G					82,691. 93	102,537 .99	
ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙ ΚΗ ΠΡΟΤΑΣΗ ΓΙΑ INFLUENCER MARKETING	ΑΜΟΙΒΗ	N/A	2,691.93	1	2,691.9 3	3,337.9 9	ΑΜΟΙΒΗ ΑΝΑΔΟΧΟΥ ΑΠΑΞ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΜΕΣΩ INFLUENCER S ΣΕ SOCIAL MEDIA & ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚ ΟΥΣ ΤΟΠΟΥΣ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ & ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ	ΑΜΟΙΒΗ	ΑΠΟΛΟΓΙΣ ΤΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ ΑΝΑ 5 ΚΑΜΠΑΝΙΕ Σ	20,000.0 0	4	80,000. 00	99,200. 00	ΕΦΑΡΜΟΓ Η ΚΑΜΠΑΝΙΩ Ν ΜΕ INFLUENCE RS- ΑΜΟΙΒΗ ΑΝΑΔΟΧΟΥ ΑΝΑ 5 ΚΑΜΠΑΝΙΕ Σ/ 4 ΠΛΗΡΩΜΕΣ

3.8.2 ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΚΑΜΠΑΝΙΑΣ ΠΛΗΡΩΜΕΝΩΝ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΩΘΗΣΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΗΠΕΙΡΟΥ ΣΕ ΤΟΠΙΚΑ ΨΗΦΙΑΚΑ ΜΕΣΑ ΣΕ ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΑ ΕΜΒΕΛΕΙΑ

Ο Ανάδοχος θα αναδείξει τα πλεονεκτήματα της στρατηγικής των πληρωμένων διαφημίσεων για την προώθηση του τουριστικού προϊόντος Περιφέρειας Ηπείρου σε τοπικά ψηφιακά μέσα όπως τοπικά sites & τοπικούς λογαριασμούς social media σε πανελλήνια εμβέλεια έχει σημαντικά πλεονεκτήματα σε σχέση με τυπικές μεγάλης κλίμακας τουριστικές καμπάνιες.

Τα βασικά πλεονεκτήματα είναι:

- Η εστίαση της διαφήμισης σε κοντινούς ταξιδιώτες (Περιφέρειας Ηπείρου, γειτονικών Περιφερειών ή Περιφερειών που συνδέονται με την Ήπειρο μέσω αυτοκινητόδρομων), αυξάνει την επισκεψιμότητα εκτός σεζόν, καθώς ενισχύονται οι σύντομες αποδράσεις
- Η συνεργασία με τοπικά μέσα η οποία ενισχύει οικονομικά τις τοπικές οικονομίες και δημιουργεί ισχυρό & ευρύ δίκτυο συνεργατών & αντίστοιχη θετική αλληλεπίδραση με τις τοπικές κοινότητες
- Κεφαλαιοποιείται η αξιοπιστία & εμπιστοσύνη που έχουν τα τοπικά μέσα από το κοινό τους σε αντιδιαστολή με τα εθνικά ή διεθνή, καθώς το τοπικό κοινό που εξυπηρετούν, γνωρίζει τους διαχειριστές τους.
- Άμεσο τουριστικό αντίκτυπο με αυξήσεις κρατήσεων, μιας και οι άμεσα ενδιαφερόμενοι επισκέπτες που αναζητούν διακοπές κοντά στην περιοχή τους ή σε προσιτές αποστάσεις ανταποκρίνονται
- Αποτελεσματικότερη χρήση του διαθέσιμου προϋπολογισμού μιας και οι πληρωμένες διαφημίσεις σε τοπικά μέσα κοστίζουν λιγότερο από πανελλαδικές ή διεθνείς καμπάνιες.

3.8.2.1 *Επιλογή Τοπικών Sites και Σελίδων Social Media ανά Ελληνική Περιφέρεια*

Ο Ανάδοχος θα επιλέξει τοπικής εμβέλειας ψηφιακά μέσα όπως sites & σελίδες social media, με βασικό κριτήριο την επισκεψιμότητα τους & την απήχηση τους στο τοπικό κοινό, σε δεκατρείς ελληνικές περιφέρειες. Η μεθοδολογία επιλογής θα είναι:

Θα χρησιμοποιηθούν εργαλεία τύπου SimilarWeb, SEMRush, Ahrefs κ.λ.π. καθώς και εργαλεία τύπου social blade, noxinfluencer, Fanpage karma για:

1. την εκτίμηση της επισκεψιμότητας & της απήχησης των sites για την μέτρηση του αντίστοιχου engagement & δημοτικότητας των σελίδων των Social media.
2. την αποτύπωση Κοινού (Audience Targeting)
 - a. Γεωγραφική Στόχευση: Ο τόπος κατοικίας των χρηστών των ψηφιακών μέσων
 - b. Άντληση στοιχείων σχετικά με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά του κοινού του ψηφιακού μέσου όπως η ηλικία, η οικογενειακή κατάσταση, το εισόδημα.
 - c. Να αντλούνται στοιχεία σχετικά με τα ενδιαφέροντα του κοινού του ψηφιακού μέσου. Παράδειγμα: Πιο δημοφιλή hashtags, όπως φύση, πολιτισμός, φαγητό, περιπέτεια.

- d. Να αντλούνται στοιχεία σχετικά με τη συμπεριφορά του κοινού του ψηφιακού μέσου. Παράδειγμα: Πόσοι οι χρήστες που αναζητούν ήδη τουριστικά πακέτα.

Στη συνέχεια θα γίνει η καταγραφή τουλάχιστον των τριών (3) sites και τριών (3) σελίδων Social media με τη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα, αλληλεπίδραση και με μεγαλύτερη διείσδυση στο κοινό-στόχο. Θα επιλεγθούν κατ' ελάχιστον ένα (1) τοπικό site & μία (1) σελίδα social media σε κάθε μία από τις δεκατρείς ελληνικές περιφέρειες για να υλοποιηθεί τουριστική καμπάνια.

Ενδεικτικά τα ψηφιακά μέσα:

- Ειδησεογραφικά sites: Τοπικές εφημερίδες ή portals (π.χ. για συγκεκριμένες περιοχές).
- Sites για τουρισμό: Blogs ή portals που ασχολούνται με ταξίδια στην Ελλάδα.
- Social media pages: Ενημερωτικές σελίδες που έχουν τοπικό κοινό ή κοινό που ενδιαφέρεται για τουρισμό.

Παραδοτέο:

-Έκθεση Εργασιών με αποτυπωμένα τα site & τις σελίδες social media με την εκτιμώμενη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα ανά Ελληνική Περιφέρεια

Χρονοδιάγραμμα:

Το ανωτέρω παραδοτέο θα παραδοθεί τριών (3) μηνών από τη σύναψη της οικείας εκτελεστικής σύμβασης.

3.8.2.2 Σύνταξη Πλάνων Προώθησης ανά Περιφέρεια

Ο Ανάδοχος θα προετοιμάζει ένα πλάνο προώθησης ανά Περιφέρεια, δηλαδή δεκατρία πλάνα προώθησης, τα οποία θα είναι προσαρμοσμένα στα επιλεγμένα site/σελίδες Social media.

Κάθε πλάνο προώθησης θα περιλαμβάνει τα μέσα προώθησης (banner ads, native ads κ.λ.π) που θα χρησιμοποιηθούν, το χρονικό προγραμματισμό των πληρωμένων διαφημίσεων, τα δυνητικά πρόσθετα εργαλεία (Google Ads Display Manager), καθώς και τις προδιαγραφές της διαφήμισης στο ψηφιακό χώρο των τοπικών μέσων (τοποθεσία, αναφορές, posts, χρονικό κ.λ.π.)

Αναλυτικά, τα μέσα & εργαλεία προώθησης για τις διαφημίσεις σε τοπικά sites, θα είναι:

1. τα Banner Ads, που είναι ιδανικά για εντυπωσιακές, σύντομες προσκλήσεις προς χρήστες και γενικότερα για τη δημιουργία awareness.
2. τα Native ads, που χρησιμοποιούνται για ενημέρωση & εκπαίδευση του κοινού με πιο φυσική προσέγγιση.

Ειδικότερα, τα native ads ενσωματώνονται εύκολα στο περιεχόμενο του ιστοτόπου (π.χ. άρθρα, ειδήσεις) και αποτυπώνονται στο χρήστη ως φυσικό μέρος της σελίδας, χωρίς να θεωρούνται «ενοχλητικές διαφημίσεις». Επιπλέον περιλαμβάνουν storytelling προσφέροντας πληροφορίες με μεγαλύτερη απήχηση.

3. Το Google Ads Display Network, κατά περίπτωση, όπου δεν είναι ξεκάθαρα τα συγκεντρωτικά στοιχεία για τοπικούς ιστότοπους, ή λόγω βέλτιστης στρατηγικής προώθησης, δυνητικά μπορεί να γίνει χρήση του google ads display network για την προώθηση των banner

ads σε πια περιοχή, με κριτήρια τα δημογραφικά στοιχεία, τη γεωγραφική στόχευση και το κοινό που αναζητά συγκεκριμένες λέξεις-κλειδιά στο google search.

4. Τα Call-to-action μηνύματα, που θα χρησιμοποιηθούν για την περαιτέρω ενημέρωση σε περισσότερες πληροφορίες (πρόσβαση σε site ή σελίδες social media) και/ή οδηγούς καταλυμάτων για τη διευκόλυνση κρατήσεων των επισκεπτών.

Αντίστοιχα, τα βασικά εργαλεία για τις διαφημίσεις σε σελίδες social media, θα είναι:

-Facebook/Instagram Ads (Meta Ads Manager)

-Tik Tok (TikTok Ads Manager)

Χρονοδιάγραμμα:

Το ανωτέρω παραδοτέο θα παραδοθεί τριών (3) μηνών από τη σύναψη της οικείας εκτελεστικής σύμβασης.

3.8.2.3 Βελτιστοποίηση Προγραμματισμού

Ο στόχος της δράσης είναι η μεγιστοποίηση της απόδοσης των διαφημίσεων, εξασφαλίζοντας ότι το κοινό-στόχος βλέπει το περιεχόμενο τη σωστή στιγμή και στο κατάλληλο πλαίσιο. Η καλή επιλογή των τοπικών ιστοσελίδων, η προσαρμογή του μηνύματος στις ανάγκες του τοπικού κοινού και η συνεχής παρακολούθηση της απόδοσης των διαφημίσεων είναι στοιχεία κλειδιά για την επιτυχία της καμπάνιας.

Η βελτιστοποίηση θα περιλαμβάνει τη σωστή ρύθμιση των δημοσιοποιήσεων, την προσαρμογή του προϋπολογισμού σε πραγματικό χρόνο, καθώς και την ανάλυση δεδομένων για την κατανόηση του τρόπου με τον οποίο αντιδρά το τοπικό κοινό. Αντί για ένα γενικό μοντέλο διαφήμισης, η βελτιστοποίηση θα επικεντρώνεται στη δημιουργία εξατομικευμένων και ελκυστικών μηνυμάτων που θα οδηγήσουν σε καλύτερη αλληλεπίδραση και υψηλότερη απόδοση επένδυσης (ROI).

Χρονοδιάγραμμα:

Το ανωτέρω παραδοτέο θα παραδίδεται σε εξαμηνιαίες απολογιστικές εκθέσεις από τη σύναψη της οικείας εκτελεστικής σύμβασης μέχρι και την ολοκλήρωση της τουριστικής καμπάνιας το 2029.

3.8.2.4 Κόστος πληρωμένων καταχωρήσεων

Σε αυτό περιλαμβάνεται ο διαθέσιμος προϋπολογισμός για την πληρωμή των καταχωρίσεων όπως αυτές θα προκύψουν από τα πλάνα προώθησης ανά Περιφέρεια.

Χρονοδιάγραμμα:

Θα υποβάλλονται ετησίως τα αποδεικτικά & δικαιολογητικά των πληρωμένων καταχωρήσεων στην αναθέτουσα αρχή για την τεκμηρίωση τους και την πληρωμή τους.

ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ ΜΕ ΑΛΛΑ ΠΑΡΑΔΟΤΕΑ

3.1 ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ-ΑΠΟΤΙΜΗΣΗΣ , ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟ TOOLKIT & ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ

3.7 ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ

3.8 ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΜΕΣΩ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ

ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΩΝ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ	ΚΑΤ ΗΓΟ ΡΙΑ ΔΑΠ ΑΝΗ Σ	ΠΕΡΙΓΡΑ ΦΗ ΜΟΝΑΔ ΑΣ	ΤΙΜΗ ΜΟΝΑ ΔΑΣ	ΠΟΣ ΟΤΗΤ Α (ΒΑΣΙ ΚΟ ΣΕΝΑ ΡΙΟ)	ΤΕΛΙΚΗ ΤΙΜΗ ΧΩΡΙΣ ΦΠΑ	ΤΕΛΙΚ Η ΤΙΜΗ ΜΕ ΦΠΑ	ΣΧΟΛΙΑ
ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΚΑΜΠΑΝΙΑΣ ΠΛΗΡΩΜΕΝΩΝ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΗΠΕΙΡΟΥ ΣΕ ΤΟΠΙΚΑ ΨΗΦΙΑΚΑ ΜΕΣΑ ΣΕ ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΑ ΕΜΒΕΛΕΙΑ					39,000.0 0	48,360 .00	
ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΠΙΚΩΝ SITES ΚΑΙ ΣΕΛΙΔΩΝ SOCIAL MEDIA ΑΝΑ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	ΑΜΟΙ ΒΗ	ΕΚΘΕΣΗ	2,000.0 0	1.00	2,000.00	2,480. 00	ΑΜΟΙΒΗ ΑΝΑΔΟΧΟΥ ΑΠΑΞ
ΣΥΝΤΑΞΗ ΠΛΑΝΩΝ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΑΝΑ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	ΑΜΟΙ ΒΗ	ΕΚΘΕΣΗ	3,000.0 0	1.00	3,000.00	3,720. 00	ΑΜΟΙΒΗ ΑΝΑΔΟΧΟΥ ΑΠΑΞ
ΒΕΛΤΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜ ΟΥ	ΑΜΟΙ ΒΗ	ΕΞΑΜΗΝΙ ΑΙΑ ΑΠΟΛΟΓΙ ΣΤΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ	500.00	8.00	4,000.00	4,960. 00	ΑΜΟΙΒΗ ΑΝΑΔΟΧΟΥ ΑΝΑ ΕΞΑΜΗΝΙΑ ΕΚΘΕΣΗ / 8 ΕΚΘΕΣΕΙΣ
ΚΟΣΤΟΣ ΠΛΗΡΩΜΕΝΩΝ ΚΑΤΑΧΩΡΗΣΕΩΝ- ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ	ΑΜΟΙ ΒΗ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΛΗΡΩΜ ΕΝΩΝ ΚΑΤΑΧΩΡ	300.00	100.0 0	30,000.0 0	37,200 .00	ΕΤΗΣΙΑ ΥΠΟΒΟΛΗ ΠΑΡΑΣΤΑΤΙΚΩ Ν &

		ΗΣΕΩΝ- ΔΙΑΦΗΜΙ ΣΕΩΝ					ΔΙΚΑΙΟΛΟΓΗΤΙ ΚΩΝ ΠΟΥ ΤΕΚΜΗΡΙΩΝΟ ΥΝ ΤΙΣ ΠΛΗΡΩΜΕΝΕΣ ΚΑΤΑΧΩΡΗΣΕΙ Σ- ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΙΣ ΣΤΑ ΤΟΠΙΚΑ SITE
--	--	---------------------------	--	--	--	--	---

3.8.3 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΜΕ ΤΗ ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΕΙΚΟΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΕΠΑΥΞΗΜΕΝΗΣ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

3.8.3.1 ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΟΥ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΕΙΚΟΝΙΚΗΣ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΗΣ ΗΠΕΙΡΟΥ

Η προτεινόμενη εφαρμογή εικονικής πραγματικότητας, που αφορά ελκυστικούς προορισμούς της Ηπείρου, θα προσφέρει στους χρήστες μια μοναδική περιήγηση, μεταφέροντάς τους **σε 16 στρατηγικά επιλεγμένα σημεία**. Κάθε σημείο θα αποτυπωθεί σε ένα βίντεο 360 μοιρών διάρκειας 3 λεπτών, επιτρέποντας μια συναρπαστική, καθηλωτική εμπειρία.

Η εφαρμογή θα αναδεικνύει την πολυμορφία της περιοχής, περιλαμβάνοντας:

- οκτώ τοποθεσίες στους επιβλητικούς ορεινούς όγκους αλλά και γενικότερα στην ενδοχώρα
- τέσσερα σημεία κατά μήκος του παραλιακού μετώπου
- τέσσερις αστικές τοποθεσίες συνολικά, μία για κάθε πρωτεύουσα της κάθε Περιφερειακής Ενότητας της Ηπείρου και συγκεκριμένα μία για κάθε πόλη: Άρτα Ηγουμενίτσα, Ιωάννινα και Πρέβεζα.

Οι επισκέπτες, χρησιμοποιώντας ειδικό εξοπλισμό εικονικής πραγματικότητας ή/και φορητές συσκευές (κινητά ή tablets Android και iOS App), θα μπορούν να επιλέξουν τους προορισμούς που τους ενδιαφέρουν μέσω ενός εύχρηστου διαδραστικού μενού. Η εμπειρία αυτή καθιστά τις ομορφιές της Ηπείρου προσβάσιμες σε όλους, συμπεριλαμβανομένων των ατόμων με κινητικές δυσκολίες.

Το περιεχόμενο της εφαρμογής θα είναι διαχειρίσιμο και διαδραστικό μέσω μιας διαδικτυακής πλατφόρμας, όπου εξουσιοδοτημένοι χρήστες θα μπορούν:

- να μεταφράζουν το υπάρχον περιεχόμενο σε περισσότερες γλώσσες.
- να προσθέτουν νέες διαδρομές και σημεία ενδιαφέροντος, ενισχύοντας την ανάδειξη της πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς της Ηπείρου.

Μέσα από αυτή την καινοτόμο εφαρμογή εικονικής πραγματικότητας, η Ήπειρος γίνεται πιο προσιτή και ελκυστική για ένα ευρύ κοινό, ενισχύοντας την τουριστική προβολή της περιοχής, προάγοντας τη βιώσιμη ανάπτυξη και καθιστώντας την πολιτιστική και φυσική της κληρονομιά προσβάσιμη σε όλους.

Το σύνολο των διαδικτυακών εφαρμογών που θα αναπτυχθούν στο πλαίσιο του παρόντος έργου, θα πρέπει να εγκατασταθούν στις υποδομές του Κυβερνητικού Υπολογιστικού Νέφους G-Cloud.

Οι υποψήφιοι ανάδοχοι οφείλουν με την υποβολή της προσφοράς τους να υποβάλουν αναλυτική περιγραφή της λειτουργίας της προτεινόμενης εφαρμογής με ενδεικτικές οθόνες σχεδιαστικής προσέγγισης, καθώς και βίντεο της προτεινόμενης λύσης που θα περιλαμβάνει:

- Εφαρμογή εικονικής πραγματικότητας για Meta Quest 3 με μία 360ο διαδρομή διάρκειας τουλάχιστον 30 δευτερολέπτων για την περιοχή της λίμνης των Ιωαννίνων. (VR screen recording)
- Τρόπος λειτουργίας διαδικτυακού συστήματος διαχείρισης περιεχομένου. (Browser screen recording)

Κατά την αξιολόγηση δύναται η αναθέτουσα αρχή να ζητήσει την παρουσίαση της προτεινόμενης λύσης όπως παρουσιάστηκε στο προσκομιζόμενο βίντεο, σε πραγματική λειτουργία.

Χρονοδιάγραμμα:

Η εφαρμογή εικονικής πραγματικότητας & το διαδικτυακό σύστημα διαχείρισης περιεχομένου (Browser screen recording) με υποδομή κυβερνητικού υπολογιστικού νέφους G-CLOUD θα παραδοθούν εντός 3 μηνών από την υπογραφή της οικείας σύμβασης.

Τα ανωτέρω δεκαέξι (16) παραδοτέα θα παραδοθούν εντός έτους από τη σύναψη της οικείας εκτελεστικής σύμβασης. Το οπτικοακουστικό υλικό κάθε περιήγησης προορισμού, ελεύθερο δικαιωμάτων, που υλοποιείται, θα υποβάλλεται για παραλαβή στην Αναθέτουσα Αρχή.

ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ ΜΕ ΑΛΛΑ ΠΑΡΑΔΟΤΕΑ

3.1 ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ-ΑΠΟΤΙΜΗΣΗΣ, ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟ TOOLKIT & ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ

3.7 ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ

3.8 ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΜΕΣΩ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ

ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΩΝ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ	ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΔΑΠΑΝΗΣ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΜΟΝΑΔΑΣ	ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔΑΣ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ (ΒΑΣΙΚΟ ΣΕΝΑΡΙΟ)	ΤΕΛΙΚΗ ΤΙΜΗ ΧΩΡΙΣ ΦΠΑ	ΤΕΛΙΚΗ ΤΙΜΗ ΜΕ ΦΠΑ	ΣΧΟΛΙΑ
ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΟΥ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΕΙΚΟΝΙΚΗΣ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΗΣ ΗΠΕΙΡΟΥ	ΑΜΟΙΒΗ	ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΕΙΚΟΝΙΚΗΣ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ & ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ	4,800.00	1.00	4,800.00	5,952.00	ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΕΙΚΟΝΙΚΗΣ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΥΜΒΑΤΗ ΜΕ ΚΙΝΗΤΑ. TABLETS ANDROIDS & IOS APP) ΑΝΕΒΑΣΜΕΝΗ ΣΕ ΔΙΑΔΡΑΣΤΙΚΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ

		ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ (Browser screen recording)					(ΜΕ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΜΕΤΑΦΡΑΣΗΣ ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΣΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΓΛΩΣΣΕΣ & ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΠΡΟΣΘΗΚΗΣ ΔΙΑΔΡΟΜΩΝ & ΣΗΜΕΙΩΝ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ ΤΗΣ ΗΠΕΙΡΟΥ).
	ΑΜΟΙΒΗ	ΠΑΡΑΔΟΤΕΑ ΠΕΡΙΗΓΗΣΗΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ	2,100.00	16.00	33,600.00	41,664.00	4 ΣΕ ΚΑΘΕ ΠΡΩΤΕΥΟΥΣΑ ΠΕ, 4 ΣΤΗΝ ΠΑΡΑΛΙΑΚΗ ΖΩΝΗ, 8 ΣΤΗΝ ΕΝΔΟΧΩΡΑ

3.8.3.2 *Ανάπτυξη Εφαρμογής Επαυξημένης Πραγματικότητας για την Ανάδειξη της Γαστρονομικής Κληρονομιάς της Ηπείρου μέσω των Τοπικών Προϊόντων*

Στόχος είναι η ανάπτυξη εφαρμογής επαυξημένης πραγματικότητας για κινητά και ταμπλέτες (Android και iOS App) που αναδεικνύει τη γαστρονομική παράδοση της Ηπείρου. Μέσα από την εφαρμογή, οι χρήστες θα μπορούν να εξερευνήσουν παραδοσιακές συνταγές, με έμφαση σε τουλάχιστον έξι τοπικά παραδοσιακά φαγητά. Κάθε πιάτο θα συνοδεύεται από αναλυτικές πληροφορίες για τα υλικά παρασκευής, τη συνταγή, την ιστορία του, καθώς και φωτογραφίες και βίντεο που θα παρουσιάζουν τη διαδικασία παρασκευής. Τα βίντεο, ελευθέρων δικαιωμάτων, θα περιλαμβάνουν γνωστούς σεφ της Ηπείρου, οι οποίοι θα προετοιμάζουν τις συνταγές.

Η εφαρμογή θα ενσωματώνει δυνατότητες επαυξημένης πραγματικότητας, επιτρέποντας στους χρήστες να προβάλλουν τρισδιάστατα αντίγραφα των φαγητών μπροστά τους. Τα πιάτα θα ψηφιοποιηθούν μέσω τρισδιάστατης σάρωσης, εξασφαλίζοντας την πιστή αναπαράσταση των πραγματικών γευμάτων που παρουσιάζονται στα βίντεο.

Επιπλέον, η εφαρμογή θα παρέχει πληροφορίες για την τοπική γαστρονομία, καθώς και προτεινόμενες διαδρομές και αξιοθέατα που σχετίζονται με τη γευστική παράδοση της περιοχής. Το περιεχόμενο θα είναι διαχειρίσιμο μέσω διαδικτυακής πλατφόρμας, επιτρέποντας σε εξουσιοδοτημένους χρήστες να μεταφράζουν το υπάρχον υλικό σε περισσότερες γλώσσες και να προσθέτουν νέα πιάτα και πληροφορίες, εμπλουτίζοντας διαρκώς την εμπειρία των χρηστών.

Το σύνολο των διαδικτυακών εφαρμογών που θα αναπτυχθούν στο πλαίσιο του παρόντος έργου, θα πρέπει να εγκατασταθούν στις υποδομές του Κυβερνητικού Υπολογιστικού Νέφους G-Cloud.

Οι υποψήφιοι ανάδοχοι οφείλουν με την υποβολή της προσφοράς τους να υποβάλουν αναλυτική περιγραφή της λειτουργίας της προτεινόμενης εφαρμογής με ενδεικτικές οθόνες σχεδιαστικής προσέγγισης, καθώς και βίντεο της προτεινόμενης λύσης που θα περιλαμβάνει:

- Εφαρμογή επαυξημένης πραγματικότητας για φορητές συσκευές με λειτουργικό Android με το παράδειγμα μίας παραδοσιακής συνταγής (τρειςδιάστατη απεικόνιση πιάτου, βίντεο παρασκευής συνταγής, προβολή πληροφοριών και συστατικών) (Mobile screen recording)
- Τρόπος λειτουργίας διαδικτυακού συστήματος διαχείρισης περιεχομένου. (Browser screen recording)

Κατά την αξιολόγηση δύναται η Αναθέτουσα Αρχή να ζητήσει την παρουσίαση της προτεινόμενης λύσης όπως παρουσιάστηκε στο προσκομιζόμενο βίντεο, σε πραγματική λειτουργία.

Χρονοδιάγραμμα:

Η εφαρμογή επαυξημένης πραγματικότητας (Mobile screen recording) & το διαδικτυακό σύστημα διαχείρισης περιεχομένου (Browser screen recording) με υποδομή κυβερνητικού

υπολογιστικού νέφους G-CLOUD θα παραδοθούν εντός 3 μηνών από την υπογραφή της οικείας σύμβασης.

Τα ανωτέρω έξι (6) παραδοτέα θα παραδοθούν εντός έτους από τη σύναψη της οικείας εκτελεστικής σύμβασης. Τα κείμενα & οπτικοακουστικό υλικό κάθε παραδοσιακής συνταγής που υλοποιείται, θα υποβάλλεται για παραλαβή εντός του χρονοδιαγράμματος στην Αναθέτουσα Αρχή.

ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ ΜΕ ΑΛΛΑ ΠΑΡΑΔΟΤΕΑ

3.1 ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ-ΑΠΟΤΙΜΗΣΗΣ, ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟ TOOLKIT & ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ 3.7 ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ

3.8 ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΜΕΣΩ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ

3.9 ΔΡΑΣΕΙΣ ΠΡΩΘΗΣΗΣ ΑΓΡΟΔΙΑΤΡΟΦΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΩΝ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ	ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΔΑΠΑΝΗΣ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΜΟΝΑΔΑΣ	ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔΑΣ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ (ΒΑΣΙΚΟ ΣΕΝΑΡΙΟ)	ΤΕΛΙΚΗ ΤΙΜΗ ΧΩΡΙΣ ΦΠΑ	ΤΕΛΙΚΗ ΤΙΜΗ ΜΕ ΦΠΑ	ΣΧΟΛΙΑ
ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΤΗΣ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ ΤΗΣ ΗΠΕΙΡΟΥ ΜΕΣΩ ΤΩΝ ΤΟΠΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΑΜΟΙΒΗ	ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ (Mobile screen recording) & ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ (Browser screen recording) ΜΕ ΥΠΟΔΟΜΗ ΚΥΒΕΡΝΗΤΙΚΟΥ G-CLOUD	3,000.00	1.00	3,000.00	3,720.00	ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΓΙΑ ΦΟΡΗΤΕΣ ΣΥΣΚΕΥΕΣ (Mobile screen recording) ΑΝΕΒΑΣΜΕΝΗ ΣΕ ΔΙΑΔΡΑΣΤΙΚΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ (Browser screen recording) ΜΕ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΜΕΤΑΦΡΑΣΗΣ ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΣΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΓΛΩΣΣΕΣ & ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΠΡΟΣΘΗΚΗΣ ΝΕΩΝ ΠΙΑΤΩΝ & ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑΣ.

	ΑΜΟΙ ΒΗ	ΠΑΡΑΔΟΤΕΑ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑ ΚΩΝ ΣΥΝΤΑΓΩΝ	1,500.0 0	6.00	9,000.00	11,160 .00	6 ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΕΣ ΣΥΝΤΑΓΕΣ (Τα παραδοτέα θα περιλαμβάνουν αναλυτικές πληροφορίες για τα υλικά παρασκευής, τη συνταγή, την ιστορία του, καθώς και φωτογραφίες και βίντεο που θα παρουσιάζουν τη διαδικασία παρασκευής. Τα βίντεο θα περιλαμβάνουν γνωστούς σεφ της Ηπείρου, οι οποίοι θα προετοιμάζουν τις συνταγές.)
--	------------	---	--------------	------	----------	---------------	---

3.9 ΔΡΑΣΕΙΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΑΓΡΟΤΟΔΙΑΤΡΟΦΙΚΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ

Έργο θα είναι η προετοιμασία υλικοτεχνικής υποδομής σε οκτώ (8) εκδηλώσεις προβολής των τοπικών προϊόντων και της γαστρονομίας της **Περιφέρειας Ηπείρου**, οι οποίες προγραμματίζεται να πραγματοποιηθούν σε τέσσερις περιοχές της Ηπείρου, διάρκεια τριών ημερών η κάθε μία, μέσα σε διάστημα τριών (3) ετών. Ενδεικτικά θα πραγματοποιηθούν σε:

1. Σύβοτα Θεσπρωτίας
2. Αμμουδιά Πρέβεζας
3. Πρέβεζα
4. Ιωάννινα

Οι συγκεκριμένες εκδηλώσεις θα ικανοποιούν τις παρακάτω τεχνικές προδιαγραφές:

1. Κατασκευή – διαμόρφωση – υλικοτεχνική υποδομή **(35) αυτόνομων περιπτέρων** με έγκριση τύπου (να πληρούν τις απαραίτητες προδιαγραφές ασφαλείας και να έχουν την απαραίτητη στατική επάρκεια). Τα περίπτερα θα αποτελούνται από μεταλλικό σκελετό βαρέως τύπου. Στις πλευρές δεξιά, αριστερά και πίσω θα υπάρχει πάνελ. Η οροφή θα είναι από PVC με τις απαιτούμενες κλήσεις σε περίπτωση βροχής. Στην όψη των περιπτέρων θα υπάρχει μεταλλική μετόπη για την επωνυμία των παραγωγών. Μπροστά από την μετόπη των περιπτέρων πρέπει να κατεβαίνει με κυλινδρικό οδηγό (σύστημα τέντας) για να σφραγίζουν με ασφάλεια τα περίπτερα στο τέλος της ημέρας. Ο χρωματισμός των περιπτέρων θα είναι λευκός (μεταλλικός σκελετός και πάνελ για να δίνετε μεγαλύτερη έμφαση στα προϊόντα). Σε κάθε περίπτερο εσωτερικά θα υπάρχει φωτισμός και μία πρίζα. Εσωτερικά των περιπτέρων θα υπάρχει πάγκος προϊόντων με δύο επίπεδα, το ένα για την παρουσίαση των προϊόντων και το άλλο για αποθηκευτικό χώρο. Η διάσταση του πάγκου θα είναι 150x80εκ. Για τον κάθε παραγωγό θα υπάρχει καρέκλα και καλάθι απορριμμάτων. Στην πλάτη των περιπτέρων τοποθετούνται 3 ράφια για την έκθεση των προϊόντων κάθε παραγωγού.

Στην περίπτωση υποβολής περισσότερων των 35 αιτήσεων από παραγωγούς, θα τηρηθεί σειρά προτεραιότητας με βάση την ημερομηνία υποβολής της αίτησης.

2. Κατασκευή αψίδας στην είσοδο της έκθεσης ύψους 300εκ, τοποθέτηση μετόπης με το εικαστικό της έκθεσης σε διάσταση 80x400εκ. Στη μετόπη της εισόδου θα υπάρχει φωτισμός με led σώματα.
3. Φωτισμός περιπτέρων και χώρου έκθεσης.
4. Ηχητική και μουσική κάλυψη του χώρου της έκθεσης.
5. Φωτογράφιση και βιντεοσκόπηση των εκθέσεων και παράδοση φωτογραφιών και βίντεο τουλάχιστον 3 λεπτών ανά εκδήλωση, όλα ελευθέρων δικαιωμάτων, στην Αναθέτουσα Αρχή.
6. Ηλεκτρολογική εγκατάσταση για φωτισμό και παροχή ρεύματος των περιπτέρων.
7. Δημιουργία και εκτύπωση της επωνυμίας των συμμετεχόντων εκθετών εκτυπωμένες σε αυτοκόλλητο βινύλιο με ματ πλαστικοποίηση, σε διάσταση 20x120εκ.

8. Σχεδιασμός 3D πρότασης για το περίπτερο της Περιφέρειας Ηπείρου.
9. Κατασκευή, οργάνωση και λειτουργία περιπτέρου της Περιφέρειας Ηπείρου το οποίο θα έχει εμβαδό 6m² με τηλεόραση.
10. Δημιουργικός σχεδιασμός – επικοινωνίας της έκθεσης (Πρόσκληση, αφίσα, έντυπο, banners, αναμνηστικά διπλώματα, μπλουζάκια, καπέλα)
11. Εκτύπωση αφίσας τετράχρωμης με διάσταση 50X70εκ σε χαρτόνι 270gr. Ποσότητα 40τμχ.
12. Εκτύπωση banner/πανό σε ευρωπαϊκό μουσαμά 450 γρ, τετράχρωμο, με πηχάκι ξύλινο πάνω κάτω. Ποσότητα 10 τμχ / ανά έκθεση με διάσταση 200X80εκ.
13. Δημιουργία σελίδων στα Social Media
14. Δημιουργία facebook καμπάνιας για κάθε προωθητική εκδήλωση για την ευρύτερη περιοχή.
15. Δημιουργία ηλεκτρονικού banner για προβολή της προωθητικής εκδήλωσης στο site της Περιφέρειας και σε ειδησεογραφικά site.
16. Δημιουργία Οπτικοακουστικού σποτ 30” ανά προωθητική εκδήλωση
17. Συνεργασία με την ομάδα δημιουργίας & διαχείρισης ψηφιακού περιεχομένου για την ενσωμάτωση του ψηφιακού διαφημιστικού υλικού των προωθητικών εκδηλώσεων στην ιστοσελίδα της Περιφέρειας για την ορθή προβολή των εκθέσεων και των εκθετών.
18. Αφισοκόλληση – τοποθέτηση banners ανά προωθητική εκδήλωση
19. Φύλαξη και καθαριότητα του χώρου της εκδήλωσης σε 24ωρη βάση για τις δύο ημέρες υλοποίησης της
20. Οργάνωση γαστρονομικών εκδηλώσεων καθ’ όλη την διάρκεια των προωθητικών εκδηλώσεων, παρασκευή κερασμάτων από τοπικά προϊόντα της Ηπείρου για τους επισκέπτες από αναγνωρισμένους σεφ της Περιφέρειας.
21. Διασφάλιση επιτόπιου υποστηρικτικού προσωπικού τουλάχιστον δύο (2) υπαλλήλων του Αναδόχου για την υλοποίηση των προωθητικών εκδηλώσεων και τουλάχιστον καθόλη τη διάρκεια των εκδηλώσεων συν την προηγούμενη ημέρα της προετοιμασίας
22. Διασφάλιση μετακίνησης είτε τριών (3) υπαλλήλων είτε δύο (2) υπαλλήλων & ενός (1) εκπροσώπου της αναθέτουσας αρχής ανά προωθητική εκδήλωση, και διαμονής αυτών σε ξενοδοχείο, τεσσάρων (4) αστέρων με πρωινό ή ισοδύναμο, για τόσες διανυκτερεύσεις όσες οι ημέρες των εκδηλώσεων συν μία ή συν δύο εφόσον κρίνεται απαραίτητο από την Αναθέτουσα Αρχή και εφόσον η εκδήλωση πραγματοποιείται σε τόπο διαφορετικό από την έδρα αυτών.
23. Παροχή όλου του απαραίτητου εξοπλισμού και υλικών που είναι απαραίτητα για την υλοποίηση των προωθητικών εκδηλώσεων

Χρονοδιάγραμμα:

Τα ανωτέρω παραδοτέα θα παραδοθεί σε διάστημα τριών (3) ετών από τη σύναψη της οικείας εκτελεστικής σύμβασης.

ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ ΜΕ ΆΛΛΑ ΠΑΡΑΔΟΤΕΑ

3.1 ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ-ΑΠΟΤΙΜΗΣΗΣ, ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟ TOOLKIT & ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ

3.5 ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗΣ ΤΗΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗΣ ΠΥΛΗΣ (PORTAL)

3.7 ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ

3.8 ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΜΕΣΩ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ

ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΩ Ν ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ	ΚΑΤΗΓ ΟΡΙΑ ΔΑΠΑΝ ΗΣ	ΠΕΡΙΓΡ ΑΦΗ ΜΟΝΑΔ ΑΣ	ΤΙΜΗ ΜΟΝΑ ΔΑΣ	ΠΟΣΟΤ ΗΤΑ (ΒΑΣΙΚ Ο ΣΕΝΑΡΙ Ο)	ΤΕΛΙΚΗ ΤΙΜΗ ΧΩΡΙΣ ΦΠΑ	ΤΕΛΙΚΗ ΤΙΜΗ ΜΕ ΦΠΑ	ΣΧΟΛΙΑ
ΔΡΑΣΕΙΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΑΓΡΟΔΙΑΤΡΟ ΦΙΚΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ					132,00 0.00	163,68 0.00	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΤΟΠΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΑΜΟΙΒΗ	ΤΕΜΑΧΙΑ	22,000. 00	6	132,00 0.00	163,68 0.00	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ (ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΜΕ ΥΛΙΚΟΤΕΧΝΙΚΟ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟ, ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ- ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ- ΥΛΙΚΟΤΕΧΝΙΚΗ ΥΠΟΔΟΜΗ 35 ΑΥΤΟΝΟΜΩΝ ΠΕΡΙΠΤΕΡΩΝ ΜΕ ΕΓΚΡΙΣΗ ΤΥΠΟΥ (ΝΑ ΠΛΗΡΟΥΝ ΤΙΣ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΕΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΚΑΙ ΝΑ ΕΧΟΥΝ ΤΗΝ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΗ ΣΤΑΤΙΚΗ ΕΠΑΡΚΕΙΑ). ΣΥΝΟΛΟ 6. ΘΑ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙ ΗΘΟΥΝ ΣΕ ΣΥΒΟΤΑ, ΑΜΜΟΥΔΙΑ, ΠΡΕΒΕΖΑ, ΙΩΑΝΝΙΝΑ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι

Παραδοτέα Κεφαλαίου 3.1.2 «ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟΥ TOOLKIT»³

1. Ανάπτυξη τουλάχιστον τριών (3) διαφορετικών προτάσεων λογότυπου & αντίστοιχων γραφιστικών στοιχείων του προορισμού

Αναλυτικά, κάθε πρόταση θα περιλαμβάνει:

- Λογότυπο
- Σλόγκαν (Κύριο και συμπληρωματικά)
- Χρωματική Παλέτα
- Γραμματοσειρά (Κύρια & Συμπληρωματική)
- Πλαίσια και μοτίβα (γεωμετρικά σχήματα ή μοτίβα τοπικής κουλτούρας)
- Υφές

ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ

Το ανωτέρω παραδοτέο θα πρέπει να παραδοθεί εντός 3 μηνών από τη σύναψη της οικείας εκτελεστικής σύμβασης.

2. Ανάπτυξη Branding Guidelines, στα οποία θα συμμορφώνονται όλοι φορείς που εφαρμόζουν την τουριστική καμπάνια

Ο Οδηγός εξασφαλίζει ότι το brand διατηρεί την ταυτότητα του, έχει αντίκτυπο και συνάδει με τους στρατηγικούς του στόχους. Είναι ένα σύνολο κανόνων, προτύπων και βέλτιστων πρακτικών που καθορίζουν πώς πρέπει να παρουσιάζεται και να εκφράζεται το τουριστικό brand της Περιφέρειας Ηπείρου οπτικά και λεκτικά σε διάφορες πλατφόρμες και δίκτυα. Εξασφαλίζει τη συνέπεια στην εμφάνιση και την επικοινωνία του brand, βοηθώντας στη δημιουργία μιας αναγνωρίσιμης και συνεκτικής ταυτότητας. Αυτές οι κατευθυντήριες γραμμές είναι απαραίτητες για τη διατήρηση μιας ενιαίας εικόνας και μηνύματος του brand, είτε πρόκειται για έντυπα, ψηφιακά μέσα, είτε για άλλες μορφές επικοινωνίας.

- **Οδηγός για τη χρήση λογότυπου, χρωμάτων, γραμματοσειρών, και ύφους επικοινωνίας.**

Περιεχόμενα Οδηγού

-Ορθή Χρήση λογότυπου σε κανάλια επικοινωνίας

-Χρήση Παλέτας Χρωμάτων που αντιπροσωπεύουν το brand

-Τυπογραφία: Αποτύπωση Χρήσης Γραμματοσειράς (επικεφαλίδες, κείμενο σώματος, μέγεθος, πάχη και αποστάσεις)

-Εικονογράφηση & Φωτογραφίες: Είδος εικονογράφησης (τόνος, υποκείμενο και σύνθεση)

³ Σελ. 27 Τεύχους «ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ»

- Οπτικό Ύφος (οπτικά μοτίβα, εικονίδια και οπτικές συνθέσεις που αποτελούν το brand)
- Ύφος κειμενογραφίας: Αποτύπωση του τρόπου που το brand απευθύνεται ανά μέσο και κοινό
- Σλόγκαν & φράσεις κλειδιά που συνδέονται με το brand
- Βασικά μηνύματα του brand, που συμμορφώνονται με τις αξίες και του στόχους του brand
- Κανόνες για αναρτήσεις σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης, σχεδιασμό ιστοσελίδων και ψηφιακές διαφημίσεις.
- Κανόνες προδιαγραφών του brand για φυλλάδια, κάρτες, αφίσες και προωθητικό υλικό
- Παραδείγματα ορθής και λανθασμένης εφαρμογής των στοιχείων του brand για την προστασία της ταυτότητας του brand

ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ

Το ανωτέρω παραδοτέο θα πρέπει να παραδοθεί εντός 3 μηνών από τη σύναψη της οικείας εκτελεστικής σύμβασης.

3. Ανάπτυξη τουλάχιστον πέντε (5) διαφορετικών προτάσεων βασικών & υποστηρικτικών μηνυμάτων της τουριστικής καμπάνιας

Το messaging framework είναι κλειδί για τη συνοχή, τη συνεπή επικοινωνία και την επιτυχημένη προώθηση της ταυτότητας της Περιφέρειας Ηπείρου.

Αποτελεί ένα στρατηγικό εργαλείο που θα χρησιμοποιήσει η Περιφέρεια Ηπείρου για να οργανώσει, να δομήσει και να ενοποιήσει την επικοινωνία της προς το κοινό-στόχο. Είναι ουσιαστικά ένας οδηγός που εξασφαλίζει ότι τα μηνύματα του brand της Περιφέρειας Ηπείρου είναι συνεπή, ξεκάθαρα και ευθυγραμμισμένα με τις αξίες και τους στόχους της.

Έκθεση Βασικών μηνυμάτων και επικοινωνιακή γραμμή που να υποστηρίζουν το όραμα του προορισμού.

Περιεχόμενα

- Στρατηγική Αντίληψη των Μηνυμάτων

Χωρίζει τα μηνύματα σε επίπεδα:

Βασικό μήνυμα (Core Message): Το κεντρικό θέμα ή ιδέα.

Υποστηρικτικά μηνύματα (Supporting Messages): Επιμέρους πληροφορίες που επεξηγούν ή ενισχύουν το βασικό μήνυμα.

Αποδείξεις (Proof Points): Στοιχεία, στατιστικά ή ιστορίες επιτυχίας που τεκμηριώνουν τα μηνύματα.

ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ

Το ανωτέρω παραδοτέο θα πρέπει να παραδοθεί εντός 4 μηνών από τη σύναψη της οικείας εκτελεστικής σύμβασης.

- Hashtag Strategy

Ο Ανάδοχος θα κάνει τουλάχιστον δύο προτάσεις για τη στρατηγική & σωστή επιλογή hashtags που θα συνδέονται με το κοινό και την τουριστική καμπάνια.

ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ

Το ανωτέρω παραδοτέο θα πρέπει να παραδοθεί εντός 2 μηνών από τη σύναψη της οικείας εκτελεστικής σύμβασης.

- Landing Pages

Ο Ανάδοχος θα κάνει τουλάχιστον πέντε προτάσεις τη διαμόρφωση και περιεχόμενο των landing pages, σε συνεργασία και με την ομάδα έργου της αναβάθμισης της ιστοσελίδας.

ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ

Το ανωτέρω παραδοτέο θα πρέπει να παραδοθεί εντός 8 μηνών από τη σύναψη της οικείας εκτελεστικής σύμβασης.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ

Δείκτες Τουριστικών Μεγεθών Κεφαλαίου 3.1.3 «ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΔΕΙΚΤΩΝ ΚΑΙ ΤΑΣΕΩΝ»⁴

Α. ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ

Συλλογή δεδομένων για τον συνολικό αριθμό τουριστών στην ευρύτερη περιοχή της Ηπείρου (Έλληνες και αλλοδαποί), με ανάλυση ανά Δήμο.

Λόγος συλλογής δεδομένων: Η καταγραφή του συνολικού αριθμού τουριστών στην Περιφέρεια Ηπείρου αποτελεί βασικό εργαλείο παρακολούθησης της τουριστικής δραστηριότητας. Μέσω αυτών των στοιχείων, είναι εφικτή η αποτύπωση της συνολικής επισκεψιμότητας και η αξιολόγηση της επίδρασής της στην τοπική οικονομία. Η ανάλυση των δεδομένων επιτρέπει την ενίσχυση των τουριστικών στρατηγικών, την καλύτερη αξιοποίηση των διαθέσιμων πόρων και τη διαμόρφωση αναπτυξιακών πολιτικών που προωθούν τη βιωσιμότητα της περιοχής.

Πηγές Δεδομένων και Διαδικασία Συλλογής:

- **ΕΛΣΤΑΤ (Ελληνική Στατιστική Αρχή)**
 - **Συλλογή:** Διεξάγει απογραφές, δειγματοληπτικές έρευνες και στατιστικές έρευνες σε τουριστικές επιχειρήσεις.
 - **Διανομή:** Δημοσιεύει ετήσιες εκθέσεις και στατιστικές βάσεις δεδομένων μέσω της ιστοσελίδας της.
- **Τράπεζα της Ελλάδος (BoG)**
 - **Συλλογή:** Καταγράφει τουριστικές ροές μέσω συναλλαγματικών εισπράξεων και στοιχείων που παρέχουν επιχειρήσεις και χρηματοπιστωτικά ιδρύματα.
 - **Διανομή:** Δημοσιεύει μηνιαίες και ετήσιες οικονομικές αναφορές.
- **Ινστιτούτο ΣΕΤΕ (Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων)**
 - **Συλλογή:** Συνεργάζεται με τουριστικές επιχειρήσεις και εξειδικευμένους ερευνητές για να καταγράψει τάσεις και στατιστικά δεδομένα.
 - **Διανομή:** Παρέχει μελέτες και προβλέψεις μέσω εκθέσεων και ετήσιων απολογισμών
- **INSETE (Ινστιτούτο του ΣΕΤΕ)**
 - **Συλλογή:** Εξετάζει στατιστικά στοιχεία από ξενοδοχεία, τουριστικά γραφεία και τοπικές επιχειρήσεις.

⁴ Σελ. 29 Τεύχους «ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ»

- **Διανομή:** Δημοσιεύει μελέτες και αναλύσεις τουριστικής δραστηριότητας.
- **Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος**
 - **Συλλογή:** Καταγράφει στοιχεία πληρότητας, κρατήσεων και υπηρεσιών φιλοξενίας μέσω ετήσιων δηλώσεων από τις τουριστικές επιχειρήσεις-μέλη.
 - **Διανομή:** Δημοσιεύει συγκεντρωτικά στατιστικά και εκθέσεις για τις τάσεις της αγοράς
- **Τοπικοί Οργανισμοί και Φορείς**
 - **Δήμοι:** Συλλέγουν στοιχεία τουριστικής κίνησης από τοπικά γραφεία πληροφόρησης, δημοτικά κέντρα τουρισμού και τοπικές εκδηλώσεις. Διανέμουν τα δεδομένα μέσω δημοτικών εκθέσεων και ιστοσελίδων
 - **Σύλλογοι Ξενοδοχείων και Καταλυμάτων:** Παρέχουν στατιστικά πληρότητας, κρατήσεων και εκτιμήσεις τουριστικής ζήτησης, δημοσιεύοντας περιοδικές αναφορές
 - **Άλλα Επίσημα Δεδομένα:** Περιλαμβάνουν δεδομένα από αεροδρόμια, λιμάνια, τουριστικούς πράκτορες και έρευνες ικανοποίησης επισκεπτών, διανεμημένα μέσω συνεργασιών και τοπικών δικτύων
- **Υπουργείο Τουρισμού:** Στατιστικά και αναφορές τουριστικής κίνησης από επίσημες εκθέσεις και ετήσιες απολογιστικές εκθέσεις.
- **Αεροδρόμια & Λιμάνια:** Στατιστικά αφίξεων/αναχωρήσεων από αεροπορικές εταιρείες και λιμενικές αρχές.
- **Online Πλατφόρμες Κρατήσεων (π.χ. Booking, Airbnb):** Στοιχεία σχετικά με την πληρότητα και τις κρατήσεις, όπου είναι δυνατή η πρόσβαση μέσω συνεργασιών ή δημόσιων αναφορών.
- **Έρευνες Ικανοποίησης Επισκεπτών:** Δεδομένα από έρευνες που διεξάγονται από τουριστικές επιχειρήσεις ή φορείς για την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών.
- **Social Media & Digital Analytics:** Δεδομένα από την ανάλυση της ψηφιακής παρουσίας της περιοχής σε κοινωνικά δίκτυα και πλατφόρμες προβολής.
- **Ακαδημαϊκά Ιδρύματα & Ερευνητικά Κέντρα:** Ειδικές μελέτες που εκπονούνται από πανεπιστήμια ή ερευνητικές ομάδες.

Β. ΠΗΓΗ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ

Συλλογή δεδομένων: Κατανομή τουριστών που επισκέπτονται την Ήπειρο, διαχωρισμένη ανά χώρα προέλευσης (για διεθνείς επισκέπτες) και ελληνική περιφέρεια (για εγχώριους επισκέπτες).

Λόγος συλλογής δεδομένων: Η γνώση της γεωγραφικής προέλευσης των τουριστών βοηθά στη χάραξη στοχευμένων τουριστικών στρατηγικών και δράσεων προβολής. Η ανάλυση αυτών των δεδομένων διευκολύνει την επικέντρωση σε αγορές με δυναμικό ανάπτυξης και την καλύτερη προσαρμογή των παρεχόμενων υπηρεσιών στις απαιτήσεις διαφορετικών ομάδων επισκεπτών. Παράλληλα, προσφέρει πολύτιμες πληροφορίες για την κατάρτιση του προσωπικού στον τομέα του τουρισμού, ενισχύοντας την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών.

Πηγές Δεδομένων:

- ΕΛΣΤΑΤ: Στατιστικές αφίξεων και κατανομής τουριστών.
- INSETE & Ινστιτούτο ΣΕΤΕ: Μελέτες αγοράς και προέλευσης επισκεπτών.
- Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος: Πληρότητα καταλυμάτων ανά χώρα προέλευσης.
- Τοπικοί Φορείς (Δήμοι & Σύλλογοι Τουριστικών Καταλυμάτων): Στοιχεία επισκεψιμότητας από τοπικές επιχειρήσεις και τουριστικά γραφεία.

Γ. ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ

Συλλογή δεδομένων: Ανάλυση των επισκεπτών της Ηπείρου με βάση την ηλικία, το φύλο και τον τύπο ταξιδιώτη (οικογένειες, ζευγάρια, solo travelers).

Λόγος συλλογής δεδομένων: Η ανάλυση των δημογραφικών χαρακτηριστικών των επισκεπτών, όπως η ηλικία, το φύλο και ο τύπος ταξιδιώτη, είναι απαραίτητη για τον σχεδιασμό εξατομικευμένων τουριστικών εμπειριών. Μέσω της κατανομής των επισκεπτών, εντοπίζονται οι κυρίαρχες ομάδες που προτιμούν την περιοχή, επιτρέποντας την προσαρμογή των υπηρεσιών και την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του προορισμού. Επιπλέον, τα στοιχεία αυτά στηρίζουν τον σχεδιασμό προσφορών με βάση τις καταναλωτικές συνήθειες, μεγιστοποιώντας τα έσοδα της τοπικής οικονομίας.

Πηγές Δεδομένων:

- ΕΛΣΤΑΤ: Στατιστικές για δημογραφικά και ταξιδιωτικές συνήθειες.
- Ινστιτούτο ΣΕΤΕ & INSETE: Μελέτες για το προφίλ των τουριστών.
- Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος: Καταγραφές τύπου διαμονής.
- Τοπικοί Φορείς (Δήμοι & Σύλλογοι Καταλυμάτων): Στοιχεία από τουριστικές επιχειρήσεις και ξενοδοχεία.
- Έρευνες Ικανοποίησης Πελατών: Ερωτηματολόγια και συνεντεύξεις επισκεπτών.

Δ. ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ

Συλλογή δεδομένων: Καταγραφή της τουριστικής κίνησης στην Ήπειρο ανά μήνα και εποχή, με ανάλυση αφίξεων, διανυκτερεύσεων και εσόδων από τουριστικές επιχειρήσεις. Η κατανομή θα εξετάζει την ένταση της επισκεψιμότητας σε περιόδους αιχμής (καλοκαίρι, χειμερινή περίοδος) και περιόδους χαμηλής ζήτησης (άνοιξη, φθινόπωρο).

Λόγος συλλογής δεδομένων: Η μελέτη της εποχικότητας των τουριστών είναι απαραίτητη για την αξιολόγηση της σταθερότητας και της βιωσιμότητας της τουριστικής δραστηριότητας στην Περιφέρεια Ηπείρου. Μέσω της ανάλυσης των περιόδων αιχμής και των περιόδων χαμηλής τουριστικής κίνησης, μπορούν να διαμορφωθούν στρατηγικές για την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Αυτό συμβάλλει στη μείωση της οικονομικής εξάρτησης από συγκεκριμένες εποχές, στη σταθεροποίηση της τοπικής οικονομίας και στη διατήρηση θέσεων εργασίας καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Η αντιμετώπιση της εποχικότητας αποτελεί προτεραιότητα για μια βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη με ισορροπημένα οικονομικά αποτελέσματα.

Πηγές Δεδομένων:

- ΔΥΠΑ & ΕΡΓΑΝΗ: Στατιστικά στοιχεία προσλήψεων και απολύσεων στον τουριστικό τομέα ανά εποχή.
- ΑΑΔΕ: Δηλωθέντα έσοδα τουριστικών επιχειρήσεων ανά μήνα.
- Τοπικοί Φορείς: Δήμοι, τουριστικά γραφεία και επαγγελματικές ενώσεις.
- ΕΛΣΤΑΤ: Αφίξεις και διανυκτερεύσεις ανά εποχή και τουριστική περίοδο.
- Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος: Πληρότητα καταλυμάτων σε περιόδους αιχμής και χαμηλής ζήτησης.
- Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος: Πληρότητα καταλυμάτων ανά εποχική περίοδο.
- Τοπικοί Φορείς: Στοιχεία από τουριστικά γραφεία, επαγγελματικούς συλλόγους και δημοτικούς φορείς

Ε. ΔΙΑΜΟΝΗ

Μέση Διάρκεια Διαμονής: Αριθμός διανυκτερεύσεων ανά επισκέπτη

Συλλογή δεδομένων: Καταγραφή του αριθμού των διανυκτερεύσεων ανά επισκέπτη σε κάθε τύπο κατάλυμα (ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια, Airbnb). Ανάλυση της μέσης διάρκειας διαμονής ανά μήνα, τύπο τουρισμού και περίοδο του έτους.

Λόγος συλλογής δεδομένων: Η μέση διάρκεια διαμονής είναι σημαντική για την εκτίμηση του τουριστικού "φορτίου" που δέχονται τα καταλύματα, και για τον υπολογισμό των εσόδων των επιχειρήσεων του τουριστικού τομέα. Τα δεδομένα βοηθούν στο να κατανοήσουμε τις ανάγκες

των επισκεπτών και να διαμορφώσουμε στρατηγικές που ενθαρρύνουν την παραμονή για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα.

Πηγές Δεδομένων:

- Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος: Στοιχεία πληρότητας και διανυκτερεύσεων στα ξενοδοχεία.
- Airbnb & άλλες πλατφόρμες βραχυχρόνιας μίσθωσης: Στοιχεία για την πληρότητα και τις διανυκτερεύσεις στις πλατφόρμες ενοικίασης καταλυμάτων.
- ΕΛΣΤΑΤ: Στατιστικά στοιχεία για διανυκτερεύσεις και μέση διάρκεια παραμονής.

Πληρότητα Καταλυμάτων: Ποσοστά πληρότητας ανά τύπο καταλύματος (ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια, Airbnb)

Συλλογή δεδομένων: Ποσοστά πληρότητας ανά κατηγορία καταλύματος (ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια, Airbnb). Ανάλυση πληρότητας κατά μήνα, εβδομάδα, και περίοδο αιχμής.

Λόγος συλλογής δεδομένων: Η καταγραφή των ποσοστών πληρότητας βοηθά στην αξιολόγηση της ζήτησης για καταλύματα στην περιοχή. Αυτά τα δεδομένα μπορούν να υποδείξουν περιοχές με υπερπληρότητα ή με χαμηλή ζήτηση, επιτρέποντας στα καταλύματα να προσαρμόσουν τις στρατηγικές τους (π.χ. προσφορές, εκπτώσεις).

Πηγές Δεδομένων:

- ΕΛΣΤΑΤ: Στοιχεία για την πληρότητα καταλυμάτων σε όλη την Ελλάδα.
- Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος: Πληρότητα καταλυμάτων για ξενοδοχεία και ενοικιαζόμενα δωμάτια.
- Airbnb & άλλες πλατφόρμες βραχυχρόνιας μίσθωσης: Στοιχεία πληρότητας από πλατφόρμες βραχυχρόνιας ενοικίασης.
- Τοπικοί φορείς & τουριστικά γραφεία: Καταγραφές πληρότητας σε τοπικό επίπεδο από επιχειρηματίες και συλλόγους τουριστικών καταλυμάτων.

Μέση Τιμή Διανυκτέρευσης (ADR): Ανάλυση κόστους ανά διαμονή

Συλλογή δεδομένων: Καταγραφή της μέσης τιμής ανά διανυκτέρευση σε διάφορους τύπους καταλυμάτων (ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια, Airbnb).

Ανάλυση της μέσης τιμής ανά περίοδο (αιχμής, εκτός αιχμής) και κατά κατηγορία καταλύματος.

Λόγος συλλογής δεδομένων: Η μέση τιμή διανυκτέρευσης (ADR) είναι κρίσιμη για την αξιολόγηση της οικονομικής βιωσιμότητας των τουριστικών επιχειρήσεων. Τα δεδομένα αυτά βοηθούν στη διαμόρφωση στρατηγικών τιμολόγησης, επιτρέποντας στους επιχειρηματίες να προσαρμόσουν τις τιμές τους σύμφωνα με τη ζήτηση και τις οικονομικές συνθήκες.

Πηγές Δεδομένων:

- ΕΛΣΤΑΤ: Στοιχεία για τις μέσες τιμές διανυκτέρευσης ανά περιοχή.
- Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος: Πληροφορίες για τις μέσες τιμές διανυκτέρευσης σε ξενοδοχεία και ενοικιαζόμενα δωμάτια.
- Airbnb & άλλες πλατφόρμες βραχυχρόνιας μίσθωσης: Στοιχεία για τις τιμές διανυκτέρευσης στις πλατφόρμες βραχυχρόνιας ενοικίασης.
- Τοπικοί Φορείς: Στοιχεία από τοπικούς επιχειρηματίες για τις τιμές διανυκτέρευσης σε τουριστικά καταλύματα.

ΣΤ. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΠΟΔΟΣΗ**Τουριστικά Έσοδα: Συνολικά έσοδα από τουρισμό (ανά τομέα: διαμονή, εστίαση, δραστηριότητες)**

Συλλογή δεδομένων: Συνολικά έσοδα από τουρισμό, διαχωρισμένα ανά τομέα (διαμονή, εστίαση, δραστηριότητες, μεταφορές κ.λπ.). Στοιχεία για την οικονομική απόδοση του τουριστικού τομέα σε τοπικό επίπεδο, αναλυμένα σε μηνιαία ή ετήσια βάση.

Λόγος συλλογής δεδομένων: Με την συλλογή δεδομένων των τουριστικών εσόδων μπορεί να κατανοηθεί η συνεισφορά του τουρισμού στην τοπική οικονομία, εντοπίζοντας παράλληλα τους τομείς που έχουν τη μεγαλύτερη επίδραση στα έσοδα. Τα δεδομένα θα αποτελέσουν επίσης χρήσιμο εργαλείο για την αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας των τουριστικών πολιτικών και στρατηγικών, βοηθώντας στον σχεδιασμό βελτιωμένων δράσεων για την ανάπτυξη του προορισμού. Επιπλέον, θα υποστηρίξουν τους επιχειρηματίες και τους φορείς στην λήψη τεκμηριωμένων αποφάσεων, ενισχύοντας τις πιο επικερδείς δραστηριότητες και συμβάλλοντας στη βιώσιμη ανάπτυξη της περιοχής.

Πηγές Δεδομένων:

- Από τις εκθέσεις τουριστικών φορέων και τοπικών επιμελητηρίων για τα έσοδα από τις τουριστικές δραστηριότητες ανά τομέα.
- Από έρευνες αγοράς που διενεργούνται από τοπικούς και εθνικούς οργανισμούς (π.χ. ΕΛΣΤΑΤ, ΣΕΤΕ, ΙΝΣΕΤΕ).
- Από στατιστικά στοιχεία επιχειρήσεων (ξενοδοχεία, εστιατόρια, τουριστικά γραφεία) σχετικά με τις συνολικές πωλήσεις και τις εισπράξεις τους από τουρίστες.

Μέση Δαπάνη Ανά Επισκέπτη: Οικονομική συνεισφορά ανά άτομο

Συλλογή δεδομένων: Μέση δαπάνη ανά επισκέπτη (ανά τομέα: διαμονή, εστίαση, δραστηριότητες, αγορές κ.λπ.). Στοιχεία για τον αριθμό των επισκεπτών και τη δαπάνη τους σε

τοπικές επιχειρήσεις. Αναλυτικά δεδομένα για την κατανομή των δαπανών ανά κατηγορία (π.χ. διαμονή, φαγητό, δραστηριότητες).

Λόγος συλλογής δεδομένων: Η μέση δαπάνη ανά επισκέπτη θα επιτρέψει τον υπολογισμό της μέσης οικονομικής συνεισφοράς κάθε επισκέπτη στην τοπική οικονομία, βοηθώντας στην εκτίμηση των αναγκών των τουριστικών επιχειρήσεων. Επίσης, θα συμβάλει στην ανάπτυξη στρατηγικών για την αύξηση των δαπανών ανά επισκέπτη και θα υποστηρίξει τη διαμόρφωση πολιτικών που ενισχύουν τη βιωσιμότητα και ανάπτυξη του τουριστικού τομέα.

Πηγές Δεδομένων:

- Από τις αναφορές πωλήσεων και τις τιμολόγια των τοπικών επιχειρήσεων στον τουριστικό τομέα (ξενοδοχεία, εστιατόρια, καταστήματα).
- Από έρευνες αγοράς που διενεργούνται για τις δαπάνες των επισκεπτών στην περιοχή, όπως αυτές που πραγματοποιούνται από οργανισμούς όπως το INSETE ή το ΕΛΣΤΑΤ.
- Από στατιστικά στοιχεία από τα ξενοδοχεία και άλλες τουριστικές επιχειρήσεις για τη μέση δαπάνη ανά επισκέπτη (π.χ. πληρωμές για διαμονή, εστίαση, ψυχαγωγία).

Η. ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΜΕΤΑΦΟΡΩΝ

Αφίξεις τουριστών ανάλογα με τα μεταφορικά μέσα

Συλλογή δεδομένων: Η συλλογή δεδομένων μεταφορών επικεντρώνεται στις αφίξεις επιβατών και οχημάτων μέσω βασικών κόμβων, όπως αεροδρόμια, λιμάνια, συνοριακοί σταθμοί και σταθμοί διοδίων. Τα δεδομένα κατηγοριοποιούνται ανά τύπο μέσου (πτήσεις, πλοία, οχήματα) και καταγράφονται διαχρονικά, με συγκρίσεις μεταξύ περιόδων. Ειδική έμφαση δίνεται στην κίνηση στα συνοριακά σημεία με την Αλβανία, καθώς και στη χρήση των υποδομών.

Λόγος συλλογής δεδομένων: Η ανάλυση των δεδομένων συμβάλλει στην κατανόηση της τουριστικής προσβασιμότητας, της εποχικότητας των αφίξεων και της δυναμικής των εισερχόμενων ροών. Παρέχει χρήσιμες πληροφορίες για τις απαιτήσεις των υποδομών, υποστηρίζοντας τη βελτίωση της εμπειρίας των επισκεπτών και τη χάραξη στρατηγικών για τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.

Πηγές Δεδομένων:

- **Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας (ΥΠΑ):** Δεδομένα αφίξεων και αναχωρήσεων από τα αεροδρόμια της Ηπείρου.
- **Λιμενικά Ταμεία & Οργανισμός Λιμένος Ηγουμενίτσας:** Δεδομένα για θαλάσσιες μεταφορές, επιβατική κίνηση και φορτία.
- **Συνοριακοί Σταθμοί με Αλβανία:** Καταγραφή διελεύσεων από χερσαία σύνορα.
- **Σταθμοί Διοδίων Αυτοκινητοδρόμων** Στατιστικά δεδομένα κυκλοφορίας από βασικούς οδικούς άξονες της περιοχής.

- **Επιχειρήσεις Μεταφορών** Δεδομένα από ΚΤΕΛ, ταξί, και ενοικιάσεις οχημάτων σχετικά με τον όγκο και το είδος των μετακινήσεων.
- **Υπουργείο Υποδομών και Μεταφορών** Εθνικά στατιστικά για οδικές και σιδηροδρομικές μεταφορές.



ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

ΣΥΝΤΑΞΑΣ: Δ/ΝΣΗ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ, ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ, ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΚΑΙ
ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΗΠΕΙΡΟΥ

ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΗΠΕΙΡΟΥ 2026-2029

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ: ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2025

Α/Α	ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΩΝ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ	ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΔΑΠΑΝΗΣ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΜΟΝΑΔΑΣ	ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔΑΣ	ΠΟΣΟΤΗ ΤΑ	ΤΕΛΙΚΗ ΤΙΜΗ ΧΩΡΙΣ ΦΠΑ	ΤΕΛΙΚΗ ΤΙΜΗ ΜΕ ΦΠΑ	ΣΧΟΛΙΑ
1	ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ-ΑΠΟΤΙΜΗΣΗΣ, ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟ TOOLKIT & ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ					34.300,00	42.532,00	
1.1	ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ-ΑΠΟΤΙΜΗΣΗΣ					20.500,00	25.420,00	
1.1.1	ΕΤΗΣΙΟΣ ΑΝΑΛΥΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΤΩΝ 2026-2029	ΑΜΟΙΒΗ	ΕΚΘΕΣΗ	3.000,00	4	12.000,00	14.880,00	ΑΜΟΙΒΗ ΑΝΑΔΟΧΟΥ ΑΝΑ ΕΚΘΕΣΗ/ 4 ΕΚΘΕΣΕΙΣ
1.1.2	ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ ΑΠΟΤΙΜΗΣΗΣ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ	ΑΜΟΙΒΗ	ΕΚΘΕΣΗ	2.000,00	1	2.000,00	2.480,00	ΑΜΟΙΒΗ ΑΝΑΔΟΧΟΥ ΑΠΑΞ
1.1.3	ΕΤΗΣΙΑ ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ	ΑΜΟΙΒΗ	ΕΤΗΣΙΑ ΕΚΘΕΣΗ	2.000,00	2	4.000,00	4.960,00	ΑΜΟΙΒΗ ΑΝΑΔΟΧΟΥ ΑΝΑ ΕΚΘΕΣΗ / 2 ΕΚΘΕΣΕΙΣ
			ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ ΕΚΘΕΣΗ- ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ ΥΛΟΠΟΙΗΘΕΝΤΟΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ	2.500,00	1	2.500,00	3.100,00	ΑΜΟΙΒΗ ΑΝΑΔΟΧΟΥ ΑΠΑΞ
1.2	ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟΥ TOOLKIT					7.800,00	9.672,00	
1.2.1	ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟΥ TOOLKIT	ΑΜΟΙΒΗ	ΕΚΘΕΣΗ	6.000,00	1	6.000,00	7.440,00	ΑΜΟΙΒΗ ΑΝΑΔΟΧΟΥ ΑΠΑΞ
				1.800,00	1	1.800,00	2.232,00	ΑΜΟΙΒΗ ΑΝΑΔΟΧΟΥ/ 1 ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΗ
1.3	ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΔΕΙΚΤΩΝ ΚΑΙ ΤΑΣΕΩΝ					6.000,00	7.440,00	
1.3.1	ΑΠΟΤΥΠΩΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΔΕΙΚΤΩΝ & ΤΑΣΕΩΝ ΤΕΛΕΥΤΑΙΑΣ ΤΡΙΕΤΙΑΣ (ΧΡΟΝΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟ 2022-2025)	ΑΜΟΙΒΗ	ΕΚΘΕΣΗ	1.800,00	1	1.800,00	2.232,00	ΑΜΟΙΒΗ ΑΝΑΔΟΧΟΥ ΑΠΑΞ
1.3.2	ΕΤΗΣΙΑ ΕΚΘΕΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΔΕΙΚΤΩΝ & ΤΑΣΕΩΝ ΑΝΑ ΕΤΟΣ 2026-2029	ΑΜΟΙΒΗ	ΕΚΘΕΣΗ	1.400,00	3	4.200,00	5.208,00	ΑΜΟΙΒΗ ΑΝΑΔΟΧΟΥ ΑΝΑ ΕΚΘΕΣΗ/3 ΕΚΘΕΣΕΙΣ
2	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΣΕ ΕΚΘΕΣΕΙΣ-ΟΡΓΑΝΩΣΗ Β2Β					364.000,00	451.360,00	
2.1	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΣΕ ΕΚΘΕΣΕΙΣ -ΟΡΓΑΝΩΣΗ Β2Β (ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ)					264.000,00	327.360,00	
2.1.1	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΕΚΑ (10) ΕΚΘΕΣΕΩΝ-Β2Β ΤΥΠΟΥ Α	ΑΜΟΙΒΗ	ΤΕΜΑΧΙΑ	15.000,00	10	150.000,00	186.000,00	ΕΝΟΙΚΙΑΣΗ ΧΩΡΟΥ ΕΚΤΑΣΗΣ 8 Τ. Μ. , ΣΤΗΣΙΜΟ ΠΕΡΙΠΤΕΡΟΥ, ΜΕΤΑΦΟΡΑ ΥΛΙΚΩΝ ΑΝΑ ΕΚΘΕΣΗ ΤΥΠΟΥ, ΜΕΤΑΚΙΝΗΣΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ, ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ, ΕΚΠΡΟΣΩΠΩΝ, ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΟΥ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ Β2Β ΑΝΑ ΕΚΘΕΣΗ ΤΥΠΟΥ Α / ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΓΙΑ 10 ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΤΥΠΟΥ Α
2.1.2	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΥΟ (2) ΕΚΘΕΣΕΩΝ - Β2Β ΤΥΠΟΥ Γ	ΑΜΟΙΒΗ	ΤΕΜΑΧΙΑ	42.000,00	2	84.000,00	104.160,00	ΕΝΟΙΚΙΑΣΗ ΧΩΡΟΥ ΕΚΤΑΣΗΣ 30 Τ. Μ. , ΣΤΗΣΙΜΟ ΠΕΡΙΠΤΕΡΟΥ, ΜΕΤΑΦΟΡΑ ΥΛΙΚΩΝ, ΜΕΤΑΚΙΝΗΣΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ, ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ, ΕΚΠΡΟΣΩΠΩΝ, ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΟΥ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ Β2Β ΑΝΑ ΕΚΘΕΣΗ ΤΥΠΟΥ Γ / ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΓΙΑ 2 ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΤΥΠΟΥ Γ

Α/Α	ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΩΝ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ	ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΔΑΠΑΝΗΣ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΜΟΝΑΔΑΣ	ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔΑΣ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ	ΤΕΛΙΚΗ ΤΙΜΗ ΧΩΡΙΣ ΦΠΑ	ΤΕΛΙΚΗ ΤΙΜΗ ΜΕ ΦΠΑ	ΣΧΟΛΙΑ
2.1.3	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΥΟ (2) ΕΚΘΕΣΕΩΝ- Β2Β ΤΥΠΟΥ Δ	ΑΜΟΙΒΗ	ΤΕΜΑΧΙΑ	15.000,00	2	30.000,00	37.200,00	ΕΝΟΙΚΙΑΣΗ ΧΩΡΟΥ ΕΚΤΑΣΗΣ 8 Τ. Μ. , ΣΤΗΣΙΜΟ ΠΕΡΙΠΤΕΡΟΥ, ΜΕΤΑΦΟΡΑ ΥΛΙΚΩΝ, ΜΕΤΑΚΙΝΗΣΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ, ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ, ΕΚΠΡΟΣΩΠΩΝ, ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΟΥ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ Β2Β ΑΝΑ ΕΚΘΕΣΗ ΤΥΠΟΥ Γ / ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΓΙΑ 2 ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΤΥΠΟΥ Δ
2.2	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΣΕ ΕΚΘΕΣΕΙΣ -ΟΡΓΑΝΩΣΗ Β2Β (ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ)					100.000,00	124.000,00	
2.2.1	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΕΣΣΕΡΙΣ (4) ΕΚΘΕΣΕΩΝ - Β2Β ΤΥΠΟΥ Β	ΑΜΟΙΒΗ	ΤΕΜΑΧΙΑ	25.000,00	4	100.000,00	124.000,00	ΕΝΟΙΚΙΑΣΗ ΧΩΡΟΥ ΕΚΤΑΣΗΣ 60 Τ. Μ. , ΣΤΗΣΙΜΟ ΠΕΡΙΠΤΕΡΟΥ, ΜΕΤΑΦΟΡΑ ΥΛΙΚΩΝ, ΜΕΤΑΚΙΝΗΣΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ, ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ, ΕΚΠΡΟΣΩΠΩΝ, ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΟΥ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ Β2Β ΑΝΑ ΕΚΘΕΣΗ ΤΥΠΟΥ Β / ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΓΙΑ 4 ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΤΥΠΟΥ Β
3	ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΣΕ ΧΩΡΕΣ ΤΩΝ ΒΑΛΚΑΝΙΩΝ					75.000,00	93.000,00	
3,1	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΡΙΩΝ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ	ΑΜΟΙΒΗ	ΤΕΜΑΧΙΑ	25.000,00	3	75.000,00	93.000,00	ΚΑΘΕ ΕΚΔΗΛΩΣΗ ΔΙΑΡΚΕΙ ΤΟΥΛΑΧΙΣΤΟΝ ΔΥΟ (2) ΗΜΕΡΕΣ. ΠΡΟΪΟΝΤΑ & ΞΕΝΟΔΟΧΟΥΣ. ΘΑ ΠΙΝΟΥΝ ΚΑΙ Β2Β ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ. ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΜΕ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ. ΔΙΑΜΟΝΕΣ. Ή ΔΥΟ ΥΠΑΛΛΗΛΟΙ Ή ΕΝΑΣ ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ & ΈΝΑΣ ΕΚΠΡΟΣΩΠΟΣ ΑΝΑΘΕΤΟΥΣΑΣ ΑΡΧΗΣ ΚΑΙ ΕΝΟΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΟΥ ΕΚΠΡΟΣΩΠΟΥ ΤΟΠΙΚΟΥ ΜΕΣΟΥ
4	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΠΙΣΚΕΨΕΩΝ ΕΞΟΙΚΕΙΩΣΗΣ (familiarization trips)					73.650,00	91.326,00	
4,1	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΠΕΝΤΕ (5) ΕΠΙΣΚΕΨΕΩΝ ΕΞΟΙΚΕΙΩΣΗΣ (familiarization trips) ΓΙΑ 8 ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ ΔΙΑΡΚΕΙΑΣ ΤΕΣΣΑΡΩΝ (4) ΗΜΕΡΩΝ	ΑΜΟΙΒΗ	ΕΚΘΕΣΗ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΥ ΑΝΑ ΕΠΙΣΚΕΨΗ ΕΞΟΙΚΕΙΩΣΗΣ	14.730,00	5	73.650,00	91.326,00	ΚΑΛΥΨΗ ΚΟΣΤΟΥΣ: 1. ΤΑΞΙΔΙ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΔΡΑ ΤΟΥ ΕΠΙΣΚΕΠΤΗ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΗΠΕΙΡΟΥ ΜΕΤ ΕΠΙΣΤΡΟΦΗΣ/ 8 ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ, 2. ΚΑΛΥΨΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ 2 ΓΕΥΜΑΤΑ ΗΜΕΡΗΣΙΩΣ ΑΝΑ ΕΠΙΣΚΕΠΤΗ: 8 ΑΤΟΜΑ Χ 4 ΗΜΕΡΕΣ, 3. ΚΑΛΥΨΗ ΗΜΕΡΗΣΙΑΣ ΔΙΑΜΟΝΗΣ ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ 4 ΑΣΤΕΡΩΝ Η ΙΣΟΔΥΝΑΜΟΥ ΜΕ ΠΡΩΙΝΟ, ΜΕΤΑΚΙΝΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΙΣΗ ΑΝΑ ΕΠΙΣΚΕΠΤΗ: 8 ΑΤΟΜΑ Χ 3 ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ, 4. ΚΑΛΥΨΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ ΚΑΙ ΟΠΟΥ ΚΡΙΝΕΤΑΙ ΚΑΙ ΔΙΑΜΟΝΗΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΟΥ, ΣΤΕΛΕΧΩΝ ΑΝΑΔΟΧΟΥ & ΕΚΠΡΟΣΩΠΩΝ Π.Η.ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΓΕΥΜΑΤΑ: 2 ΓΕΥΜΑΤΑ ΗΜΕΡΗΣΙΩΣ, 4 ΗΜΕΡΕΣ/ 4 ΑΤΟΜΑ, 5. ΚΑΛΥΨΗ ΚΟΣΤΟΥΣ ΞΕΝΑΓΟΥ, 6. ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΕΠΙΣΚΕΨΕΩΝ, 7. ΚΑΛΥΨΗ ΚΟΣΤΟΥΣ ΕΙΣΙΤΗΡΙΩΝ ΣΕ ΜΟΥΣΕΙΑ, ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟΥΣ ΧΩΡΟΥΣ, 8. ΕΚΠΟΝΗΣΗ ΕΚΘΕΣΗΣ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΥ ΕΠΙΣΚΕΨΗΣ ΕΞΟΙΚΕΙΩΣΗΣ, ΚΑΛΥΨΗ ΕΞΟΔΩΝ ΦΑΓΗΤΟΥ ΚΑΙ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ: ΟΔΗΓΟΥ, ΞΕΝΑΓΟΥ, ΣΥΝΟΔΟΥ ΑΠΟ ΓΡΑΦΕΙΟ ΑΝΑΔΟΧΟΥ
5	ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗΣ ΤΗΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗΣ ΠΥΛΗΣ (PORTAL)					14.800,00	18.352,00	
5,1	ΑΝΑΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗΣ ΠΥΛΗΣ (PORTAL)	ΑΜΟΙΒΗ	ΑΝΑΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗΣ ΠΥΛΗΣ (PORTAL)	10.600,00	1	10.600,00	13.144,00	ΑΜΟΙΒΗ ΑΝΑΔΟΧΟΥ ΑΠΑΞ

Α/Α	ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΩΝ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ	ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΔΑΠΑΝΗΣ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΜΟΝΑΔΑΣ	ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔΑΣ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ	ΤΕΛΙΚΗ ΤΙΜΗ ΧΩΡΙΣ ΦΠΑ	ΤΕΛΙΚΗ ΤΙΜΗ ΜΕ ΦΠΑ	ΣΧΟΛΙΑ
5,2	ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΒΕΛΤΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΣΕ ΜΗΧΑΝΕΣ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗΣ (SEARCH ENGINES)	ΑΜΟΙΒΗ	ΤΡΙΜΗΝΙΑΙΑ ΕΚΘΕΣΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΒΕΛΤΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΣΕ ΜΗΧΑΝΕΣ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗΣ	300,00	14	4.200,00	5.208,00	ΑΜΟΙΒΗ ΑΝΑΔΟΧΟΥ ΑΝΑ ΤΡΙΜΗΝΙΑΙΕΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ/ 14 ΕΚΘΕΣΕΙΣ
6	ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ & ΑΝΑΠΑΡΑΓΩΓΗ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ					24.400,00	30.256,00	
6,1	ΠΡΟΤΑΣΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑΣ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ	ΑΜΟΙΒΗ	ΠΡΟΤΑΣΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑΣ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ	1.000,00	1	1.000,00	1.240,00	ΑΜΟΙΒΗ ΑΝΑΔΟΧΟΥ ΑΠΑΞ
6,2	ΑΝΑΠΑΡΑΓΩΓΗ ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΟΥ					8.900,00	11.036,00	
6.2.1	ΑΝΑΠΑΡΑΓΩΓΗ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΟΥ ΦΑΚΕΛΟΥ ΕΓΓΡΑΦΩΝ (FOLDER)	ΑΜΟΙΒΗ	ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΟΣ ΦΑΚΕΛΟΥ (FOLDER) (500 ΤΕΜΑΧΙΑ)	150,00	6	900,00	1.116,00	Η ΜΟΝΑΔΙΑΙΑ ΤΙΜΗ ΑΜΟΙΒΗΣ ΑΝΑΔΟΧΟΥ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΕΙ ΣΕ ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ 500 ΤΕΜΑΧΙΩΝ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΩΝ ΦΑΚΕΛΩΝ / 6 ΠΕΝΤΑΤΟΚΟΣΑΔΕΣ
6.2.2	ΑΝΑΠΑΡΑΓΩΓΗ 4ΠΤΥΧΟΥ ΦΥΛΛΑΔΙΟΥ	ΑΜΟΙΒΗ	4ΠΤΥΧΟ ΦΥΛΛΑΔΙΟ (1000 ΤΕΜΑΧΙΑ)	100,00	5	500	620,00	Η ΜΟΝΑΔΙΑΙΑ ΤΙΜΗ ΑΜΟΙΒΗΣ ΑΝΑΔΟΧΟΥ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΕΙ ΣΕ ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ 1000 ΤΕΜΑΧΙΩΝ 4ΠΤΥΧΟΥ ΦΥΛΛΑΔΙΟΥ / 5 ΤΩΝ ΧΙΛΙΩΝ ΤΕΜΑΧΙΩΝ
6.2.3	ΑΝΑΠΑΡΑΓΩΓΗ ΔΙΠΤΥΧΟΥ ΦΥΛΛΑΔΙΟΥ	ΑΜΟΙΒΗ	ΔΙΠΤΥΧΟ ΦΥΛΛΑΔΙΟ (1000 ΤΕΜΑΧΙΑ)	60,00	5	300	372,00	Η ΜΟΝΑΔΙΑΙΑ ΤΙΜΗ ΑΜΟΙΒΗΣ ΑΝΑΔΟΧΟΥ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΕΙ ΣΕ ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ 1000 ΤΕΜΑΧΙΩΝ ΔΙΠΤΥΧΟΥ ΦΥΛΛΑΔΙΟΥ / 5 ΤΩΝ ΧΙΛΙΩΝ ΤΕΜΑΧΙΩΝ
6.2.4	ΑΝΑΠΑΡΑΓΩΓΗ ΕΙΔΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΧΑΡΤΗ (ΚΙΤΡΙΝΟΙ ΧΑΡΤΕΣ)	ΑΜΟΙΒΗ	ΚΙΤΡΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΧΑΡΤΗΣ (ΑΡΤΑ, ΘΕΣΠΡΩΤΙΑ, ΙΩΑΝΝΙΝΑ ΠΡΕΒΕΖΑ/ ΕΛΛΗΝΙΚΑ, ΑΓΓΛΙΚΑ, ΓΕΡΜΑΝΙΚΑ, ΕΒΡΑΪΚΑ)	0,60	6000	3.600,00	4.464,00	ΤΙΜΗ ΚΑΤ'Α ΧΑΡΤΗ
6.2.5	ΑΝΑΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ/ ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗ ΜΑΚΕΤΑΣ	ΑΜΟΙΒΗ		600,00	6	3.600,00	4.464,00	ΚΟΣΤΟΣ ΑΝΑΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ/ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗ ΜΑΚΕΤΑΣ / 6 ΑΝΑΣΧΕΔΙΑΣΜΟΙ/ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΕΣ
6,3	ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΝΕΟΥ					14.500,00	17.980,00	
6.3.1	ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ POWERBANKS	ΑΜΟΙΒΗ		15,00	500	7.500,00	9.300,00	ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔΑΣ, ΣΥΝΟΛΟ 500 ΤΕΜΑΧΙΑ
6.3.2	ΤΑΥΤΟΤΗΤΕΣ ΒΑΛΙΤΣΩΝ	ΑΜΟΙΒΗ		2,00	1000	2.000,00	2.480,00	ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔΑΣ, ΣΥΝΟΛΟ 1000 ΤΕΜΑΧΙΑ
6.3.3	ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΠΑΝΙΝΗΣ ΤΣΑΝΤΑΣ	ΑΜΟΙΒΗ	Τσάντα πάνινη, λευκή • 280 γρ. • 38X42 cm • 4χρωμη εκτύπωση διάστασης Α4 στην 1 πλευρά	5,00	1000	5.000,00	6.200,00	ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔΑΣ, ΣΥΝΟΛΟ 1000 ΤΕΜΑΧΙΑ
7	ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ					77.500,00	96.100,00	
7,1	ΕΚΠΟΝΗΣΗ ΣΧΕΔΙΟ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΚΡΙΣΕΩΝ	ΑΜΟΙΒΗ	ΕΚΠΟΝΗΣΗ ΣΧΕΔΙΟ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΚΡΙΣΕΩΝ	1.000,00	1	1.000,00	1.240,00	ΑΜΟΙΒΗ ΑΝΑΔΟΧΟΥ ΑΠΑΞ
7,2	ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ	ΑΜΟΙΒΗ	ΤΡΙΜΗΝΙΑΙΑ ΑΠΟΛΟΓΙΣΤΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΕΠΙΤΟΠΙΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ	4.200,00	15	63.000,00	78.120,00	ΑΜΟΙΒΗ ΑΝΑΔΟΧΟΥ ΑΝΑ ΤΡΙΜΗΝΙΑΙΑ ΕΚΘΕΣΗ / 15 ΕΚΘΕΣΕΙΣ
7,3	ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΥ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ	ΑΜΟΙΒΗ	ΤΕΛΙΚΗ ΑΠΟΛΟΓΙΣΤΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ	1.500,00	1	1.500,00	1.860,00	ΑΜΟΙΒΗ ΑΝΑΔΟΧΟΥ / ΑΠΑΞ

Α/Α	ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΩΝ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ	ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΔΑΠΑΝΗΣ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΜΟΝΑΔΑΣ	ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔΑΣ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ	ΤΕΛΙΚΗ ΤΙΜΗ ΧΩΡΙΣ ΦΠΑ	ΤΕΛΙΚΗ ΤΙΜΗ ΜΕ ΦΠΑ	ΣΧΟΛΙΑ
7,4	ΔΑΠΑΝΕΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΔΡΑΣΕΩΝ	ΑΜΕΣΗ ΔΑΠΑΝΗ	ΔΑΠΑΝΕΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΔΡΑΣΕΩΝ ΤΩΝ ΕΠΙΤΟΠΙΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ	12.000,00	1	12.000,00	14.880,00	ΑΦΟΡΑ ΣΕ ΚΑΛΥΨΗ ΑΜΕΣΩΝ ΔΑΠΑΝΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ ΕΠΙΤΟΠΙΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ (ΤΟ ΠΟΣΟ ΕΙΝΑΙ ΠΡΟΣΥΜΠΛΗΡΩΜΕΝΟ)
8	ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΜΕΣΩ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ					172.091,93	213.393,99	
8,1	INFLUENCER MARKETING					82.691,93	102.537,99	
8.1.1	ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΤΑΣΗ ΓΙΑ INFLUENCER MARKETING	ΑΜΟΙΒΗ	N/A	2.691,93	1	2.691,93	3.337,99	ΑΜΟΙΒΗ ΑΝΑΔΟΧΟΥ ΑΠΑΞ
8.1.2	ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΜΕΣΩ INFLUENCERS ΣΕ SOCIAL MEDIA & ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΥΣ ΤΟΠΟΥΣ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ & ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ	ΑΜΟΙΒΗ	ΑΠΟΛΟΓΙΣΤΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ ΑΝΑ 5 ΚΑΜΠΑΝΙΕΣ	20.000,00	4	80.000,00	99.200,00	ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΚΑΜΠΑΝΙΩΝ ΜΕ INFLUENCERS- ΑΜΟΙΒΗ ΑΝΑΔΟΧΟΥ ΑΝΑ 5 ΚΑΜΠΑΝΙΕΣ/ 4 ΠΛΗΡΩΜΕΣ, ΣΥΝΟΛΙΚΑ 20 ΚΑΜΠΑΝΙΕΣ
8,2	ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΚΑΜΠΑΝΙΑΣ ΠΛΗΡΩΜΕΝΩΝ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΗΠΕΙΡΟΥ ΣΕ ΤΟΠΙΚΑ ΨΗΦΙΑΚΑ ΜΕΣΑ ΣΕ ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΑ ΕΜΒΕΛΕΙΑ					39.000,00	48.360,00	
8.2.1	ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΠΙΚΩΝ SITES ΚΑΙ ΣΕΛΙΔΩΝ SOCIAL MEDIA ΑΝΑ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	ΑΜΟΙΒΗ	ΕΚΘΕΣΗ	2.000,00	1,00	2.000,00	2.480,00	ΑΜΟΙΒΗ ΑΝΑΔΟΧΟΥ ΑΠΑΞ
8.2.2	ΣΥΝΤΑΞΗ ΠΛΑΝΩΝ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΑΝΑ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	ΑΜΟΙΒΗ	ΕΚΘΕΣΗ	3.000,00	1,00	3.000,00	3.720,00	ΑΜΟΙΒΗ ΑΝΑΔΟΧΟΥ ΑΠΑΞ
8.2.3	ΒΕΛΤΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ	ΑΜΟΙΒΗ	ΕΞΑΜΗΝΙΑΙΑ ΑΠΟΛΟΓΙΣΤΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ	500,00	8,00	4.000,00	4.960,00	ΑΜΟΙΒΗ ΑΝΑΔΟΧΟΥ ΑΝΑ ΕΞΑΜΗΝΙΑ ΕΚΘΕΣΗ / 8 ΕΚΘΕΣΕΙΣ
8.2.4	ΚΟΣΤΟΣ ΠΛΗΡΩΜΕΝΩΝ ΚΑΤΑΧΩΡΗΣΕΩΝ-ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ	ΑΜΟΙΒΗ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΛΗΡΩΜΕΝΩΝ ΚΑΤΑΧΩΡΗΣΕΩΝ-ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ	300,00	100,00	30.000,00	37.200,00	ΕΤΗΣΙΑ ΥΠΟΒΟΛΗ ΠΑΡΑΣΤΑΤΙΚΩΝ & ΔΙΚΑΙΟΛΟΓΗΤΙΚΩΝ ΠΟΥ ΤΕΚΜΗΡΙΩΝΟΥΝ ΤΙΣ ΠΛΗΡΩΜΕΝΕΣ ΚΑΤΑΧΩΡΗΣΕΙΣ-ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΙΣ ΣΕ ΤΟΠΙΚΑ SITES
8,3	ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΜΕ ΤΗ ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΕΙΚΟΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΕΠΑΥΞΗΜΕΝΗΣ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ					50.400,00	62.496,00	
8.3.1	ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΟΥ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΕΙΚΟΝΙΚΗΣ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΗΣ ΗΠΕΙΡΟΥ	ΑΜΟΙΒΗ	ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΕΙΚΟΝΙΚΗΣ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ & ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ (Browser screen recording) ΜΕ ΥΠΟΔΟΜΗ ΚΥΒΕΡΝΗΤΙΚΟΥ G-CLOUD	4.800,00	1,00	4.800,00	5.952,00	ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΕΙΚΟΝΙΚΗΣ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΥΜΒΑΤΗ ΜΕ ΚΙΝΗΤΑ, TABLETS ANDROIDS & IOS APP, ΑΝΕΒΑΣΜΕΝΗ ΣΕ ΔΙΑΔΡΑΣΤΙΚΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ (Browser screen recording), ΜΕ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΜΕΤΑΦΡΑΣΗΣ ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΣΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΓΛΩΣΣΕΣ & ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΠΡΟΣΘΗΚΗΣ ΔΙΑΔΡΟΜΩΝ & ΣΗΜΕΙΩΝ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ ΤΗΣ ΗΠΕΙΡΟΥ
		ΑΜΟΙΒΗ	ΠΑΡΑΔΟΤΕΑ ΠΕΡΙΓΗΓΗΣΗΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ	2.100,00	16,00	33.600,00	41.664,00	4, 1 ΣΕ ΚΑΘΕ ΠΡΩΤΕΥΟΥΣΑ ΠΕ, 4 ΣΤΗΝ ΠΑΡΑΛΙΑΚΗ ΖΩΝΗ, 8 ΣΤΗΝ ΕΝΔΟΧΩΡΑ (Κάθε παραδοτέο-περιήγηση προορισμού θα περιλαμβάνει ένα βίντεο 360 μοιρών διάρκειας 3 λεπτών)

Α/Α	ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΩΝ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ	ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΔΑΠΑΝΗΣ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΜΟΝΑΔΑΣ	ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔΑΣ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ	ΤΕΛΙΚΗ ΤΙΜΗ ΧΩΡΙΣ ΦΠΑ	ΤΕΛΙΚΗ ΤΙΜΗ ΜΕ ΦΠΑ	ΣΧΟΛΙΑ
8.3.2	ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΕΠΑΥΞΗΜΕΝΗΣ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΤΗΣ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ ΤΗΣ ΗΠΕΙΡΟΥ ΜΕΣΩ ΤΩΝ ΤΟΠΙΚΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ	ΑΜΟΙΒΗ	ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΕΠΑΥΞΗΜΕΝΗΣ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ (Mobile screen recording) & ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ (Browser screen recording) ΜΕ ΥΠΟΔΟΜΗ ΚΥΒΕΡΝΗΤΙΚΟΥ G-CLOUD	3.000,00	1,00	3.000,00	3.720,00	ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΕΠΑΥΞΗΜΕΝΗΣ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΓΙΑ ΦΟΡΗΤΕΣ ΣΥΣΚΕΥΕΣ (Mobile screen recording) ΑΝΕΒΑΣΜΕΝΗ ΣΕ ΔΙΑΔΡΑΣΤΙΚΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ (Browser screen recording) ΜΕ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΜΕΤΑΦΡΑΣΗΣ ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΣΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΓΛΩΣΣΕΣ & ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΠΡΟΣΘΗΚΗΣ ΝΕΩΝ ΠΙΑΤΩΝ & ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑΣ.
		ΑΜΟΙΒΗ	ΠΑΡΑΔΟΤΕΑ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΩΝ ΣΥΝΤΑΓΩΝ	1.500,00	6,00	9.000,00	11.160,00	6 ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΕΣ ΣΥΝΤΑΓΕΣ (Τα παραδοτέα θα περιλαμβάνουν αναλυτικές πληροφορίες για τα υλικά παρασκευής, τη συνταγή, την ιστορία του, καθώς και φωτογραφίες και βίντεο που θα παρουσιάζουν τη διαδικασία παρασκευής. Τα βίντεο θα περιλαμβάνουν γνωστούς σεφ της Ηπείρου, οι οποίοι θα προετοιμάζουν τις συνταγές.)
9	ΔΡΑΣΕΙΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΑΓΡΟΔΙΑΤΡΟΦΙΚΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ					132.000,00	163.680,00	
9,1	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΤΟΠΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΑΜΟΙΒΗ	ΤΕΜΑΧΙΑ	22.000,00	6	132.000,00	163.680,00	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ (ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΜΕ ΥΛΙΚΟΤΕΧΝΙΚΟ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟ, ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ- ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ-ΥΛΙΚΟΤΕΧΝΙΚΗ ΥΠΟΔΟΜΗ 35 ΑΥΤΟΝΟΜΩΝ ΠΕΡΙΠΤΕΡΩΝ ΜΕ ΕΓΚΡΙΣΗ ΤΥΠΟΥ, ΝΑ ΠΛΗΡΟΥΝ ΤΙΣ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΕΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΚΑΙ ΝΑ ΕΧΟΥΝ ΤΗΝ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΗ ΣΤΑΤΙΚΗ ΕΠΑΡΚΕΙΑ) ΔΙΑΡΚΕΙΑΣ 3 ΗΜΕΡΩΝ, ΚΑΛΥΨΗ ΕΞΟΔΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ ΚΑΙ ΕΚΠΡΟΣΩΠΩΝ. ΣΥΝΟΛΟ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ 6. ΘΑ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΘΟΥΝ ΣΕ ΣΥΒΟΤΑ, ΑΜΜΟΥΔΙΑ, ΠΡΕΒΕΖΑ, ΙΩΑΝΝΙΝΑ
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ Π/Υ						967.741,93	1.199.999,99	