



**ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ**

Δ/ση: Λ. Συγγρού 15 – 17

Τ.Κ.: 117 43 Αθήνα

Τηλ.: **213 20 63 776**

213 20 63 538

ΑΝΑΡΤΗΤΕΑ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

Συνεδρίαση 29^η

Απόφαση υπ' αριθ. 1291/2017

Στην Αθήνα, σήμερα στις **24-05-2017**, ημέρα **Τετάρτη** και ώρα **09:00π.μ.**, στο Κατάστημα της Περιφέρειας Αττικής, συνήλθε σε έκτακτη συνεδρίαση η **Οικονομική Επιτροπή**, ύστερα από την υπ' αριθ. πρωτ. οικ. **105684** πρόσκληση του Προέδρου της που κοινοποιήθηκε νόμιμα στα μέλη της, στις **23-05-2017**.

Θέμα 6^ο

Ανάθεση κατά το άρθρο 118 του Ν. 4412/2016, της παραγωγής του λογοτύπου της Περιφέρειας Αττικής, συνολικής αξίας 20.000,00€ συμπεριλαμβανομένου του ΦΠΑ 24%.

Ο Πρόεδρος της Οικονομικής Επιτροπής, κος Καραμάνος Χρήστος και
Τα τακτικά μέλη της Οικονομικής Επιτροπής κ.κ.:

- Αλεξίου Αθανάσιος
- Δημάκος Δημήτρης
- Μπαλάφας Γεώργιος
- Τζίβα Αιμιλία
- Καραμπέλας Κωνσταντίνος
- Βρύνα Φωτεινή

Τα αναπληρωματικά μέλη κ.κ.:

- Χρυσικός Φώτιος
- Λεβέντη Αγγελική
- Πελέκης Ζαχαρίας

Απόντες:

Τα τακτικά μέλη της Οικονομικής Επιτροπής κ.κ.:

- Στεργίου Ιωάννα
- Σαπουνά Αγγελική
- Μπαλού Αλεξάνδρα
- Αδαμαπούλου Αικατερίνη

Χρέη Γραμματέα της Οικονομικής Επιτροπής εκτελεί η υπάλληλος της Περιφέρειας κα Μαρία Ντόβα.



Αφού διαπιστώθηκε απαρτία ο πρόεδρος της Επιτροπής κ. Καραμάνος, δίνει το λόγο στην κα Ασημακοπούλου, η οποία ενημερώνει τα μέλη της Οικονομικής Επιτροπής για τα εξής:

Έχοντας υπόψη:

1. Το Ν. 3852/2010 «Νέα Αρχιτεκτονική της Αυτοδιοίκησης και της Αποκεντρωμένης Διοίκησης – Πρόγραμμα Καλλικράτης» (ΦΕΚ 87/7-6-2010, Τεύχος Α').
2. Τις διατάξεις του Π.Δ. 145/27-12-2010 (ΦΕΚ 238/Α'/27.12.2010) – «Οργανισμός της Περιφέρειας Αττικής» όπως τροποποιήθηκε με την υπ' αριθ. πρωτ. 44403/2011 απόφαση του Υπουργού Εσωτερικών (ΦΕΚ 2494/Β'/4-11-2011) και την ορθή επανάληψη αυτής (ΦΕΚ 2822/Β'/14-12-2011) και την υπ' αριθ. 109290/39629 απόφαση του Γενικού Γραμματέα Αποκεντρωμένης Διοίκησης Αττικής (ΦΕΚ 4251/Β'/29-12-2016) και ισχύει.
3. Το Ν. 4071/2012 (ΦΕΚ 85/Α'/11.04.11) «Ρυθμίσεις για την τοπική ανάπτυξη, την αυτοδιοίκηση και την αποκεντρωμένη διοίκηση Ενσωμάτωση Οδηγίας 2009/50/ΕΚ» και ιδιαιτέρως τις διατάξεις του άρθρου 6, παρ. 14 του νόμου.

4. Το Ν. 4270/2014 (ΦΕΚ 143/Α'/28-06-14). «Αρχές δημοσιονομικής διαχείρισης και εποπτείας (ενσωμάτωση της Οδηγίας 2011/85/ΕΕ) – δημόσιο λογιστικό και άλλες διατάξεις»).
5. Το Ν. 4412/2016 «Δημόσιες Συμβάσεις Έργων, Προμηθειών και Υπηρεσιών (προσαρμογή στις Οδηγίες 2014/24/ΕΕ και 2014/25/ΕΕ)» (ΦΕΚ 147/08-08-2016, Τεύχος Α'), όπως τροποποιήθηκε και ισχύει και ιδιαιτέρως τις διατάξεις του αρ. 2, παρ. 1, περ. 31 και του αρ. 6, παρ. 2 του νόμου.
6. Το Π.Δ. 80/2016 (ΦΕΚ 145/Β/05-08-2016) «Ανάληψη υποχρεώσεων από τους Διατάκτες».
7. Την υπ' αρ. πρωτ. οικ. 48105/06.03.2017 Απόφαση της Περιφερειάρχη Αττικής (ΦΕΚ 114/ΥΟΔΔ/10-03-2017) περί ορισμού Αντιπεριφερειάρχη και Προέδρου Οικονομικής Επιτροπής.
8. Την υπ' αρ. 138/2016 απόφαση του Περιφερειακού Συμβουλίου με θέμα «Έγκριση του αναλυτικού Στρατηγικού Σχεδίου Δράσης για την τουριστική προβολή της Περιφέρειας Αττικής για τη χρονική περίοδο 2016-2020».
9. Την υπ' αριθ. 1559/2017 απόφαση της Οικονομικής Επιτροπής με θέμα: «Έγκριση δαπάνης και διάθεση πίστωσης ύψους 16.129,03€ (πλέον Φ.Π.Α.) για την «ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΑΤΤΙΚΗΣ» στο πλαίσιο του έργου «ΔΡΑΣΕΙΣ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ ΓΙΑ ΤΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΗΣ ΦΗΜΗΣ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΣ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΟΙΝΟ» σύμφωνα με το στρατηγικό σχέδιο για την τουριστική προβολή της Περιφέρειας Αττικής για την πενταετία 2016-2020».
10. Την υπ' αριθ. πρωτ. 136704/15-07-2017 Απόφαση Ανάληψης Υποχρέωσης .
11. Την υπ' αριθ. 410/2017 απόφαση της Οικονομικής Επιτροπής με θέμα: «Λήψη απόφασης επί του υπ' αρ. 2/2017 πρακτικού της Ειδικής Επιτροπής Διενέργειας Διαγωνισμού Αξιολόγησης προσφορών παρακολούθησης και παραλαβής του πρόχειρου διαγωνισμού για την «ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΑΤΤΙΚΗΣ» στο πλαίσιο του έργου «ΔΡΑΣΕΙΣ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ ΓΙΑ ΤΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΗΣ ΦΗΜΗΣ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΣ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΟΙΝΟ» σύμφωνα με το στρατηγικό σχέδιο για την τουριστική προβολή της Περιφέρειας Αττικής για την πενταετία 2016-2020» , σύμφωνα με την οποία αποφασίστηκε η έγκριση του πρακτικού και η ματαίωση του εν λόγω πρόχειρου διαγωνισμού.
12. Το υπ' αριθ. πρωτ. οικ. 160173/01-09-2016 έγγραφο του Νομικού Γραφείου Περιφερειάρχη & Συλλογικών Οργάνων σχετικά με το άρθρο 118 του ν.4412/2016.
13. Το υπ αρ. πρωτ. 73998/468/06.04.2017 έγγραφο της Δ/σης Τουρισμού για συνέχιση της διαδικασίας και ικανοποίησης του αιτήματός της μέσω της συντομότερης δυνατής διαδικασίας που προβλέπεται από τις σχετικές διατάξεις της κείμενης νομοθεσίας.
14. Το από 09/05/2017 ηλεκτρονικό έγγραφο της αρμόδιας Εντεταλμένης Περιφερειακής Συμβούλου για τον Τουρισμό με θέμα : Επείγουσα ανάγκη για την ανάθεση παραγωγής λογοτύπου της Περιφέρειας Αττικής σύμφωνα με τις ανάγκες της Δ/σης Τουρισμού, σύμφωνα με το οποίο έχει ήδη προβεί σε διερευνητικές εργασίες προς την ελεύθερη αγορά σχετικά με την υλοποίηση του εν λόγω έργου.
15. Το υπ' αρ. πρωτ. 97573/12.05.2017 έγγραφο του Γραφείου Αντιπεριφερειάρχη Οικονομικών σύμφωνα με το οποίο μας ζητείται να προχωρήσουμε σε απ' ευθείας ανάθεση κατά το άρθρο 118 του Ν. 4412/2016 λαμβάνοντας υπόψη ότι:
 - ο διαγωνισμός ο οποίος είχε προκηρυχθεί αρχικά ματαιώθηκε, λόγω του ότι οι προσφερθείσες προτάσεις δεν κρίθηκαν κατάλληλες για τον σκοπό για τον οποίο προορίζονταν, δηλαδή δεν έγινε κατορθωτό να λάβουμε το επιθυμητό αποτέλεσμα παρότι είχαμε έναν διαγωνισμό με κριτήριο ανάθεσης τη συμφερότερη προσφορά, παρότι δηλαδή στο διαγωνισμό υπήρχε ο παράγων «βαθμολόγηση της τεχνικής προσφοράς»
 - η συγκεκριμένη εργασία εντάσσεται στη κατηγορία του «δημιουργικού» και το αποτέλεσμα της δεν μπορεί να διαμορφωθεί πριν την υποβολή προσφοράς αλλά απαιτεί την συνεργασία μεταξύ αναδόχου και αναθέτουσας αρχής για την παραγωγή του προϊόντος και μάλιστα σε πολλά επάλληλα στάδια
 - ο προϋπολογισμός είναι κάτω των 20.000 ευρώ, δηλαδή κάτω από το όριο της απ' ευθείας ανάθεσης κατά το άρθρο 118 του ν.4412/2016, ενώ επίσης δεν υπάρχει άλλη παρόμοια διαδικασία ανάθεσης, δηλαδή επ' ουδενί υφίσταται ενδεχόμενο κατάτμησης
16. Τις τεχνικές προδιαγραφές και τα παραδοτέα όπως μας διαβιβάστηκαν με το ανωτέρω (15) σχετικό και περιγράφονται αναλυτικά ως κατωτέρω:

ΠΑΡΑΔΟΤΕΑ - ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ

Η διαδικασία που θα ακολουθηθεί περιλαμβάνει τα εξής σημεία-παραδοτέα προς την Περιφέρεια Αττικής:

ΠΑΡΑΔΟΤΕΑ Α΄

1. Προτάσεις για το Γενικό τουριστικό λογότυπο της Περιφέρειας, μέρος του οποίου θα είναι το υπάρχον λογότυπο της Περιφέρειας. Θα προταθούν 5 λογότυπα, για να γίνει η επιλογή.
2. Προτάσεις για τα τοπικά λογότυπα και τα θεματικά λογότυπα, τα οποία θα βασίζονται πάνω στο Γενικό τουριστικό λογότυπο της Περιφέρειας..

ΠΑΡΑΔΟΤΕΑ Β΄

3. Χρωματική παλέτα που θα περιλαμβάνει τα κυρίαρχα χρώματα της φύσης της Αττικής και όλα τα χρώματα που χρησιμοποιήθηκαν στα ανωτέρω λογότυπα, καθώς επίσης τα χρώματα που δημιουργούν καλαίσθητους συνδυασμούς και ενδιαφέρουσες αντιθέσεις με κάθε λογότυπο.
4. Εικαστικές προτάσεις για την αρχική σελίδα (homepage) και μία εσωτερική σελίδα, για το επίσημο τουριστικό portal της Περιφέρειας Αττικής. Θα προταθούν 2 σελίδες για την κάθε περίπτωση, με ανοιχτόχρωμο φόντο και με σκουρόχρωμο φόντο.
5. Προσχέδια δύο εντύπων που απευθύνονται σε καταναλωτές, βασιζόμενα στην προτεινόμενη χρωματική παλέτα.
 - Έντυπο «pocket» (ύψος 192 mm, πλάτος 115 mm). Μακέτα εξωφύλλου και σαλονιού σε δύο παραλλαγές.
 - Έντυπο μεγάλο τύπου «image brochure» (ύψος 295 mm, πλάτος 210 mm). Μακέτα εξωφύλλου και σαλονιού σε δύο παραλλαγές.
6. Δύο παραλλαγές μακέτας για ολοσέλιδες διαφημιστικές καταχωρήσεις σε περιοδικό.
7. Δύο παραλλαγές επιστολόχαρτου που θα χρησιμοποιείται για την αλληλογραφία της Διεύθυνσης Τουρισμού της Περιφέρειας Αττικής με τουριστικές επιχειρήσεις και τουριστικούς φορείς, για την εκτύπωση δελτίων τύπου και κάθε άλλη χρήση.
8. Δύο παραλλαγές ενός press kit, δηλ. ενός φακέλου (ντοσιέ) που θα περιέχει υλικό για δημοσιογράφους.
9. Δύο templates παρουσιάσεων PowerPoint για χρήση σε συνεντεύξεις τύπου, ομιλίες κοκ.
10. Δύο παραλλαγές μακέτας για διαδικτυακά banners. Η πρόταση θα περιλαμβάνει 3 διαστάσεις.
11. Δύο παραλλαγές μακέτας για roll-up banners.
12. Ο οδηγός χρήσης του λογοτύπου, ο οποίος θα περιλαμβάνει όλα αυτά που αναφέρονται στο σχετικό κείμενο.
13. Το λογότυπο σε γραμμική μορφή (.ai,.eps) για κάθε χρήση, καθώς και μορφή εικόνας jpg και png. Τα έντυπα, η καταχώρηση, το επιστολόχαρτο, το roll up banner και το press kit θα παραδοθούν σε ανοιχτά αρχεία InDesign ή Illustrator κατόπιν συμφωνίας. Τα διαδικτυακά banners σε μορφή jpg και png.

ΠΑΡΑΔΟΤΕΑ Γ΄

Θα πρέπει να παραδοθούν κείμενα για τη νέα ταυτότητα της Περιφέρειας Αττικής, που θα αναδεικνύουν τα σημεία ενδιαφέροντος και συμπυκνώνουν την αίσθηση κάθε τόπου και εμπειρίας. Σκοπός είναι να εκφράσουν κατάλληλα τον ιδιαίτερο χαρακτήρα της Αττικής προτρέποντας τον ψηφιακό επισκέπτη να επισκεφθεί τον τουριστικό προορισμό. Τα παραδοτέα είναι:

14. Κατάθεση δέκα (10) φράσεων -κλειδιών για την τουριστική Αττική σε δύο γλώσσες (ελληνικά, αγγλικά), οι οποίες θα συμπυκνώνουν τον ιδιαίτερο χαρακτήρα αυτού του τόπου και θα παρουσιάζουν με τρόπο βιωματικό την αίσθηση μιας επίσκεψης στην Αττική,
15. Περιγραφή 150 λέξεων για 20 διαφορετικούς προορισμούς της Αττικής σε δύο γλώσσες (ελληνικά, αγγλικά),
16. Περιγραφή έως 200 λέξεων για 10 τουριστικά προϊόντα και εμπειρίες σε δύο γλώσσες (ελληνικά, αγγλικά).

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ: ΟΔΗΓΟΣ ΧΡΗΣΗΣ ΛΟΓΟΤΥΠΟΥ

Ο οδηγός εταιρικής ταυτότητας (Brand Identity Guide) είναι ένα σύνολο καταγεγραμμένων κανόνων που αφορούν την ορθή χρήση ενός λογοτύπου σε όλες τις εφαρμογές της εταιρικής ταυτότητας. Ο οδηγός αυτός θα πρέπει να δοθεί σε ηλεκτρονική μορφή (.pdf), θα παραδοθεί μετά την ολοκλήρωση του σχεδιασμού του λογοτύπου και θα συνοδεύει τα αντίστοιχα ηλεκτρονικά αρχεία. Βάσει του οδηγού υλοποιούνται όλες οι περαιτέρω εφαρμογές π.χ. έντυπα, επιστολόχαρτα, φάκελοι κ.ο.κ.

Ένας τέτοιος οδηγός θεωρείται απαραίτητο συμπλήρωμα του λογοτύπου και ένα αναγκαίο εργαλείο για όλες τις εταιρίες-οργανισμούς που σέβονται την εταιρική τους ταυτότητα.

Στη συνέχεια παρουσιάζονται αναλυτικότερα ορισμένοι από τους βασικότερους λόγους:

- Ο οδηγός εταιρικής ταυτότητας ολοκληρώνει και βοηθάει τις ενέργειες του marketing και βελτιώνει την επικοινωνία του με κάθε εξωτερικό συνεργάτη.
- Τα άτομα που αναλαμβάνουν να υλοποιήσουν οποιαδήποτε εφαρμογή έχουν ένα κοινό σημείο αναφοράς, από το οποίο αντλούν τις τεχνικές πληροφορίες που χρειάζονται. Με τον τρόπο αυτό παραμένουν συνεπείς, χωρίς να αλλοιώνουν την εταιρική ταυτότητα.
- Χρησιμοποιώντας τον οδηγό διατηρείται μια ενιαία εικόνα σε κάθε επικοινωνία και εστιάζουμε, με συνέπεια στην φιλοσοφία μας, απέναντι στους πελάτες, τους συνεργάτες και γενικότερα στην αγορά ή τομέα που δραστηριοποιούμαστε.
- Ο οδηγός εταιρικής ταυτότητας αναλαμβάνει να μεταφέρει τις λεπτομέρειες σχεδίασης και ολόκληρη την εταιρική φιλοσοφία όχι μόνο στους εξωτερικούς συνεργάτες αλλά και στους υπαλλήλους που αναλαμβάνουν ένα project εσωτερικά. Με τον τρόπο αυτό ελαχιστοποιείται η πιθανότητα λάθους και η εταιρική ταυτότητα αποκτά μια ισχυρή δύναμη.
- Κάθε συνεργάτης νιώθει μεγαλύτερη ασφάλεια όταν ακολουθεί τους συγκεκριμένους κανόνες που αναφέρονται στον οδηγό εταιρικής ταυτότητας. Με αυτό τον τρόπο διασφαλίζεται ένα κοινό αποδεκτό αποτέλεσμα με υψηλά standards ποιότητας.
- Ο οδηγός είναι ένα σύστημα κανόνων προσαρμόσιμο και ευμετάβλητο ανάλογα με τις συνθήκες, την αγορά ή τις εταιρικές-δοικητικές αποφάσεις. Με τον τρόπο αυτό κάθε βελτιωμένη έκδοση του οδηγού εταιρικής ταυτότητας μπορεί εύκολα να επικοινωνηθεί στους ενδιαφερόμενους.
- Με τη βοήθεια του οδηγού εξοικονομείται ο χρόνος που θα αφιερώνονταν σε επαναλαμβανόμενες επεξηγήσεις και πολλαπλές διορθώσεις.

Για να επιτευχθούν τα ανωτέρω θα ακολουθηθούν μια σειρά από βήματα. Αυτά θα οδηγήσουν στο βέλτιστο αποτέλεσμα και θα συνάδουν με την υπάρχουσα εικαστική παλέτα που η Περιφέρεια Αττικής ήδη έχει στην κατοχή της και χρησιμοποιεί. Αυτό είναι απαραίτητο έτσι ώστε να υπάρχει μια συνέχεια τόσο από πλευράς προβολής και μάρκετινγκ (branding) όσο και για την εύρυθμη λειτουργία του όλου εγχειρήματος. Όπως επίσης και για να έχει το αρμόδιο τμήμα της Περιφέρειας το συνεχή έλεγχο καθώς και τον τελικό λόγο για το αποτέλεσμα της προτίμησης της.

Τα βήματα αυτά λοιπόν αναλύονται ως εξής:

Βήμα 1 Εταιρική φιλοσοφία

Αναφέρεται το γενικότερο εταιρικό προφίλ και περιγράφουμε με ένα σύντομο τρόπο τις αρχές και τις αξίες πάνω στις οποίες βασίζεται η λειτουργία της εταιρίας του οργανισμού.

Βήμα 2 Η σημασία του εταιρικού σήματος

Αναφέρεται μια πλήρης περιγραφή του εταιρικού σήματος αναλύοντας τα παρακάτω:

- Αξίες: ποιες εταιρικές αξίες αντιπροσωπεύει
- Λέξεις κλειδιά: μια λίστα με λέξεις κλειδιά που εκπροσωπεί
- Χρήσεις: αναλυτικά που και πώς μπορεί να χρησιμοποιηθεί.
- Στόχος: ποιός είναι ο πραγματικός λόγος ύπαρξης του λογοτύπου.
- Διαστάσεις: με κάθε λεπτομέρεια τις διαστάσεις των στοιχείων του λογοτύπου και τις γενικότερες αποστάσεις που πρέπει να τηρηθούν για την σωστή ένταξή του σε κάθε εφαρμογή.

• **Τυπογραφία:** την τυπογραφία του λογοτύπου, στον βαθμό που υπάρχει. Γραμματοσειρά, βάρη, χρώμα, περίγραμμα, αποστάσεις γραμμάτων, αποστάσεις γραμμών κ.λπ.

Βήμα 3 Προσδιορισμός Χρωμάτων

Αναφέρονται με κάθε λεπτομέρεια τα χαρακτηριστικά όλων των χρωμάτων που χρησιμοποιούνται στο λογότυπο.

Ο προσδιορισμός των χρωμάτων γίνεται αναφορικά με την κάθε εφαρμογή, το υλικό και τη μέθοδο εκτύπωσης ή παρουσίασης του λογοτύπου.

Προσδιορίζονται τα χρώματα σε όλες τις διαθέσιμες παλέτες όπως Pantone, CMYK, RGB, HEX κ.ο.κ.

Βήμα 4 Τυπογραφία

Αν υπάρχουν επιπλέον κείμενα, εκτός του λογοτύπου, αναφέρονται τα χαρακτηριστικά τους. Δηλαδή προσδιορίζεται ο τρόπος παρουσίασης των κειμένων σε σχέση με το λογότυπο. Για παράδειγμα, για το κείμενο του επιστολόχαρτου προσδιορίζεται: γραμματοσειρά, βάρη, μέγεθος, χρώμα, στοίχιση, διάστιχο, kerning, αραίωση ή πύκνωση, διάκενο στηλών, περιθώρια σελίδας, κενά παραγράφων, αποστάσεις και θέση λογοτύπου και διευθύνσεων κλπ.

Βήμα 5 Παρουσίαση Εφαρμογών εταιρικής ταυτότητας

Παρουσιάζονται αναλυτικά όλες τις εφαρμογές στις οποίες θα εμφανίζεται το λογότυπο.

Κάποιες ενδεικτικές εφαρμογές είναι οι παρακάτω:

- Business cards, επιστολόχαρτα (Α και Β σελίδα), φάκελα, folders, with compliments, fax covers
- Αφίσες, roll ups • Διαφημιστικά έντυπα, καταχωρήσεις στον τύπο
- Σακούλες
- E-mail signature, ιστοσελίδα, newsletter, ηλεκτρονικά banners Για κάθε μια εφαρμογή αναγράφονται με κάθε λεπτομέρεια η θέση του λογοτύπου και οι αποστάσεις γύρω από αυτό, η διάσταση και ο κενός χώρος γύρω από τα υπόλοιπα στοιχεία και άλλες μετρήσεις που θεωρούνται απαραίτητες κατά περίπτωση.

Βήμα 6 Περιγραφή του στυλ της εταιρικής ταυτότητας

Περιγράφεται το γενικότερο στυλ και δίνονται γενικές οδηγίες για τον τρόπο παρουσίασης της εταιρικής ταυτότητας. Αυτό βοηθάει στην κατανόηση μιας γενικότερης αντίληψης που θέλουμε να κυριαρχεί κατά την κατασκευή των διάφορων εφαρμογών ή κατά τη δημιουργία κάποιων νέων.

Βήμα 7 Επιλογή του σωστού φόντου

Επιλέγεται το φόντο που είναι κατάλληλο για την παρουσίαση του λογοτύπου. Δείχνουμε την κατάλληλη επιλογή σε φόντο πάνω στο οποίο θα αποδίδει το λογότυπο με τον καλύτερο δυνατό τρόπο. Παράλληλα παρουσιάζουμε και τις περιπτώσεις εκείνες που θεωρούνται εντελώς άκυρες.

17. Την υπ' αρ. πρωτ. 97573/16.05.2017 πρόσκληση υποβολής οικονομικής προσφοράς.

18. Την υπ' αρ. πρωτ. 100894/17.05.2017 οικονομική προσφορά της εταιρείας PROPAGANDA GRAPHICS FACTORY – ΙΩΑΝΝΗΣ ΜΗΛΙΩΝΗΣ η οποία ανέρχεται στο ύψος των **20.000,00€ συμπεριλαμβανομένου του Φ.Π.Α. 24%.**

**η Υπηρεσία εισηγείται
στην Οικονομική Επιτροπή να αποφασίσει σχετικά με**

Την ανάθεση στην εταιρεία με την επωνυμία «PROPAGANDA GRAPHICS FACTORY – ΙΩΑΝΝΗΣ ΜΗΛΙΩΝΗΣ» (23ο χλμ Αθηνών – Λαυρίου, Τ.Κ. 19 400, Κορωπί, ΑΦΜ 046991331 & ΚΟΡΩΠΙΟΥ, τηλ. 210 7255468) της παραγωγής του λογοτύπου της Περιφέρειας Αττικής, συνολικής αξίας 20.000,00€ (πλέον του ΦΠΑ 24%), και στο ύψος της οικονομικής της προσφοράς, ήτοι 20.000,00€ συμπεριλαμβανομένου του Φ.Π.Α., σύμφωνα με τα οριζόμενα στην υπ' αρ. πρωτ. 100894/17.05.2017 οικονομική της προσφοράς, η οποία αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της παρούσης.

Η δαπάνη θα βαρύνει τον Κ.Α.Ε. 0844.01 του Ε.Φ. 01.072 του προϋπολογισμού της Περιφέρειας Αττικής οικονομικού Έτους 2017.

Μετά από διαλογική συζήτηση μεταξύ των μελών της.
η Οικονομική Επιτροπή

λαμβάνοντας επιπροσθέτως υπόψη το υπόμνημα το οποίο κατέθεσε ενώπιον της Οικονομικής Επιτροπής η εντεταλμένη για τον Τουρισμό Περιφερειακή Σύμβουλος κα Ελένη Δημοπούλου το οποίο έχει ως ακολούθως:

«Για τις ανάγκες της νέας τουριστικής καμπάνιας της Περιφέρειας Αττικής για την πενταετία 2016-2020, η οποία θα ξεκινήσει τους επόμενους μήνες, σχεδιάζεται να ανατεθεί η ανάπτυξη της κατάλληλης τουριστικής ταυτότητας (destination brand) της Αττικής.

Η Περιφέρεια Αττικής προκήρυξε διαγωνισμό με προϋπολογισμό 20.000 ευρώ για την «Προσαρμογή της εταιρικής ταυτότητας της Περιφέρειας Αττικής» στο πλαίσιο του έργου «Δράσεις δημοσιότητας για τη διαχείριση της φήμης της Αθήνας στο διεθνές τουριστικό κοινό», σύμφωνα με το στρατηγικό σχέδιο για την τουριστική προβολή της Περιφέρειας Αττικής για την πενταετία 2016 – 2020, η οποία ματαιώθηκε εφόσον οι προτάσεις δεν ήταν ανάλογες του έργου.

Ο κεντρικός στόχος για τη νέα καμπάνια της Περιφέρειας Αττικής, από το δεύτερο εξάμηνο του 2016 έως και το 2020, είναι η ανάδειξη του τουριστικού πλούτου της Αττικής μέσα από πλήρη γκάμα ελκυστικών, ανταγωνιστικών και «ώριμων» τουριστικών προϊόντων για τα οποία υπάρχει αντίστοιχη «ώριμη» διεθνής τουριστική αγορά.

Η Περιφέρεια Αττικής απομακρύνεται πλέον από την μονοδιάστατη ταύτιση της Αττικής με τον τουρισμό του Σαββατοκύριακου και του συνεδριακού τουρισμού (city breaks, M.I.C.E) στοχεύοντας στην επίτευξη επιπρόσθετων στόχων, καθώς κάθε επιμέρους προϊόν που θα αναδειχθεί έχει διαφορετικό εποχιακό κύκλο και εντοπίζεται σε διαφορετικές περιοχές της Αττικής.

Ο σχεδιασμός περιλαμβάνει την παρουσίαση του γεωγραφικού χαρτοφυλακίου των τουριστικών προϊόντων, εντάσσοντας όλους τους διακριτούς προορισμούς της Αττικής και την έκθεση του θεματικού χαρτοφυλακίου των τουριστικών προϊόντων.

Σε σχέση με το γεωγραφικό χαρτοφυλάκιο αναφέρεται ως παράδειγμα η μητροπολιτική περιοχή της Αθήνας και οι αναγνωρίσιμες στην τουριστική αγορά περιοχές: Πειραιάς, Κηφισιά, Γλυφάδα, Βουλιαγμένη, αλλά και Σούνιο, Μαραθώνας, Ελευσίνα, Λαύριο, Ωρωπός, Κινέτα, Αίγινα, Πόρος, Ύδρα, Σπέτσες, Κύθηρα και Αντικύθηρα, καθώς και οι παράκτιες περιοχές των Μεθάνων και της Τροιζήνας.

Στο θεματικό χαρτοφυλάκιο περιλαμβάνονται οι διαδρομές πολιτιστικής κληρονομιάς, οι αποδράσεις πόλεως, τα συνέδρια και τα ταξίδια κινήτρων, οι οικογενειακές διακοπές, οι διακοπές ευεξίας, ο προσβάσιμος τουρισμός, η ιστιοπλοΐα, οι κρουαζιέρες, οι διακοπές για αγορές, οι διακοπές για την τρίτη ηλικία, οι διακοπές για νέους και σπουδαστές, οι διακοπές που εστιάζουν στην τέχνη, οι διακοπές ήλιου και θάλασσας, οι διακοπές πολυτελείας, ο τουρισμός γαστρονομίας, ο οινικός τουρισμός και η οργάνωση γάμων και «ταξιδίων του μέλιτος».

Ο ανάδοχος στο διαγωνισμό καλείται να ετοιμάσει όχι μόνο το γενικό τουριστικό λογότυπο της Αττικής, το οποίο σύμφωνα με τους όρους που έχει θέσει η Περιφέρεια, «πρέπει να είναι σύγχρονο, να συμπυκνώνει και να τονίζει τη μοναδικότητα, την πολυμορφία και τη μαγεία των προορισμών και των ταξιδιωτικών εμπειριών της Αττικής με τρόπο ελκυστικό για τον Έλληνα και ξένο καταναλωτή, χωρίς ακαδημαϊσμό ή αρχαιολατρία», Αλλά και όλα τα επιμέρους σύμφωνα με το briefing που αναφέρεται στο παράρτημα που επισυνάπτεται .

Στη λογική του umbrella branding θα πρέπει να επικοινωνηθεί στην αγορά ότι η Περιφέρεια Αττικής δεν αποτελεί το προϊόν· η Περιφέρεια Αττικής αποτελεί το θεσμό που προωθεί μια δέσμη ελκυστικών και συναρπαστικών ταξιδιωτικών προϊόντων στην ελληνική και διεθνή τουριστική αγορά καθώς εκπροσωπεί μια από τις πιο προικισμένες από πλευράς φυσικού και πολιτισμικού πλούτου περιοχές της Μεσογείου.

Η Περιφέρεια Αττικής ουσιαστικά συστήνει και «υπογράφει» αυτά τα εξαιρετα ταξιδιωτικά προϊόντα που απαντώνται στην επικράτεια της.

Η νέα αυτή έμφαση θα πρέπει να απεικονιστεί κατάλληλα μέσα από την ενδεδειγμένη λογοτύπηση και τις άλλες απαραίτητες εφαρμογές του branding.

Ζητούμενο είναι η διαχρονική απήχηση του λογοτύπου, ώστε ύστερα από μερικά χρόνια να παραμένει ελκυστικό και δυναμικό εργαλείο προβολής της Αττικής.

Διευκρινίζεται ότι το ζητούμενο είναι να δημιουργηθεί μια νέα ταυτότητα όχι για το διοικητικό θεσμό της Περιφέρειας, αλλά για την Αττική ως ταξιδιωτικό τόπο. Η στόχευση της ζητούμενης τουριστικής ταυτότητας είναι αποκλειστικά στην τουριστική αγορά, δηλ. στο ταξιδιωτικό/καταναλωτικό κοινό της Ελλάδας και του εξωτερικού, στα ελληνικά και διεθνή μέσα ενημέρωσης, καθώς και στις επιχειρήσεις που οργανώνουν και πωλούν ταξίδια (το λεγόμενο travel trade που περιλαμβάνει επιχειρήσεις όπως

λ.χ. tour operators, τουριστικά γραφεία, εταιρίες κρουαζιέρων, γραφεία οργάνωσης συνεδρίων, γραφεία οργάνωσης γάμων κοκ., τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό).

Λόγω της μεγάλης τουριστικής της πολυμορφίας η Αττική απευθύνεται σε ένα ευρύ φάσμα τουριστών διαφορετικής ηλικίας, οικογενειακής κατάστασης, μορφωτικού επιπέδου, καθώς και κοινωνικής και εισοδηματικής τάξης, με ποικίλα ταξιδιωτικά κίνητρα και ενδιαφέροντα και κατά συνέπεια με διαφορετικό ψυχογραφικό προφίλ.

Ο τουριστικός πλούτος της Αττικής ανάγεται – ενδεικτικά – στους εξής τουριστικούς πόρους, στα εξής στοιχεία:

- το Αττικό φώς, το φυσικό περιβάλλον, με την πολυμορφία τοπίου, την εντυπωσιακή ακτογραμμή και τους ορεινούς όγκους στην Αττική Χερσόνησο, το νησιωτικό σύμπλεγμα (του Σαρωνικού έως και των Κυθήρων-Αντικυθήρων) και το ηφαίστειο των Μεθάνων,
- τα αναρίθμητα, παγκόσμιας ακτινοβολίας ιστορικά μνημεία της Αττικής όπως, μεταξύ πολλών άλλων, η Ακρόπολη των Αθηνών με το αρχαιολογικό πάρκο που την περιβάλλει, καθώς και οι αρχαιολογικοί χώροι του Πειραιά, της Σαλαμίνας, της Ελευσίνας, του Σουνίου και της Αφαίας στην Αίγινα, του Μαραθώνα κ.λπ.,
- τη μοναδική στον κόσμο άυλη πολιτιστική κληρονομιά της Αθήνας που όμως συνδέεται άμεσα με τοποθεσίες τουριστικού ενδιαφέροντος της Πρωτεύουσας, (μύθοι, θρύλοι, έθιμα), όπως λ.χ. η γέννηση του αρχαίου δράματος και της δημοκρατίας, η άνθηση της φιλοσοφίας, της επιστήμης και των τεχνών, σημαντικά ιστορικά γεγονότα που όρισαν το μέλλον όλης της ανθρωπότητας όπως λ.χ. η μάχη του Μαραθώνα και η Ναυμαχία της Σαλαμίνας κ.ά.,
- τα εξαιρετικά μουσεία της Πρωτεύουσας,
- τις κορυφαίες πολιτιστικές – αθλητικές εκδηλώσεις, όπως ο αυθεντικός Μαραθώνιος και το Φεστιβάλ Αθηνών,
- τις παραλίες και τη θάλασσα της Αττικής που προσφέρεται για κολύμβηση, ιστιοπλοΐα και θαλάσσια σπορ,
- τις τουριστικές μαρίνες και λιμενικές εγκαταστάσεις που προσελκύουν μεγάλο αριθμό επιβατών κρουαζιερόπλοιων και θαλαμηγών,
- την ορεινή ενδοχώρα της Αττικής αλλά και τα νησιωτικά τοπία που προσφέρονται για πεζοπορία και άλλες υπαίθριες και αθλητικές δραστηριότητες,
- τη σύγχρονη όψη της Αθήνας με τις αναρίθμητες ευκαιρίες για ψυχαγωγία, πολιτισμό και αγορές,
- τους παραδοσιακούς οικισμούς αλλά και την κοσμοπολίτικη ζωή των νησιών της Αττικής,
- την ιδιαίτερα ποικιλόμορφη γαστρονομία της Αττικής που πλαισιώνεται από παραδοσιακά τοπικά προϊόντα, όπως λ.χ. ο αττικός οίνος, το φιστίκι Αιγίνης, το μέλι, τα σύκα και τα τοπικά γλυκά των νησιών,
- τις υψηλού επιπέδου τουριστικές επιχειρήσεις της Αττικής που καλύπτουν κάθε πιθανή επιθυμία των επισκεπτών όπως λ.χ. τα ξενοδοχεία και τα καταλύματα κάθε άλλης μορφής, τα τουριστικά γραφεία που οργανώνουν εκδρομές και ποικίλες δραστηριότητες, τα spa, τους παρόχους δραστηριοτήτων, τις μεταφορικές επιχειρήσεις κοκ.,
- και φυσικά το ανθρώπινο δυναμικό που εργάζεται στον τουριστικό τομέα της Αττικής,
- την κεντρική και προνομιούχα θέση της Αττικής σχετικά με τις συγκοινωνίες και τις διευκολύνσεις μετακίνησης των ταξιδιωτών και επαγγελματιών (διεθνές αεροδρόμιο, λιμάνια, κρουαζιέρες, ΜΜΜ). Εκφάνσεις του ως άνω τουριστικού πλούτου της Αττικής είναι τα δύο τουριστικά χαρτοφυλάκια όπως έχουν προηγουμένως περιγραφεί. Αναλυτικές πληροφορίες για τα τουριστικά θέλγητρα της Αττικής παρατίθενται στην τουριστική ιστοσελίδα της Περιφέρειας: www.athensattica.gr

Το κύριο ζητούμενο του παρόντος έργου είναι να κωδικοποιηθεί επιτυχώς η τουριστική ιδιαιτερότητα της Αττικής, αυτού του ιδιαίτερα πολύμορφου από τουριστικής άποψης τόπου, μέσα από μια τουριστική ταυτότητα, η οποία:

1. θα είναι ελκυστική, θα έχει δηλ. μια αισθητική ευχάριστη και ενδιαφέρουσα για το ευρύ ταξιδιωτικό κοινό και για τους τουριστικούς επαγγελματίες, λαμβάνοντας υπόψη ότι η Αττική απευθύνεται σε τουρίστες: από όλον τον κόσμο,• όλων των ηλικιών,• κάθε μορφωτικού επιπέδου,• κάθε εισοδηματικού επιπέδου,• κάθε κοινωνικής θέσης,• με πολλά διαφορετικά ειδικά ενδιαφέροντα.
2. θα είναι δυναμική, δηλ. θα ξεχωρίζει και θα αναδεικνύει με πιο έντονο τρόπο την περιοχή της Αττικής έναντι άλλων μεσογειακών προορισμών,
3. θα διαφοροποιεί την Αττική από άλλους δημοφιλείς προορισμούς της Μεσογείου με πλούσια φυσική και πολιτισμική κληρονομιά, δηλ. θα συμπυκνώνει εκείνο ή εκείνα τα στοιχεία που είναι χαρακτηριστικά για την περιοχή,
4. θα είναι διάχρονική (future-proof), θα παραμένει δηλ. ελκυστική και μετά από μερικά χρόνια (ως προς το μήνυμα, τους συμβολισμούς και την αισθητική της),
5. θα είναι ευέλικτη, θα μπορεί δηλ. να λειτουργήσει ταυτόχρονα: ως «umbrella brand» για κάθε επιμέρους προορισμό της Περιφέρειας Αττικής• ως «umbrella brand» για τα επιμέρους τουριστικά προϊόντα όπως λ.χ. για city• breaks και short breaks, για ρομαντικά ταξίδια και γάμους, για διακοπές πεζοπορίας, για θαλάσσια σπορ, για ταξίδια πολιτιστικού ενδιαφέροντος κοκ.,

6. θα είναι κατάλληλη για ευρεία χρήση σε όλες τις ενέργειες μάρκετινγκ που θα υλοποιήσει η Περιφέρεια Αττικής όπως λ.χ. τη διαδικτυακή προβολή, την έντυπη και ηλεκτρονική διαφήμιση, τις δημόσιες σχέσεις, την παραγωγή εντύπων και χαρτών, τη συμμετοχή σε εκθέσεις και άλλες εκδηλώσεις κοκ.,

Παραθέτω την προκήρυξη που περιγράφει ακριβώς τα 4 παραδοτέα που θα γίνουν με τον ίδιο ακριβώς τρόπο από τον μελλοντικό ανάδοχο.

<http://www.e-travelnews.gr/wp-content/uploads/2016/08/ATTICA.pdf>

Παρακαλώ να ληφθούν υπόψη τα παρακάτω

Σχετικά με το ποσό της ανάθεσης θεωρείται ότι είναι αξιοπρεπές παρόλο που είναι χαμηλό και δεν αποτελεί λόγο για να παραδοθούν μη ποιοτικά παραδοτέα .

Πολλοί ιδιωτικοί φορείς θα ήθελαν να το αναλάβουν καθώς αποτελεί τιμή για αυτούς να σχεδιάσουν το λογότυπο της Π.Α ακόμα και αν έχουν περιορισμένο κέρδος .

Παραδείγματα τα λογοτύπων μεγάλων δημόσιων τουριστικών φορέων όπως ο ΕΟΤ έγιναν ακόμα και με λιγότερα από 10.000 ευρώ ακριβώς για τον παραπάνω λόγο .

Παράδειγμα λογοτύπου με υπερβολικά μεγάλο ποσό ήταν και το προηγούμενο λογότυπο με 138.000 ευρώ , όμως αυτό δεν αποτελεί από μόνο του ασφαλές κριτήριο ποιοτικής ή μη δουλειάς από πλευράς των αναδόχων.

Τα παραδοτέα είναι 4 διακριτά και αφορούν συγκεκριμένα έργα όπως αναφέρονται στην προκήρυξη και στην συνέχεια στην επικείμενη ανάθεση .

Τι κάνουν οι άλλες Περιφέρειες; Όλες ακολουθούν τον ίδιο σχεδιασμό, δηλαδή χρησιμοποιούν το εθνόσημο για το επίσημο διοικητική ιστοσελίδα και το εμπορικό τουριστικό λογότυπο για την τουριστική προβολή του Προορισμού. Μάλιστα στην περίπτωση της Κρήτης υπάρχει αναρτημένο και όλο το θεσμικό πλαίσιο

<https://www.incrediblecrete.gr/el/> (Τουριστική ιστοσελίδα Περ. Κρήτης)

<http://likenoother.aegeanislands.gr/> (Τουριστική ιστοσελίδα Περ. Νοτίου Αιγαίου)

<http://www.verymacedonia.gr/el> (Τουριστική ιστοσελίδα Περ. Κεντρικής Μακεδονίας)»

στη συνέχεια κατά πλειοψηφία αποφασίζει

Την ανάθεση στην εταιρεία με την επωνυμία: «PROPAGANDA GRAPHICS FACTORY – ΙΩΑΝΝΗΣ ΜΗΛΙΩΝΗΣ» (23ο χλμ Αθηνών – Λαυρίου, Τ.Κ. 19 400, Κορωπί, ΑΦΜ 046991331 & ΚΟΡΩΠΙΟΥ, τηλ. 210 7255468) της παραγωγής του λογοτύπου της Περιφέρειας Αττικής, συνολικής αξίας 20.000,00€ (πλέον του ΦΠΑ 24%), και στο ύψος της οικονομικής της προσφοράς, ήτοι 20.000,00€ συμπεριλαμβανομένου του Φ.Π.Α., σύμφωνα με τα οριζόμενα στην υπ' αρ. πρωτ. 100894/17.05.2017 οικονομική της προσφορά, η οποία αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της παρούσης.

Η δαπάνη θα βαρύνει τον Κ.Α.Ε. 0844.01 του Ε.Φ. 01.072 του προϋπολογισμού της Περιφέρειας Αττικής οικονομικού Έτους 2017.

- Το τακτικό μέλος της Οικονομικής Επιτροπής κ. Καραμπέλας Κων/νος δηλώνει λευκό με τη σημείωση ότι «ψηφίζει αρνητικά στο κατεπείγον».
- Το τακτικό μέλος της Οικονομικής Επιτροπής κα. Φωτ. Βρύνα δηλώνει λευκό.
- Το αναπληρωματικό μέλος της Οικονομικής Επιτροπής κ. Ζαχ. Πελέκης δηλώνει λευκό.

Ο Πρόεδρος

Καραμάνος Χρήστος

Τα Μέλη

Αλεξίου Αθανάσιος

Δημάκος Δημήτρης

Μπαλάφας Γεώργιος

Τζίβα Αιμιλία

Καραμπέλας Κωνσταντίνος

Βρύνα Φωτεινή

Χρυσικός Φώτιος

Λεβέντη Αγγελική

Πελέκης Ζαχαρίας