



Δ Ι Α Ζ Ω Μ Α

**Πρόσκληση συμμετοχής:**

## **Διεθνής δημιουργικός διαγωνισμός για τη νέα εικαστική τουριστική ταυτότητα (destination brand) του Δήμου Ηρακλείου**

### **1. Σκεπτικό και αντικείμενο του Έργου**

Ο Πολιτιστικός Οργανισμός ΔΙΑΖΩΜΑ, στο πλαίσιο της συνεργασίας του με το Δήμο Ηρακλείου, διενεργεί διεθνή δημιουργικό διαγωνισμό με αντικείμενο την ανάπτυξη μιας νέας ελκυστικής εικαστικής ταυτότητας για τον τουρισμό του Δήμου Ηρακλείου με σκοπό να ενισχυθεί περαιτέρω η εικόνα της πόλης του Ηρακλείου στην ελληνική και διεθνή τουριστική αγορά. Η νέα τουριστική ταυτότητα (destination brand) θα αξιοποιηθεί σε όλες τις ενέργειες τουριστικής προβολής που θα υλοποιήσει ο Δήμος εφεξής.

Η νέα ταυτότητα απευθύνεται στην τουριστική αγορά, δηλ. στο ταξιδιωτικό/καταναλωτικό κοινό της Ελλάδας και του εξωτερικού 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).

Διευκρινίζεται ότι το ζητούμενο είναι να δημιουργηθεί μια νέα ταυτότητα όχι για το διοικητικό θεσμό του Δήμου αλλά **για την πόλη του Ηρακλείου ως τουριστικό προορισμό**. Η στόχευση της ζητούμενης τουριστικής ταυτότητας είναι αποκλειστικά στην τουριστική αγορά.

Το συνημμένο αρχείο (**excerpts\_Heraklion\_Marketing\_Plan.pdf**) περιέχει εκτενή αποσπάσματα του προγράμματος τουριστικού μάρκετινγκ του Ηρακλείου συμπεριλαμβανομένης της νέας στρατηγικής μάρκετινγκ, η οποία θέτει το πλαίσιο και τις απαιτήσεις του παρόντος έργου, καθώς περιγράφει τα **χαρακτηριστικά** της πόλης και τους **στόχους** της νέας τουριστικής καμπάνιας. Επίσης παρατίθενται **επιχειρήματα** για τους λόγους που αξίζει κανείς να επισκεφτεί το Ηράκλειο και προσεγγίζονται οι **αγορές προτεραιότητας**.

Το Ηράκλειο είναι ένας πολυδιάστατος τουριστικός προορισμός, γεγονός που καθιστά ιδιαίτερα απαιτητικό το έργο ανάπτυξης της κατάλληλης τουριστικής ταυτότητας για την πόλη. Για την πλήρη κατανόηση των σχετικών απαιτήσεων οι υποψήφιοι ανάδοχοι

παρακαλούνται να μελετήσουν το συνημμένο αρχείο και ιδίως τα αποσπάσματα του Κεφαλαίου 2 που αναφέρονται στο **νέο αφήγημα** για τον τουρισμό του Ηρακλείου (βλ. ενότητα 2.6) όπως και την έννοια και το εύρος του **τουριστικού χαρτοφυλακίου** της πόλης (βλ. ενότητα 2.7).

Η πόλη του Ηρακλείου ουσιαστικά πρεσβεύει όχι ένα ενιαίο τουριστικό προϊόν αλλά ένα **χαρτοφυλάκιο επιμέρους τουριστικών προϊόντων**. Κάθε επιμέρους προϊόν αντιστοιχεί σε μια διακριτή ταξιδιωτική εμπειρία ή μορφή τουρισμού, η οποία προσελκύει συγκεκριμένη κατηγορία τουριστών και αποτελεί ξεχωριστή αγορά. Π.χ. τα city breaks και τα συνέδρια πρεσβεύουν δύο εντελώς διαφορετικές αγορές, ωστόσο ο Δήμος έχει κάθε λόγο να επιδιώξει την ανάπτυξη αμφότερων.

Έτσι, στο πλαίσιο ανάπτυξης της τουριστικής ταυτότητας θα πρέπει να προβληθεί το Ηράκλειο όχι ως ένας μονοδιάστατος προορισμός αλλά ως ένα χαρτοφυλάκιο προϊόντων στη λογική του umbrella branding με **προϊόντα** όπως λ.χ.:

- City breaks
- Πολιτιστικά ταξίδια
- Γαστρονομία
- Πολιτιστικές και άλλες εκδηλώσεις
- Συνέδρια
- Κρουαζιέρες

Το κύριο ζητούμενο του παρόντος έργου είναι να κωδικοποιηθεί επιτυχώς η τουριστική ιδιαιτερότητα αυτού του πολύμορφου προορισμού 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 ο Δήμος Ηρακλείου 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 τον καλύτερο δυνατό τρόπο την πόλη του Ηρακλείου.
3. θα **διαφοροποιεί το Ηράκλειο από άλλους αστικούς προορισμούς της Μεσογείου**, δηλ. θα συμπυκνώνει εκείνο ή εκείνα τα στοιχεία που είναι χαρακτηριστικά για την περιοχή.
4. θα είναι **διαχρονική**, 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 ως «*umbrella brand*» για τα επιμέρους τουριστικά προϊόντα.
6. θα είναι **κατάλληλη για ευρεία χρήση** σε όλες τις ενέργειες μάρκετινγκ που θα υλοποιήσει ο Δήμος όπως λ.χ. διαδικτυακή προβολή, έντυπη και ηλεκτρονική

διαφήμιση, δημόσιες σχέσεις, παραγωγή εντύπων και χαρτών, συμμετοχή σε εκθέσεις και άλλες εκδηλώσεις, παραγωγή πινακίδων κοκ.

Διευκρινίζεται ότι η στόχευση του παρόντος έργου είναι καθαρά τουριστική, ωστόσο θα συνεκτιμηθεί και η δυνατότητα εφαρμογής του γενικού λογοτύπου ή παραλλαγών του σε άλλες δραστηριότητες του Δήμου Ηρακλείου που απευθύνονται λ.χ. στους πολίτες της πόλης, σε ευρωπαϊκούς θεσμούς κοκ. Ιδανικά δηλ. το προτεινόμενο σύστημα λογοτύπησης θα είναι **αρκούντως ευέλικτο** για να καλύψει και άλλες χρήσεις πέραν του τουρισμού (για τις ενδεχόμενες πρόσθετες εφαρμογές του λογοτύπου θα υπάρξει ξεχωριστή αμοιβή εφόσον ο Δήμος αποφασίσει να προχωρήσει σε ένα ευρύτερο place branding του Ηρακλείου). Ωστόσο ο πρωτεύων στόχος είναι να αποκτήσει το Ηράκλειο μέσω του παρόντος έργου μια ελκυστική τουριστική ταυτότητα.

Βάσει του παραπάνω σκεπτικού ζητείται από τον ανάδοχο του παρόντος έργου να αναπτύξει τη νέα τουριστική ταυτότητα για το Δήμο Ηρακλείου, η οποία αναλύεται στα εξής επιμέρους παραδοτέα:

- ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 1: Τουριστικά λογότυπα
- ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 2: Εικαστικές εφαρμογές της νέας τουριστικής ταυτότητας του Δήμου Ηρακλείου
- ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 3: Εκπόνηση εγχειριδίου για τη νέα τουριστική ταυτότητα του Δήμου Ηρακλείου (branding manual).

## 2. Διαδικασία του διαγωνισμού και της ανάθεσης του έργου

Το εδώ περιγραφόμενο έργο branding με τα τρία παραδοτέα θα ολοκληρωθεί σε **δύο στάδια** από το φυσικό ή νομικό πρόσωπο που θα λάβει το πρώτο βραβείο του διαγωνισμού.

Συγκεκριμένα:

### 2.α Φάση πρώτη – Διεθνής δημιουργικός διαγωνισμός

Η πρώτη φάση αφορά την επιλογή του Αναδόχου και την ετοιμασία του **Παραδοτέου 1** όπως περιγράφεται αναλυτικά στη συνέχεια (βλ. ενότητα 3.1 κατωτέρω).

Τα ενδιαφερόμενα φυσικά και νομικά πρόσωπα – οι «Υποψήφιοι» – αποστέλλουν τις δημιουργικές τους προτάσεις με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο στη διεύθυνση [info@diazoma.gr](mailto:info@diazoma.gr) μέχρι τη Δευτέρα 31 Δεκεμβρίου 2018.

Συγκεκριμένα, κάθε Υποψήφιος καλείται να υποβάλλει κατ' ελάχιστον τα εξής:

- i. **Προσχέδια λογοτύπων** (βλ. ενότητα 3.1). Συγκεκριμένα, θα πρέπει να ετοιμαστούν προσχέδια για:
  - το γενικό τουριστικό λογότυπο του Δήμου
  - τουλάχιστον δύο προϊοντικά λογότυπα ως παραλλαγές του γενικού λογοτύπου (για το χαρτοφυλάκιο).

Σημειώνεται ότι οι Υποψήφιοι μπορούν να υποβάλλουν από μία έως τρεις εναλλακτικές προτάσεις ως προς τα λογότυπα.

- ii. **Προσχέδιο του μεγάλου εντύπου** (βλ. ενότητα 3.2)
- iii. **Προσχέδιο αρχικής ιστοσελίδας** (homepage) (βλ. ενότητα 3.2)
- iv. Δείγματα προηγούμενων έργων του Υποψηφίου
- v. Σύντομο βιογραφικό σημείωμα (για φυσικά πρόσωπα) ή εταιρικό προφίλ (για νομικά πρόσωπα).
- vi. Συνοδευτική επιστολή, στην οποία θα αναφέρονται τα φορολογικά στοιχεία του Υποψηφίου (ΑΦΜ, ΔΟΥ, επάγγελμα, διεύθυνση έδρας, στοιχεία επικοινωνίας) καθώς και το **ποσό της αμοιβής του** (χωρίς και με ΦΠΑ) για τα Παραδοτέα 2 και 3 εφόσον του ανατεθεί από το Δήμο Ηρακλείου το σχετικό έργο μέσω απευθείας ανάθεσης (βλ. σχετικά ενότητα 2.β κατωτέρω).

Το ΔΙΑΖΩΜΑ, θέλοντας να ενθαρρύνει τη δημιουργικότητα των υποψηφίων αναδόχων, θα αξιολογήσει προτάσεις για τα επιμέρους παραδοτέα ακόμη κι αν αποκλίνουν από τις αισθητικές κατευθύνσεις που δίνονται εδώ. Το ΔΙΑΖΩΜΑ και ο Δήμος Ηρακλείου ενδιαφέρονται να εξασφαλίσουν τις καλύτερες ιδέες για την αποτελεσματική τουριστική προβολή της πόλης με τρόπο δημιουργικό, πρωτότυπο και επιθετικό.

Οι δημιουργικές προτάσεις που θα υποβληθούν θα αξιολογηθούν από κριτική επιτροπή, τα μέλη της οποίας θα οριστούν από το ΔΙΑΖΩΜΑ και το Δήμο Ηρακλείου. Η επιτροπή θα βαθμολογήσει τις υποβληθείσες προτάσεις και θα απονεμίσει:

- το **Α΄ Βραβείο** στην πρόταση που θα λάβει την υψηλότερη βαθμολογία. Το Α΄ Βραβείο συνοδεύεται από **χρηματικό έπαθλο ύψους 3.000 Ευρώ**.
- το **Β΄ Βραβείο** στην πρόταση που θα λάβει τη δεύτερη υψηλότερη βαθμολογία. Το Β΄ Βραβείο συνοδεύεται από **χρηματικό έπαθλο ύψους 2.000 Ευρώ**.
- το **Γ΄ Βραβείο** στην πρόταση που θα λάβει την τρίτη υψηλότερη βαθμολογία. Το Γ΄ Βραβείο συνοδεύεται από **χρηματικό έπαθλο ύψους 1.000 Ευρώ**.
- δύο **Επαίνους** στις προτάσεις που θα καταταγούν στην τέταρτη και πέμπτη θέση βάσει της βαθμολογίας τους. Κάθε Έπαινος συνοδεύεται από **χρηματικό έπαθλο ύψους 500 Ευρώ**.

Τα χρηματικά έπαθλα θα χορηγηθούν στους ως άνω διακριθέντες από το ΔΙΑΖΩΜΑ.

Το φυσικό ή νομικό πρόσωπο που θα κερδίσει το Α΄ Βραβείο θα ανακηρυχθεί **Ανάδοχος** του έργου και θα κληθεί να ολοκληρώσει το **Παραδοτέο 1** εντός διαστήματος 30 ημερών. Με την παράδοση και παραλαβή του Παραδοτέου 1 θα γίνει η καταβολή του χρηματικού επάθλου στον Ανάδοχο.

Το ΔΙΑΖΩΜΑ διατηρεί το δικαίωμα να χρησιμοποιήσει για το destination branding στοιχεία και από τις δημιουργικές προτάσεις που θα υποβάλλουν όσοι Υποψήφιοι κερδίσουν το δεύτερο και τρίτο βραβείο ή κάποιον από τους Επαίνους.

## **2.β Φάση δεύτερη – Απευθείας ανάθεση του έργου από το Δήμο Ηρακλείου**

Ο Ανάδοχος που θα προκύψει από την προηγούμενη φάση θα συνεργασθεί με τον Δήμο Ηρακλείου να υλοποιήσει το **Παραδοτέο 2** και το **Παραδοτέο 3, σύμφωνα με τις διατάξεις του Ν.4412/16**. Ο ενδεικτικός προϋπολογισμός των εργασιών για τα παραπάνω παραδοτέα δεν μπορεί να ξεπερνάει τα 20.000 Ευρώ πλέον ΦΠΑ 24%. Ο Ανάδοχος είναι υποχρεωμένος να εκδώσει όλα τα απαραίτητα δικαιολογητικά της κείμενης νομοθεσίας. Οι τελικές τεχνικές προδιαγραφές για το Παραδοτέο 2 και το Παραδοτέο 3, καθώς και οι επιμέρους όροι της απευθείας ανάθεσης θα ορισθούν από το Δήμο σε μεταγενέστερο χρόνο.

Ο Ανάδοχος θα έχει στη διάθεσή του:

- 30 ημέρες από την υπογραφή της σύμβασης για την ολοκλήρωση του Παραδοτέου 2.
- 60 ημέρες από την υπογραφή της σύμβασης για την ολοκλήρωση του Παραδοτέου 3.

Ο Ανάδοχος θα κληθεί να υποβάλει σε έγκριση τα παραδοτέα. Το μεσοδιάστημα που απαιτείται για την έγκρισή τους από το Δήμο δεν θα υπολογιστεί ως χρόνος υλοποίησης.

Ο Ανάδοχος θα είναι επίσης διαθέσιμος για μια περίοδο έξι μηνών, προκειμένου να υποστηρίξει το Δήμο και τους συνεργάτες του κατά τη χρήση των παραδοτέων στην πράξη (π.χ. με προσαρμογές ή διορθώσεις μακετών).

## **3. Αναλυτική περιγραφή των Παραδοτέων**

### **3.1 ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 1: Τουριστικά λογότυπα**

Ο Ανάδοχος καλείται να ετοιμάσει μια σειρά από λογότυπα που θα χρησιμοποιηθούν στη νέα τουριστική καμπάνια του Δήμου Ηρακλείου:

- Γενικό τουριστικό λογότυπο για την πόλη του Ηρακλείου στην ελληνική και αγγλική γλώσσα
- Χαρτοφυλάκιο προϊόντικών λογοτύπων (θεματικό χαρτοφυλάκιο)

Κατ' αρχήν θα πρέπει να ετοιμάσει το **γενικό τουριστικό λογότυπο** για την πόλη του Ηρακλείου.

Εκτός από το σχεδιασμό του γενικού τουριστικού λογοτύπου για την πόλη του Ηρακλείου, ζητείται η δημιουργία μιας σειράς τουριστικών λογοτύπων για τα **διακριτά τουριστικά προϊόντα**, δηλ. τα προϊόντα με τις εξής ενδεικτικές ονομασίες (για λεπτομέρειες βλ. ενότητα 2.7 στο συνημμένο αρχείο):

- Heraklion City Adventures
- Heraklion Legends
- Heraklion Food & Wine
- Heraklion Events

- Heraklion Meetings & Incentives
- Cruise Heraklion

Μία πρόσθετη διάσταση που θα πρέπει να καλυφθεί με ειδικό λογότυπο είναι και η αγροτική ενδοχώρα του Δήμου Ηρακλείου, η οποία περιλαμβάνει μεγάλο αριθμό χωριών με μακραινώνη παράδοση στην παραγωγή οίνου, ελιάς και άλλων προϊόντων υψηλής ποιότητας. Τα συγκεκριμένα χωριά, εκτός από εκδρομικούς προορισμούς, αποτελούν επίσης προτάσεις διαμονής για αγροτουριστικές δραστηριότητες. Έτσι προστίθεται το εξής προϊόν με ενδεικτική ονομασία:

- Countryside Heraklion

Το ζητούμενο από τα προϊόντικά λογότυπα είναι να έχουν μια κοινή αισθητική και να γίνεται εμφανές ότι κάθε στοιχείο του χαρτοφυλακίου ανήκει στο ίδιο υπερσύνολο. Για να επιτευχθεί η κοινή αισθητική, τα προϊόντικά λογότυπα ουσιαστικά θα αποτελούν **παραλλαγές** του γενικού τουριστικού λογότυπου.

Τα λογότυπα θα πρέπει να περιλαμβάνουν κατ' ελάχιστον τα ανωτέρω **Λεκτικά στοιχεία** ή την εναλλακτική διατύπωση του Αναδόχου ως προς τις ονομασίες των επιμέρους προϊόντων. Ο Ανάδοχος του έργου θα διατυπώσει επίσης ένα **σλόγκαν (tagline)** στην ελληνική και αγγλική γλώσσα για χρήση ιδίως με το γενικό τουριστικό λογότυπο του Ηρακλείου.

Κάθε τουριστικό λογότυπο πρέπει να είναι σύγχρονο, να αναδεικνύει και να τονίζει τη μοναδικότητα, την πολυμορφία και τη μαγεία του Ηρακλείου με τρόπο ελκυστικό για τον Έλληνα και ξένο καταναλωτή, χωρίς ακαδημαϊσμό ή αρχαιολατρεία. Σημειώνεται ότι όλα τα λογότυπα που θα ετοιμαστούν, θα πρέπει να είναι ευδιάκριτα και ευανάγνωστα όταν χρησιμοποιηθούν σε διαφορετικά μεγέθη, με διαφορετικό χρωματικό φόντο κοκ.

Για την καλύτερη κατανόηση της σχεδίασης ενός «**umbrella brand**» στο πλαίσιο ενός χαρτοφυλακίου προϊόντων, παρατίθενται τα ακόλουθα **καθαρά ενδεικτικά παραδείγματα**:

#### Ξενοδοχειακός όμιλος Marriott (ΗΠΑ)



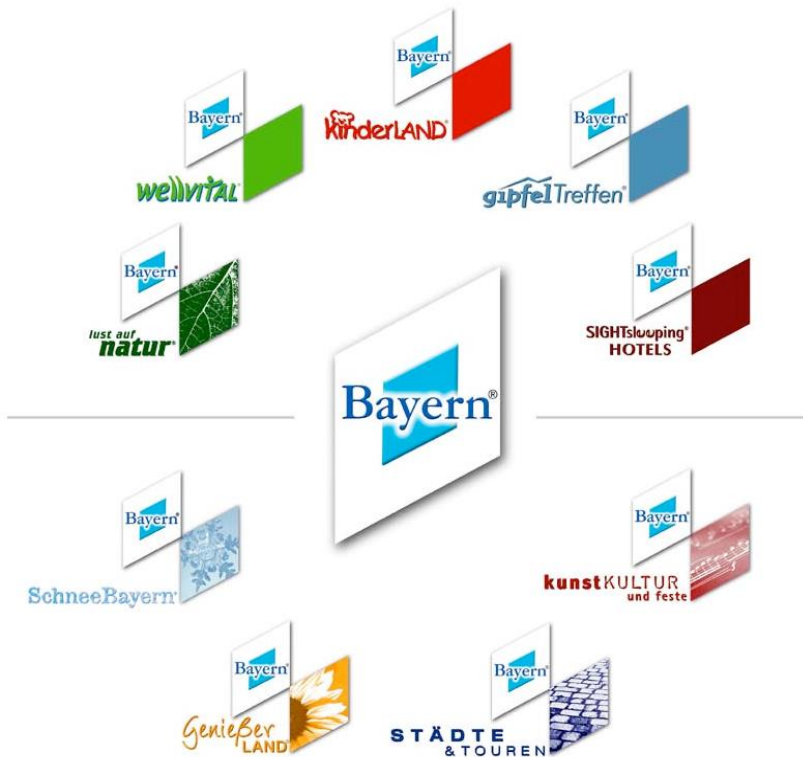
#### Ξενοδοχειακή αλυσίδα Ibis (Γαλλία)



## Οργανισμός Τουρισμού Κανάριων Νήσων (Ισπανία)



## Οργανισμός Τουρισμού Βαυαρίας (Γερμανία)





### 3.2 ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 2: Εικαστικές εφαρμογές της νέας τουριστικής ταυτότητας του Δήμου Ηρακλείου

Ζητείται η ετοιμασία μιας σειράς από εικαστικές εφαρμογές με βάση τη νέα τουριστική ταυτότητα της πόλης του Ηρακλείου και των τουριστικών προϊόντων της όπως θα προκύψει από το ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 1. Αυτές οι εικαστικές εφαρμογές θα ενσωματώνουν τα νέα λογότυπα, θα εντάσσονται σε μια κοινή αισθητική και θα συμβάλλουν ώστε να υπάρχει μια συνέπεια και μια ενιαία γραμμή σε κάθε πτυχή της παρουσίας του Δήμου στην τουριστική αγορά.

Στο πλαίσιο του ΠΑΡΑΔΟΤΕΟΥ 2 θα ετοιμαστούν, συγκεκριμένα, οι εξής εικαστικές εφαρμογές:

- **Χρωματική παλέτα:** Ο Ανάδοχος του έργου καλείται να ετοιμάσει μια χρωματική παλέτα που θα περιλαμβάνει:
  - ο τα κυρίαρχα χρώματα της πόλης και της ενδοχώρας του Ηρακλείου
  - ο όλα τα χρώματα που χρησιμοποιήθηκαν στα ανωτέρω λογότυπα (βλ. ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 1)
  - ο χρώματα που δημιουργούν καλαισθητους συνδυασμούς (δίχρωμους και τρίχρωμους) και ενδιαφέρουσες αντιθέσεις με κάθε λογότυπο.

Για κάθε χρώμα θα πρέπει να οριστεί από τον Ανάδοχο η ταυτότητά του (όνομα χρώματος και χρωματική ανάλυση σε CMYK, RGB και Pantone).

- **Μακέτες ιστοσελίδων** για το επίσημο τουριστικό portal του Δήμου. Συγκεκριμένα, ο Ανάδοχος θα κάνει τον εικαστικό σχεδιασμό για τις εξής ιστοσελίδες:
  - ο Μακέτα αρχικής σελίδας (homepage) με ανοιχτόχρωμο φόντο
  - ο Μακέτα αρχικής σελίδας (homepage) με σκουρόχρωμο φόντο
  - ο Μακέτα εσωτερικής σελίδας με ανοιχτόχρωμο φόντο
  - ο Μακέτα εσωτερικής σελίδας με σκουρόχρωμο φόντο

Διευκρινίζεται ότι ο Ανάδοχος δεν θα ετοιμάσει λειτουργικές ιστοσελίδες παρά μόνο τις μακέτες τους (δηλ. το εικαστικό σκέλος των ιστοσελίδων). Οι μακέτες θα βασίζονται στην ως άνω χρωματική παλέτα. Το μενού πλοήγησης και άλλα στοιχεία του portal θα δοθούν από το Δήμο στον Ανάδοχο.

- **Προσχέδια δύο εντύπων που απευθύνονται σε καταναλωτές**, βασιζόμενα στην ως άνω χρωματική παλέτα.
  - ο Έντυπο «rocket» (ύψος 192 mm, πλάτος 115 mm): Ο Ανάδοχος θα ετοιμάσει:
    - Μακέτα εξωφύλλου σε δύο παραλλαγές
    - Μακέτα σαλονιού σε δύο παραλλαγές
  - ο Έντυπο μεγάλο τύπου «image brochure» (ύψος 295 mm, πλάτος 210 mm): Ο Ανάδοχος θα ετοιμάσει:
    - Μακέτα εξωφύλλου σε δύο παραλλαγές
    - Μακέτα σαλονιού σε δύο παραλλαγές

- Δύο παραλλαγές μακέτας για **ολοσέλιδες διαφημιστικές καταχωρήσεις** σε περιοδικό
- Δύο παραλλαγές μακέτας για **δισέλιδες διαφημιστικές καταχωρήσεις («σαλόι»)** σε περιοδικό
- Δύο παραλλαγές **επιστολόχαρτου** που θα χρησιμοποιείται για την αλληλογραφία του Τμήματος Τουρισμού του Δήμου με τουριστικές επιχειρήσεις και τουριστικούς φορείς, για την εκτύπωση δελτίων τύπου και κάθε άλλη χρήση
- Δύο παραλλαγές **κάρτας επισκεπτηρίου** (business cards) για τα στελέχη του Τμήματος Τουρισμού του Δήμου που θα έχουν επαφές με τουριστικούς επαγγελματίες και τα μέσα ενημέρωσης
- Δύο παραλλαγές ενός **press kit**, δηλ. ενός φακέλου που θα περιέχει υλικό για δημοσιογράφους
- Δύο παραλλαγές **παρουσιάσεων PowerPoint** για χρήση σε συνεντεύξεις τύπου, ομιλίες κοκ.
- Μακέτες για τρία προϊόντικά δώρα όπως λ.χ. τσάντες, φλασάκια USB, μαγνητάκια κοκ. Οι συγκεκριμένες κατηγορίες δώρων θα δοθούν από το Δήμο στον Ανάδοχο.

### **3.3 ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 3: Εκπόνηση εγχειριδίου για τη νέα τουριστική ταυτότητα του Δήμου Ηρακλείου (brand manual)**

Ζητείται η εκπόνηση ενός αναλυτικού εγχειριδίου, στο οποίο θα περιέχονται:

- όλα τα τεχνικά χαρακτηριστικά για το σύνολο των λογοτύπων και εικαστικών εφαρμογών που θα παραδώσει ο Ανάδοχος στο Δήμο στο πλαίσιο των ΠΑΡΑΔΟΤΕΩΝ 1 και 2 (όπως λ.χ. χρώματα, γραμματοσειρές, αναλογίες, κατάλληλο φόντο κοκ.)
- οδηγίες για τη σωστή χρήση όλων των προηγούμενων παραδοτέων (ΠΑΡΑΔΟΤΕΑ 1 και 2) στην ηλεκτρονική και έντυπη επικοινωνία με την τουριστική αγορά.

Το ζητούμενο είναι αφενός να υποστηριχθεί ο Δήμος εις το να εφαρμόσει μια ενιαία αισθητική και φιλοσοφία σε όλες τις τουριστικές του δράσεις και αφετέρου να βρουν στο εγχειρίδιο ξεκάθαρες οδηγίες όλοι όσοι θα χρησιμοποιήσουν μελλοντικά τα ανωτέρω παραδοτέα (π.χ. τα στελέχη του Δήμου, γραφίστες, τυπογράφοι, web designers κ.λπ.).

Για τη διευκόλυνση των υποψηφίων παρατίθεται το ακόλουθο ενδεικτικό παράδειγμα τέτοιου εγχειριδίου, προκειμένου να υπάρξει καλύτερη κατανόηση των ζητούμενων στο πλαίσιο του ΠΑΡΑΔΟΤΕΟΥ 3:

[https://issuu.com/joomladocs/docs/20150308\\_joomla\\_brandmanual\\_basic\\_d/1](https://issuu.com/joomladocs/docs/20150308_joomla_brandmanual_basic_d/1)

Η γλώσσα του εγχειριδίου είναι η ελληνική. Όπου χρειαστεί, μπορούν να χρησιμοποιηθούν αγγλικοί τεχνικοί όροι.

Για πληροφορίες και διευκρινίσεις σχετικά με τα ζητούμενα και τη διαδικασία του έργου, οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να επικοινωνήσουν με την κ. Κατερίνα Αβραμοπούλου, τηλ. 210 8254256 – 7 και email [info@diazoma.gr](mailto:info@diazoma.gr)