

Α Π Ο Σ Π Α Σ Μ Α

Του Πρακτικού αριθ. 18/2025 Συνεδρίασης της Περιφερειακής Επιτροπής της Περιφέρειας ΑΜΘ.

Αριθ. Απόφασης 359/2025

ΠΕΡΙΛΗΨΗ: Εισηγήση για την έγκριση εξειδίκευσης ποσού 37.138,00 ευρώ με Φ.Π.Α., των δαπανών της Δράσης έτους 2025 με τίτλο: «ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΑΚΗΣ (DESTINATION BRAND SYSTEM)», δια της Δ/σης Διά Βίου Μάθησης, Απασχόλησης, Εμπορίου και Τουρισμού.

Στην Κομοτηνή σήμερα στις **08-05-2025** ημέρα **Πέμπτη** και ώρα **11:00 π.μ.** πραγματοποιήθηκε με μεικτό τρόπο, διά ζώσης στο γραφείο 103 του Καταστήματος της Περιφερειακής Ενότητας Ροδόπης, 1ος όροφος, Λ. Δημοκρατίας 1, Κομοτηνή. και με τηλεδιάσκεψη, η **τακτική** συνεδρίαση της Περιφερειακής Επιτροπής της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας - Θράκης ύστερα από την **ΟΙΚ.ΠΑΜΘ/ΔΔ/145847/2540/2-5-2025** έγγραφη πρόσκληση του Προέδρου αυτής, που επιδόθηκε σε κάθε μέλος χωριστά, σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 177 του Ν. 3852/2010 (όπως τροποποιήθηκε και ισχύει).

Παρόντες ήταν: οι κ.κ.: 1) **Ευκαρπίδης Νικόλαος** Πρόεδρος της Περιφερειακής Επιτροπής, 2) **Ιγνατιάδης Στυλιανός** μέλος, 3) **Ισμαήλκο Φατήχ** μέλος, 4) **Οσμάν Πεχλιβάν Αχμέτ** αναπληρωματικό μέλος, 5) **Παυλακάκη Βασιλική** μέλος, 6) **Μολλά Ισά Ριτβάν** αναπληρωματικό μέλος, 7) **Δελησταμάτης Βασίλειος** μέλος, 8) **Μποδούρογλου Κατερίνα** αναπληρωματικό μέλος και 9) **Παπαεμμανουήλ Γρηγόριος** μέλος.

Απόντες ήταν οι: κ.κ. 1) **Μπαχαρίδου Φανή** μέλος, 2) **Κόντος Κωνσταντίνος** μέλος και 3) **Κουρτίδης Κωνσταντίνος** μέλος, οι οποίοι απουσίαζαν αν και κλήθηκαν νόμιμα.

Καθήκοντα Γραμματέα άσκησε η υπάλληλος της Περιφέρειας Αγγελική Γκουτζέρη. Αφού διαπιστώθηκε απαρτία σε σύνολο εννέα μελών, ήταν παρόντα τα εννέα μέλη, ο Πρόεδρος της Περιφερειακής Επιτροπής έθεσε υπόψη των μελών τα θέματα εκτός και ημερήσιας διάταξης.

Στη συνέχεια, αποφασίσθηκε, σύμφωνα με το άρθρο 168 του Ν.3852/2010 όπως τροποποιήθηκε και ισχύει, ομόφωνα από τα μέλη της περιφερειακής επιτροπής, η συζήτηση του δεύτερου εκτός ημερήσιας διάταξης θέματος.

ΑΠΟΦΑΣΗ 359: Εισηγούμενη το δεύτερο θέμα εκτός ημερήσιας διάταξης η Δ/ση Δια Βίου Μάθησης, Απασχόλησης, Εμπορίου και Τουρισμού της Π.Α.Μ.Θ. με το υπ' αριθμ. πρωτ.: 147490/376/05-05-2025 έγγραφο της, έθεσε υπόψη των μελών της επιτροπής τα εξής:

Έχοντας υπόψη:

1. Το Ν.3852/2010 (ΦΕΚ 87/Α'/07-06-2010) «Νέα Αρχιτεκτονική της Αυτοδιοίκησης και της Αποκεντρωμένης Διοίκησης – Πρόγραμμα Καλλικράτης», όπως τροποποιήθηκε και ισχύει.
2. Το Π.Δ. 144/23-12-2010 : «Οργανισμός της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης» (ΦΕΚ 237/ Α'/27-12-2010), όπως ισχύει.

3. Το Ν. 3861/2010 (ΦΕΚ 112/ Α΄/2010) «Ενίσχυση της διαφάνειας με την υποχρεωτική ανάρτηση νόμων και πράξεων των κυβερνητικών, διοικητικών και αυτοδιοικητικών οργάνων στο διαδίκτυο «Πρόγραμμα Διαύγεια» και άλλες διατάξεις», όπως τροποποιήθηκε και ισχύει.
4. Τα άρθρα 66 και 68 του Ν.4270/2014 (ΦΕΚ 143/Α/2014) «Αρχές δημοσιονομικής διαχείρισης και εποπτείας (ενσωμάτωση της Οδηγίας 2011/85/ΕΕ) & δημόσιο λογιστικό και άλλες διατάξεις», όπως τροποποιήθηκε και ισχύει.
5. Τις διατάξεις του ν. 4412/2016 (ΦΕΚ Α΄ 147) «Δημόσιες Συμβάσεις Έργων, Προμηθειών και Υπηρεσιών (προσαρμογή στις Οδηγίες 2014/24/ΕΕ και 2014/25/ΕΕ)» όπως ισχύει μετά την τροποποίησή του με τον Ν. 4782/21 (ΦΕΚ Α΄ 36 /09.03.21) «Εκσυγχρονισμός, απλοποίηση και αναμόρφωση του ρυθμιστικού πλαισίου των δημοσίων συμβάσεων, ειδικότερες ρυθμίσεις προμηθειών στους τομείς της άμυνας και της ασφάλειας και άλλες διατάξεις για την ανάπτυξη, τις υποδομές και την υγεία».
6. Την παρ. 2 του άρθρου 14 του Ν. 4625/2019 «Ρύθμιση οικονομικών θεμάτων ΟΤΑ» (ΦΕΚ 139/Α/31-8- 2019).
7. Τον υπ. αριθμ. 5056 ΦΕΚ Α 163/6.10.2023 «Αναμόρφωση του συστήματος διακυβέρνησης Οργανισμών Τοπικής Αυτοδιοίκησης α΄ και β΄ βαθμού, κατάργηση νομικών προσώπων δημοσίου δικαίου δήμων, παρακολούθηση επιδόσεων τοπικής αυτοδιοίκησης οικονομική και διοικητική διαχείριση οργανισμών τοπικής αυτοδιοίκησης, ευζωία των ζώων συντροφιάς, κατασκευή και αναβάθμιση λειτουργούντων χερσαίων συνοριακών σταθμών και λοιπές διατάξεις του Υπουργείου Εσωτερικών»
8. Την υπ΄ αρ. 144/2024 απόφαση του Περιφερειακού Συμβουλίου Α.Μ.Θ. «Έγκριση ετήσιου προγράμματος δράσης της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης έτους 2025» (ΑΔΑ 9Τ9Υ7ΛΒ-3ΓΡ) και τις τροποποιήσεις αυτής
9. Την υπ΄ αριθμ. 2/2024 απόφαση του Περιφερειακού Συμβουλίου Α.Μ.Θ. «Εκλογή μελών της Περιφερειακής Επιτροπής της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης»
10. Την αριθμ. οικ 1327/30-3-2016 (ΦΕΚ 1026/Β΄/13-4-2016) Απόφαση του Περιφερειάρχη Ανατολικής Μακεδονίας & Θράκης «Παροχή εξουσιοδότησης υπογραφής εγγράφων, αποφάσεων και άλλων πράξεων «ΜΕ ΕΝΤΟΛΗ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΡΧΗ» στους προϊσταμένους Γενικών Διευθύνσεων, Διευθύνσεων, Τμημάτων και Γραφείων της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας Θράκης» (ιδιαίτερα το άρθρο 50 αυτής,) όπως τροποποιήθηκε και ισχύει με την ΔΔ : οικ. 4099/14-6-2018 (ΦΕΚ 2696/Β΄/2018) απόφαση του Περιφερειάρχη Ανατολικής Μακεδονίας & Θράκης, όπως ισχύει.
11. Την υπ αριθμ. ΔΔ οικ 112736/2123/12-4-2023 (ΑΔΑ ΨΓ4Ω7ΛΒ-4Ψ2) απόφαση του Περιφερειάρχη ΑΜΘ με την οποία η Αικατερίνη Νικολαΐδου του Παντελή ορίστηκε και τοποθετήθηκε στη θέση του αν. προϊσταμένου της Δνσης Δια Βίου Μάθησης, Απασχόλησης, Εμπορίου και Τουρισμού της Περιφέρειας ΑΜΘ.
12. Το αρ. πρωτ. 57157/1103/9-5-2016 έγγραφο της Διεύθυνσης Αναπτυξιακού Προγραμματισμού της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας & Θράκης «2η Εσωτερική Εγκύκλιος ένταξης, διαχείρισης και παρακολούθησης έργων που σχεδιάζονται και υλοποιούνται σε όλη την Περιφέρεια Α.Μ.Θ., τα οποία εντάσσονται στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα της Π.Α.Μ.Θ και στα Ετήσια Προγράμματα Δράσης».
13. Την Κατευθυντήρια Οδηγία 25, ΘΕΜΑ: “Ζητήματα υπολογισμού της εκτιμώμενης αξίας σύμβασης σε περίπτωση υποδιαίρεσής της σε τμήματα. Εφαρμογή της παρέκκλισης του άρθρου 6 παρ. 10 ν. 4412/2016 (ΑΔΑ ΩΔΣΙΟΞΤΒ-92Ω)»
14. Το Ν. 5013/2023 (ΦΕΚ 12/Α/2023) «Πολυεπίπεδη διακυβέρνηση, διαχείριση κινδύνων στον δημόσιο τομέα και άλλες διατάξεις»
15. Το γεγονός ότι στην Περιφέρεια υπάρχει ανάγκη σύναψης σύμβασης για υλοποίηση δράσεων τουριστικού περιεχομένου, ήτοι του έργου: **«ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΑΚΗΣ (DESTINATION BRAND SYSTEM)»** το οποίο εντάσσεται στον Κ.Ε.: 250002020 και υπάρχουν οι σχετικές πιστώσεις στον κωδικό εξόδου 9899.
16. Τα παρακάτω στοιχεία σχετικά με το εξεταζόμενο θέμα και την προκαλούμενη δαπάνη:
Η Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης διαθέτει ένα πλούσιο χαρτοφυλάκιο τουριστικών προϊόντων με διαφορετικούς τουριστικούς προορισμούς που συνδυάζουν πολιτιστικούς, φυσικούς και γαστρονομικούς πόρους, προσφέροντας μοναδικές και αυθεντικές εμπειρίες. Η Περιφερειακή στρατηγική τουριστικής ανάπτυξης εστιάζει στην ενίσχυση της διαφοροποίησης του προϊόντος μέσω της ανάδειξης θεματικών μορφών τουρισμού, τη στοχευμένη προώθηση σε αγορές με υψηλή

δυναμική και την προσέλκυση ποιοτικών επισκεπτών που αναζητούν αυθεντικότητα και εναλλακτικούς -των μαζικών- προορισμούς.

Η διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος αποτελεί στρατηγική προτεραιότητα, καθώς η Περιφέρεια διαθέτει ένα μοναδικό μείγμα εμπειριών που εκτείνεται από τον παράκτιο και θαλάσσιο τουρισμό έως τον φυσιολατρικό, πολιτιστικό, γαστρονομικό, αθλητικό και θρησκευτικό τουρισμό. Παράλληλα, βασικοί τουριστικοί δείκτες, όπως η μέση διάρκεια διαμονής, η τουριστική δαπάνη και η εποχική διασπορά των επισκεπτών, παρουσιάζουν προκλήσεις που επιβάλλουν την ανάπτυξη μιας ισχυρής στρατηγικής τοποθέτησης και προώθησης.

Η ανάγκη για στοχευμένη στρατηγική ταυτότητας προορισμού (destination branding) καθίσταται επιτακτική στο πλαίσιο της διεθνούς ανταγωνιστικότητας και της διεύρυνσης των τουριστικών αγορών. Παρότι η Περιφέρεια προσελκύει επισκέπτες κυρίως από τη Βαλκανική χερσόνησο, τη Τουρκία και λιγότερο από την Κεντρική Ευρώπη, υπάρχουν σημαντικές δυνατότητες διείσδυσης σε αγορές με υψηλότερη αγοραστική δύναμη (τουριστική δαπάνη). Επιπλέον, η Περιφέρεια αντιμετωπίζει την πρόκληση της εποχικότητας, με τη θερινή περίοδο να κυριαρχεί στην τουριστική κίνηση, αφήνοντας ανεκμετάλλετες σημαντικές δυνατότητες ανάπτυξης τουρισμού τεσσάρων εποχών. Η ενίσχυση μορφών τουρισμού που μπορούν να λειτουργήσουν ως μοχλοί επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου, όπως ο πολιτιστικός, ο γαστρονομικός, ο ορεινός και ο αθλητικός τουρισμός, αποτελεί βασικό ζητούμενο για τη διαμόρφωση ενός ανθεκτικού και βιώσιμου τουριστικού προϊόντος.

Η τοποθέτηση της Περιφέρειας στο διεθνή τουριστικό χάρτη προϋποθέτει μια συνεκτική στρατηγική που θα ενισχύσει την αναγνωρισιμότητα του brand και θα προσφέρει στους επισκέπτες μια ενιαία εμπειρία με σαφή και ελκυστικά μηνύματα. Η προώθηση θεματικών διαδρομών, η δημιουργία clusters τουριστικών προϊόντων και η ανάπτυξη πολυκαναλικών καμπανιών επικοινωνίας είναι απαραίτητα στοιχεία για την ενίσχυση της Περιφέρειας ως προορισμού υψηλής αξίας.

Σε αυτό το πλαίσιο, ο σχεδιασμός και η ανάπτυξη μιας ολοκληρωμένης στρατηγικής τουριστικής ταυτότητας προορισμού (Destination Identity Branding) σε επίπεδο Περιφέρειας είναι αναγκαίος για τη διαμόρφωση μιας ισχυρής και διαφοροποιημένης ταυτότητας.

Επιπλέον, η αποτελεσματικότητα της τουριστικής **ταυτότητας** (brand identity) εξαρτάται από την ενιαία και στρατηγικά σχεδιασμένη **επικοινωνία** (brand communication). Για τον σκοπό αυτό, απαιτείται η ανάπτυξη της επικοινωνιακής στρατηγικής και δημιουργικού οχήματος (Brand Communication Concept), η οποία διασφαλίζει συνοχή, αναγνωρισιμότητα και στρατηγική ευελιξία στην προβολή της Περιφέρειας, των επιμέρους προορισμών και των θεματικών τουριστικών προϊόντων. Μέσω ενός τέτοιου οχήματος επικοινωνίας επιδιώκεται:

- Συντονισμένη επικοινωνιακή στρατηγική, που διασφαλίζει συνέπεια σε όλα τα επίπεδα προώθησης και μηνυματικής / αφηγήματος.
- Αύξηση της αναγνωρισιμότητας, με στοχευμένη και επαναλαμβανόμενη παρουσία σε αγορές αξίας.
- Ενίσχυση της αντίληψης του brand, μέσω συνεκτικών μηνυμάτων που προβάλλουν την αξία του προορισμού και των εμπειριών του.
- Στοχευμένη και διαφοροποιημένη τοποθέτηση, επιτρέποντας προσαρμογή του περιεχομένου για διαφορετικές εμπειρίες ή προορισμούς, χωρίς να χάνεται η συνοχή της ταυτότητας.

Η ανάπτυξη μιας ολοκληρωμένης επικοινωνιακής και δημιουργικής πλατφόρμας (brand communication platform) διασφαλίζει ότι η Περιφέρεια, οι προορισμοί της και τα θεματικά προϊόντα προβάλλονται μέσω ενός στρατηγικά σχεδιασμένου και συνεκτικού επικοινωνιακού μοντέλου, ενισχύοντας τη δυναμική του τουριστικού brand στις αγορές-στόχους.

Το αντικείμενο της ανάθεσης αφορά στον σχεδιασμό και την ανάπτυξη της τουριστικής ταυτότητας και επικοινωνίας της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, μέσω της δημιουργίας της κεντρικής τουριστικής ταυτότητας (Brand Identity) και ανάπτυξης του στρατηγικού και δημιουργικού οχήματος επικοινωνίας (Brand Communication). Στόχος είναι η ενίσχυση της συνοχής και της αναγνωρισιμότητας της Περιφέρειας, η στρατηγική τοποθέτηση στις αγορές-στόχους, η βελτίωση της αντιληπτικής αξίας του προορισμού και η δημιουργία ενός ενοποιημένου πλαισίου branding και επικοινωνίας. Το αντικείμενο περιλαμβάνει αναλυτικά:

1. Στρατηγική Ταυτότητας Προορισμού (Destination Brand Strategy)

Διαμόρφωση του στρατηγικού πλαισίου της τουριστικής ταυτότητας της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, με σκοπό τον καθορισμό του σκοπού (purpose), του οράματος και της

αποστολής του brand, των βασικών αξιών και της προσωπικότητάς του, των λειτουργικών και συναισθηματικών ωφελειών που απορρέουν για τον επισκέπτη, καθώς και της υπόσχεσης του brand (brand promise). Περιλαμβάνει, επιπλέον, την πρόταση μοναδικής αξίας (UVP), την αποτύπωση της "ουσίας" του brand (brand essence), τη διατύπωση της θέσης του προορισμού στην αγορά (positioning statement), και ολοκληρώνεται με την ενιαία αφήγηση του brand (brand story), που συγκροτεί τη βάση για τη δημιουργία του οπτικού συστήματος ταυτότητας και της πλατφόρμας επικοινωνίας.

2. Δημιουργική Ανάπτυξη Τουριστικής Οπτικής Ταυτότητας & Οδηγός Εφαρμογής (Brand Visual Identity Guide)

Δημιουργική και συνεκτική απόδοση της ταυτότητας του προορισμού, όπως αυτή έχει καθοριστεί στο προηγούμενο στάδιο. Το περιεχόμενο περιλαμβάνει κατ' ελάχιστον:

- **Ανάλυση Δημιουργικού Σκεπτικού (Brand Visual Rationale):** Τεκμηρίωση της δημιουργικής σύλληψης του οπτικού συστήματος, παρουσίαση των βασικών εννοιών και συμβολισμών που λειτουργούν ως έμπνευση για τη νέα ταυτότητα.
- **Σχεδιασμός Κεντρικού Τουριστικού Λογοτύπου και ανάπτυξη των εναλλακτικών του εκδοχών** (κάθετη, οριζόντια, χωρίς tagline, με tagline, ασπρόμαυρη, θετική/αρνητική, για ψηφιακή εφαρμογή, visual). Ο ανάδοχος καλείται να υποβάλλει τουλάχιστον τρεις προτάσεις για την τελική επιλογή.
- **Χρωματική Παλέτα:** Καθορισμός παλέτας, με πλήρη κωδικοποίηση χρωμάτων.
- **Τυπογραφικό Σύστημα:** Επιλογή και χρήση γραμματοσειρών για τίτλους, σώμα κειμένου και συνοδευτικά στοιχεία, με οδηγίες εφαρμογής.
- **Γραφικά Μοτίβα και Οπτικά Στοιχεία Υποστήριξης:** Ανάπτυξη υποστηρικτικών γραφικών (π.χ. patterns, γραμμικά στοιχεία, σύμβολα) που ενισχύουν τη συνοχή της ταυτότητας.
- **Εφαρμογή και ανάπτυξη Key Identity Visual**
- **Ενδεικτική εφαρμογή των βασικών στοιχείων ταυτότητας σε επιλεγμένες χρήσεις** (εξώφυλλο εντύπου, πλάτη περιπτέρου έκθεσης, social media, banner).
- **Βασικές κατευθύνσεις για τη χρήση του λογοτύπου και των στοιχείων της ταυτότητας** (περιλαμβάνοντας οδηγίες για τη βασική χρήση του λογοτύπου, την προστατευτική ζώνη και το ελάχιστο μέγεθος, τις αποδεκτές και μη αποδεκτές χρήσεις, τη συνδυαστική χρήση με tagline, τις χρωματικές εφαρμογές).
- **Κατεύθυνση Οπτικής Αισθητικής (Visual Style Guidelines):** Συνοπτική παρουσίαση της αισθητικής κατεύθυνσης για φωτογραφίες, βίντεο και εφαρμογές με βάση τα χαρακτηριστικά του brand.

3. Ανάπτυξη Επικοινωνιακού Concept και Δημιουργικής Ιδέας (Brand Communication Concept)

Ο Ανάδοχος αναλαμβάνει την ανάπτυξη ενός συνοπτικού και λειτουργικού πλαισίου επικοινωνιακής αρχιτεκτονικής του τουριστικού brand της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, το οποίο θα καθορίζει τη λογική προβολής του brand σε επίπεδο Περιφέρειας, επιμέρους προορισμών και θεματικών εμπειριών και τη στρατηγική συνύπαρξης του τουριστικού λογοτύπου με τη θεσμική ταυτότητα της ΠΑΜΘ. Στη συνέχεια, με βάση το ανωτέρω πλαίσιο, θα αναπτυχθεί η κεντρική δημιουργική ιδέα επικοινωνίας (Brand Communication Concept) του τουριστικού brand, η οποία θα αποδίδει με συνεκτικό, εμπνευσμένο και ελκυστικό τρόπο τη στρατηγική ταυτότητα της Περιφέρειας. Το επικοινωνιακό concept θα λειτουργεί ως οπτικο-λεκτικό όχημα αφήγησης και προβολής της ΠΑΜΘ και θα αποτελέσει τη βάση για καμπάνιες και υλικά προώθησης.

Περιλαμβάνει κατ' ελάχιστον:

- Ανάπτυξη επικοινωνιακής αρχιτεκτονικής brand και επιμέρους προορισμών (τοποθέτηση, υπογραφή, ιεράρχηση περιεχομένου)
- Ανάπτυξη Δημιουργικού Σκεπτικού (Communication Concept Rationale)
- Διατύπωση βασικής δημιουργικής ιδέας και tagline
- Παρουσίαση της δημιουργικής ιδέας με οπτικά και λεκτικά στοιχεία (visual & verbal concept)
- Παρουσίαση key messaging και concept visuals σε επίπεδο brand ΠΑΜΘ
- Ανάπτυξη και εφαρμογή του communication concept στους βασικούς γεωγραφικούς προορισμούς της Περιφέρειας (Περιφερειακές Ενότητες), με απόδοση της κεντρικής τοποθέτησης του brand σε επίπεδο προορισμού και ανάπτυξη έως τριών (3) ενδεικτικών θεματικών εφαρμογών ανά ΠΕ, βάσει κυρίαρχων τουριστικών εμπειριών ή προϊόντικών αξόνων (20 κατ' ελάχιστον εφαρμογές συνολικά).

4. Brand Identity Story Book & Video

Δημιουργική σύνθεση και συνοπτική οπτικο-αφηγηματική παρουσίαση των βασικών στοιχείων της τουριστικής ταυτότητας και επικοινωνιακής στρατηγικής της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης. Ειδικότερα:

- **Brand Story Book**, το οποίο λειτουργεί ως εργαλείο συνολικής κατανόησης και εμπνευσμένης παρουσίασης του brand, συνδυάζοντας δημιουργικά βασικά στοιχεία των προηγούμενων σταδίων, όπως την πρόταση αξίας (1), την εικαστική ταυτότητα (2) και το κεντρικό επικοινωνιακό concept σε επίπεδο δημιουργικών εφαρμογών (3). Αποτελεί τον κύριο οδηγό διάχυσης και αναπαράστασης του brand προς stakeholders, επαγγελματίες του τουρισμού και συνεργαζόμενα δημιουργικά γραφεία.
- Δημιουργία **Brand Launch Video**, διάρκειας έως 2 λεπτών, το οποίο βασίζεται σε υφιστάμενα πλάνα και φωτογραφικό υλικό της Περιφέρειας, με εργασία post-production (μοντάζ, επεξεργασία, χρήση μουσικής). Το βίντεο θα παρουσιάζει την τουριστική ταυτότητα και το επικοινωνιακό concept της Περιφέρειας με αφήγηση σε οπτικο-λεκτικό επίπεδο (brand storytelling video).

Καλυπτόμενες ανάγκες - αναγκαιότητα έργου - δράσης : Το έργο - δράση επιδιώκει να συμβάλλει περαιτέρω στην εξωστρέφεια της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης.

Σύνδεση της δράσης με τους σκοπούς της Περιφέρειας : Σύμφωνα με την παράγραφο 2 του άρθρου 3 του Ν. 3852/2010 όπως τροποποιήθηκε και ισχύει : «2. Οι περιφέρειες σχεδιάζουν, προγραμματίζουν και υλοποιούν πολιτικές σε περιφερειακό επίπεδο στο πλαίσιο των αρμοδιοτήτων τους, σύμφωνα με τις Αρχές της αειφόρου ανάπτυξης και της κοινωνικής συνοχής της χώρας, λαμβάνοντας υπόψη και τις εθνικές και ευρωπαϊκές πολιτικές».

Χωροθέτηση / Υλοποίηση της δράσης - έργου : Περιφέρεια ΑΜΘ

Χρονικό διάστημα τέλεσης της δράσης : Έως Δεκέμβριο 2025.

Περιγραφή δράσης: Η αναλυτική περιγραφή της δράσης και οι δαπάνες αυτής παρουσιάζονται στον πίνακα που ακολουθεί.

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟΣ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ (Έως του ποσού των 37.138,00 € συμπεριλαμβανομένου ΦΠΑ)

Είδος Υπηρεσιών / Περιγραφή των επιμέρους δράσεων και δαπανών	Ποσότητα /Είδος - Τιμή σε ευρώ	Σύνολο αξίας σε ευρώ με ΦΠΑ έως του ποσού των: 37.138,00€
Π1 Στρατηγική Ταυτότητας Προορισμού (Destination Brand Strategy)		6.000,00€
Π2 Δημιουργική Ανάπτυξη Τουριστικής Οπτικής Ταυτότητας & Οδηγός Εφαρμογής		9.500,00€
Π3 Δημιουργική Ανάπτυξη Επικοινωνιακού Concept (Brand Communication Concept)		9.500,00€
Π4 Brand Identity Story Book & Video		4.950,00€
		+7.188,00€ΦΠΑ
Παραδοτέα: Ανάλογα με τη φύση της δράσης θα παραδοθεί έγκαιρα υλικό τεκμηρίωσης. Στο ποσό αυτό θα περιλαμβάνεται κάθε δαπάνη που αφορά οποιοδήποτε τρίτο σχετικό με τις υπηρεσίες αυτές, συμπεριλαμβανομένων των εισφορών σε Ασφαλιστικό Ταμείο οποιασδήποτε φύσης ή υποχρεώσεις έναντι τρίτων, κατά την εκτέλεση των υπηρεσιών της παρούσας ή εξ αφορμής αυτής.		

ΣΥΝΟΛΟ		37.138,00€

Τρόπος εκτέλεσης :

• Απευθείας ανάθεση, σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 118 του ν. 4412/2016 (ΦΕΚ Α' 147) «Δημόσιες Συμβάσεις Έργων, Προμηθειών και Υπηρεσιών (προσαρμογή στις Οδηγίες 2014/24/ΕΕ και 2014/25/ΕΕ)» όπως τροποποιήθηκε και ισχύει καθώς και την Κατευθυντήρια Οδηγία 25, ΘΕΜΑ: “Ζητήματα υπολογισμού της εκτιμώμενης αξίας σύμβασης σε περίπτωση υποδιαίρεσής της σε τμήματα. Εφαρμογή της παρέκκλισης του άρθρου 6 παρ. 10 ν. 4412/2016 (ΑΔΑ ΩΔΣΙΟΞΤΒ-92Ω)».

• Κατά το σχεδιασμό και την υλοποίηση της ανωτέρω δράσης θα ληφθεί μέριμνα ώστε να ικανοποιηθούν και να τηρηθούν οι αρχές της χρηστής δημοσιονομικής διαχείρισης, της οικονομικότητας, νομιμότητας και αποδοτικότητας για τη βέλτιστη δυνατή πραγματοποίηση αυτής και την επίτευξη των στόχων και σκοπών της.

Η Δράση με τίτλο: **«ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΑΚΗΣ (DESTINATION BRAND SYSTEM)»**, έχει ενταχθεί στο Ετήσιο Επιχειρηματικό Πρόγραμμα Δράσης 2025, ως εξής:

Πρόγραμμα: Ετήσιο Επιχειρηματικό Πρόγραμμα Δράσης 2025

Χρηματοδότηση: ΚΑΠ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ, ΚΑΕ: 9899

Κωδικός Έργου: 250002020

Εγκεκριμένος Προϋπολογισμός 2025 / Εγκεκριμένη Πίστωση 2025 : 37.138,00 €

Φορέας Υλοποίησης του Έργου: Διεύθυνση Δια Βίου Μάθησης, Απασχόλησης, Εμπορίου & Τουρισμού ΠΑΜΘ.

Κατόπιν των ανωτέρω, η Υπηρεσία

ΕΙΣΗΓΕΙΤΑΙ

Την έγκριση – εξειδίκευση των δαπανών της Δράσης με τίτλο: **«ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΑΚΗΣ (DESTINATION BRAND SYSTEM)»** συνολικού προϋπολογισμού 37.138,00€, δια της Δ/σης Διά Βίου Μάθησης, Απασχόλησης, Εμπορίου και Τουρισμού (Πηγή Χρηματοδότησης ΚΑΠ Επενδύσεις Κ.Α.Ε 9899, Κ.Ε 250002020) συμπεριλαμβανομένου ΦΠΑ.

Παρακαλούμε όπως εξεταστεί το θέμα ως εκτός ημερησίας στη συνεδρίαση της 8ης Μαΐου λόγω κατεπείγοντος καθώς η ολοκλήρωση της διαδικασίας είναι χρονοβόρα και πρέπει να ολοκληρωθεί εγκαίρως ώστε να στηρίξει τη συμμετοχή και παρουσία της Περιφέρειας ΑΜΘ σε Εκθέσεις και λοιπές δράσεις προβολής.

Η Περιφερειακή Επιτροπή Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης μετά από διαλογική συζήτηση

ΑΠΟΦΑΣΙΖΕΙ ΚΑΤΑ ΠΛΕΙΟΨΗΦΙΑ

Εγκρίνει την εξειδίκευση των δαπανών της Δράσης με τίτλο: «Σχεδιασμός και ανάπτυξη τουριστικής ταυτότητας και επικοινωνίας προορισμού της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης (DESTINATION BRAND SYSTEM)» συνολικού προϋπολογισμού 37.138,00€, δια της Δ/σης Διά Βίου Μάθησης, Απασχόλησης, Εμπορίου και Τουρισμού (Πηγή Χρηματοδότησης ΚΑΠ Επενδύσεις Κ.Α.Ε 9899, Κ.Ε 250002020) συμπεριλαμβανομένου ΦΠΑ.

Μειοψήφησαν τα μέλη της περιφερειακής επιτροπής Δελησταμάτης Βασίλειος, Μποδούρογλου Κατερίνα και Παπαεμμανουήλ Γρηγόριος, ψηφίζοντας κατά.
Συγκεκριμένα ο κ. Δελησταμάτης ανέφερε τα εξής: «Ψηφίζουμε κατά καθώς θεωρούμε ότι αυτό το έργο περιέχεται στο έργο που χρηματοδοτείται από το ΕΣΠΑ».

Η παρούσα απόφαση έλαβε α/α 359/2025.

**Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ
ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ**

ΕΥΚΑΡΠΙΔΗΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ

ΤΑ ΜΕΛΗ

**ΙΓΝΑΤΙΑΔΗΣ ΣΤΥΛΙΑΝΟΣ
ΙΣΜΑΗΛΚΟ ΦΑΤΗΧ
ΟΣΜΑΝ ΠΕΧΛΙΒΑΝ ΑΧΜΕΤ
ΠΑΥΛΑΚΑΚΗ ΒΑΣΙΛΙΚΗ
ΜΟΛΛΑ ΙΣΑ ΡΙΤΒΑΝ
ΔΕΛΗΣΤΑΜΑΤΗΣ ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ
ΜΠΟΔΟΥΡΟΓΛΟΥ ΚΑΤΕΡΙΝΑ
ΠΑΠΑΕΜΜΑΝΟΥΗΛ ΓΡΗΓΟΡΙΟΣ**