



**ΤΕΧΝΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ**

Αριθμ. Μελέτης:

**11/2017**

**ΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΔΗΜΟΥ ΜΥΚΟΝΟΥ 2017-2018**

**ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ**

1. Τεχνική περιγραφή
2. Ενδεικτικό τιμολόγιο
3. Συγγραφή υποχρεώσεων

# ΤΕΧΝΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ

Το Αντικείμενο του Αναδόχου σύμφωνα με την προκήρυξη περιλαμβάνει τα παρακάτω τρία (3) Πακέτα Εργασίας (Π.Ε.) τα οποία αναλύονται σε επιμέρους δράσεις και αντίστοιχα παραδοτέα:

**Πακέτο Εργασίας 1: Δημιουργία ειδικών εμπειρικών προϊόντων για τον προορισμό «Μύκονος»**

**Δράση 1.1: Επισκόπηση Τουριστικού Προορισμού (Destination Audit)**

Σκοπός της εκπόνησης της μελέτης του Destination Audit είναι η αξιολόγηση της συνύπαρξης και συμπόρευσης των υλικών και άυλων πόρων τουριστικού ενδιαφέροντος στην περίπτωση του Δήμου Μυκόνου με τις υφιστάμενες τουριστικές δραστηριότητες. Ο Ανάδοχος θα κληθεί να χρησιμοποιήσει τόσο αμιγώς ποσοτικά κριτήρια όσο και ποιοτικές πτυχές για να εντοπίσει τις ιδιαιτερότητες που δύναται να κεφαλαιοποιηθούν για τη δημιουργία νέων τουριστικών προϊόντων και προγραμμάτων τουριστικών εμπειριών. Ενδεικτικά και μόνον αναφέρονται:

- Ποιες τάσεις χαρακτηρίζουν τη θεματική και γεωγραφική κατανομή των διαθέσιμων υποδομών, ανωδομών, και υπηρεσιών που σχετίζονται με τον τουριστικό κλάδο;
- Πόσες και ποιες κατηγορίες αξιοθέατων συμπυκνώνουν την πολιτιστική κληρονομιά του Δήμου Μυκόνου;
- Ποιες θεωρούνται παραδοσιακές και ποιες εν δυνάμει έλξεις στην περίπτωση του Δήμου Μυκόνου ως τουριστικού προορισμού;
- Πως λαμβάνει χώρα η ανάδειξη και αξιοποίηση των διαθέσιμων τουριστικών πόρων επί του συνολικού πλέγματος ενεργειών προβολής και διάθεσης-πώλησης των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών;

Κατά τη διάρκεια της εκπόνησης της μελέτης του Destination Audit, ο Ανάδοχος καλείται να πραγματοποιήσει:

- **Δευτερογενή Έρευνα για τους Τουριστικούς Πόρους του Δήμου Μυκόνου:** Η εν λόγω έρευνα αφορά τη συλλογή πληροφοριών από προηγούμενα Παραδοτέα που διαθέτει η Αναθέτουσα Αρχή, τουριστικούς οδηγούς, μελέτες και στατιστικά στοιχεία με γνώμονα την επικαιροποιημένη συγκέντρωση και επεξεργασία ποσοτικών δεδομένων δυναμικότητας, καθώς και την επαρκή αξιολόγηση των υφιστάμενων υλικών και άυλων πόρων τουριστικού ενδιαφέροντος βάσει ποσοτικών και ποιοτικών δεικτών. Στην πρώτη περίπτωση εντάσσονται πληροφορίες σχετικά με τις τάσεις προσφοράς του τουριστικού τομέα στο Δήμο (Π.χ. Αριθμός ξενοδοχειακών κλινών βάσει της αξιολόγησης με αστέρια, αριθμός ενοικιαζόμενων διαμερισμάτων βάσει της αξιολόγησης με κλειδιά, κατηγορίες και πλήθος συνεδριακών χώρων, κ.λπ.). Μετά από την αξιολόγηση αυτών των πηγών ο ανάδοχος θα αξιολογήσει ποια από τα παραπάνω στοιχεία μπορούν να ενταχθούν σε προγράμματα θεματικών εμπειριών κατά την ανάπτυξη του σχετικού χαρτοφυλακίου τουριστικών προϊόντων (Π.χ. Πλήθος υφιστάμενων φυσικών και θεματικών διαδρομών, συχνότητα διεξαγωγής εκδηλώσεων διεθνούς εμβέλειας και εύρος του θεματικού τους προσανατολισμού, ποικιλία αξιοθέατων πολιτιστικού και θρησκευτικού ενδιαφέροντος, αποστάσεις μεταξύ σημείων ενδιαφέροντος που προσφέρουν περιηγήσεις, κ.λπ.).

## **Παραδοτέο 1.1: Μελέτη Επισκόπησης Τουριστικού Προορισμού (Destination Audit)**

### **Δράση 1.2: Ανάλυση Αγορών & Τύπων Επισκεπτών**

Σκοπός της εκπόνησης της μελέτης της Ανάλυσης Αγορών είναι η επεξήγηση των παραμέτρων που καθορίζουν την πρόσληψη του τουριστικού προορισμού του Δήμου Μυκόνου εκ μέρους διαφορετικών ομάδων τουριστών, καθώς και η διασαφήνιση των αντιλήψεων και της συμπεριφοράς τουριστών που έχουν ήδη επισκεφτεί την Μύκονο. Η εδραίωση της γνώσης του Αναδόχου και της Αναθέτουσας Αρχής για τα εν λόγω θέματα θα προκύψει μέσω της διερεύνησης της συσχέτισης των στοιχείων που συνθέτουν το τουριστικό προϊόν του Δήμου Μυκόνου με διαφορετικές κατηγορίες τουριστών αλλά και της αποτύπωσης του βαθμού αλληλεπίδρασης των επισκεπτών με τις υφιστάμενες τουριστικές δραστηριότητες.

Κατ' αυτόν τον τρόπο, η μετέπειτα ανάπτυξη του χαρτοφυλακίου τουριστικών προϊόντων θα ακολουθήσει ορθές κατευθύνσεις για την ποιοτική αναβάθμιση των σχετικών προγραμμάτων θετικών εμπειριών και των αντίστοιχων παρεχόμενων υπηρεσιών.

Κατά τη διάρκεια της Ανάλυσης Αγορών ο Ανάδοχος καλείται να πραγματοποιήσει:

- **Δευτερογενή Έρευνα για την Τουριστική Κίνηση και την Συμπεριφορά των Επισκεπτών στον Δήμο, καθώς και για τις Τάσεις της Διεθνούς Τουριστικής Αγοράς:** Η εν λόγω έρευνα επίσης αφορά τη συλλογή πληροφοριών από ποικίλες πηγές μέσω γραφειακής έρευνας, αποσκοπώντας στην ανάλυση των τάσεων της τουριστικής ζήτησης στους προορισμούς του Δήμου Μυκόνου, στην κατανόηση των εμπειριών που αποκομίζουν οι τουρίστες κατά την παραμονή τους σε αυτούς, και στη στοχευμένη διερεύνηση βάσει γεω-δημογραφικών και θεματικών κριτηρίων επιλεγμένων τμημάτων της διεθνούς τουριστικής αγοράς που δύνανται να αποτελέσουν αντικείμενο προσέγγισης μέσω της προβολής των νέων τουριστικών προϊόντων. Πιο Συγκεκριμένα:
  - στην πρώτη περίπτωση εντάσσονται πληροφορίες από μελέτες και στατιστικά στοιχεία σχετικά με τα μεγέθη της τουριστικής κίνησης στην Μύκονο (Π.χ. Αφίξεις και διανυκτερεύσεις σε ξενοδοχειακά καταλύματα και ενοικιαζόμενα διαμερίσματα, επισκέψεις και εισπράξεις από εισιτήρια σε αρχαιολογικούς χώρους και μουσεία, επιβάτες σε αεροδρόμια και λιμενικούς σταθμούς, κ.λπ.).
  - στη δεύτερη περίπτωση εντάσσονται πληροφορίες από τουριστικούς οδηγούς, ειδησεογραφικά έντυπα και ηλεκτρονικά μέσα, καθώς και από παρελθούσες έρευνες που συμπεριλαμβάνουν ερωτηματολόγια σχετικά με τις προσδοκίες που καθοδηγούν τις αντιλήψεις των τουριστών προτού επισκεφθούν την Μύκονο αλλά και με τις εντυπώσεις που διαμορφώνουν κατά την παραμονή τους σε αυτή (Π.χ. Αίσθημα ασφάλειας και φιλοξενίας, επίπεδο προσβασιμότητας σε χώρους τουριστικού ενδιαφέροντος, δυνατότητα κατανόησης της πολιτιστικής παράδοσης, συσχέτιση κόστους και ικανοποίησης από την κατανάλωση προϊόντων και υπηρεσιών, κ.λπ.).
  - στην τρίτη περίπτωση εντάσσονται πληροφορίες από μελέτες και αναφορές διεθνών οργανισμών σχετικά με τα χαρακτηριστικά επιλεγμένων ομάδων τουριστών βάσει γεω-δημογραφικών και θεματικών κριτηρίων (Π.χ. τάσεις επισκέψεων τουριστών από αναδυόμενες οικονομίες σε Μεσογειακούς Προορισμούς, πρόσφατα επίπεδα

τουριστικής δαπάνης από τις παραδοσιακές αγορές της Βορείου Ευρώπης, απήχηση των πολιτιστικών πόρων σε διαφορετικές δημογραφικές ομάδες, ταξιδιωτικές συνήθειες των τουριστών θρησκευτικού ενδιαφέροντος, κ.λπ.)

- **Πρωτογενή Έρευνα των Ιδιαιτεροτήτων του Τουριστικού Προϊόντος σε Τοπικό Επίπεδο:** Η εν λόγω έρευνα θα καταγράψει τις απόψεις επαγγελματιών και εμπειρογνώμων του τουρισμού σχετικά με τη δυνατότητα του Δήμου Μυκόνου να προσφέρει υψηλού επιπέδου προϊόντα και υπηρεσίες, προσελκύοντας διαφορετικές κατηγορίες τουριστών.

Για τις ανάγκες της πρωτογενούς έρευνας συστήνεται τόσο η χρήση ερωτηματολογίων όσο και η εις βάθος (κλαδική, χωρική κλπ) διερεύνηση των προσωπικών απόψεων συγκεκριμένων παραγόντων του τουριστικού τομέα είτε μέσω μεμονωμένων συνεντεύξεων είτε κατά τη διενέργεια συναντήσεων εργασίας που θα λάβουν χώρα στον Δήμο.

Στο πλαίσιο της ίδιας έρευνας ο Ανάδοχος θα προβεί σε επιβεβαίωση ή επικαιροποίηση των κύριων δεδομένων και συμπερασμάτων των δευτερογενών ερευνών, προχωρώντας σε έλεγχο των διαθέσιμων στοιχείων όσον αφορά τους τουριστικούς πόρους, το προφίλ των τουριστών, το σύνολο των εκδηλώσεων τουριστικού ενδιαφέροντος, και τα προσφερόμενα προγράμματα δραστηριοτήτων και διαδρομών, ενώ παράλληλα ο κύκλος επαφών με τουριστικές επιχειρήσεις και φορείς θα πρέπει να συμβάλει και στην συγκέντρωση σχετικού οπτικού και κειμενικού υλικού από κάθε περιοχή τουριστικού ενδιαφέροντος του Δήμου Μυκόνου.

#### **Παραδοτέο 1.2: Μελέτη Ανάλυσης Αγορών και Τύπων Επισκεπτών**

#### **Δράση 1.3: Δημιουργία Χαρτοφυλακίου Τουριστικών Προϊόντων και Προγραμμάτων Θεματικών Εμπειριών**

Η ανάπτυξη του χαρτοφυλακίου συμπυκνώνει την ουσία του 1<sup>ου</sup> Πακέτου Εργασίας, επειδή περιλαμβάνει το σχεδιασμό προγραμμάτων θεματικών εμπειριών για τους επισκέπτες του Δήμου Μυκόνου καθώς και την αποτύπωση τους σε έντυπη και ηλεκτρονική μορφή για την εύχρηστη διαχείριση και προβολή τους σε τοπικό επίπεδο.

Κοινή συνισταμένη όλων των δράσεων, που σχετίζονται με την ανάπτυξη των εξειδικευμένων τουριστικών προϊόντων, αποτελεί η στοχευμένη διασύνδεση τουριστικών πόρων και υπηρεσιών υπό τη μορφή προγραμμάτων με θεματικές δραστηριότητες και διαδρομές.

Η συγκρότηση των προγραμμάτων θα γίνει βάσει συγκεκριμένων προτάσεων για την αναβάθμιση της εμπειρίας, που αποκομίζουν κατά την παραμονή τους στην Μύκονο ειδικές κατηγορίες τουριστών.

Όλα τα νέα προϊόντα θα πρέπει να περιγραφούν με λεπτομέρεια τόσο ως προς τα περιεχόμενα τους όσο και ως προς τις απαιτούμενες προδιαγραφές. Κατ' αυτόν τον τρόπο θα καταστεί εφικτή η πιστή αποτύπωση των πληροφοριών όλων των προγραμμάτων θεματικών εμπειριών σε διαδικτυακό χάρτη και σε ηλεκτρονική βάση δεδομένων για τις ανάγκες της Αναθέτουσας Αρχής, καθώς και σε ειδικό κατάλογο ο οποίος θα ενισχύσει τις προσπάθειες προώθησης της Μυκόνου σε B2B και Online κανάλια (Π.χ. εκθέσεις, επαγγελματικές συναντήσεις, ταξίδια εξοικείωσης, διαδικτυακές καμπάνιες, κ.λπ.).

Η προσέγγιση του Ανάδοχου κατά την ανάπτυξη του χαρτοφυλακίου θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη ένα ευρύ πλέγμα αναγκών, προσδοκιών, κινήτρων, και διαθέσιμου χρόνου των τουριστών, ώστε η συνολική επεξεργασία κάθε προϊόντος από το σημείο εκκίνησης ως την ολοκλήρωση των δραστηριοτήτων και διαδρομών να διέπεται από την προοπτική άρτιας οργάνωσης και προσαρμογής των νέων εμπειριών.

Ένας άλλος ουσιώδης παράγοντας για τη δημιουργία ξεχωριστών εμπειριών, που θα ανταποκρίνονται σε διαφορετικούς τύπους τουριστών, είναι η κάθε ενσωμάτωση σημείου τουριστικού ενδιαφέροντος σε προϊόν του χαρτοφυλακίου να συνοδεύεται από ενέργειες ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης της τοπικής κοινωνίας.

Υπό αυτές τις συνθήκες, θα καταστεί εφικτή η ενίσχυση της αλληλεπίδρασης των τουριστών με τα στοιχεία που διέπουν την τουριστική εμπειρία σε κάθε προορισμό, ενισχύοντας τη βιωματική προσέγγιση κάθε αφήγησης, διασαφηνίζοντας το ιστορικό ή ψυχαγωγικό της υπόβαθρο, και διεγείροντας εκείνες τις αισθήσεις, που θα επιτρέψουν να εντυπωθεί σε βάθος χρόνου στην μνήμη κάθε επισκέπτη η ανάμνηση μιας μοναδικής στιγμής.

Συγκεκριμένα, στις ενέργειες για την ανάπτυξη του Tourism Product Portfolio συμπεριλαμβάνονται:

Κατηγοριοποίηση και Συσχέτιση των Πληροφοριών που Προέκυψαν κατά την Επισκόπηση του Δήμου Μυκόνου ως Τουριστικού Προορισμού βάσει Κριτηρίων.

Ο Ανάδοχος θα προβεί σε κατηγοριοποίηση των πληροφοριών που αφορούν τα ποσοτικά και ποιοτικά χαρακτηριστικά της τουριστικής προσφοράς και ζήτησης, λαμβάνοντας υπόψη τη γεω-διοικητική κάλυψη του συνόλου του Δήμου Μυκόνου καθώς και θεματικά κριτήρια ως απόρροια των προεπιλεγμένων εμπειριών- της ταυτότητας «ΜΥΚΟΝΟΣ» και των αντίστοιχων αγορών στόχων.

Οι τελικοί άξονες της κατηγοριοποίησης θα οριστικοποιηθούν κατόπιν συνεννόησης του Ανάδοχου με την Αναθέτουσα Αρχή και με γνώμονα την επαρκή επεξεργασία δεδομένων για τη σύσταση των εξειδικευμένων τουριστικών προϊόντων καθώς και τη διευκόλυνση της μετέπειτα αποτύπωσης των δεδομένων σε ηλεκτρονική και έντυπη μορφή.

Σύνταξη Εγχειριδίου με Περιγραφές και Προδιαγραφές για Θεματικές Εμπειρίες

Η σύνταξη του εν λόγω εγχειριδίου σε Τέσσερις (4) τουλάχιστον γλώσσες πλέον ελληνικά (που θα προκύψει από τα τελευταία διαθέσιμα στατιστικά στοιχεία ως προς την προέλευση και τη σύνθεση των αλλοδαπών επισκεπτών του Δήμου Μυκόνου) αποσκοπεί στον προσδιορισμό και στην ανάλυση προγραμμάτων θεματικών εμπειριών υπό τη μορφή τουριστικών προγραμμάτων. Μέριμνα θα δοθεί τόσο για την αναβάθμιση υφιστάμενων προγραμμάτων, για τα οποία οι απαιτούμενες προσπάθειες και επενδύσεις κρίνονται συμφέρουσες και βιώσιμες βάσει των διαθέσιμων πόρων της Αναθέτουσας Αρχής, όσο και για τη δημιουργία καινοτόμων προγραμμάτων μέσω της συσχέτισης ασύνδετων μέχρι πρότινος έλξεων και δραστηριοτήτων.

Εξίσου πάντως ουσιώδης εκ μέρους του Αναδόχου είναι και η παροχή άρτιας και αναλυτικής κοστολόγησης των νέων προϊόντων, ενδεικτικά, με γνώμονα τη διευκόλυνση της διάθεσης-πώλησης τους εκ μέρους των επαγγελματιών του τουρισμού.

Το εν λόγω εγχειρίδιο στην Ελληνική Έκδοση θα περιλαμβάνει και έναν οδηγό δημιουργικών εφαρμογών, μέριμνα του οποίου θα είναι η διατύπωση συγκεκριμένων προδιαγραφών για τη δημιουργία και εφαρμογή των οπτικών και λεκτικών μηνυμάτων, που θα κληθούν να εκφράσουν τις παραστάσεις της επιθυμητής εικόνας κάθε προγράμματος θεματικών εμπειριών.

Μολονότι η εναρμόνιση κάθε προϊόντος με την αρχιτεκτονική της υφιστάμενης «μάρκας υπογραφής» συστήνεται λόγω της υλοποίησης και των λοιπών πακέτων εργασίας του έργου, εντούτοις θα πρέπει να διατηρηθεί η δυνατότητα εκπόνησης ξεχωριστών μελετών ταυτότητας προορισμών, εάν και εφόσον διαπιστωθούν ουσιαστικές αποκλίσεις μεταξύ των στρατηγικών στόχων και των πρακτικών εφαρμογών σε σημείο που να μην ανταποκρίνονται στις βλέψεις και στις ανάγκες του Δήμου.

Ο Ανάδοχος υποχρεούται να παρουσιάσει ολοκληρωμένο και υψηλής ποιότητας λεκτικό και οπτικό περιεχόμενο για κάθε ένα πρόγραμμα ξεχωριστά, αξιοποιώντας το συλλεχθέν υλικό από κείμενα και φωτογραφίες και δηλώνοντας παράλληλα τις κατευθύνσεις της αισθητικής προσέγγισης σε όρους αφήγησης και απεικόνισης. Καθώς το εν λόγω υλικό δύναται να τροφοδοτήσει ποικίλες δράσεις για την προώθηση των νέων προϊόντων στην τουριστική αγορά μέσω καταχωρήσεων σε έντυπα και πολυμεσικών εφαρμογών, πρέπει η χρήση του να συνοδεύεται με στοιχεία τεκμηρίωσης και παραπομπές σε πηγές αναζήτησης επιπρόσθετων πληροφοριών. Τα κείμενα θα παραδοθούν σε τελική μορφή, έτοιμη προς χρήση, συνοδευόμενα από τίτλους και υπότιτλους.

Τα τουριστικά προϊόντα που βασίζονται σε θεματικές εμπειρίες προκύπτουν μέσω του συνδυασμού διαφόρων τουριστικών πόρων σε ένα ενιαίο οδοιπορικό, βιωματικής λογικής. Ο Ανάδοχος θα προχωρήσει αρχικά σε αφήγηση του κάθε προγράμματος καθώς και του μηνύματος της συνολικής εμπειρίας που προκύπτει μέσω αλληλένδετων δραστηριοτήτων και διαδρομών, και μετά θα στοιχειοθετήσει την επιχειρησιακή διασύνδεση έλξεων, δραστηριοτήτων και υπηρεσιών συμπεριλαμβάνοντας και εναλλακτικά σενάρια. Βασική προϋπόθεση για το συγκεκριμένο εγχείρημα αποτελεί η σύσταση ενός αρχείου, που θα συνοδεύει κάθε νέο προϊόν και θα περιλαμβάνει τις εξής πληροφορίες:

1. Προγραμματισμός δραστηριοτήτων προς πληροφόρηση τόσο των καταναλωτών όσο και εκπροσώπων της τουριστικής αγοράς (Π.χ. Tour operators, εταιρίες κρουαζιέρων, κ.λπ.)
2. Τρόποι προσβασιμότητας (Π.χ. διαδρομές για αυτοκίνητο/πούλμαν, πεζοπορία και σκάφος καθώς και με δημόσιες συγκοινωνίες) και ωράρια λειτουργίας σημείων τουριστικού ενδιαφέροντος
3. Κατάλογος με όλα τα τουριστικά καταλύματα ανά περιοχή (Π.χ. Ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια και διαμερίσματα, κάμπινγκ)
4. Κατάλογος λοιπών επιχειρήσεων και επαγγελματιών που προσφέρουν τουριστικές υπηρεσίες ανά περιοχή (Π.χ. χώροι εστίασης, αξιοθέατα, ενοικιαζόμενα αυτοκίνητα, κ.λπ.)
5. Ημερολόγιο Συναφών Εκδηλώσεων

Επιπλέον, στις υποχρεώσεις του Ανάδοχου συγκαταλέγεται η παροχή κατευθύνσεων όσον αφορά τη συσχέτιση ετερογενών δραστηριοτήτων και διαδρομών με στόχο την προσέλκυση είτε τουριστών γενικού ενδιαφέροντος είτε ομάδων ειδικών ενδιαφερόντων, ούτως ώστε να καταστεί εφικτή η διαμόρφωση επιπρόσθετων πολυθεματικών προγραμμάτων σε περιπτώσεις πολυήμερων παραμονών των τουριστών ή πραγματοποίησης εκδρομών μεταξύ γειτονικών νησιών. Συνολικά, ο αριθμός των κύριων και πολυθεματικών προγραμμάτων για την Μύκονο δεν θα πρέπει να είναι μικρότερος των πενήντα (50), συμπεριλαμβάνοντας τυχόν συνδυαστικές δραστηριότητες μεταξύ δύο ή περισσότερων περιοχών.

### **Παραδοτέο 1.3: Μελέτη Χαρτοφυλακίου Τουριστικών Προϊόντων και Εγχειρίδιο Θεματικών Τουριστικών Εμπειριών**

#### **Δράση 1.4: Ηλεκτρονική Βάση Δεδομένων Τουριστικών Προϊόντων (ΗΒΔΤΠ)**

Η Ηλεκτρονική Βάση Δεδομένων Τουριστικών Προϊόντων (ΗΒΔΤΠ) θα ενσωματώνει όλες τις πληροφορίες και δεδομένα του χαρτοφυλακίου Τουριστικών Δραστηριοτήτων και Προγραμμάτων ανά περιοχή και συνολικά. Θα αποτελεί το κεντρικό αποθετήριο (central repository) περιεχομένου το οποίο θα τροφοδοτεί όλα τα μέσα προβολής του τουριστικού προϊόντος όπως η ιστοσελίδα, έντυπα, παρουσιάσεις, έντυποι οδηγοί, κ.ά. Η Ηλεκτρονική Βάση Δεδομένων Τουριστικών

Προϊόντων (ΗΒΔΤΠ) θα χρησιμοποιηθεί για τον εμπλουτισμό της υφιστάμενης ιστοσελίδας του Δήμου Μυκόνου.

Τα επίπεδα και οντότητες που θα φιλοξενεί η ΗΒΔΤΠ είναι:

- Θεματικός τουρισμός
- Σημεία ενδιαφέροντος
- Τουριστικές διαδρομές
- Εκδηλώσεις
- Καταλύματα
- Πρακτικές πληροφορίες μεταφοράς, μετακίνησης.

Η ΗΒΔΤΠ θα αποτελεί σημείο τόσο εξαγωγής όσο και εισαγωγής περιεχομένου και θα πρέπει να επιτρέπει **ασφαλή πρόσβαση** βάσει δικαιωμάτων σε όλους τους εξουσιοδοτημένους χρήστες και συγκεκριμένα:

- Στους αρμόδιους του έργου για την αρχική καταγραφή
- Στο εξουσιοδοτημένο προσωπικό των επιμέρους Δήμων για άντληση περιεχομένου και, σε δεύτερο χρόνο, για προσθήκη περιεχομένου.

Η πρόσβαση στην ΗΒΔΤΠ θα πρέπει να είναι ασφαλής αλλά να μην απαιτεί την εγκατάσταση ειδικών προγραμμάτων ή εξοπλισμού.

Τέλος, η ΗΒΔΤΠ θα πρέπει να επιτρέπει την μελλοντική **αυτόματη τροφοδοσία ηλεκτρονικών μέσων** όπως η ιστοσελίδα ή άλλες ηλεκτρονικές βάσεις και ιστοσελίδες τουριστικού χαρακτήρα αλλά και την **λήψη περιεχομένου** από άλλες πηγές.

#### Χαρακτηριστικά Ηλεκτρονικής Βάσης Δεδομένων Τουριστικών Προϊόντων

Για την επίτευξη των παραπάνω στόχων, η ΗΒΔΤΠ θα πρέπει να διαθέτει από τα ακόλουθα χαρακτηριστικά:

- **Χρήση τεχνολογίας διαδικτύου** που να επιτρέπει την ασφαλή πρόσβαση για αναζήτηση ή εισαγωγή περιεχομένου από πολλαπλά σημεία χωρίς την χρήση εξειδικευμένου υλικού ή λογισμικού. Η ΗΒΔΤΠ θα προσφερθεί σε web-based περιβάλλον, το οποίο θα λειτουργήσει ως βασικός «χώρος εργασίας» για τους χρήστες του περιεχομένου. Η πρόσβαση θα πρέπει να είναι δυνατή από κάθε Η/Υ ο οποίος διαθέτει σύνδεση με το διαδίκτυο.
- Υλοποίηση με βάση το κατάλληλο **λογισμικό Διαχείρισης Βάσεων Δεδομένων (RDBMS)** που θα επιτρέψει την αποτελεσματική διαχείριση του αναμενόμενου μεγάλου όγκου δεδομένων αλλά και της πολυεπίπεδης ιεράρχησης και διασύνδεσης των δεδομένων που θα συνθέτουν μία θεματική ενότητα (εμπειρία ή διαδρομή).
- Υλοποίηση με βάση εξειδικευμένο **Λογισμικό Διαχείρισης Διαδικτυακού Περιεχομένου (CMS)** με το οποίο θα υποστηρίζεται η αποθήκευση και διαχείριση περιεχομένου, γεωγραφικών δεδομένων και πολυμέσων. Το παραπάνω προϊόν λογισμικού θα προσφερθεί από τον υποψήφιο Ανάδοχο ως μέρος της προτεινόμενης λύσης του.
- Το Λογισμικό Διαχείρισης Διαδικτυακού Περιεχομένου θα πρέπει να χαρακτηρίζεται από:
  - **Αρθρωτή (modular) αρχιτεκτονική** του Συστήματος, ώστε να επιτρέπονται μελλοντικές επεκτάσεις και αντικαταστάσεις, ενσωματώσεις, αναβαθμίσεις ή αλλαγές διακριτών τμημάτων λογισμικού ή εξοπλισμού.
  - **Αρχιτεκτονική N-tier**, για την ευελιξία της κατανομής του κόστους και φορτίου μεταξύ κεντρικών συστημάτων και σταθμών εργασίας, για την αποδοτική εκμετάλλευση του δικτύου και την ευκολία στην επεκτασιμότητα.

- **Έτοιμη τεχνική υποδομή και μηχανισμούς** ανάπτυξης της αρχιτεκτονικής της πληροφορίας καθώς και των απαιτούμενων διασυνδέσεων περιεχομένου. Η ΗΒΔΤΠ θα πρέπει να βασίζεται σε προϊόν διαδικτυακού λογισμικού που έχει ήδη την απαραίτητη λειτουργικότητα και μηχανισμούς για την οργάνωση των τουριστικών πληροφοριών και έχει χρησιμοποιηθεί με επιτυχία σε αντίστοιχες υλοποιήσεις. Αντικείμενο του έργου θα είναι η **παραμετροποίηση και προσαρμογή** του συστήματος στην αρχιτεκτονική δομή και διασυνδέσεις που θα προκύψουν κατά την διάρκεια του έργου, και όχι η εξαρχής ανάπτυξή του. Δηλαδή το Λογισμικό Διαχείρισης Διαδικτυακού Περιεχομένου θα πρέπει να διαθέτει έτοιμους μηχανισμούς για:
  - Παροχή του περιεχομένου σε περιβάλλον web.
  - Δυναμική σύνθεση θεματικών ενοτήτων / εμπειριών με χρήση δυναμικά οριζόμενων μεταδεδομένων.
  - Διασυνδέσεις μεταξύ των διαφορετικών οντοτήτων και ενοτήτων, για παράδειγμα καταλύματα με εμπειρίες.
  - Διαχείριση πολυμεσικού υλικού.
  - Διαχείριση πολυγλωσσικού περιεχομένου.
  - Τοποθέτηση σημείων σε χάρτη.
  - Ανάπτυξη εφαρμογών μέσα από ένα δομημένο, τεκμηριωμένο περιβάλλον (Application Programmers Interface - API).
- **Σύστημα Διαχείρισης και Ασφάλειας Χρηστών** που να επιτρέπει τον ορισμό χρηστών με συγκεκριμένα δικαιώματα όσον αφορά την δυνατότητα προσθήκης, διαγραφής, τροποποίησης και άντλησης υλικού. Ο καθορισμός των χρηστών θα πραγματοποιείται από τους διαχειριστές της ΗΒΔΤΠ.
- **Η ασφαλής πρόσβαση στο σύστημα** θα πρέπει να πραγματοποιείται με κωδικούς χρηστών (username και password) τους οποίους παρέχουν οι διαχειριστές.
- Κατά την **εισαγωγή περιεχομένου**, η ΗΒΔΤΠ θα πρέπει να επιτρέπει:
  - Τον ορισμό απεριόριστου αριθμού οντοτήτων και παραμέτρων τουριστικών εμπειριών.
  - Την διασύνδεση και συλλογή διαφορετικών προκαθορισμένων παραμέτρων και οντοτήτων για την σύνθεση ολοκληρωμένων θεματικών ενοτήτων (π.χ. συγκεκριμένη προτεινόμενη διαδρομή με σημεία ενδιαφέροντος).
  - Την ταξινόμηση όλων των εμπειριών σε πολλαπλές κατηγορίες υποκατηγορίες και μεταδεδομένα σχετικά με:
    - Την γεωγραφική τοποθεσία.
    - Την ακριβή γεωγραφική αποτύπωση σε χάρτη.
    - Το θεματικό αντικείμενο (π.χ. ήλιος + θάλασσα).
    - Το ειδικό ενδιαφέρον του τελικού αποδέκτη της πληροφορίας
    - Το χρονικό διάστημα / εποχή όπου παρέχεται η κάθε εμπειρία (π.χ. όλο τον χρόνο, Πάσχα, καλοκαίρι, κλπ).
    - Καταλύματα που ταιριάζουν σε κάθε τουριστική εμπειρία.
  - Την προσθήκη πολλαπλών τύπων περιεχομένου για την σύνθεση μίας εμπειρίας ή διαδρομής:
    - Κείμενο
    - Φωτογραφίες
    - Βίντεο
    - Τοποθεσία σε χάρτη
  - Χρήση των ίδιων αντικειμένων (π.χ. πολυμέσων) σε περισσότερες από μία εγγραφές.
  - Διασύνδεση σχετικών μεταξύ τους εμπειριών ή διαδρομών.



- Αναζήτηση και επιλογή από πολλαπλά αντικείμενα φωτογραφιών και βίντεο μέσα από εύχρηστες οθόνες προβολής των μικρογραφιών των φωτογραφιών και βίντεο.
- Ορισμό μεταδεδομένων για κάθε αντικείμενο και εγγραφή όπως:
  - Κατηγορία
  - Συσχετισμοί
  - Τύπος
  - Τίτλος
  - Περιγραφή
  - Γεωγραφική θέση
  - Ημερομηνία
- Μορφοποίηση κειμένων μέσα από Επεξεργαστή HTML
- Δυνατότητα **εκτύπωσης σε μορφή PDF** κάθε φόρμας και **εξαγωγή σε Excel** πολλαπλών εγγραφών για χρήση του περιεχομένου από άλλες εφαρμογές.
- Σχεδιασμός και ανάπτυξη της ΗΒΔΤΠ με σύγχρονα εργαλεία και συμβατότητα με **ανοικτά Διαδικτυακά Πρότυπα**, έτσι ώστε να υπάρχει η δυνατότητα μελλοντικής αναβάθμισης (επεκτασιμότητα).
- Δυνατότητα υποστήριξης **πολλαπλών γλωσσών** (π.χ. Ελληνικής, Αγγλικής).
- Δυνατότητα μελλοντικής **αμφίδρομης συνεργασίας και ανταλλαγής περιεχομένου** με άλλες πηγές πληροφόρησης (π.χ. άλλα portals, ιστοχώρους) μέσω της υποστήριξης τεχνολογιών ανάκτησης και πρόσβασης στοιχείων (XML, Web Services, RSS).

#### Γενικές Αρχές Ηλεκτρονικής Βάσης Δεδομένων Τουριστικών Προϊόντων

Κατά την τεχνική υλοποίηση της ΗΒΔΤΠ, ο Ανάδοχος θα πρέπει να εξασφαλίσει τις εξής αρχές:

##### *Ασφάλεια*

Ο Ανάδοχος του έργου θα πρέπει να εξασφαλίσει τις τεχνικές λύσεις και διαδικασίες για την Ασφάλεια της ΗΒΔΤΠ και την προστασία της από οποιαδήποτε κακόβουλη επίθεση. Η ασφαλής είσοδος θα πρέπει να διασφαλίζεται με την χρήση της κατάλληλης διαπίστευσης, θα πρέπει να παρέχεται η δυνατότητα ανίχνευσης όλων των μεταβολών και κινήσεων κάθε χρήστη (User log) στο περιβάλλον διαχείρισης της ΗΒΔΤΠ.

##### *Ακεραιότητα & Αξιοπιστία*

Η ΗΒΔΤΠ θα πρέπει να εξασφαλίζει την ακεραιότητα και αξιοπιστία του συνόλου του περιεχομένου καθώς και την απρόσκοπτη λειτουργία κατά την ενημέρωση και διαχείριση του, είτε κατά την εισαγωγή περιεχομένου είτε κατά την αναζήτηση αυτού.

##### *Απόδοση*

Η ΗΒΔΤΠ θα πρέπει να έχει την απαιτούμενη απόδοση (performance) και ταχύτητα λειτουργίας που απαιτούνται για την απρόσκοπτη διενέργεια των εργασιών εισαγωγής και αναζήτησης περιεχομένου.

##### *Διαλειτουργικότητα & διασυνδεσιμότητα*

Η ΗΒΔΤΠ θα αποτελεί πάροχο περιεχομένου προς άλλα συστήματα και ηλεκτρονικά μέσα και επομένως θα πρέπει να διαθέτει την δυνατότητα διασύνδεσης και ανταλλαγής δεδομένων δεδομένα με άλλες εφαρμογές μέσω τεκμηριωμένου API (Application Programming Interface). Θα πρέπει να υπάρχει ανοικτή αρχιτεκτονική και να διατίθεται ένας σαφώς καθορισμένος και τεκμηριωμένος τρόπος και μορφή για:

- τις πληροφορίες (πρότυπα δόμησης των δεδομένων)

- την ανταλλαγή των δεδομένων (τεχνολογίες επικοινωνιών και πρωτόκολλα με τα οποία μεταφέρονται τα δεδομένα με την απαιτούμενη μορφή)
- την πρόσβαση στα δεδομένα (ασφάλεια και έλεγχος πρόσβασης κατά την ανταλλαγή δεδομένων)
- την αναζήτηση δεδομένων στο πλαίσιο των διαλειτουργικών υπηρεσιών.

#### *Συνέπεια και φιλικότητα διαχείρισης*

Η χρήση της ΗΒΔΤΠ θα πρέπει να είναι απλή για όλες τις ομάδες χρηστών. Ο σχεδιασμός διεπαφών της ΗΒΔΤΠ θα πρέπει να χαρακτηρίζεται από υψηλή χρηστικότητα και εργονομία, ομοιόμορφη εμφάνιση στην διεξαγωγή κοινών λειτουργιών και συμπεριφορά σύμφωνα με τον απαιτούμενο τρόπο.

#### *Επεκτασιμότητα & Αυτονομία*

Η ΗΒΔΤΠ θα πρέπει να είναι σχεδιασμένη και υλοποιημένη κατά τέτοιο τρόπο που να είναι εύκολη η μελλοντική της επέκταση με νέο περιεχόμενο, καθώς και πλήθος εξυπηρετούμενων χρηστών. Ο Ανάδοχος θα πρέπει να μπορεί να προσφέρει στην Αναθέτουσα Αρχή την τεχνική δυνατότητα όχι μόνο διαχείρισης του περιεχομένου αλλά και περαιτέρω ανάπτυξης μέσα από τεκμηριωμένο περιβάλλον ανάπτυξης εφαρμογών (Application Programmers Interface - API).

### **Παραδοτέο 1.4: Ηλεκτρονική Βάση Δεδομένων Τουριστικών Προϊόντων**

#### **Δράση 1.5: Εκπαιδευτικό Σεμινάριο**

Η εκπαίδευση θα ορίσει τη λήξη του 1<sup>ου</sup> Πακέτου Εργασίας και θα κινηθεί σε δύο άξονες: στην προβολή και προώθηση των θεματικών εμπειριών. Συγκεκριμένα, ο Ανάδοχος θα αναλάβει:

- Τη δημιουργία εκπαιδευτικού υλικού, και πιο συγκεκριμένα εγχειριδίων χρήσης και διαχείρισής του.
- Διενέργεια ενός (1) σεμιναρίου στα στελέχη του Δήμου ως προς την χρήση και αξιοποίησης της ΗΒΔΤΠ.
- Ο Ανάδοχος του έργου θα καλύψει πλήρως τις απαιτήσεις, που έχουν κατ' ελάχιστο ως εξής:
  - Η εκπαίδευση θα γίνει στην Ελληνική γλώσσα.
  - Η εκπαίδευση θα χωριστεί σε δύο ενότητες, την εκπαίδευση των διαχειριστών του συστήματος, την εκπαίδευση των διαχειριστών εφαρμογών.
  - Η εκπαίδευση θα γίνει σε κατάλληλο χώρο, που θα επιλέξει ο ανάδοχος.
  - Οι εισηγητές είναι όλοι έμπειροι στο θεματικό τους αντικείμενο και αυτό θα τεκμηριώνεται με αντίστοιχα βιογραφικά σημειώματα.
  - Θα υπάρχει διαθέσιμο το κατάλληλο εκπαιδευτικό υλικό έγκαιρα για κάθε εκπαίδευση.
  - Θα παρέχει ένα υψηλού επιπέδου εκπαιδευτικό πρόγραμμα, το οποίο θα δείχνει, τι είδος εκπαίδευσης θα γίνεται για οποιοδήποτε μέρος του προσωπικού, το επίπεδο αυτής και σε ποια στάδια του έργου θα πραγματοποιείται.
  - Θα παρέχει λεπτομέρειες για το εκπαιδευτικό πρόγραμμα, που θα πραγματοποιηθεί.
  - Επιπλέον, οι ακόλουθες πληροφορίες θα πρέπει να περιλαμβάνονται:
    - Η διάρκεια του εκπαιδευτικού προγράμματος.
    - Οι κατηγορίες των χρηστών, που πρέπει να παρακολουθήσουν κάποιο συγκεκριμένο πρόγραμμα.

- Ο προτεινόμενος αριθμός ατόμων από κάθε κατηγορία, που πρέπει να παρακολουθήσει κάποιο πρόγραμμα.
- Θα υποδείξει το μέγεθος της απαιτούμενης εκπαίδευσης, που θα χρειασθεί.
- Θα υποδείξει το υλικό, το οποίο θα παρέχεται στους εκπαιδευτές συμπεριλαμβανομένων και παραδειγμάτων στις απαντήσεις αυτών.
- Θα παραδώσει όλο το εκπαιδευτικό υλικό (έντυπα, βοηθήματα κλπ) σε ηλεκτρονική μορφή.

#### Προσόντα Εκπαιδευτών

Οι εκπαιδευτές του Υποψήφιου Αναδόχου είναι στελέχη με ακαδημαϊκή κατάρτιση και μεγάλη επαγγελματική εμπειρία στο χώρο της πληροφορικής και στα προσφερόμενα αντικείμενα εκπαίδευσης. Για την τεχνική εκπαίδευση θα χρησιμοποιηθούν και ειδικευμένα στελέχη και συνεργάτες του Υποψήφιου Αναδόχου, όπου αυτό απαιτείται. Τα Βιογραφικά Σημειώματα των εκπαιδευτών θα υποβάλλονται μαζί με όλα τα υπόλοιπα στην Προσφορά του Υποψήφιου Ανάδοχου.

#### Χαρακτήρας Σεμιναρίων

Για το εν λόγω έργο, κάθε εκπαιδευτικό τμήμα θα περιλαμβάνει το πολύ 5 άτομα. Τα σεμινάρια θα είναι 4ωρης διάρκειας, σε εργάσιμες ώρες και μέρες, με διάρκεια διδασκαλίας σαράντα πέντε (45) λεπτά, ανά ώρα διδασκαλίας θα γίνεται ένα διάλειμμα 15'. Για κάθε σεμινάριο θα χορηγούνται στους εκπαιδευόμενους τα αντίστοιχα πλήρως τεκμηριωμένα τεχνικά εγχειρίδια. Στο τέλος κάθε σεμιναρίου θα συντάσσεται πρωτόκολλο εκτίμησης σεμιναρίου.

Ο υποψήφιος Ανάδοχος θα πρέπει να έχει σχεδιάσει ένα εμπειριστατωμένο πρόγραμμα εκπαίδευσης για το προσωπικό του Φορέα, το οποίο να έχει διαφορετικούς στόχους ανάλογα με την κατηγορία προσωπικού στο οποίο απευθύνεται.

Ειδικότερα, το πρόγραμμα εκπαίδευσης θα πρέπει να αποτελείται από επιμέρους εκπαιδευτικές δράσεις, οι οποίες κατ' ελάχιστον διακρίνουν τις ακόλουθες κατηγορίες εκπαιδευομένων

- Διαχειριστές του Συστήματος
- Διαχειριστές Εφαρμογών

#### **Παραδοτέο 1.5: Εκπαιδευτικό Σεμινάριο για τη χρήση της ΗΒΔΤΠ**

#### **Πακέτο Εργασίας 2: Εκπόνηση και υλοποίηση στρατηγικού σχεδίου για την προβολή του Δήμου Μυκόνου ως τουριστικού προορισμού στα Social Media**

Το συγκεκριμένο Πακέτο Εργασίας αφορά στο κομμάτι των νέων τεχνολογικών και περιλαμβάνει τη ψηφιοποίηση και διάθεση στο διαδίκτυο υλικού προβολής όπως:

- Πληροφορίες για το τουριστικό προφίλ του Δήμου Μυκόνου, δηλαδή το portfolio, «εμπειρίες -πρεσβευτές», κατά τη διάρθρωση των θεματικών που προτείνονται
- «Εξαντλητική» σε γεωγραφικό και θεματικό επίπεδο καταγραφή και οργάνωση των συνδέσμων που θα παραπέμπουν στους ιστότοπους - ιστοσελίδες όλων των υφιστάμενων και εν δυνάμει τουριστικών πόρων και υποδομής στον Δήμο Μυκόνου.

Στο πλαίσιο της παρούσας στρατηγικής περιλαμβάνονται ενέργειες ως προς την ανάλυση των αγορών στόχευσης και των ομάδων ενδιαφέροντος, τον εικαστικό

σχεδιασμό και την ανάπτυξη περιεχομένου για τα Social Media του Δήμου Μυκόνου και πιο συγκεκριμένα για:

- Facebook
- Twitter
- YouTube
- Pinterest
- Instagram

Ο ρόλος του Δήμου Μυκόνου είναι κομβικός ως προς τη ενίσχυση και διαχείριση της εικόνας του προορισμού στο ψηφιακό περιβάλλον. Ως εκ τούτου, η στενή συνεργασία του Δήμου Μυκόνου με υπόλοιπες Αρχές (Υπουργεία, Περιφέρεια, Δήμοι κλπ) και τον ιδιωτικό τομέα σε τεχνοκρατικά πλαίσια και σε όλα τα στάδια υλοποίησης της στρατηγικής αποτελεί βασική προϋπόθεση για την επιτυχημένη υλοποίηση του έργου. Σκοπός του παρόντος έργου είναι η εκπόνηση και υλοποίηση ενός ολοκληρωμένου στρατηγικού σχεδίου δράσης και λειτουργίας του Δήμου Μυκόνου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης κατά την περίοδο διαχείρισης των Social Media του προορισμού.

Τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα αυτή της μορφής διαφήμισης είναι:

- Διείσδυση σε αγορές χωρίς γεωγραφικούς προορισμούς.
- Στόχευση σε συγκεκριμένες αγορές και κοινά.
- Προσέκλυση «πελατών» την στιγμή που αναζητούν το προϊόν.
- Άμεση προσαρμογή και αναπροσαρμογή των διαφημιστικών μηνυμάτων ανάλογα με την περίσταση.
- Απεριόριστη ευελιξία στη διαχείριση περιεχομένου, τόπου και χρόνου εμφάνισης.
- Άμεση ενημέρωση για τα αποτελέσματα της διαφημιστικής καμπάνιας.
- Πλήρεις αναφορές (reports), στατιστικές αναλύσεις.
- Χαμηλό κόστος (κυρίως σε σύγκριση με άλλα μέσα)
- Ελεγχόμενο κόστος με απόλυτη ακρίβεια (PPC - PayPerClick)

Το Πακέτο Εργασίας 2 περιλαμβάνει τις παρακάτω δράσεις:

### **Δράση 2.1: Ολοκληρωμένο Σχέδιο Επικοινωνίας και Προωθητικών Ενεργειών**

Η παρουσία και ενεργοποίηση στα Social Media απαιτεί λεπτομερή στρατηγικό σχεδιασμό και την χρήση των κατάλληλων εργαλείων ώστε να ενσωματώσει με τον καλύτερο τρόπο τα στοιχεία και τις προτεραιότητες της ευρύτερης στρατηγικής τουριστικής ανάπτυξης και προβολής ενός προορισμού καθώς επίσης και για να εκπληρώσει τους στόχους επικοινωνίας που έχουν τεθεί.

Πριν από την ενεργή δραστηριοποίηση στα Social Media, απαιτείται η εκπόνηση ενός ολοκληρωμένου Σχεδίου Επικοινωνίας και Προωθητικών Ενεργειών. Ειδικότερα απαιτείται η λεπτομερής καταγραφή των αναφορών για τον Δήμο με στόχο την μία αναλυτική καταγραφή του τρόπου δραστηριοποίησης άλλων ελληνικών ΟΤΑ στα Social Media, καθώς και επιτυχημένα παραδείγματα παρόμοιων προσπαθειών από χώρες του εξωτερικού, που μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως επιτυχημένες πρακτικές. Το στρατηγικό σχέδιο θα περιλαμβάνει τις παρακάτω ενότητες:

- Ανάλυση Ανταγωνισμού και Ενδεικτικά Παραδείγματα επιτυχημένων προσπαθειών από Ελλάδα και χώρες του εξωτερικού.
- Content Strategy: άξονες περιεχομένου που θα προβάλλεται μέσω των Social Media με στόχο την καλύτερη προβολή της περιοχής και εξυπηρέτηση των στόχων επικοινωνία που έχουν τεθεί.
- Communication Tonality: Ύφος και προσέγγιση του τρόπου επικοινωνίας.

- Issues Management: Διαχείριση κρίσεων όπως αυτές μπορεί να προκύψουν μέσω Social Media αλλά και εκτός, μαζί με προτεινόμενες κατευθύνσεις για την αντιμετώπισή τους.
- Προτεινόμενες προωθητικές ενέργειες, αποτελούμενες από διαρκείς ενέργειες παρουσίας και προβολής στα κοινωνικά μέσα δικτύωσης αλλά και μία βασική προωθητική ενέργεια η οποία θα φέρει τον επιθυμητό αντίκτυπο (impact).
- Στοχοθεσία για τις αγορές στόχους για κάθε ένα από τα προτεινόμενα στη Τεχνική του Προσφορά Social Media με μετρήσιμα ποσοτικά στοιχεία.

**Παραδοτέο 2.1: Κατάρτιση Ετήσιου Σχεδίου Επικοινωνίας και Προωθητικών Ενεργειών του Δήμου Μυκόνου ως Τουριστικού Προορισμού στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και Εικαστική προσέγγιση και ανάπτυξη δημιουργικών προτάσεων για την παρουσία του Δήμου στα κοινωνικά δίκτυα**

**Δράση 2.2: Δημιουργία και Διαχείριση Διαδικτυακής Παρουσίας και Υλοποίηση Σχεδίου Επικοινωνίας και Προωθητικών Ενεργειών**

*Δημιουργία διαδικτυακής παρουσίας*

Βάσει της εκπονηθείσας στρατηγικής θα γίνει προσπάθεια να υλοποιηθεί η δημιουργία της διαδικτυακής παρουσίας του Δήμου Μυκόνου στα κοινωνικά δίκτυα που αναφέρονται παραπάνω. Σε αυτό το πλαίσιο απαιτείται η δημιουργία λογαριασμών καθώς και ο εικαστικός σχεδιασμός και η ανάπτυξη (development) της παρουσίας ανά κοινωνικό δίκτυο. Η εικαστική προσέγγιση πρέπει να αντικατοπτρίζει τις αξίες του τουριστικού προϊόντος όπως έχουν οριστεί από την εκπονηθείσα στρατηγική, διατηρώντας στο σύνολο της την αισθητική ομοιογένεια.

*Διαχείριση διαδικτυακής παρουσίας*

Επίσης θα υπάρχει διαχείριση της διαδικτυακής παρουσίας μέσα από τα κοινωνικά δίκτυα. Σε αυτό το πλαίσιο καλείται να υλοποιήσει την εκπονηθείσα στρατηγική περιεχομένου σε καθημερινή βάση για διάστημα 12 μηνών, η οποία περιλαμβάνει την δημιουργία και ανάρτηση μοναδικού περιεχομένου με στόχο την του Δήμου Μυκόνου και των κατά τόπους περιοχών μέσα από τα κοινωνικά δίκτυα. Ταυτόχρονα ο ανάδοχος αναλαμβάνει καθημερινά να αναρτά υλικό που θα του δίνεται από αρμόδια στελέχη της Αναθέτουσας Αρχής. Σε περίπτωση που θεωρήσει ότι κάποια καταχώρηση αντίκειται στη γενικότερη στρατηγική θα μπορεί να μην προχωράει σε ανάρτηση αποστέλλοντας τεκμηριωμένη απάντηση στην Αναθέτουσα Αρχή.

*Υλοποίηση Σχεδίου Επικοινωνίας και Προωθητικών Ενεργειών*

Πέρα από τη δημιουργία και διαχείριση της διαδικτυακής παρουσίας του Δήμου Μυκόνου στα κοινωνικά δίκτυα, απαιτείται και η υλοποίηση πλάνου προωθητικών ενεργειών που ο ανάδοχος θα προτείνει μέσα από τη στρατηγική του. Στόχος είναι η αποτελεσματική προώθηση της παρουσίας στα κοινωνικά δίκτυα με επιθυμητό αποτέλεσμα την ποιοτική και ποσοτική βελτίωση της (fans, followers, subscribers, engagementrate κλπ.)

Ενδεικτικά το έργο θα περιλαμβάνει:

**Δίκτυο στο YouTube**

- Δημιουργία καναλιού στο YouTube και διαμόρφωση εικαστικής εμφάνισης, για τη τουριστική προβολή του Δήμου Μυκόνου.
- Διαχείριση καναλιού
- Μεταφόρτωση βίντεο εντός 24ώρου από τη δημιουργία.
- Μεταφόρτωση άλλων βίντεο που θα δημιουργηθούν στα πλαίσια του προγράμματος τουριστικής προβολής, καθώς και βίντεο σχετικών με γεγονότα και εκδηλώσεις τουριστικού ενδιαφέροντος, σε συνεννόηση με την αναθέτουσα αρχή, εντός 24ώρου από τη δημιουργία τους.

- Εισαγωγή κατάλληλων metatags για τη βέλτιστη προώθηση μέσω της τεχνικής search engine optimization.
- Διαχείριση σχολίων επισκεπτών εντός 3 ωρών τις εργάσιμες ημέρες και ώρες και εντός 6 ωρών σε αργίες και σαββατοκύριακα.
- Δημιουργία και παράδοση στην αναθέτουσα αρχή αναλυτικής 3μηνιαίας Αναφοράς Εξέλιξης Προβολών και εγγεγραμμένων θεατών, ανά χώρα στόχο

#### **Δίκτυο στο Facebook**

- Άνοιγμα τουριστικού profile Δήμου Μυκόνου και Fan page.
- Διαχείριση τουριστικού profile.
- Ενημέρωση τουριστικού profile με χρησιμοποιούμενη γλώσσα Ελληνικά και αγγλικά, ανά ημέρα κατ' ελάχιστο.
- Ανάρτηση άλλου ψηφιακού υλικού που θα δημιουργηθεί στο πλαίσιο του προγράμματος τουριστικής προβολής, εντός 24ώρου από τη δημιουργία του.
- Δημιουργία και ανάρτηση περιεχομένου (σχόλια, φωτογραφίες, άρθρα, links κ.α.) σχετικά με γεγονότα και εκδηλώσεις τουριστικού ενδιαφέροντος, καθώς και αναφορών άλλων διεθνών μέσων ενημέρωσης και πληροφόρησης, σε συνεννόηση με την αναθέτουσα αρχή.
- Διαχείριση σχολίων επισκεπτών εντός 3 ωρών τις εργάσιμες ημέρες και ώρες και εντός 6 ωρών σε αργίες και σαββατοκύριακα.
- 100 «φίλοι» ανά χώρα στόχο κατ' ελάχιστο και το άθροισμα των μελών από τις ξένες χώρες να υπερβαίνουν το 60% του συνολικού στόχου με κλιμακωτή αύξηση.
- Επίτευξη 15.000 Likes μέσω Σελίδας Οπαδών (Fan page)
- Δημιουργία και παράδοση στην αναθέτουσα αρχή αναλυτικής 3μηνιαίας Αναφοράς Εξέλιξης Δικτύου και απήχησης δημοσιεύσεων, ανά χώρα στόχο.

#### **Δίκτυο στο Twitter**

- Άνοιγμα τουριστικού profile και διαμόρφωση εικαστικής εμφάνισης, για τη τουριστική προβολή του Δήμου Μυκόνου.
- Διαχείριση τουριστικού profile.
- Καθημερινή ενημέρωση τουριστικού profile με χρησιμοποιούμενη γλώσσα Ελληνικά και Αγγλικά.
- Προώθηση μέσω tweet ψηφιακού πολυμεσικού υλικού του Πακέτου Εργασίας 1.
- Προώθηση μέσω tweet ψηφιακού υλικού που θα δημιουργηθεί στα πλαίσια του προγράμματος τουριστικής προβολής, εντός 24ώρου από τη δημιουργία του.
- Δημιουργία & ανάρτηση μέσω tweet περιεχομένου (σχόλια, link σε φωτογραφίες, άρθρα κ.α.) σχετικά με γεγονότα και εκδηλώσεις τουριστικού ενδιαφέροντος, σε συνεννόηση με την αναθέτουσα αρχή.
- Απάντηση σχολίων επισκεπτών εντός 3 ωρών τις εργάσιμες ημέρες και ώρες και εντός 12 ωρών σε αργίες και σαββατοκύριακα.
- Πρωτεύοντα Tweets: 500/μήνα
- Σύνολο tweets (πρωτεύοντα & re-tweets): 4.500/τρίμηνο
  1. Δημιουργία δικτύου 5.000 «followers» με μέλη απλούς χρήστες από τις χώρες στόχους με κλιμακωτή αύξηση.
  2. Δημιουργία και παράδοση στην αναθέτουσα αρχή αναλυτικής 3μηνιαίας Αναφοράς Εξέλιξης Δικτύου, ανά χώρα στόχο.

### **Δίκτυο στο Pinterest**

- Άνοιγμα τουριστικού profile και διαμόρφωση εικαστικής εμφάνισης, για τη τουριστική προβολή του Δήμου Μυκόνου.
- Διαχείριση τουριστικού profile.
- Ενημέρωση τουριστικού profile με χρησιμοποιούμενη γλώσσα τα αγγλικά, κατ' ελάχιστον μία φορά το μήνα.
- Προώθηση μέσω μεταμόρφωσης ψηφιακού πολυμεσικού υλικού του Πακέτου Εργασίας 1.
- Ταξινόμηση και οργάνωση του υλικού βάσει προορισμών, θεματικών εμπειριών, σε κατ' ελάχιστον 20 διαφορετικές συλλογές.
- Απάντηση σχολίων επισκεπτών εντός 3 ωρών τις εργάσιμες ημέρες και ώρες και εντός 12 ωρών σε αργίες και σαββατοκύριακα.
- Πρωτεύοντα Pins: Κατ'ελάχιστον 50 πρωτότυπα pins/έτος
- Σύνολο Pins(πρωτεύοντα & repins): 200/έτος
- Δημιουργία και παράδοση στην αναθέτουσα αρχή αναλυτικής 3μηνιαίας Αναφοράς Εξέλιξης Δικτύου.

### **Δίκτυο στο Instagram**

- Άνοιγμα τουριστικού profile Δήμου Μυκόνου και Fan page.
- Διαχείριση τουριστικού profile.
- Ενημέρωση τουριστικού profile με χρησιμοποιούμενη γλώσσα Ελληνικά και αγγλικά, ανά 3 ημέρες κατ' ελάχιστο.
- Ανάρτηση άλλου ψηφιακού υλικού που θα δημιουργηθεί στα πλαίσια του προγράμματος τουριστικής προβολής, εντός 24ώρου από τη δημιουργία του.
- Δημιουργία και ανάρτηση περιεχομένου, φωτογραφίες, σχετικά με γεγονότα και εκδηλώσεις τουριστικό ενδιαφέροντος, καθώς και αναφορών άλλων διεθνών μέσων ενημέρωσης και πληροφόρησης, σε συνεννόηση με την αναθέτουσα αρχή.
- Επίτευξη 5.000 followers
- Δημιουργία και παράδοση στην αναθέτουσα αρχή αναλυτικής 3μηνιαίας Αναφοράς Εξέλιξης Δικτύου και απήχησης δημοσιεύσεων, ανά χώρα στόχο.

## **Παραδοτέο 2.2: Δημιουργία και Διαχείριση Λογαριασμών σε Επιλεγμένα Social Media και Υλοποίηση Στρατηγικού Σχεδίου και Ετήσιου Πλάνου Επικοινωνίας Προωθητικών Ενεργειών**

### **Δράση 2.3: Εκπαίδευση στελεχών του Δήμου Μυκόνου στα κοινωνικά δίκτυα**

Σε σχέση με την εκπαίδευση 5 χρηστών (όπου 2 διαχειριστών) για το σύνολο των Social Media, προτείνεται η υιοθέτηση ενός εκπαιδευτικού προγράμματος 5 ημερών (6 ώρες ημερησίως) προς τα στελέχη της αναθέτουσας αρχής καθώς και τη καθημερινή παρουσία εμπείρου εκπαιδευτή στις εγκαταστάσεις της αναθέτουσας αρχής για τη συνεχή καθοδήγηση και συνέχεια της πρακτικής εξάσκηση των εκπαιδευθέντων σε πραγματικές συνθήκες των διαχειριστών. Η αιτία για την επιλογή μιας προσεγγίσεως με βάση τον εκπαιδευτή, είναι ότι η προσωπική επιβεβαίωση και η ανθρώπινη επεξήγηση, παρέχει μια πιο αποτελεσματική εκπαίδευση, πέραν του ότι αποτελεί και ένα προσωπικό κίνητρο για τους εκπαιδευόμενους.

Η συγκεκριμένη φάση εκπαίδευσης θα πρέπει να περιλαμβάνει:

- Την ανάπτυξη εκπαιδευτικών προδιαγραφών τελικών χρηστών (εγχειρίδιο)
- Εκπαίδευση χρηστών

- Την πιλοτική λειτουργία του Συστήματος από ομάδα εκπαιδευομένων χρηστών

Ιδιαίτερη έμφαση πρέπει να δοθεί στην επιτυχή υλοποίηση της εκπαίδευσης των διαχειριστών. Σε όλες τις περιπτώσεις, θεωρείται ότι μετά τη συμμετοχή σε μία σειρά, οι εκπαιδευόμενοι αποκτούν προσωπική εμπειρία συμμετέχοντας στην υλοποίηση του συστήματος (On the job training).

**Παραδοτέο 2.3: Εκπαίδευση στελεχών του Δήμου Μυκόνου στα κοινωνικά δίκτυα**

**Οι λογαριασμοί social media του Δήμου επιβάλλεται να αλληλεπιδρούν με τους χρήστες και μέσω διαφόρων εργαλείων να τους οδηγούν σε μια σύγχρονη, χρήσιμη και ελκυστική ιστοσελίδα, όπου μπορούν να ανατρέξουν σε περισσότερες πληροφορίες.**

**Πακέτο Εργασίας 3: Συνδυασμένες ενέργειες τουριστικής προβολής Δήμου Μυκόνου**

**Δράση 3.1: Καταχωρήσεις σε έντυπα μέσα εσωτερικού - εξωτερικού καθώς και σε διαφήμιση στο διαδίκτυο**

**Έντυπες Καταχωρήσεις:** Προτείνεται η δημιουργία μίας γενικής και τριών θεματικών καταχωρήσεων σε πέντε γλώσσες (ελληνικά, αγγλικά, γερμανικά, ρώσικα, κινέζικα) για χρήση σε in-flight περιοδικά, λοιπά έντυπα εξωτερικού, έντυπα εσωτερικού γενικού ή ειδικού χαρακτήρα και επιλεγμένα τουριστικά έντυπα ευρείας κυκλοφορίας. Οι καταχωρήσεις θα περιλαμβάνουν ελκυστικό φωτογραφικό υλικό καθώς και καλογραμμένα και περιεκτικά κείμενα (ελάχιστη απαίτηση οι 300 λέξεις) τα οποία θα παρουσιάζουν το Δήμο Μυκόνου και τους κύριους τουριστικούς προορισμούς του με τέτοιο τρόπο που να αιχμαλωτίζουν το ενδιαφέρον του δυνητικού επισκέπτη.

**A. Για τα έντυπα μέσα εσωτερικού - εξωτερικού**

- Καταχώριση περιοδικών ολοσέλιδη 4/χρωμη.
- Καταχώριση εφημερίδων 3στηλο x20cm.

**Συνολικός αριθμός καταχωρήσεων: 10**

Αναφορικά με τις καταχωρήσεις θα πρέπει να είναι υποχρεωτικά:

- 6 καταχωρήσεις σε έντυπα μέσα εξωτερικού: Μία γενική και μία θεματική καταχώρηση στις τρεις σημαντικότερες αγορές
- 4 καταχωρήσεις σε έντυπα μέσα του εσωτερικού: Μία γενική και τρεις θεματικές καταχωρήσεις σε έντυπα εσωτερικού

**B. Δικτυακές καταχωρήσεις:** περιλαμβάνουν το δημιουργικό για μία γενική και τρεις θεματικές καταχωρήσεις για χρήση σε μηχανές αναζήτησης (banners) για χρήση σε δικτυακούς χώρους αεροπορικών εταιριών και άλλους τουριστικούς δικτυακούς χώρους, καταχωρήσεις σε χώρους κοινωνικής δικτύωσης σε πέντε γλώσσες (ελληνικά, αγγλικά, γερμανικά, ρώσικα, κινέζικα – συνολικά είκοσι θέματα) και διάφορες διαστάσεις. Οι υποψήφιοι ανάδοχοι καλούνται να υποβάλλουν προτάσεις σχετικά με την μορφή, το περιεχόμενο / θεματικές, τις ιστοσελίδες προβολής, τις χώρες προβολής, την εποχή και διάρκεια προβολής των καταχωρήσεων.

**Για internet campaign**

- Internet banners 300x250 pixels ή 720x60 pixels. Τα internet banners πρέπει να είναι δυναμικά σε link με video που θα φιλοξενούνται στο YouTube channel.

**Ενδεικτικά προτεινόμενα sites για προβολή:**



- Booking.com
- Trip Advisor.com
- Expedia.com
- Hotels.com
- Kayak.com
- Google.com
- Facebook.com

### **Παραδοτέα**

**Παραδοτέο 3.1.1: Έντυπες Καταχωρήσεις**

**Παραδοτέο 3.1.2: Διαδικτυακές Καταχωρήσεις**

### **Δράση 3.2: Ανάπτυξη εφαρμογής τουριστικής πληροφόρησης για κινητά τηλέφωνα**

Η δράση αποσκοπεί στη δημιουργία Εφαρμογής για κινητά τηλέφωνα η οποία θα παρέχει τη δυνατότητα στον επισκέπτη της Μυκόνου, μέσω του κινητού του τηλεφώνου, να λαμβάνει πληροφόρηση, απευθείας από την συσκευή του κινητού του, για μια σειρά θεμάτων τουριστικού ενδιαφέροντος.

Με τη τοποθέτηση στην αγορά των κινητών τηλεφώνων των λεγόμενων «smart phones» ξεκίνησε ταυτόχρονα και η υλοποίηση εφαρμογών συμβατών με τα smart phones (έξυπνα κινητά) που εκμεταλλεύονται τις δυνατότητες που προσφέρουν με σκοπό την ενημέρωση, σε πραγματικό χρόνο, των χρηστών των κινητών αυτών. Η δυνατότητα που χαρακτηρίζει το μεγαλύτερο ποσοστό των έξυπνων κινητών είναι η σύνδεση με το internet μέσω 3G/ 4G ή WiFi. Οι εφαρμογές αυτές έχουν βρει τεράστια ανταπόκριση από τους πολίτες καθώς αποτελούν νέα εργαλεία λήψης πληροφοριών όπου ο βαθμός σημαντικότητας των πληροφοριών αυτών είναι σχετικός με τον βαθμό άμεσης πρόσβασης και αξιοποίησης τους σε πραγματικό χρόνο. Τα χαρακτηριστικά και τις δυνατότητες μια τέτοιας εφαρμογής περιγράφονται παρακάτω διευκρινίζοντας ότι οι εφαρμογές αυτές πρέπει να είναι συμβατές με τα πιο διαδεδομένα λειτουργικά συστήματα που υπάρχουν αυτή τη στιγμή στην αγορά, δηλαδή Android, iOS και Windows Mobile.

Γίνεται κατανοητό ότι είναι απαραίτητη η δημιουργία για το Δήμο Μυκόνου μιας native εφαρμογής που να εξυπηρετεί και να εκμεταλλεύεται στο έπακρο τις δυνατότητες του εκάστοτε κινητού.

Οι εφαρμογές που θα υλοποιηθούν θα πρέπει να ανεβούν προς διάθεση στα αντίστοιχα «καταστήματα» εφαρμογών (Application Stores) των αντιστοίχων λειτουργικών συστημάτων. Η διάθεση αυτών θα είναι δωρεάν, χωρίς καμία χρέωση από το χρήστη.

### **Λειτουργικές Προδιαγραφές**

Η εφαρμογή που θα δημιουργηθεί θα είναι εύχρηστη παρέχοντας μενού και λειτουργίες πλοήγησης ενσωματωμένες για τη Μύκονο υποδεικνύοντας με ακρίβεια τα σημεία ενδιαφέροντος καθώς και τη συντομότερη διαδρομή από και προς τα σημεία τα οποία έχουν επιλεγεί από το χρήστη της εφαρμογής. Η αρχική οθόνη θα προβάλλει στον χρήστη τον χάρτη με εστίαση στο σημείο που βρίσκεται τη συγκεκριμένη χρονική στιγμή. Θα υπάρχει μια ποικιλία από χρωματισμούς και σύμβολα για να είναι διακριτή και πλήρως αντιληπτή η παρεχόμενη πληροφορία μέσω του ψηφιακού χάρτη, π.χ. διαφορετικά σύμβολα για εκκλησίες, αρχαιολογικούς χώρους, παραλίες, εστιατόρια, ξενοδοχεία κ.α. και διαφορετικά χρώματα για διαφορετικές κατηγορίες δρόμων (μονοπάτια, χωματόδρομοι, αγροτικές οδοί, ασφαλτοστρωμένοι δρόμοι). Η εφαρμογή θα αποτελείται από εργαλεία τα οποία θα δίνουν τη δυνατότητα περιήγησης στο χάρτη μέσω εστίασης και μετακίνησης, ενώ

παράλληλα ο χρήστης θα μπορεί να επιλέγει τα σημεία που επιθυμεί να επισκεφθεί κατά τη διάρκεια της διαμονής του στην περιοχή και μέσω του προσωποποιημένου προγράμματος περιήγησης να ενημερώνεται για τις πιο σύντομες διαδρομές έτσι ώστε συνδυαστικά να επισκεφθεί όλα τα μέρη που επιθυμεί.

Παράλληλα, η εφαρμογή παρέχει και αυτοματοποιημένο πρόγραμμα περιήγησης προτείνοντας στον επισκέπτη μια σειρά από σημεία ενδιαφέροντος διαφόρων κατηγοριών. Ο χρήστης μπορεί και στο αυτοματοποιημένο πρόγραμμα να ορίσει την κατηγορία των σημείων ενδιαφέροντος που τον ενδιαφέρουν πιο πολύ, π.χ. πιο πολλές παραλίες λιγότερες εκκλησίες. Η προβολή τουριστικής πληροφορίας για οποιοδήποτε σημείο ενδιαφέροντος εκτός από γεωχωρική υπόσταση θα συνοδεύεται από περιγραφική πληροφορία, η οποία θα μπορεί να είναι λ.χ. κείμενο ή εικόνα. Επιπλέον, η εφαρμογή επιτρέπει στο χρήστη να δει πάνω στον ψηφιακό χάρτη όλα τα σημεία ενδιαφέροντος, με όλη την περιγραφική πληροφορία που τα συνοδεύει, που βρίσκονται σε συγκεκριμένη απόσταση η οποία ορίζεται από αυτόν. Τέλος, οι επισκέπτες μέσω της εφαρμογής, όταν συνδεθούν στο διαδίκτυο ή/και της διαδικτυακής πύλης μπορούν να γράψουν σχόλια για τα μέρη τα οποία επισκέφθηκαν τα οποία μετά από έγκριση του διαχειριστή του Συστήματος θα δημοσιεύονται και θα εντάσσονται στην περιγραφική πληροφορία της εφαρμογής.

Το Παραδοτέο έχει ως στόχο του την τουριστική προβολή και τη διαχείριση της πολιτιστικής κληρονομιάς της περιοχής. Ο επισκέπτης έχει τη δυνατότητα να ενημερωθεί για την ακριβή θέση καθώς και όλες τις πληροφορίες κατηγοριών σημείων ενδιαφέροντος τα οποία αφορούν στους τουριστικούς, πολιτιστικούς και περιβαλλοντικούς πόρους του Δήμου Μυκόνου. Σκοπός του συγκεκριμένου Παραδοτέου είναι η παροχή πληροφοριών και η δυνατότητα πλοήγησης των επισκεπτών σε όλα τα σημεία ενδιαφέροντος στην περιοχή χωρίς κόστος και δυσκολία μέσω εύχρηστης εφαρμογής για φορητές συσκευές.

Το εν λόγω έργο μπορεί να θεωρηθεί ένας ευφυής τουριστικός οδηγός με όλες τις απαραίτητες πληροφορίες για την οργάνωση της διαμονής και των μετακινήσεων των επισκεπτών στην περιοχή.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του έργου τα οφέλη για το Δήμο είναι:

- Χρήση νέων διαύλων επικοινωνίας για διάχυση τουριστικού και πολιτισμικού περιεχομένου.
- Προβολή και ανάδειξη τουριστικού και πολιτισμικού αποθέματος.
- Προβολή και ενημέρωση για τους τουριστικούς, πολιτιστικούς και περιβαλλοντικούς πόρους της περιοχής
- Προσέλκυση περισσότερων επισκεπτών της περιοχής.
- Προσπάθεια επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου
- Κίνητρο για το δυνητικό επισκέπτη
- Βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών του Δήμου προς τους πολίτες.
- Οργάνωση και διαχείριση των γεωχωρικών δεδομένων του Δήμου.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του έργου τα οφέλη για τους πολίτες είναι:

- Αποτελεσματικότερη πληροφόρηση των χρηστών.
- Δυνατότητα χρήσης της εφαρμογής χωρίς κόστος και δυσκολία.
- Δυνατότητα εύρεσης της πιο σύντομης διαδρομής προς τα σημεία ενδιαφέροντος που επιλέγουν να επισκεφθούν.
- Αυτοματοποιημένο και προσωποποιημένο πρόγραμμα περιήγησης.
- Πληροφορίες σχετικά με τις ώρες λειτουργίας, τις τιμές, την ιστορία, τα σχόλια άλλων επισκεπτών των σημείων ενδιαφέροντος.

### **Ειδικότερα: Χαρακτηριστικά και λειτουργίες εφαρμογής:**

- Να διατίθεται σε μορφή για iOS / Android / iPhone / iPad / Smartphones / Tablets
- Διανομή σε Apple App Store και Google Play
- Πλήρης χάρτης για περιήγηση στο Δήμο χωρίς να απαιτεί σύνδεση στο internet
- Δυνατότητα εντοπισμού της τοποθεσίας όπου βρίσκεται ο χρήστης κάθε στιγμή
- QR Code Reader
- Ενσωμάτωση / διασύνδεση με εφαρμογή Google maps και Trip advisor
- Ταξιδιωτικός οδηγός με λίστα ξενοδοχείων, εστιατορίων, καταστημάτων κ.λπ. κοντά στο σημείο όπου βρίσκεται ο χρήστης
- Διαδραστικότητα με μέσα κοινωνικής δικτύωσης
- Ημερολόγιο δραστηριοτήτων / εκδηλώσεων στο Δήμο
- Σημεία ενδιαφέροντος (αξιοθέατα, μνημεία, μουσεία, εκθέσεις, εκδηλώσεις)
- Δυνατότητα διαμόρφωσης προσωπικού ημερολογίου με προσωπικές "σημειώσεις" του χρήστη (δρομολόγια, διαδρομές, πληροφορίες για τα επιλεγμένα από το χρήστη σημεία ενδιαφέροντος - αξιοθέατα, μνημεία, εστιατόρια, ξενοδοχεία, καταστήματα, εκδηλώσεις κ.λπ.)
- Επικοινωνία και ενημέρωση με όλες τις διαθέσιμες εφαρμογές μεταφορών
- Προτεινόμενες περιηγήσεις σε σημεία ενδιαφέροντος
- **Φωτογραφικό Υλικό για τον εμπλουτισμό της ψηφιακής εφαρμογής**
  - 1800-2000 Ψηφιακές Λήψεις Υψηλής Ευκρίνειας (5616 x 3744 p)
  - 3 λήψεις για κάθε θεματική
  - Δημιουργικό και Επεξεργασία Εικόνας
  - Δημιουργία Cd-rom υψηλής ανάλυσης 35x50 300dpi
  - Δημιουργία Cd-rom ανάλυσης internet 800x600 96dpi
  - Δημιουργία ιστοσελίδας με τις φωτογραφίες για προεπισκόπηση όλου του υλικού
  - Οι φωτογραφίες περιλαμβάνουν: μνημεία και φυσικές ομορφιές της Μυκόνου, τοπική κουζίνα και τοπικά προϊόντα, δραστηριότητες.

### **Παραδοτέα**

**Παραδοτέο 3.2.1: Ανάπτυξη, έλεγχος και ολοκλήρωση εφαρμογής τουριστικής πληροφόρησης για κινητά τηλέφωνα**

**Παραδοτέο 3.2.2: 1800-2000 Ψηφιακές Λήψεις Υψηλής Ευκρίνειας (5616 x 3744 p)**

**Παραδοτέο 3.2.3: Πιλοτική Λειτουργία και εκπαίδευση χρηστών**

### **Δράση 3.3: Προωθητικό υλικό – λοιπές ενέργειες**

**Ο ανάδοχος οφείλει να εξασφαλίσει για λογαριασμό του Δήμου τα πνευματικά και συγγενικά δικαιώματα του υλικού που χρησιμοποιείται ( φωτογραφίες, βίντεο και αμοντάριστα πλάνα) για απεριόριστη χρονική διάρκεια και για προβολή σε όλο τον κόσμο.**

Η δράση αυτή περιλαμβάνει το υποστηρικτικό υλικό το οποίο θα διατίθεται οπουδήποτε θα έχει παρουσία ο Δήμος Μυκόνου. Ειδικότερα:

Τα σημαντικότερα υλικά αυτής της δράσης είναι:

**α) Έντυπο:** 10/σέλιδο, χαρτί 135gr velvet, σχήμα κλειστό A5, καρφίτσα. Εκδόσεις: Ελληνικό 10.000 τμχ., Αγγλικό 30.000 τμχ., Γερμανικό 20.000 τμχ., Ρωσικό 10.000 τμχ.

**β) 20 τελικά VIDEOS 4K:** Τα videos θα είναι 4K. Θα γίνουν το καθένα σε 4 γλώσσες (ελληνικά, αγγλικά, γερμανικά, ρώσικα). Τα τέσσερα (4) θεματικά βίντεο θα έχουν διάρκεια 4' και το ένα (1) γενικό 5'. Το γενικό βίντεο θα είναι συνδυασμός και των τεσσάρων θεματικών. Από κάθε βίντεο θα γίνει cut version 30''.

**γ) Press kit:** Folder 200 τμχ. το οποίο περιλαμβάνει 16/σέλιδο έντυπο, dvd με όλα τα video καθώς και φωτογραφικό υλικό σε υψηλή ανάλυση για ελεύθερη χρήση. 4 cartes postales. Δημιουργία ιστοσελίδας με τις φωτογραφίες για προεπισκόπηση όλου του υλικού. Οι φωτογραφίες περιλαμβάνουν: μνημεία και φυσικές ομορφιές της Μυκόνου, τοπική κουζίνα και τοπικά προϊόντα, δραστηριότητες.

**δ) Newsletters:** Προτείνεται η παραγωγή τουλάχιστο τεσσάρων (4) newsletter τα οποία περιλαμβάνουν κείμενα (τουλάχιστο 300 λέξεων) και φωτογραφικό υλικό και θα αποστέλλονται σε επιλεγμένους αποδέκτες. Τα newsletters θα διατίθενται σε τουλάχιστο τέσσερις γλώσσες. Οι υποψήφιοι ανάδοχοι καλούνται να υποβάλλουν προτάσεις για την αισθητική και τη θεματολογία των newsletters (υποβάλλοντας, για παράδειγμα, δείγμα παλιότερης δουλειάς τους ή υπόδειγμα newsletter που έχει χρησιμοποιηθεί από άλλη εταιρία ή φορέα). Συνολικά: 16 newsletters.

**ε) Δελτία τύπου:** Προτείνεται η παραγωγή τουλάχιστο τεσσάρων (4) δελτίων Τύπου τα οποία θα μεταφράζονται σε πολλαπλές γλώσσες και θα αναρτώνται στην ιστοσελίδα ενώ θα αποστέλλονται και σε επιλεγμένους αποδέκτες.

**στ) Την παροχή υπηρεσιών οργάνωσης της συμμετοχής του Δήμου Μυκόνου στις εκθέσεις του εσωτερικού και του εξωτερικού και την εκπροσώπηση σε αυτές**

Ο Ανάδοχος, θα οργανώσει την εκθεσιακή συμμετοχή και θα στελεχώσει τα περίπτερα του Δήμου Μυκόνου σε τουλάχιστον 3 Διεθνείς Τουριστικές Εκθέσεις.

Ειδικότερα, διασφάλιση εκθεσιακού χώρου: Ο Ανάδοχος θα διασφαλίσει εκθεσιακό χώρο ή εκθεσιακή παρουσία για το Δήμο Μυκόνου ως συν-εκθέτη της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου σε τρεις Διεθνείς με βάση τις προκαθορισμένες αναλογίες έκτασης που θα οριοθετήσει ανά συν-εκθέτη η Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου και εφόσον συμμετέχει στη έκθεση και παράσχει τη δυνατότητα παρουσίας ως συν-εκθέτη σε τουριστικές περιοχές ή/ και Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης

Στελέχωση τουριστικών περιπτέρων: Ο Ανάδοχος οφείλει να στελεχώσει τα περίπτερα με ένα τουλάχιστον στέλεχος ή συνεργάτη του, ο οποίος θα πρέπει να παρευρίσκεται στο περίπτερο του Δήμου όλες τις ημέρες πραγματοποίησης των εκθέσεων. Τα έξοδα μετακίνησης, διαμονής και διατροφής του θα βαρύνουν τον ανάδοχο. Τα στελέχη της Αναδόχου μπορούν να αποτελούν είτε μόνιμο προσωπικό του είτε και έκτακτο, σε κάθε περίπτωση, όμως, να είναι γνώστες του τουριστικού προϊόντος του Δήμου Μυκόνου και της τουριστικής στρατηγικής του Δήμου, τα οποία να ομιλούν τουλάχιστον την αγγλική γλώσσα και την κατά τόπο ομιλούμενη γλώσσα. Τα στελέχη του αναδόχου οφείλουν να βρίσκονται στο χώρο διεξαγωγής της Έκθεσης καθ' όλη της διάρκειας λειτουργίας αυτής, όπως και πριν από αυτήν, για τον έλεγχο του χώρου και την άφιξη του έντυπου υλικού

## **Παραδοτέα**

**Παραδοτέο 3.3.1: Έντυπο 10σέλιδο**

**Παραδοτέο 3.3.2: Videos 4K**

**Παραδοτέο 3.3.3: Press Kit**

**Παραδοτέο 3.3.4: Newsletters**

**Παραδοτέο 3.3.5: Δελτία Τύπου**

**Παραδοτέο 3.3.6: Συμμετοχή σε τρεις Διεθνείς Τουριστικές Εκθέσεις**

ΔΡΑΣΕΙΣ	ΠΑΡΑΔΟΤΕΑ	ΜΗΝΑΣ											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>Πακέτο Εργασίας 1: Δημιουργία ειδικών εμπειρικών προϊόντων για τον προορισμό «Μύκονος»</b>													
<b>Δράση 1.1:</b> Επισκόπηση Τουριστικού Προορισμού (Destination Audit)	<b>ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 1.1:</b> Μελέτη Επισκόπησης Τουριστικού Προορισμού (Destination Audit)												
<b>Δράση 1.2:</b> Ανάλυση Αγορών & Τύπων Επισκεπτών	<b>ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 1.2:</b> Μελέτη Ανάλυσης Αγορών και Τύπων Επισκεπτών												
<b>Δράση 1.3:</b> Δημιουργία Χαρτοφυλακίου Τουριστικών Προϊόντων και Προγραμμάτων Θεματικών Εμπειριών	<b>ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 1.3:</b> Μελέτη Χαρτοφυλακίου Τουριστικών Προϊόντων και Εγχειρίδιο Θεματικών Τουριστικών Εμπειριών												
<b>Δράση 1.4:</b> Ηλεκτρονική Βάση Δεδομένων Τουριστικών Προϊόντων (ΗΒΔΤΠ)	<b>ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 1.4:</b> Ηλεκτρονική Βάση Δεδομένων Τουριστικών Προϊόντων												
<b>Δράση 1.5:</b> Εκπαιδευτικό Σεμινάριο	<b>ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 1.5:</b> Εκπαιδευτικό Σεμινάριο για τη χρήση της ΗΒΔΤΠ												
<b>Πακέτο Εργασίας 2: Εκπόνηση και υλοποίηση στρατηγικού σχεδίου για την προβολή του Δήμου Μυκόνου ως τουριστικού προορισμού στα Social Media</b>													
<b>Δράση 2.1:</b> Ολοκληρωμένο Σχέδιο Επικοινωνίας και Προωθητικών Ενεργειών	<b>ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 2.1:</b> Κατάρτιση Ετήσιου Σχεδίου Επικοινωνίας και Προωθητικών Ενεργειών του Δήμου Μυκόνου ως Τουριστικού Προορισμού στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και Εικαστική προσέγγιση και ανάπτυξη δημιουργικών προτάσεων												

ΔΡΑΣΕΙΣ	ΠΑΡΑΔΟΤΕΑ	ΜΗΝΑΣ											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
	για την παρουσία του Δήμου στα κοινωνικά δίκτυα												
<b>Δράση 2.2:</b> Δημιουργία και Διαχείριση Διαδικτυακής Παρουσίας και Υλοποίηση Σχεδίου Επικοινωνίας και Προωθητικών Ενεργειών	<b>ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 2.2:</b> Δημιουργία και Διαχείριση Λογαριασμών σε Επιλεγμένα Social Media και Υλοποίηση Στρατηγικού Σχεδίου και Ετήσιου Πλάνου Επικοινωνίας Προωθητικών Ενεργειών												
<b>Δράση 2.3:</b> Εκπαίδευση στελεχών του Δήμου Μυκόνου στα κοινωνικά δίκτυα	<b>ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 2.3:</b> Εκπαίδευση στελεχών του Δήμου Μυκόνου στα κοινωνικά δίκτυα												
<b>Πακέτο Εργασίας 3: Συνδυασμένες ενέργειες τουριστικής προβολής Δήμου Μυκόνου</b>													
<b>Δράση 3.1:</b> Καταχωρήσεις σε έντυπα μέσα εσωτερικού - εξωτερικού καθώς και σε διαφήμιση στο διαδίκτυο	<b>ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 3.1.1:</b> Έντυπες Καταχωρήσεις												
	<b>ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 3.1.1:</b> Διαδικτυακές Καταχωρήσεις												
<b>Δράση 3.2:</b> Ανάπτυξη εφαρμογής τουριστικής πληροφόρησης για κινητά τηλέφωνα	<b>ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 3.2.1:</b> Ανάπτυξη, έλεγχος και ολοκλήρωση εφαρμογής τουριστικής πληροφόρησης για κινητά τηλέφωνα												
	<b>ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 3.2.2:</b> 1800-2000 Ψηφιακές Λήψεις Υψηλής Ευκρίνειας (5616 x 3744 p)												
	<b>ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 3.2.3:</b> Πιλοτική Λειτουργία και εκπαίδευση χρηστών												
<b>Δράση 3.3:</b> Προωθητικό υλικό – λοιπές ενέργειες	<b>ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 3.3.1:</b> Έντυπο 10/σέλιδο Εκδόσεις: Ελληνικό 10.000 τμχ., Αγγλικό												

ΔΡΑΣΕΙΣ	ΠΑΡΑΔΟΤΕΑ	ΜΗΝΑΣ											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
	30.000 τμχ., Γερμανικό 20.000 τμχ., Ρωσικό 10.000 τμχ.												
	<b>ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 3.3.2: VIDEOS 4K</b> 20 VIDEOS 4κ. Θα γίνουν το καθένα σε 4 γλώσσες (ελληνικά, αγγλικά, γερμανικά, ρώσικα). Τα τέσσερα (4) θεματικά βίντεο θα έχουν διάρκεια 4' και το ένα (1) γενικό 5'. Το γενικό βίντεο θα είναι συνδυασμός και των τεσσάρων θεματικών. Από κάθε βίντεο θα γίνει cut version 30''.												
	<b>ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 3.3.3: Press kit</b> Folder 200 τμχ. το οποίο περιλαμβάνει 16/σέλιδο έντυπο, dvd με όλα τα video καθώς και φωτογραφικό υλικό σε υψηλή ανάλυση για ελεύθερη χρήση. 4 cartes postales. Δημιουργία ιστοσελίδας με τις φωτογραφίες για προεπισκόπηση όλου του υλικού.												
	<b>ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 3.3.4: Newsletters</b> Παραγωγή τουλάχιστον (4) τεσσάρων newsletters και αποστολή σε επιλεγμένους αποδέκτες. Τα newsletter θα διατίθενται σε τουλάχιστο τέσσερις γλώσσες.												
	<b>ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 3.3.5: Δελτία Τύπου</b> Παραγωγή τουλάχιστο τεσσάρων (4) δελτίων Τύπου τα οποία θα μεταφράζονται σε												

ΔΡΑΣΕΙΣ	ΠΑΡΑΔΟΤΕΑ	ΜΗΝΑΣ											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
	πολλαπλές γλώσσες και θα αναρτώνται στην ιστοσελίδα ενώ θα αποστέλλονται και σε επιλεγμένους αποδέκτες.												
	<b>Παραδοτέο 3.3.6:</b> Συμμετοχή σε τρεις Διεθνείς Τουριστικές Εκθέσεις												

Μύκονος, 05-05-2017

ΣΥΝΤΑΧΘΗΚΕ

ΘΕΩΡΗΘΗΚΕ

ΕΛΕΝΗ ΣΚΑΓΙΑ

Ο ΑΝΑΠΛ. ΠΡΟΪΣΤ. ΔΙΕΥΘΥΝΣΗΣ  
ΤΕΧΝΙΚΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ

ΠΟΛΙΤΙΚΟΣ ΜΗΧΑΝΙΚΟΣ

ΚΑΣΤΟΡΙΝΗΣ ΑΝΤΩΝΙΟΣ  
ΠΕ 4 ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΩΝ - ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ





ΤΕΧΝΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ

Αριθμ. Μελέτης:

11/2017

**ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟ ΤΙΜΟΛΟΓΙΟ**

ΔΡΑΣΕΙΣ	ΠΑΡΑΔΟΤΕΑ	ΣΥΝΟΛΟ ΔΑΠΑΝΗΣ ΜΕ ΦΠΑ (€)
<b>Δράση 1.1:</b> Επισκόπηση Τουριστικού Προορισμού (Destination Audit)	<b>ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 1.1:</b> Μελέτη Επισκόπησης Τουριστικού Προορισμού (Destination Audit)	6.000,00
<b>Δράση 1.2:</b> Ανάλυση Αγορών & Τύπων Επισκεπτών	<b>ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 1.2:</b> Μελέτη Ανάλυσης Αγορών και Τύπων Επισκεπτών	9.000,00
<b>Δράση 1.3:</b> Δημιουργία Χαρτοφυλακίου Τουριστικών Προϊόντων και Προγραμμάτων Θεματικών Εμπειριών	<b>ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 1.3:</b> Μελέτη Χαρτοφυλακίου Τουριστικών Προϊόντων και Εγχειρίδιο Θεματικών Τουριστικών Εμπειριών	8.000,00
<b>Δράση 1.4:</b> Ηλεκτρονική Βάση Δεδομένων Τουριστικών Προϊόντων (ΗΒΔΤΠ)	<b>ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 1.4:</b> Ηλεκτρονική Βάση Δεδομένων Τουριστικών Προϊόντων	15.000,00
<b>Δράση 1.5:</b> Εκπαιδευτικό Σεμινάριο	<b>ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 1.5:</b> Εκπαιδευτικό Σεμινάριο για τη χρήση της ΗΒΔΤΠ	2.000,00

<p><b>Δράση 2.1:</b> Ολοκληρωμένο Σχέδιο Επικοινωνίας και Προωθητικών Ενεργειών</p>	<p><b>ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 2.1:</b> Κατάρτιση Ετήσιου Σχεδίου Επικοινωνίας και Προωθητικών Ενεργειών του Δήμου Μυκόνου ως Τουριστικού Προορισμού στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και Εικαστική προσέγγιση και ανάπτυξη δημιουργικών προτάσεων για την παρουσία του Δήμου στα κοινωνικά δίκτυα.</p>	<p>15.000,00</p>
<p><b>Δράση 2.2:</b> Δημιουργία και Διαχείριση Διαδικτυακής Παρουσίας και Υλοποίηση Σχεδίου Επικοινωνίας και Προωθητικών Ενεργειών</p>	<p><b>ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 2.2:</b> Δημιουργία και Διαχείριση Λογαριασμών σε Επιλεγμένα Social Media και Υλοποίηση Στρατηγικού Σχεδίου και Ετήσιου Πλάνου Επικοινωνίας Προωθητικών Ενεργειών</p>	<p>65.000,00</p>
<p><b>Δράση 2.3:</b> Εκπαίδευση στελεχών του Δήμου Μυκόνου στα κοινωνικά δίκτυα</p>	<p><b>ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 2.3:</b> Εκπαίδευση στελεχών του Δήμου Μυκόνου στα κοινωνικά δίκτυα</p>	<p>10.000,00</p>
<p><b>Δράση 3.1:</b> Καταχωρήσεις σε έντυπα μέσα εσωτερικού - εξωτερικού καθώς και σε διαφήμιση στο διαδίκτυο</p>	<p><b>ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 3.1.1:</b> Έντυπες Καταχωρήσεις</p>	<p>35.000,00</p>
	<p><b>ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 3.1.1:</b> Διαδικτυακές Καταχωρήσεις</p>	<p>40.000,00</p>
<p><b>Δράση 3.2:</b> Ανάπτυξη εφαρμογής τουριστικής πληροφόρησης για κινητά τηλέφωνα</p>	<p><b>ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 3.2.1:</b> Ανάπτυξη, έλεγχος και ολοκλήρωση εφαρμογής τουριστικής πληροφόρησης για κινητά τηλέφωνα</p>	<p>10.000,00</p>
	<p><b>ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 3.2.2:</b> 1800-2000 Ψηφιακές Λήψεις Υψηλής Ευκρίνειας (5616 x 3744 p)</p>	<p>3.000,00</p>
	<p><b>ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 3.2.3:</b> Πιλοτική Λειτουργία και εκπαίδευση χρηστών</p>	<p>2.000,00</p>
<p><b>Δράση 3.3:</b> Προωθητικό υλικό – λοιπές ενέργειες</p>	<p><b>ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 3.3.1:</b></p>	<p>90.000,00</p>

	<p><b>Έντυπο 10/σέλιδο</b></p> <p>Εκδόσεις: Ελληνικό 10.000 τμχ., Αγγλικό 30.000 τμχ., Γερμανικό 20.000 τμχ., Ρωσικό 10.000 τμχ.</p>	
	<p><b>ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 3.3.2:</b></p> <p><b>VIDEOS 4K</b></p> <p>20 VIDEOS 4κ. Θα γίνουν το καθένα σε 4 γλώσσες (ελληνικά, αγγλικά, γερμανικά, ρώσικα). Τα τέσσερα (4) θεματικά βίντεο θα έχουν διάρκεια 4' και το ένα (1) γενικό 5'. Το γενικό βίντεο θα είναι συνδυασμός και των τεσσάρων θεματικών. Από κάθε βίντεο θα γίνει cut version 30''.</p>	10.000,00
	<p><b>ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 3.3.3:</b></p> <p><b>Press kit</b></p> <p>Folder 200 τμχ. το οποίο περιλαμβάνει 16/σέλιδο έντυπο, dvd με όλα τα video καθώς και φωτογραφικό υλικό σε υψηλή ανάλυση για ελεύθερη χρήση. 4 cartes postales. Δημιουργία ιστοσελίδας με τις φωτογραφίες για προεπισκόπηση όλου του υλικού.</p>	10.000,00
	<p><b>ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 3.3.4: Newsletters</b></p> <p>Παραγωγή τουλάχιστον (4) τεσσάρων newsletters και αποστολή σε επιλεγμένους αποδέκτες. Τα newsletter θα διατίθενται σε τουλάχιστο τέσσερις γλώσσες.</p>	6.000,00
	<p><b>ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 3.3.5: Δελτία Τύπου</b></p>	

	Παραγωγή τουλάχιστο τεσσάρων (4) δελτίων Τύπου τα οποία θα μεταφράζονται σε πολλαπλές γλώσσες και θα αναρτώνται στην ιστοσελίδα ενώ θα αποστέλλονται και σε επιλεγμένους αποδέκτες.	4.000,00
	<b>Παραδοτέο 3.3.6:</b> Συμμετοχή σε τρεις Διεθνείς Τουριστικές Εκθέσεις	10.000,00

**Σύνολο:** 282.258,06

**Φ.Π.Α:** 67.741,94

**Γενικό σύνολο δαπάνης 350.000,00 ευρώ**

Η αναφερόμενη τιμή μορφώθηκε μετά από έρευνα που έκανε το τμήμα στις τρέχουσες τιμές εμπορίου σε αντίστοιχο είδος.

Η ενδεικτική δαπάνη υπολογίζεται στο ποσό των **282.258,06 ευρώ συν Φ.Π.Α. 24% 67.741,94, συνολικά 350.000,00 ευρώ**, συμπεριλαμβανομένου του Φ.Π.Α..

Μύκονος, 05-05-2017

ΣΥΝΤΑΧΘΗΚΕ

ΘΕΩΡΗΘΗΚΕ

ΕΛΕΝΗ ΣΚΑΓΙΑ

Ο ΑΝΑΠΛ. ΠΡΟΪΣΤ. ΔΙΕΥΘΥΝΣΗΣ  
ΤΕΧΝΙΚΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ

ΠΟΛΙΤΙΚΟΣ ΜΗΧΑΝΙΚΟΣ

ΚΑΣΤΟΡΙΝΗΣ ΑΝΤΩΝΙΟΣ  
ΠΕ 4 ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΩΝ - ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ



ΤΕΧΝΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ

## Σ Υ Γ Γ Ρ Α Φ Η Υ Π Ο Χ Ρ Ε Ω Σ Ε Ω Ν

### Άρθρο 1ο: Αντικείμενο συγγραφής

Με την παρούσα συγγραφή υποχρεώσεων προβλέπεται η υπηρεσία: «**ΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΔΗΜΟΥ ΜΥΚΟΝΟΥ 2017-2018**»,

### Άρθρο 2ο: Ισχύουσες διατάξεις

Η ανάθεση της εργασίας θα γίνει σύμφωνα με τις διατάξεις:

- Τις διατάξεις της Οδηγίας 24/2014/ΕΕ σχετικά με τις δημόσιες προμήθειες και την κατάργηση της οδηγίας 2004/18/ΕΚ.
- Τις διατάξεις του Ν. 4412/2016 «Δημόσιες Συμβάσεις Έργων, Προμηθειών και Υπηρεσιών (προσαρμογή στις Οδηγίες 2014/24/ ΕΕ και 2014/25/ΕΕ)» (Α' 147).
- Τις διατάξεις του Ν. 3852/10 «Νέα Αρχιτεκτονική της Αυτοδιοίκησης και της Αποκεντρωμένης Διοίκησης - Πρόγραμμα Καλλικράτης».
- Τις διατάξεις του Ν. 3463/06 «περί κύρωσης του Κώδικα Δήμων και Κοινοτήτων» (ΦΕΚ 114/8-6-2006, τ. Α').
- Της 2/2037/11-1-2007 Εγκυκλίου ΥΠ.ΕΣ.ΔΔ.Α. με την οποία καθορίστηκαν τα σχετικά με την εφαρμογή του Ν. 3463/2006.
- Τις διατάξεις του Ν.4071/2012 “Ρυθμίσεις για την τοπική ανάπτυξη, την αυτοδιοίκηση και την αποκεντρωμένη διοίκηση Ενσωμάτωσης Οδηγίας 2009/50/ΕΚ (Φ.Ε.Κ. 85/Α’/11-4-2012)
- Τις διατάξεις του Ν. 4257/2014 “Επείγουσες Ρυθμίσεις αρμοδιότητας Υπουργείου Εσωτερικών (Φ.Ε.Κ. 93/Α’/14-4-2014)
- Του Ν. 4129/2013 «Κύρωση του Κώδικα Νόμων για το Ελεγκτικό Συνέδριο» (Φ.Ε.Κ. Α' 52/28.02. 2013), όπως τροποποιήθηκε και ισχύει
- Τις διατάξεις του Ν. 3861/2010 (Φ.Ε.Κ.112/Α’/13-7-2010) “Ενίσχυση της διαφάνειας με την υποχρεωτική ανάρτηση νόμων και πράξεων των κυβερνητικών, διοικητικών και αυτοδιοικητικών οργάνων στο διαδίκτυο “Πρόγραμμα Διαύγεια” και άλλες διατάξεις
- Τις διατάξεις του ΠΔ 80/2016 (ΦΕΚ α' 145) «Ανάληψη Υποχρεώσεων από τους Διατάκτες»
- Τις διατάξεις του άρθρου 4 παρ. 3 του Ν. 3548/07 «Καταχώρηση

δημοσιεύσεων των φορέων του Δημοσίου στο νομαρχιακό και τοπικό Τύπο και άλλες διατάξεις.

- Τον Ν. 3469/2006 (ΦΕΚ Α'131) « Εθνικό Τυπογραφείο, Εφημερίς της Κυβερνήσεως και άλλες διατάξεις»
- Τον Ν. 4152/2013 «Επείγοντα μέτρα εφαρμογής των Νόμων 4046/2012, 4093/2012 4127/2013»
- Τον Ν. 4155/2013 «Εθνικό Σύστημα Ηλεκτρονικών Δημοσίων Συμβάσεων και άλλες διατάξεις», όπως τροποποιήθηκε κι ισχύει.
- Το άρθρο 4 της Πράξης Νομοθετικού Περιεχομένου που δημοσιεύτηκε στο ΦΕΚ 240/12-12-2012 τεύχος Α', που κυρώθηκε με τον Νόμο 4111/2013.
- Το Ν. 4013/2011 (ΦΕΚ 204/Α'/15-9-2011) “Σύσταση ενιαίας Ανεξάρτητης Αρχής Δημοσίων Συμβάσεων και Κεντρικού Ηλεκτρονικού Μητρώου Δημοσίων Συμβάσεων – Αντικατάσταση του έκτου κεφαλαίου του ν. 3588/2007 (πτωχευτικός κώδικας)– Προπτωχευτική διαδικασία εξυγίανσης και άλλες διατάξεις” και τη σχετική αριθμ.Π1/2380/18-12-2012 ΚΥΑ, όπως τροποποιήθηκε και ισχύει.
- Τον Ν. 4250/2014 (ΦΕΚ74Α') "Διοικητικές Απλουστεύσεις-Καταργήσεις, Συγχωνεύσεις Νομικών Προσώπων και Υπηρεσιών Δημόσιου Τομέα- Τροποποίηση διατάξεων του Π.Δ.318/1992 (Α' 161) και λοιπές ρυθμίσεις"
- Τον Ν. 4270/2014 «Αρχές δημοσιονομικής διαχείρισης και εποπτείας (Ενσωμάτωση της Οδηγίας 2011/85/ΕΕ – δημόσιο λογιστικό και άλλες διατάξεις
- Το Ν.4172/2013 «Φορολογία εισοδήματος, επείγοντα μέτρα εφαρμογής του ν.4046/2012, του ν.4093/2012 και του ν.4127/2013 και άλλες διατάξεις» (Φ.Ε.Κ.167/Α'/23-7-2013) άρθρο 64 σχετικά με τους συντελεστές παρακράτησης φόρου
- Τον 2859/2000 (Α' 248) Κύρωση Φόρου Προστιθεμένης Αξίας
- Την Υ.Α. Π1/2390/16-10-2013 (ΦΕΚ 2677/Β/21-10-2013) «Τεχνικές λεπτομέρειες και διαδικασίες λειτουργίας του Εθνικού Συστήματος Ηλεκτρονικών Δημοσίων Συμβάσεων (Ε.Σ.Η.ΔΗ.Σ.)».
- Το Ν. 2690/1999 «Κύρωση Κώδικα Διοικητικής Διαδικασίας και άλλες διατάξεις».
- Τις διατάξεις του Ν. 3548/2007 «Καταχώρηση δημοσιεύσεων των φορέων του Δημοσίου στο νομαρχιακό και τοπικό Τύπο και άλλες διατάξεις» (Α' 68).
- Το Ν. 3886/2010 “Περί δικαστικής προστασίας κατά το στάδιο που προηγείται της σύναψης συμβάσεως δημοσίων έργων, κρατικών προμηθειών και υπηρεσιών, σύμφωνα με την οδηγία 89/665 ΕΟΚ.», όπως τροποποιήθηκε κι ισχύει.
- Τις διατάξεις του Π.Δ. 261/2007 “Για τη διαφάνεια στη διαφημιστική προβολή του Δημοσίου και του ευρύτερου δημοσίου τομέα από τα έντυπα και τα ηλεκτρονικά μέσα ενημέρωσης”
- Την με Α.Π. 514666/24.12.2014 εγκύκλιο ΕΟΤ με θέμα τη διαδικασία αρμοδιότητας παροχής σύμφωνης γνώμης σε προγράμματα και ενέργειες τουριστικής προβολής των Περιφερειών και των Δήμων, όπως εγκρίθηκε με την 195/27η συνεδρίαση/18.12.2014 του
- Την αριθ. Πρωτ 11824/29/11/2016 Παροχή Σύμφωνης Γνώμης του ΕΟΤ.
- Την με αριθμ. 5788/2016 εγκύκλιο ΕΟΤ με θέμα «Επικαιροποίηση της με Α.Π. 514666/24.12.2014 Εγκυκλίου που αφορά στην διαδικασία παροχής

σύμφωνης γνώμης σε προγράμματα και ενέργειες τουριστικής προβολής των Περιφερειών και των Δήμων της Χώρας.

- Τις διατάξεις του Ν. 3498/2006 όπως τροποποιήθηκε κι ισχύει.

### **Άρθρο 3ο: Συμβατικά στοιχεία**

Τα συμβατικά στοιχεία κατά σειρά ισχύος είναι:

- α. Το τιμολόγιο μελέτης
- β. Η συγγραφή υποχρεώσεων
- γ. Τεχνική περιγραφή –μελέτη

### **Άρθρο 4ο: Χρόνος εκτέλεσης του έργου**

Ο χρόνος εκτέλεσης του έργου είναι συνολικά 12 μήνες από την υπογραφή της Σύμβασης.

### **Άρθρο 5ο: Υποχρεώσεις του εντολοδόχου**

Είναι υποχρεωμένος για την καλή και σωστή εκτέλεση της υπηρεσίας.

### **Άρθρο 6ο: Υποχρεώσεις του εντολέα**

Είναι υποχρεωμένος για την παροχή όλων των μέσων και στοιχείων τα οποία κρίνονται απαραίτητα για την υλοποίηση της ανατιθέμενης υπηρεσίας.

### **Άρθρο 7ο: Ανωτέρα βία**

Ως ανωτέρα βία θεωρείται κάθε απρόβλεπτο και τυχαίο γεγονός που είναι αδύνατο να προβλεφθεί έστω και εάν για την πρόβλεψη και αποτροπή της επέλευσης του καταβλήθηκε υπερβολική επιμέλεια και επιδείχθηκε η ανάλογη σύνεση. Ενδεικτικά γεγονότα ανωτέρας βίας είναι εξαιρετικά και απρόβλεπτα φυσικά γεγονότα, πυρκαγιά που οφείλεται σε φυσικό γεγονός ή σε περιστάσεις για τις οποίες ο εντολοδόχος ή ο εντολέας είναι ανυπαίτιοι, αιφνιδιαστική απεργία προσωπικού, πόλεμος, ατύχημα, αιφνίδια ασθένεια του προσωπικού του εντολοδόχου κ.α. στην περίπτωση κατά την οποία υπάρξει λόγος ανωτέρας βίας ο εντολοδόχος οφείλει να ειδοποιήσει αμελλητί τον εντολέα και να καταβάλει κάθε δυνατή προσπάθεια σε συνεργασία με το άλλο μέρος για να υπερβεί τις συνέπειες και τα προβλήματα που ανέκυψαν λόγω της ανωτέρας βίας.

Ο όρος περί ανωτέρας βίας εφαρμόζεται ανάλογα και για τον εντολέα προσαρμοζόμενος ανάλογα.

### **Άρθρο 8ο: Αναθεώρηση τιμών**

Οι τιμές δεν υπόκεινται σε καμία αναθεώρηση για οποιονδήποτε λόγο ή αιτία, αλλά παραμένουν σταθερές και αμετάβλητες.

### **Άρθρο 9ο: Τρόπος πληρωμής**

Για την παροχή των παραπάνω υπηρεσιών η αμοιβή του εντολοδόχου καθορίζεται σε **350.000,00** ευρώ, συμπεριλαμβανομένου του ΦΠΑ 24%, μείον το ποσοστό έκπτωσης επί του ποσού αυτού, για το διάστημα ισχύος της εντολής. Η καταβολή του ως άνω ποσού γίνεται ύστερα από έκδοση σχετικού δελτίου παροχής υπηρεσιών του εντολοδόχου και ανάλογα με την παράδοση των εργασιών.

Στο ποσό της αμοιβής συμπεριλαμβάνονται οι βαρύνοντες τον εντολοδόχο φόροι και βάρη. Η αμοιβή δεν υπόκειται σε καμία αναθεώρηση για οποιοδήποτε λόγο και αιτία και παραμένει σταθερή και αμετάβλητη καθ' όλη την διάρκεια ισχύος της εντολής.

Το ποσό θα καλυφθεί κατά 190.000,00 ευρώ σε βάρος του **Κ.Α.Ε.** 00-6142.0004 προϋπολογισμού οικονομικού έτους 2017 και 160.000,00 ευρώ από τον αντίστοιχο **Κ.Α.Ε.** προϋπολογισμού οικονομικού έτους 2018 με τη διαδικασία της έγκρισης πολυετούς δαπάνης.

### **Άρθρο 10ο: Φόροι, τέλη, κρατήσεις**

Ο εντολοδόχος σύμφωνα με τις ισχύουσες διατάξεις βαρύνεται με όλους ανεξαιρέτως τους φόρους, τέλη, δασμούς και εισφορές υπέρ του δημοσίου, δήμων και κοινοτήτων ή τρίτων που ισχύουν κατά την ημέρα της δημοπρασίας.

### **Άρθρο 11ο: Επίλυση διαφορών**

Οι διαφορές που θα εμφανισθούν κατά την εφαρμογή της σύμβασης, επιλύονται σύμφωνα με τις ισχύουσες διατάξεις.

Μύκονος, 05-05-2017

ΣΥΝΤΑΧΘΗΚΕ

ΘΕΩΡΗΘΗΚΕ

ΕΛΕΝΗ ΣΚΑΓΙΑ

Ο ΑΝΑΠΛ. ΠΡΟΪΣΤ. ΔΙΕΥΘΥΝΣΗΣ  
ΤΕΧΝΙΚΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ

ΠΟΛΙΤΙΚΟΣ ΜΗΧΑΝΙΚΟΣ

ΚΑΣΤΟΡΙΝΗΣ ΑΝΤΩΝΙΟΣ  
ΠΕ 4 ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΩΝ - ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ