



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
 ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ,
 ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
 ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
 ΓΕΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΠΡΟΒΟΛΗΣ
 ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ
 Τμήμα Εκδόσεων και Οπτικοακουστικών Μέσων
 Πληροφορίες : Π.Βραχάτη
 Τηλέφωνο : 210 8707 084
 E-mail: vrachati_p@gnto.gr

Αθήνα, 20.5.2016

Αριθ. Πρωτ. 5788

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.

Α Π Ο Φ Α Σ Η
Ο ΓΕΝΙΚΟΣ ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ ΤΟΥ Ε.Ο.Τ.

Έχοντας υπόψη :

1. Τις διατάξεις του Α.Ν. 1565/1950 «Περί συστάσεως του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού» όπως κυρώθηκε από τον Ν. 1624/1951, και με τις μεταγενέστερες τροποποιήσεις, ισχύει σήμερα.
2. Το Β.Δ. της 24/29.04.1952 (Φ.Ε.Κ. 119/Α'), περί εγκρίσεως του Οικονομικού Κανονισμού του Ε.Ο.Τ., όπως τροποποιήθηκε και συμπληρώθηκε με την α.π. 539764/8-9-1976 Υ.Α. (ΦΕΚ 1304/Β) την Υ.Α. 537955/126/20-11-1987 (ΦΕΚ 720/Β) και την με Α.Π. 504904/08.12.2011 εγκύκλιο της Διεύθυνσης Οικονομικών Υπηρεσιών του Ε.Ο.Τ., με θέμα «Οδηγίες για την λογιστική, διαχειριστική και οικονομική οργάνωση των Γραφείων Ε.Ο.Τ. Εξωτερικού».
3. Τον Ν. 2160/1993 (Φ.Ε.Κ. 29/Α/10.02.2003) «Ρυθμίσεις για τον Τουρισμό και άλλες διατάξεις», όπως τροποποιήθηκε και ισχύει σήμερα.
4. Τον Ν.3861 /2010 (ΦΕΚ 112/13-7-10) « Πρόγραμμα Διαύγεια» και άλλες διατάξεις.
5. Το Π.Δ. 343/2001(Φ.Ε.Κ. 231/Α'/11.10.2001) «Οργανισμός διάρθρωσης των Υπηρεσιών του «Ε. Ο. Τ.» όπως ισχύει σήμερα.
6. Τον Ν. 3756/2009 άρθρο 37 (Φ.Ε.Κ. 53/Α'/30.12.2009 «Ρυθμίσεις για τα Όργανα Διοίκησης του Ε.Ο.Τ.» σε συνδυασμό με το Ν. 3878/2010 (Φ.Ε.Κ. 161/Α'/20.09.2010), κεφάλαιο Β' «Ρυθμίσεις για τα όργανα Διοίκησης του Ε.Ο.Τ.» άρθρο 6.
7. Το Π.Δ. 113/2010 (Φ.Ε.Κ. 192/Α'/22.11.2010) περί ανάληψης υποχρεώσεων από τους διατάκτες.
8. Τον Ν. 4049/2012 (Φ.Ε.Κ. 35/Α'/23.02.2012) «Αντιμετώπιση της βίας στα γήπεδα, του Ντόπινγκ, των προσυνηνομένων αγώνων και λοιπές διατάξεις, Κεφάλαιο Δ' - Λοιπές διατάξεις» α) επαναφέρονται σε ισχύ οι διατάξεις των άρθρων 23 και 24 και 25 έως και 32 του Π. Δ. 343/2001 οι οποίες αφορούν στην ίδρυση και λειτουργία των Γραφείων Εξωτερικού ως Υπηρεσιών του Ε.Ο.Τ., όπως τροποποιούνται με τα άρθρα 27-33 του παρόντος νόμου, β) επιτρέπεται με απόφαση του Γενικού Γραμματέα Ε.Ο.Τ. η έκδοση ενταλμάτων προπληρωμής στο όνομα μόνιμων υπαλλήλων προκειμένου για την αποστολή χρηματικών εμβασμάτων στα Γραφεία Ε.Ο.Τ. Εξωτερικού (άρθρο 34 παρ.1).
9. Τον Ν. 4179/2013 (Φ.Ε.Κ. 175Α/08.08.2013) «Απλούστευση διαδικασιών για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας στον τουρισμό, αναδιάρθρωση του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού και λοιπές διατάξεις», στο άρθρο 15 «Ανασυγκρότηση Γραφείων Εξωτερικού

- Ε.Ο.Τ., τουριστικοί εντεταλμένοι και ρύθμιση θεμάτων λειτουργίας Γραφείων Εξωτερικού Ε.Ο.Τ.» τροποποιούνται τα άρθρα 23, 25 και 30 του 343/2001 (Φ.Ε.Κ. Α'231).
10. Το άρθρο 2 παρ. 1α και άρθρο 4 παρ. 7β του Ν. 3270/2004 (Φ.Ε.Κ. 187/Α) «Αρμοδιότητες του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης και θέματα Τουρισμού», όπως ισχύει.
 11. Την ανάληψη υποχρεώσεων σύμφωνα με το άρθρο 66 του Ν. 4270/14 (ΦΕΚ 143/Α), όπως αντικαταστάθηκε με την παρ. 21 του άρθρου 10 του Ν. 4337/2015 (ΦΕΚ 129/Α).
 12. Την υπ' αριθμ.22857/06-11-2015 (ΦΕΚ 793/ΥΟΔΔ/06.11.2015) Απόφαση του Υπουργού και της Αναπληρώτριας Υπουργού Οικονομίας, Ανάπτυξης & Τουρισμού περί διορισμού Γενικού Γραμματέα Ε.Ο.Τ.
 13. Το Π.Δ. 70 (Φ.Ε.Κ. 114/Α'/22.09.2015) «Ανασύσταση των Υπουργείων Πολιτισμού και Αθλητισμού, Υποδομών, Μεταφορών και Δικτύων, Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων. Ανασύσταση του Υπουργείου Ναυτιλίας και Αιγαίου και μετονομασία του σε Υπουργείο Ναυτιλίας και Νησιωτικής Πολιτικής. Μετονομασία του Υπουργείου Πολιτισμού, Παιδείας και Θρησκευμάτων σε Υπουργείο Παιδείας, Έρευνας και Θρησκευμάτων, του Υπουργείου Οικονομίας, Υποδομών, Ναυτιλίας και Τουρισμού σε Υπουργείο Οικονομίας, Ανάπτυξης και Τουρισμού και του Υπουργείου Παραγωγικής Ανασυγκρότησης, Περιβάλλοντος και Ενέργειας σε Υπουργείο Περιβάλλοντος και Ενέργειας. Μεταφορά Γενικής Γραμματείας Βιομηχανίας στο Υπουργείο Οικονομίας, Ανάπτυξης και Τουρισμού».
 14. Το Π.Δ. 73 (Φ.Ε.Κ. 116/Α'/23.09.2015) «Διορισμός Αντιπροέδρου της Κυβέρνησης, Υπουργών, Αναπληρωτών Υπουργών και Υφυπουργών».
 15. Την Απόφαση 45 /ΦΕΚ 2587/01.12.2015 περί μεταβίβασης αρμοδιοτήτων στον Γενικό Γραμματέα Ε.Ο.Τ.
 16. Την υπ' αριθμ.25222/07-12-2015 (ΦΕΚ 895/ΥΟΔΔ/07.12.2015) Απόφαση του Υπουργού και της Αναπληρώτριας Υπουργού Οικονομίας, Ανάπτυξης & Τουρισμού Προέδρου ΔΣ ΕΟΤ και την σχετική διορθωτική πράξη (ΦΕΚ 896/ΥΟΔΔ/08.12.2015).
 17. Την με Α.Π. 176/Συν. 25^η/09.09.2013 Απόφαση του Δ.Σ./Ε.Ο.Τ. και την με Α.Π. 514876/24.10.2013 (ΑΔΑ : ΒΛΛΤ469ΗΙΖ-ΩΔΒ) Απόφαση Γ.Γ./Ε.Ο.Τ., με την οποία εγκρίθηκε η Στρατηγική Προώθησης και Προβολής του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού για την τριετία 2014 – 2015 – 2016.
 18. Το άρθρο 30 του Ν. 3498/2006 (ΦΕΚ 230/Α') όπως αυτό αντικαταστάθηκε με το άρθρο 46 του Ν. 4276/2014 (ΦΕΚ 155 Α'), «Απλούστευση διαδικασιών λειτουργίας τουριστικών επιχειρήσεων και τουριστικών υποδομών, ειδικές μορφές τουρισμού και άλλες διατάξεις».
 19. 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 195/27^η συνεδρίαση/18.12.2014 του ΔΣ του ΕΟΤ.
 20. Την ανάγκη επικαιροποίησης και συμπλήρωσης της με Α.Π. 514666/24.12.2014 εγκυκλίου ΕΟΤ με στόχο την αποτελεσματικότερη συνεργασία του ΕΟΤ με τις Περιφέρειες και τους Δήμους της Χώρας στο αντικείμενο της τουριστικής προβολής.
 21. Την υπ' αριθμ. 27/21.4.2016 Απόφαση Δ.Σ. ΕΟΤ.

Α Π Ο Φ Α Σ Ι Ζ Ε Ι

Εγκρίνει :

1. Την επικαιροποίηση της Εγκυκλίου ΕΟΤ με Α.Π. 514666/24.12.2014.
2. Την έγκριση του συνημμένου σχεδίου Εγκυκλίου, η οποία θα λειτουργεί συμπληρωματικά στην αρχικώς εγκεκριμένη με Α.Π. 514666/24.12.2016.

3. Την εξουσιοδότηση του Γενικού Γραμματέα ΕΟΤ για την υπογραφή της Εγκυκλίου και την ρύθμιση όλων των συναφών θεμάτων για την υλοποίησή της, όπως τροποποίηση, συμπλήρωση και ό,τι άλλο απαιτείται για τον άριστο συντονισμό των Περιφερειών και ΟΤΑ της Χώρας, στον τομέα της τουριστικής προβολής.

4. Την εξουσιοδότηση του Γενικού Γραμματέα ΕΟΤ για την έγκριση των ετησίων προγραμμάτων τουριστικής προβολής κάθε Περιφέρειας, ΟΤΑ κ.λπ και την τροποποίησή τους όταν αυτή απαιτείται.

5. Την εξουσιοδότηση της αρμόδιας Δ/σης Έρευνας Αγοράς και Διαφήμισης ΕΟΤ για την έγκριση των επιμέρους δράσεων, τον έλεγχο του υλικού προώθησης και προβολής, την ανταλλαγή τεχνογνωσίας με τις αντίστοιχες διοικητικές μονάδες των Περιφερειών και των ΟΤΑ της Χώρας και την αξιολόγηση των αποτελεσμάτων των ως άνω προγραμμάτων.

Ο ΓΕΝΙΚΟΣ ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ ΤΟΥ ΕΟΤ

ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΤΡΥΦΩΝΟΠΟΥΛΟΣ

Εσωτερική Διανομή

-Γραφείο Γ.Γ. ΕΟΤ

-Δ/ση – Τμήμα



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
 ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ,
 ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
 ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
 ΓΕΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΠΡΟΒΟΛΗΣ
 ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ
 Τμήμα Εκδόσεων και Οπτικοακουστικών Μέσων
 Πληροφορίες : Π.Βραχάτη
 Τηλέφωνο : 210 8707 084
 E-mail: vrachati_p@gnto.gr

Αθήνα, 20.5.2016

Αριθ. Πρωτ. 5788

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.

ΙΣΤΟΡΙΚΟ :

Στο πλαίσιο της εφαρμογής των διατάξεων του ν. 4276/14 άρθρο 46, και σε συνέχεια της 195/Συνεδρίαση 27^η/18.12.2014 απόφασης του ΔΣ του ΕΟΤ η Δ/ση Έρευνας Αγοράς & Διαφήμισης, συνέταξε την υπ'αριθμ. 514666/24.12.2014 Εγκύκλιο που συνιστά δέσμη οδηγιών και κατευθύνσεων προς τις Περιφέρειες τους Δήμους και όλους τους φορείς της τοπικής Αυτοδιοίκησης προκειμένου να ασκήσουν αποτελεσματικά την αρμοδιότητα της τουριστικής προβολής της επικράτειάς τους

Στην συνέχεια, η Δ/ση Έρευνας Αγοράς και Διαφήμισης κατέγραψε την ανάγκη να επικαιροποιηθεί η ως άνω Εγκύκλιος με στόχο την απρόσκοπτη και ουσιαστική συνεργασία του ΕΟΤ με τις Περιφέρειες και τους ΟΤΑ της Χώρας, και με την υπ' αριθμ. 27/21.4.2016 Απόφαση Δ.Σ ΕΟΤ, εγκρίθηκε σχέδιο Εγκυκλίου, η οποία θα λειτουργεί συμπληρωματικά στην αρχικώς εγκεκριμένη με Α.Π. 514666/24.12.2016, ως εξής:

1. ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ

Υπενθυμίζεται ότι οι φορείς οφείλουν να υποβάλουν στον ΕΟΤ έγκαιρα (εντός του τελευταίου τριμήνου κάθε έτους και σε κάθε περίπτωση όχι πέραν του πρώτου διμήνου του επόμενου έτους) για επεξεργασία το σχέδιο του προγράμματός τους για το επόμενο έτος.

Προκειμένου να αξιολογηθεί το νέο πρόγραμμα, ο κάθε φορέας υποχρεούται στο ίδιο ως άνω χρονικό διάστημα, είτε με το ίδιο έγγραφο, είτε με ξεχωριστό, να υποβάλει τον απολογισμό των δράσεων του προγράμματος του προηγούμενου έτους, από τον οποίο θα προκύπτουν τα αποτελέσματα και η αξιολόγηση της κάθε Αρχής για κάθε δράση που είχε επιλεγεί.

Το νέο πρόγραμμα θα περιλαμβάνει το σύνολο των ενεργειών προβολής του κάθε φορέα, είτε αυτές θα υλοποιηθούν με αυτεπιστασία είτε με ανάδοχο και θα αναλύει τους βασικούς άξονες (π.χ. συμμετοχή σε εκθέσεις, σχεδιασμός εντύπων κα), το χρονοδιάγραμμα και συγκεκριμένες ενέργειες, **εκ των προτέρων, όπου αυτό είναι εφικτό. Το πρόγραμμα συνοδεύεται από συνολικό, αλλά και αναλυτικό προϋπολογισμό για κάθε άξονα δράσεων.** Εάν δεν έχει ολοκληρωθεί η έγκριση του προϋπολογισμού από την Οικονομική Επιτροπή κάθε φορέα, αυτός υποβάλλεται ενδεικτικά.

Εξυπακούεται ότι όλες οι αναθέσεις και οι συμβάσεις οφείλουν να καταρτίζονται σύμφωνα με τις κείμενες διατάξεις και μέσα από διαφανείς και νόμιμες διαδικασίες.

Ο φορέας θα αποστέλλει το αίτημα του, το οποίο θα πρέπει να συνοδεύεται **απαραιτήτως** από την απόφαση του δημοτικού/περιφερειακού συμβουλίου καθώς και από τις τελικές μακέτες του

σχετικού υλικού οποιασδήποτε μορφής (εκδόσεις εντύπων, καταχωρήσεων, ραδιοφωνικών σποτ, βίντεο, κλπ) **εκ των προτέρων, όπου αυτό είναι εφικτό**. Στην περίπτωση που δεν υπάρχουν τελικές μακέτες, πρέπει να αποστέλλεται στο μέλλον ξεχωριστό αίτημα, συνοδευόμενο από τη σχετική μακέτα, για παροχή σύμφωνης γνώμης.

Η αρμόδια υπηρεσία του ΕΟΤ εφόσον μετά από μελέτη κρίνει ότι η πρόταση συνάδει με την στρατηγική επικοινωνίας του ΕΟΤ, παρέχει τη σύμφωνη γνώμη της.

Στην περίπτωση που στο ετήσιο πρόγραμμα τουριστικής προβολής που κατατίθεται, εξειδικεύονται οι επιμέρους ενέργειες/δράσεις που θα λάβουν χώρα (περιλαμβάνοντας τουλάχιστον το είδος της ενέργειας, την σκοπιμότητα και πιθανή ημερομηνία πραγματοποίησης της, ενδεικτικό κόστος, τελικές μακέτες υλικού) και εγκριθεί αυτό, δεν απαιτείται για τις επιμέρους ενέργειες άλλη έγκριση από τον ΕΟΤ.

Ειδικότερα, για τους φορείς που έχουν εντάξει δράσεις τουριστικής προβολής σε ευρωπαϊκά προγράμματα π.χ. LEADER, επισημαίνεται, ότι το αίτημα τους για παροχή σύμφωνης γνώμης πρέπει να συνοδεύεται απαραίτητως από α) την Απόφαση Δημοτικού Συμβουλίου για την ένταξη τους σε ευρωπαϊκό πρόγραμμα, β) Το Τεχνικό Δελτίο της Πράξης που υλοποιείται, όπου θα περιγράφονται τα παραδοτέα και ο προϋπολογισμός τους.

Μετά την παροχή σύμφωνης γνώμης για την ένταξη του φορέα σε πρόγραμμα Leader, κάθε παραδοτέο πρέπει να αποστέλλεται με ξεχωριστό αίτημα, συνοδευόμενο από τη σχετική μακέτα, για παροχή σύμφωνης γνώμης.

Τέλος, αιτήματα που αφορούν σε ανάθεση σε φυσικό ή νομικό πρόσωπο, της σύνταξης προγράμματος προβολής, στρατηγικής, ή δημοσίων σχέσεων του Δήμου / Περιφέρειας, θα πρέπει να συνοδεύονται από το σχετικό αναλυτικό κατά περίπτωση πλάνο της αναδόχου εταιρείας καθώς και να αναφέρουν τον προβλεπόμενο προϋπολογισμό.

Το αρχικό πρόγραμμα κάθε φορέα εγκρίνεται από τον Γενικό Γραμματέα ΕΟΤ, ενώ τις κάθε είδους τροποποιήσεις ή εγκρίσεις επιμέρους δράσεων, εγκρίνει η Διεύθυνση Έρευνας Αγοράς και Διαφήμισης του ΕΟΤ, κατόπιν σχετικής εξουσιοδότησης από τον Γενικό Γραμματέα ΕΟΤ. Για την ενδεχόμενη οιαδήποτε τροποποίηση των ενοτήτων δράσεων του αρχικά εγκριθέντος προγράμματος, σημειώνεται ότι απαιτείται σχετική τεκμηρίωση. Σε καμιά περίπτωση, τα προγράμματα δεν θα πρέπει να τροποποιούνται σε βαθμό που θα καθιστά άνευ αντικειμένου την όλη διαδικασία της έγκρισης.

Για την κατάρτιση του προγράμματος τουριστικής προβολής, οι φορείς οφείλουν να λάβουν υπόψη τους τις νέες διεθνείς τάσεις, αλλά και τα εργαλεία του σύγχρονου μάρκετινγκ προορισμών και ειδικότερα του ψηφιακού μάρκετινγκ. Η επιλογή κάθε δέσμης δράσεων, όπως η επιλογή νέων εργαλείων για την προβολή ενός προορισμού, αλλά και νέων αγορών-στόχων, οφείλει να είναι αναλυτική, εμπειριστατωμένη και επαρκώς τεκμηριωμένη, κατά τρόπο τέτοιο που να προκύπτει η αποτελεσματικότητά της σε σχέση με την κάλυψη των αναγκών του κάθε προορισμού.

Για το λόγο αυτό, συστήνουμε στους φορείς να περιλαμβάνουν στο υπό έγκριση πρόγραμμά τους, τουλάχιστον τα βασικά τουριστικά μεγέθη της προηγούμενης περιόδου για τον προορισμό τους, ανάλυση ανά χώρα προέλευσης, βασική ανάλυση της ζήτησης καθώς και της προσφοράς του προορισμού σε επίπεδο ανωδομής (αριθμός και είδος καταλυμάτων ανά κατηγορία) και ειδικής τουριστικής υποδομής, καθώς και κάθε άλλη πληροφορία που διαθέτουν και εξυπηρετεί την αιτιολόγηση της επιλογής των δράσεών τους.

Υπενθυμίζεται εκ νέου, ότι ο ΕΟΤ βρίσκεται στη διάθεση των περιφερειακών και δημοτικών Αρχών, προκειμένου, να προσφέρει, τεχνογνωσία, οδηγίες και κατευθύνσεις, ως προς τη σύνταξη του

προγράμματος προβολής, την επιλογή των δράσεων και των κατάλληλων ανά δράση εργαλείων για κάθε προορισμό.

2. ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΖΗΤΗΜΑΤΑ ΕΓΚΡΙΣΕΩΝ ΑΝΑ ΔΡΑΣΗ ΚΑΙ ΕΡΓΑΛΕΙΟ ΠΡΟΒΟΛΗΣ

2.1. ΠΕΡΙΠΤΕΡΑ ΔΙΕΘΝΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΚΘΕΣΕΩΝ

Για την παροχή της σύμφωνης γνώμης του ΕΟΤ, απαιτείται η υποβολή της μακέτας του περιπτερού συμμετοχής στην κάθε έκθεση, με πλήρη αποτύπωση των φωτογραφικών θεμάτων και λογοτύπησή τους, τόσο με το λογότυπο του συμμετέχοντα όσο και του ΕΟΤ.

Δεν απαιτείται η υποβολή μακέτας περιπτερού όταν ο φορέας συμμετέχει στο περίπτερο του ΕΟΤ, καθ' όλο το χρονικό διάστημα του ισχύοντος αρχιτεκτονικού σχεδιασμού των περιπτέρων του Οργανισμού.

Διευκρινίζουμε ότι, το κάθε είδους προωθητικό και διαφημιστικό υλικό (π.χ. έντυπα φυλλάδια, χάρτες, DVD, κλπ) το οποίο διανέμεται κατά τη διάρκεια των εκθέσεων, θα πρέπει να έχει την προηγούμενη σύμφωνη γνώμη του ΕΟΤ.

2.2. ΔΡΑΣΕΙΣ Β2Β, ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑΣ ΚΑΙ ΑΛΛΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑΣ

Για τη διοργάνωση δράσεων Β2Β, εκθέσεων φωτογραφιών και κάθε είδους συναφών δράσεων εξωστρέφειας, η παροχή σύμφωνης γνώμης απαιτείται, μόνο για την υλοποίηση της ενέργειας, καθώς και για το επικοινωνιακό υλικό της δράσης (προσκλήσεις, αφίσες, τυχόν υλικό προς διανομή κλπ).

2.3. ΔΕΝ ΑΠΑΙΤΕΙΤΑΙ ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΗ ΣΥΜΦΩΝΗ ΓΝΩΜΗ:

- Για τις ενέργειες μεταφοράς εντύπων και γενικότερα υλικού προώθησης που θα χρησιμοποιηθεί για τους σκοπούς της τουριστικής προβολής στο πλαίσιο εκθέσεων και εκδηλώσεων
- Για τα δώρα και γενικά τα αντικείμενα φιλοφρονήσεων (usb sticks, κονκάρδες, στυλό, μολύβια, ημερολόγια, τσάντες, σακούλες, θήκες tablet, κλπ.), τα οποία προσφέρονται σε τουριστικούς παράγοντες και πρόσωπα, προκειμένου να ενισχύσουν τη διαδικασία προβολής του ελληνικού τουρισμού.
- Για επανεκτυπώσεις προωθητικού και διαφημιστικού υλικού και μόνο στις περιπτώσεις που το έντυπο δεν υφίσταται τροποποιήσεις, αλλαγές, προσθήκες κλπ. Στην αντίθετη περίπτωση που το έντυπο τυγχάνει επικαιροποίησης, είναι απαραίτητη η προηγούμενη σύμφωνη γνώμη του ΕΟΤ.
- Για την πραγματοποίηση ημερίδων και εκδηλώσεων στις οποίες δεν διανέμεται διαφημιστικό υλικό, καθώς και στις περιπτώσεις που οι εκδηλώσεις αυτές δεν διοργανώνονται από τους ίδιους τους φορείς.
- Για τις υπηρεσίες περιήγησης και ξενάγησης ομάδων επισκεπτών.
- Για τις ενέργειες φιλοξενίας, σίτισης και μεταφοράς τουριστικών παραγόντων και δημοσιογράφων που σχετίζονται με την προώθηση του τουρισμού. Σημειώνεται ότι για τον προγραμματισμό και σχεδιασμό ταξιδιών εξοικείωσης από τις διάφορες αγορές-στόχους, το διεθνές δίκτυο των Γραφείων ΕΟΤ Εξωτερικού είναι στη διάθεσή σας για να διευκολύνει την υλοποίηση των δράσεων σας.
- Για τις Εκθέσεις/εκδηλώσεις πολιτιστικού ή αγροτικού ή άλλου χαρακτήρα και όχι αμιγώς τουριστικού ενδιαφέροντος, οι οποίες εξυπηρετούν έμμεσα την τουριστική προβολή και γενικότερα τις ενέργειες που δεν έχουν εξωστρεφή χαρακτήρα (όπως για παράδειγμα Χριστουγεννιάτικες εκδηλώσεις / εκδηλώσεις Αποκριάς / τοπικές αθλητικές εκδηλώσεις κ.α.). Απαραίτητη ωστόσο κρίνεται η γνωστοποίηση τους στον ΕΟΤ.

3. ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ.

3.1. ΜΕΤΑΦΡΑΣΕΙΣ ΥΛΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΣΕ ΑΛΛΕΣ ΓΛΩΣΣΕΣ.

Σοβαρή μέριμνα πρέπει να δοθεί στην συγγραφή και στην απόδοση των κειμένων σε άλλες γλώσσες και ιδιαίτερα στην ποιότητα της μετάφρασης. Αυτό κρίνεται απαραίτητο, διότι παρατηρήθηκε, ότι σε ορισμένες περιπτώσεις οι μεταφράσεις είναι στατικές και δεν αποτελούν απόδοση του κειμένου στην ξένη γλώσσα, αλλά κατά κυριολεξία μετάφραση, που δεν έχει το επιθυμητό αποτέλεσμα. Επειδή ο στόχος του πάσης φύσεως προωθητικού υλικού και ειδικότερα των φυλλαδίων, των αναρτημένων κειμένων και της αφήγησης των ταινιών, είναι η ενημέρωση του κοινού και η προσέλκυσή του στον προορισμό (ή η δημιουργία ζητήματος για τον προορισμό), η μετάφραση σε ξένες γλώσσες είναι πρωταρχικής σημασίας. Τα προωθητικά κείμενα πρέπει να γράφονται σε διαφημιστική γλώσσα, μοντέρνα, εύληπτη, και ευχάριστη στον αναγνώστη. Για τη σωστή απόδοση των προωθητικών κειμένων στις άλλες γλώσσες, ώστε αυτά να μην καθίστανται ανιαρά και αποτρεπτικά για τον αναγνώστη, η κάθε Αρχή οφείλει να επιλέγει έμπειρους κειμενογράφους και εξουσιοδοτημένους μεταφραστές προκειμένου τα παραδοτέα να αποτελούν ουσιαστικό εργαλείο επικοινωνίας και προώθησης.

Ο ΕΟΤ δεν προβαίνει σε διορθώσεις κειμένων, εξετάζει όμως στο πλαίσιο της αποστολής του, αν το επίπεδο της μετάφρασης, ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις της αγοράς – στόχου, και μπορεί να ζητήσει διορθώσεις, εάν κατά την κρίση του η ποιότητα της μετάφρασης είναι χαμηλή.

Εκτός από την απαραίτητη πιστοποίηση της επαγγελματικής ιδιότητας των μεταφραστών και των κειμενογράφων, κάθε Αρχή οφείλει να συνεκτιμήσει δείγμα προηγούμενου έργου τους.

3.2. ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ

Σε συνέχεια των οδηγιών της προηγούμενης Εγκυκλίου, επισημαίνουμε, ότι το οπτικοακουστικό υλικό (βίντεο/φωτογραφίες) είναι ουσιώδες για την προβολή κάθε προορισμού. Τόσο στα εργαλεία της παραδοσιακής διαφήμισης, όσο και στα νέα ψηφιακά εργαλεία (διαδίκτυο, ιστοσελίδες, μέσα κοινωνικής δικτύωσης) το κατάλληλο τεχνικά, καλαίσθητο και ελκυστικό οπτικοακουστικό υλικό, είναι το «κλειδί» για την αποτελεσματική προώθηση του μηνύματός σας.

Επιπλέον, οι φορείς οφείλουν να λάβουν υπόψη τους ότι το διαδίκτυο, το οποίο βρίσκεται στο κέντρο του σύγχρονου μάρκετινγκ, απαιτεί ειδική προσέγγιση, η οποία διαφοροποιείται από τις παραδοσιακές πρακτικές.

Κατά συνέπεια, είναι χρήσιμο για τον κάθε προορισμό που σχεδιάζει την παραγωγή διαφημιστικού βίντεο, να προβλέπει στα παραδοτέα του, α) διαφορετικές εκδοχές του βίντεο, (special/thematic versions) οι οποίες μπορούν να εστιάζουν σε ξεχωριστούς άξονες που συνθέτουν το τουριστικό προϊόν της εποχής και β) σύντομες διάρκειες (short versions) του αρχικού βίντεο, προκειμένου αυτές να έχουν διάχυση στο διαδίκτυο και να είναι ελκυστικές στους δυνητικούς τουρίστες.

Συγκεκριμένα, ως προς το β) αξίζει να επαναλάβουμε ότι βίντεο χρονικής διάρκειας έως 2 λεπτά θεωρείται η μέγιστη διάρκεια προβολής στο διαδίκτυο. Ειδικότερα, σύντομες διάρκειες των 15, 20 και 30 δευτερολέπτων είναι οι μόνες κατάλληλες για προβολή στα κοινωνικά δίκτυα, αλλά μπορούν να αξιοποιηθούν και ως τηλεοπτικό σποτ. Βίντεο μεγαλύτερης διάρκειας έως 5 λεπτά (τουριστική ταινία, μίνι ντοκυμαντέρ) μπορούν να αξιοποιηθούν στην ιστοσελίδα του προορισμού, αλλά και στο Youtube.

Τονίζουμε, ότι το βίντεο προβολής του προορισμού, οφείλει να είναι σύγχρονης τεχνολογίας και υψηλής ανάλυσης (μόνο high definition), να διέπεται από μία ενιαία αισθητική και να περιλαμβάνει τωρινά πλάνα του προορισμού και όχι πλάνα αρχείου, που δεν αποτυπώνουν τη σημερινή εικόνα της περιοχής. Στην περίπτωση που ο προϋπολογισμός δεν επαρκεί για μια σειρά γυρισμάτων που θα καλύπτουν όλο τον προορισμό, είναι προτιμότερο, να μειωθεί η διάρκεια του βίντεο και να μην υποβαθμισθεί η καλλιτεχνική ποιότητα.

3.3. ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΚΟ ΥΛΙΚΟ

Για την αποτελεσματική προβολή του κάθε προορισμού μέσω διαδικτύου κυρίως αλλά και μέσω των καναλιών της παραδοσιακής διαφήμισης είναι απαραίτητη η εξασφάλιση πλούσιου και σύγχρονου

τεχνοτροπίας φωτογραφικού υλικού, από επαγγελματία φωτογράφο. Η αξιοποίηση των φωτογραφιών του κοινού ή αυτών που αναρτώνται στα κοινωνικά δίκτυα δεν μπορεί να υποκαταστήσει την ανάγκη για επαγγελματικές φωτογραφίες που θα αποδίδουν με ελκυστικό τρόπο τα σημεία ενδιαφέροντος κάθε προορισμού. Ενδεικτικές προδιαγραφές για την προμήθεια φωτογραφικού υλικού μπορούν να είναι οι ακόλουθες:

Η ανάλυση των φωτογραφιών για **έντυπο** θα πρέπει, αναλόγως το μέγεθος του εντύπου και τον χώρο που αυτή καταλαμβάνει (σαλόνι, ολοσέλιδη ή μέρος της σελίδας), να είναι στα 300dpi με διαστάσεις τουλάχιστον 20 έως 30 εκ. στη μεγάλη της πλευρά. Παραδείγματος χάριν μια φωτογραφία για σαλόνι για έντυπο διαστάσεων Α4 θα πρέπει να είναι τουλάχιστον 40 εκ. στη μεγάλη της πλευρά (έτσι η ανάλυσή της θα πρέπει να είναι περίπου στα 5000x3000 pixels).

Αντίστοιχα για χρήση στο **internet** θα πρέπει να είναι στα 72dpi στις ανάλογες διαστάσεις (στο συγκεκριμένο παράδειγμα η ανάλυση κυμαίνεται περίπου στα 1200x750 pixels). Ιδανικά θα πρέπει το χρωματικό προφίλ για τις εκτυπώσεις να είναι CMYK και για internet RGB. Καλό θα ήταν επίσης να δοθεί προσοχή ώστε οι φωτογραφίες να μην έχουν υπερβολικά κορεσμένα και αλλοιωμένα-ψεύτικα χρώματα και να μην υπάρχει εμφανές μοντάζ (ένθεση για παράδειγμα κάποιου στοιχείου στην εικόνα που δεν θα μπορούσε να βρισκεται εκεί).

Κάθε φορέας οφείλει να εξασφαλίσει ότι οι φωτογραφίες είναι σύγχρονες και όχι παλαιού αρχείου (ιδανικά, τα θέματα θα πρέπει να έχουν φωτογραφηθεί εντός της τελευταίας 5ετίας), καθώς και ότι αποτυπώνουν τη σημερινή εικόνα των προορισμών, διότι διαφορετικά δεν εξυπηρετούν τον σκοπό της τουριστικής προβολής του προορισμού.

Αντίστοιχα, θα πρέπει να ληφθούν υπόψη και οι τυχόν μεταβολές του τοπίου σε παραλίες ή άλλους προορισμούς.

Κάθε φωτογραφία πρέπει να συνοδεύεται από αναλυτικά credits, που αναφέρουν το θέμα/την περιοχή/τη δραστηριότητα, τον Δήμο/ την Περιφέρεια και το όνομα του φωτογράφου.

Ενδεικτικά: Navagio Beach, Zakynthos island, Greece. Photo by...

Ο ΕΟΤ μπορεί ανάλογα με το ζητούμενο, να παράσχει αναλυτικές προδιαγραφές για εξειδικευμένη φωτογράφιση, όσων προορισμών επιθυμούν τη σχετική υποστήριξη.

Επιπλέον, δύναται κατόπιν συνεννόησης και διαθεσιμότητας, να υλοποιήσει επαγγελματική φωτογράφιση από φωτογράφο-υπάλληλο του Οργανισμού, προκειμένου, να αποκτήσει ο ενδιαφερόμενος προορισμός, σειρά φωτογραφιών κατάλληλων για χρήση σε έντυπα και διαδίκτυο, ελεύθερων πνευματικών δικαιωμάτων για χρήση από τον προορισμό και τον ΕΟΤ.

3.4. ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ

Βασική προϋπόθεση για την διάχυση του διαφημιστικού σας υλικού μέσω διαδικτύου, είναι η εξασφάλιση των πνευματικών και συγγενικών δικαιωμάτων για απεριόριστη χρονική διάρκεια και για προβολή σε όλον τον κόσμο. Είναι απαραίτητο ο κάθε φορέας που εκτελεί πρόγραμμα τουριστικής προβολής, να έχει διασφαλίσει για λογαριασμό του τα πνευματικά δικαιώματα φωτογραφιών, βίντεο και αμοντάριστων πλάνων, προκειμένου να είναι σε θέση να εξυπηρετεί την ζήτηση από διεθνή διαδικτυακά αλλά και τηλεοπτικά μέσα.

3.5. ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ

Σημαντικό ρόλο στην προβολή μέσω διαδικτύου, διαδραματίζουν τα κοινωνικά δίκτυα (social media). Ωστόσο η αποτελεσματική προβολή απαιτεί σχεδιασμό και συνέπεια στην διαμόρφωση και διαχείριση του κατάλληλου περιεχομένου. Λογαριασμοί σε social media, των οποίων το περιεχόμενο δεν είναι κατάλληλο για γι' αυτά, ή δεν ανανεώνεται καθημερινά, δεν προσθέτουν αξία στην αναγνωρισιμότητα του προορισμού σας. Επιπλέον, η αποτελεσματική χρήση των social media επιβάλλει οι λογαριασμοί να αλληλεπιδρούν με τους χρήστες και μέσω διάφορων εργαλείων να τους οδηγούν σε μια σύγχρονη, χρήσιμη και ελκυστική ιστοσελίδα, όπου μπορούν να ανατρέξουν σε περισσότερες πληροφορίες.

Κατά συνέπεια, ο κάθε προορισμός, πριν δημιουργήσει λογαριασμούς στα κοινωνικά δίκτυα, θα πρέπει να έχει φροντίσει για τη δημιουργία σύγχρονης ιστοσελίδας και κατάλληλου περιεχομένου,

το οποίο μετά θα αναρτάται στα κοινωνικά δίκτυα με συνέπεια, από ομάδα υπεύθυνη για την δημιουργία και επικαιροποίηση του περιεχομένου τόσο της ιστοσελίδας, όσο και των λογαριασμών κοινωνικών δικτύων.

Για την εξωστρέφεια του προορισμού σας και την αξιοποίηση του κοινού των social media θα πρέπει να δίνεται ιδιαίτερη προσοχή στη χρήση της αγγλικής γλώσσας και να αποφεύγονται τα συχνά λάθη, τα οποία μειώνουν την αξιοπιστία του λογαριασμού.

4.ΑΛΛΗΛΕΠΙΔΡΑΣΗ ΜΕ ΤΟ VISITGREECE.

Ιδιαίτερα σημαντική είναι η αλληλεπίδραση των ψηφιακών καναλιών επικοινωνίας των Περιφερειών και Δήμων της χώρας με το visitgreece. Ο ΕΟΤ λειτουργεί με ίδια μέσα και αυτοδιαχειρίζεται σελίδες του visitgreece σε όλα τα δημοφιλή κοινωνικά δίκτυα (facebook,twitter, instagram, Pinterest, YouTube, Google+, Flickr), ορισμένες εκ των οποίων έχουν βραβευθεί στην Ελλάδα αλλά και το εξωτερικό για τα εξαιρετικά αποτελέσματά τους και την απήχηση που έχουν σε όσους τις ακολουθούν. Επιπλέον, λειτουργεί και παράγει με ίδια μέσα περιεχόμενο για την ιστοσελίδα visitgreece.gr.

Η τροφοδότηση της επίσημης τουριστικής ιστοσελίδας της Ελλάδας, αλλά και των σελίδων στα κοινωνικά δίκτυα, με κατάλληλο διαφημιστικό υλικό παραγωγής των τοπικών φορέων, εξασφαλίζει πολλαπλά οφέλη τόσο για τους προορισμούς όσο και για τη χώρα συνολικά. Για το λόγο αυτό, ενθαρρύνουμε τους φορείς να παραχωρούν το υλικό τους για προβολή στο visitgreece, προκειμένου να βρίσκει αυτό απήχηση σε μια μεγάλης δυναμικής δεξαμενή δυνητικών τουριστών.

5. ΧΡΗΣΗ ΛΟΓΟΤΥΠΟΥ ΕΟΤ.

Για τη χρήση του λογότυπου του ΕΟΤ η οποία είναι **υποχρεωτική** σε όλη την επικοινωνία των Περιφερειών, ΟΤΑ κοκ (ιδιαίτερα δε σε ιστοσελίδες, έντυπα κλπ.), θα πρέπει να ακολουθούνται πιστά οι οδηγίες που αναφέρονται στο Brand Manual το οποίο είναι αναρτημένο στην εταιρική ιστοσελίδα του ΕΟΤ, <http://gnto.gov.gr/el/marketing>. Παρακαλούμε τους φορείς που είτε δεν έχουν ενσωματώσει, είτε δεν έχουν επικαιροποιήσει το λογότυπο του ΕΟΤ, να το πράξουν άμεσα.

6. ΕΓΚΑΙΡΗ ΥΠΟΒΟΛΗ ΑΙΤΗΜΑΤΩΝ ΣΥΜΦΩΝΗΣ ΓΝΩΜΗΣ.

Λαμβάνοντας υπόψη το γεγονός ότι δεν παρέχεται εκ των υστέρων σύμφωνη γνώμη του ΕΟΤ, το αίτημα του κάθε φορέα, καθώς και οι σχετικές μακέτες του εκάστοτε υλικού, θα πρέπει να υποβάλλονται **πριν από την υλοποίηση της δράσης**, ώστε να υπάρχει δυνατότητα τυχόν τροποποιήσεων και βελτιώσεων του προς παραγωγή προωθητικού υλικού.

Όλοι οι φορείς στους οποίους παρέχεται η σύμφωνη γνώμη του ΕΟΤ για την παραγωγή οποιασδήποτε φύσης διαφημιστικού και προωθητικού υλικού, υποχρεούνται να αποστέλλουν στον ΕΟΤ από ένα αντίτυπο του εκάστοτε παραγόμενου υλικού (π.χ. έντυπο φυλλάδιο, τουριστικός οδηγός, χάρτης, DVD, video, κλπ.).

Ο ΓΕΝΙΚΟΣ ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ ΤΟΥ ΕΟΤ

ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΤΡΥΦΩΝΟΠΟΥΛΟΣ