



Απόφαση Νο 366

Που έχει καταχωρηθεί στο 15^ο Πρακτικό της από 24-09-2015 τακτικής συνεδρίασης του Δημοτικού Συμβουλίου Κω, απόσπασμα του οποίου παρατίθεται, ως ακολούθως:

Σήμερα στις είκοσι τέσσερις (24) μηνός Σεπτεμβρίου του έτους 2015, ημέρα Πέμπτη και ώρα 19:00, το Δημοτικό Συμβούλιο Κω, συνήλθε σε δημόσια τακτική συνεδρίαση στην αίθουσα συνεδριάσεων του, ύστερα από την υπ' αριθμ. πρωτ.: 31711/18-09-2015 πρόσκληση, που εκδόθηκε από τον Πρόεδρο και επιδόθηκε με αποδεικτικό στους Δημοτικούς Συμβούλους & τον Δήμαρχο αυθημερόν σύμφωνα με τις διατάξεις των αρθρ. 65, 67, 68 και 69 του Ν. 3852/2010 (Φ.Ε.Κ. Α' 87/07-06-2010) και που δημοσιεύθηκε στον ειδικό χώρο ανακοινώσεων του Δήμου Κω, όπως προβλέπεται στις διατάξεις του αρθρ. 284 του Ν. 3463/2006 (ΦΕΚ 114/Α/2006), για συζήτηση και λήψη αποφάσεως στα θέματα της ημερησίας διάταξης.

Στην συνεδρίαση παρευρέθηκε η Σούλη Στυλιανή υπάλληλος του Δήμου Κω, για την ορθή τήρηση των πρακτικών, όπως προβλέπεται στις διατάξεις των αρθρ. 96 & 97 του ίδιου κώδικα.

Ο Πρόεδρος κήρυξε την έναρξη της συνεδρίασης, ύστερα από την διαπίστωση απαρτίας, όπου διαπίστωσε ότι σε σύνολο τριάντα τριών (33) Δημοτικών Συμβούλων ήσαν:

ΠΑΡΟΝΤΕΣ

1. Μυλωνάς Γ. Νικόλαος
2. Πη Βασιλεία
3. Γρηγοριάδη – Παντελίκιζη Βασιλεία
4. Σιφάκης Ηλίας
5. Πης Σταμάτιος
6. Βασιλειάδης Σπυρίδων
7. Χατζηκαλύμνιος Μιχαήλ
8. Λοΐζος Σταμάτιος
9. Κρητικός Αντώνιος
10. Καλλούδης Ιωάννης
11. Ρούφα Ιωάννα
12. Μυλωνάς Ε. Νικόλαος
13. Καραθωμάς Κωνσταντίνος
14. Παπαχρήστου – Ψύρη Ευτέρπη
15. Μαραγκός Σεβαστιανός
16. Ζερβός Ιωάννης
17. Κανταρζής Νικόλαος
18. Μαρκόγλου Σταμάτιος
19. Παυλίδης Αριστοτέλης
20. Μαραγκός Σωτήριος – Ευστράτιος
21. Κιαπόκα Καλλιόπη
22. Μακρή Κυριακή
23. Ζερβός Εμμανουήλ
24. Φάκκος Ιάκωβος
25. Σταματάκης Αθανάσιος
26. Χατζηχριστοφή Ειρήνη
27. Κιάρης Μηνάς
28.
29.
30.
31.
32.
33.

ΑΠΟΝΤΕΣ

1. Μουζουράκης Θεόφιλος
2. Κρητικός Ιωάννης
3. Γερασκλής Δαυίδ
4. Κοπάδης Γεώργιος
5. Διακογιώργης Ελευθέριος
6. Παπαντωνίου Σεβαστιανός,
οι οποίοι εκκλήθηκαν νόμιμα και
αιτιολογημένα δεν προσήλθαν.

ΠΡΟΕΔΡΟΙ

ΔΗΜΟΤΙΚΩΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΩΝ

Δεν προσήλθαν.

ΘΕΜΑ 1ο: “ΛΗΨΗ ΑΠΟΦΑΣΗΣ ΓΙΑ ΤΗ ΔΙΕΝΕΡΓΕΙΑ ΤΗΣ ΑΝΑΘΕΣΗΣ – ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ, ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΠΟΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΦΗΜΗΣ ΤΗΣ ΚΩ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΟΙΝΟ, ΚΑΙ ΤΡΟΠΟΙ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ ΤΟΥ BRAND ΜΕ ΨΗΦΙΑΚΑ ΜΕΣΑ ΠΡΟΒΟΛΗΣ. ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΣΤΟ DISCOVERGREECE.COM.”

Ο Πρόεδρος πήρε το λόγο και αφού έθεσε υπόψη του Δημοτικού Συμβουλίου την υπ' αριθμ. 30375/08-09-2015 σχετική εισήγηση, συνοδευόμενη με την υπ' αριθμ. 16/2015 εισηγητική απόφαση της Επιτροπής Τουριστικής Προβολής και Ανάπτυξης και το σχέδιο των τεχνικών προδιαγραφών της μελέτης, στη συνέχεια απηύθυνε το λόγο στον καθ' ύλην αρμόδιο Αντιδήμαρχο κ. Σιφάκη Ηλία, για να το εισηγηθεί.

Ο Αντιδήμαρχος κ. Σιφάκης Ηλίας, πήρε το λόγο και εισηγούμενος το θέμα, επεσήμανε τα εξής:

“Κύριοι Συνάδελφοι,

Παρά το γεγονός ότι η φετινή τουριστική περίοδο ξεκίνησε με τους καλύτερους οιωνούς, δυστυχώς για το νησί μας, κατέληξε να είναι ίσως μια από τις δυσκολότερες, αφού λόγω του μεγάλους ρεύματος μεταναστευτικής εισροής, εκτός των άμεσων οικονομικών επιπτώσεων στην τοπική αγορά, η ζημιά που μπορεί να προκληθεί, είναι σε θέση να επηρεάσει αρνητικά το τουριστικό προφίλ της Κω για τα επόμενα χρόνια.

Ο Δήμος της Κω, ήδη από τον Μάιο που εμφανίστηκε το πρώτο δημοσίευμα στον αγγλικό τύπο, έδρασε όσο πιο γρήγορα του επέτρεψε το Ελληνικό γραφειοκρατικό σύστημα.

Ενεργοποιήσαμε την Ομάδα Στρατηγικής Επικοινωνίας του ισχυρότερου κοινωνικού εταίρου του Ελληνικού κράτους, του ΣΕΤΕ, την εταιρία Marketing Greece, η οποία είναι μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα και έχει στόχο την συμβουλευτική υποστήριξη στο έργο προβολής της Ελλάδος αλλά και στους Δήμους που έχουν ανάγκη.

Την δεδομένη εκείνη περίοδο, μαζί με την MG δημιουργήθηκαν τα βασικά μηνύματα, ανακοινώσεις και διαμορφώθηκε το περιεχόμενο της επικοινωνίας με επικέντρωση στις «Θετικές εικόνες» και μηνύματα για το νησί και την εμπειρία διακοπών.

Μαζί με τον ΣΕΤΕ και την εταιρία επικοινωνίας, ενεργοποιήσαμε το δίκτυο Διεθνών Δημοσίων Σχέσεων σε Ευρωπαϊκές χώρες προβάλλοντας θετικά μηνύματα για το νησί της Κω σε σημαντικά μέσα του εξωτερικού, ενώ ενεργοποιήθηκε ολοκληρωμένο πλάνο στην ψηφιακή επικοινωνία και στο διαδίκτυο ιδιαίτερα μέσα από την πλατφόρμα Discovergreece.com που αποτελεί μαζί με το site του ΕΟΤ, [www. visitgreece.com](http://www.visitgreece.com) τις πιο δημοφιλείς πλατφόρμες για Ελλάδα.

Μετά την παροδική ύφεση του φαινομένου, και αφού αντίστοιχα παλέψαμε επικοινωνιακά τον έλεγχο κεφαλαίων, ακολούθησαν η έξαρση των μεταναστευτικών εισροών, τα γεγονότα στο νησί, και η Κως βρέθηκε για ακόμη μία φορά στις πρώτες ειδήσεις, με συνέπεια τον εκ νέου τραυματισμό του τουριστικού της προφίλ.

Αυτό που έχει ανάγκη σήμερα η Κως ως τουριστικός προορισμός με αξιώσεις στο παγκόσμιο τουριστικό σκηνικό, είναι η πλήρως επαγγελματική προσέγγιση της εικόνας μας, ακόμη και με τα περιορισμένα μέσα που μπορούμε να έχουμε στην πολύ δύσκολη οικονομική περίοδο που διανύει η χώρα μας και ο Δήμος μας.

Και σε αυτό προχωρούμε εμείς σήμερα, για πρώτη φορά, με την πρόταση για την ανάθεση μελέτης διαχείρισης της φήμης της Κω στο διεθνές τουριστικό κοινό και πως θα ενισχύσουμε την τουριστική εικόνα του νησιού μας.

Με το βλέμμα πάντα στην επόμενη τουριστική σεζόν, και αφού έχουμε ήδη συμφωνήσει με τους τουριστικούς φορείς που συμμετέχουν στην Επιτροπή τουρισμού, προχωρήσαμε στην εξασφάλιση του ποσού των 100 χιλιάδων ευρώ από τον προϋπολογισμό του 2015 για την αναστροφή του κλίματος για την Κω.

Στην πρώτη φάση, σήμερα, θα συζητήσουμε, ζητώντας παράλληλα από το σώμα την ψήφισή, της ανάθεσης της μελέτης, και την ψηφιακή καμπάνια στην πλατφόρμα Discovergreece.com, ενώ σε επόμενη φάση την εφαρμογή όλων όσων μας δείξει η μελέτη μέσα σε ένα χρονικό ορίζοντα μέχρι τον Μάρτιο του 2016.

Σκοπός μας είναι η στρατηγική ανάλυση, ο σχεδιασμός και η ανάπτυξη καμπάνιας επικοινωνίας με στόχο την επανατοποθέτηση του νησιού ως τουριστικού προορισμού και την προβολή των τουριστικών προϊόντων του στις στοχευμένες αγορές.

Το συνολικό έργο περιλαμβάνει:

1. Μελέτη που αφορά στην ανάλυση και αποτύπωση υπάρχουσας κατάστασης:

Απαραίτητη προϋπόθεση για τη χάραξη της στρατηγικής επικοινωνίας, είναι η συλλογή, καταγραφή, στατιστική ανάλυση της φήμης της Κω ως brand (μάρκα) και των αντιλήψεων που επικρατούν σε αγορές στόχους, όπως αυτή διαφαίνεται μέσα από τα ψηφιακά μέσα (social media και web), καθώς και η κατηγοριοποίηση αυτών των αναρτήσεων και των σχολίων (e-reputation).

Οι χρήστες εκ των οποίων θα αντληθούν τα στοιχεία, προέρχονται από κύριες χώρες στόχους για την Κω όπως η Αγγλία, η Γερμανία, και η Ολλανδία.

Η διάρκεια της καταγραφής της φήμης είναι μία (1) εβδομάδα.

2. Σύνθεση και επιλογή Τουριστικών Προϊόντων με στόχο την επιλογή των πιο ελκυστικών και στρατηγικά σημαντικών προϊόντων του προορισμού, ώστε να προωθηθούν και να συμβάλλουν στην ισχυροποίηση της εικόνας του.

3. Στρατηγική Μάρκας (Brand) με έμφαση στην επανατοποθέτηση του προορισμού και στη δημιουργία μοναδικής ταυτότητας.

Ανάπτυξη στρατηγικής με σκοπό τον περιορισμό/εξάλειψη της αρνητικής επίδρασης που προέκυψε λόγω του φαινομένου της μετανάστευσης. Καθορισμός των ενεργειών που θα συμβάλλουν στην αποκατάσταση των αξιών της μάρκας και στην θωράκιση της μοναδικής ταυτότητας της Κω.

4. Στρατηγική Επικοινωνίας για την επανατοποθέτηση του νησιού και την προβολή των τουριστικών του προϊόντων.
5. Στρατηγική Δημιουργικής Οπτικοποίησης, δημιουργία πλατφόρμας επικοινωνίας για την οπτικοποίηση του προορισμού και των τουριστικών του προϊόντων.
6. Σχεδιασμός Καμπάνιας Επικοινωνίας για την αποκατάσταση της εικόνας και φήμης του τουριστικού προορισμού της Κω, ως απόρροια του παραπάνω σχεδιασμού.

Προσδιορισμός των καναλιών επικοινωνίας που θα χρησιμοποιηθούν για την καμπάνια με έμφαση στα ψηφιακά κανάλια και ιδιαίτερα στα κοινωνικά δίκτυα και το Discovergreece.com.

7. Εκτέλεση Καμπάνιας Επικοινωνίας για την αποκατάσταση της φήμης του προορισμού με έμφαση στους παρακάτω άξονες:

- Αξιοποίηση Ψηφιακών μέσων (Digital Media).
- Δράση μέσω Κοινωνικών Δικτύων (Social Media).
- Υλοποίηση Ενεργειών Δημοσίων Σχέσεων (PR Activations). Κινητοποίηση δημοσιογράφων και bloggers σε εθνικό και διεθνές επίπεδο μέσω αξιοποίησης του δικτύου επαφών, συνεντεύξεων τύπου και ταξιδιών εξοικείωσης (familiarization trips). Σκοπός είναι η προβολή του προορισμού μέσω των καθοδηγητών γνώμης (opinion leaders) που θα συμβάλλουν καταλυτικά στην αναδιαμόρφωση των αντιλήψεων των δυνητικών επισκεπτών.
- Διεξαγωγή Εκδηλώσεων (Events) με σκοπό την άμεση επαφή και επικοινωνία με τα στοχευμένα κοινά, τόσο στο ευρύ κοινό όσο και στους επαγγελματίες της αγοράς (Τ.Ο.σ πράκτορες κλπ).
- Σχεδιασμός Ψηφιακής καμπάνιας επικοινωνίας στο Discovergreece.com

8. Μέτρηση αποτελεσματικότητας καμπάνιας:

Κατά την διάρκεια υλοποίησης καθώς και μετά την ολοκλήρωση της καμπάνιας, θα διεξαχθεί μέτρηση της αποτελεσματικότητας της με βάση ποιοτικά και ποσοτικά κριτήρια.

Σκοπός είναι να προσδιοριστεί η επιτυχία της καμπάνιας με βάση τους στόχους που τέθηκαν καθώς και το αντίκτυπο που είχε στην αποκατάσταση της φήμης και την προβολή του προορισμού.

Ταυτόχρονα με αυτό τον τρόπο θα αξιολογείται η απόδοση της καμπάνιας και θα υλοποιούνται έγκαιρα οι αναγκαίες προσαρμογές για την επίτευξη του καλύτερου δυνατού αποτελέσματος.

9. Χρονοδιάγραμμα υλοποίησης έργου:

Το έργο θα υλοποιηθεί στο διάστημα 21 Σεπτεμβρίου – 30 Νοεμβρίου 2015 όσον αφορά την μελέτη.

Μέχρι Μάρτιο 2016 όσον αφορά την επιμέλεια και την εποπτεία την υλοποίησης.

10. Κόστος Μελέτης, ψηφιακής καμπάνιας, εποπτεία υλοποίησης:

Το κόστος του έργου δε θα ξεπερνά τις 25,000 € συμπεριλαμβανομένου του ΦΠΑ.

Κατόπιν τούτων, παρακαλούμε όπως εγκρίνετε το θέμα, καθώς επίσης και την ψήφιση – διάθεση της πίστωσης.”

Στη συνέχεια ο Πρόεδρος απηύθυνε τον λόγο στους παριστάμενους δημοτικούς συμβούλους, για να τοποθετηθούν επί της ανωτέρω προτάσεως. (ΓΙΝΕΤΑΙ ΜΝΕΙΑ ΟΤΙ, ΣΤΟ ΣΗΜΕΙΟ ΑΥΤΟ ΑΚΟΛΟΥΘΗΣΕ ΔΙΑΛΟΓΙΚΗ ΣΥΖΗΤΗΣΗ: ΓΙΑ ΤΗΝ ΟΡΘΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΑΝΩΤΕΡΩ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ, ΠΑΡΑΘΕΤΟΥΜΕ ΣΥΝΗΜΜΕΝΑ ΤΟ ΚΕΙΜΕΝΟ ΤΗΣ ΣΥΖΗΤΗΣΗΣ ΤΟΥ ΘΕΜΑΤΟΣ ΑΠΟ ΤΟ ΑΠΟΜΑΓΝΗΤΟΦΩΝΗΜΕΝΟ ΠΡΑΚΤΙΚΟ, ΠΟΥ ΣΥΝΟΔΕΥΕΙ ΤΗΝ ΠΑΡΟΥΣΑ ΩΣ ΑΝΑΠΟΣΠΑΣΤΟ ΤΜΗΜΑ ΑΥΤΗΣ: -- ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΑ ΜΕΤΑΦΕΡΟΥΜΕ ΤΙΣ ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΕΙΣ ΤΩΝ ΕΠΙΚΕΦΑΛΗΣ ΤΩΝ ΔΗΜΟΤΙΚΩΝ ΠΑΡΑΤΑΞΕΩΝ: -- 1) ΣΤΟ ΣΗΜΕΙΟ ΑΥΤΟ ΤΟ ΛΟΓΟ ΠΗΡΕ Η ΕΠΙΚΕΦΑΛΗΣ ΤΗΣ ΜΕΙΖΟΝΟΣ ΜΕΙΩΣΗΦΙΑΣ ΚΑ. ΡΟΥΦΑ Ι., Η ΟΠΟΙΑ ΑΦΟΥ ΚΑΤΕΘΕΣΕ ΤΑ ΠΡΑΚΤΙΚΑ ΕΓΓΡΑΦΩΣ ΤΗ ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗΣ ΤΗΣ, ΣΤΗ ΣΥΝΕΧΕΙΑ ΕΠΕΣΗΜΑΝΕ ΤΑ ΕΞΗΣ: “ΟΜΟΛΟΓΕΙΤΕ ΟΤΙ ΤΟ ΜΕΤΑΝΑΣΤΕΥΤΙΚΟ ΕΠΛΗΞΕ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΤΟΥ ΝΗΣΙΟΥ ΚΑΙ ΘΕΛΕΤΕ ΝΑ ΠΙΣΤΕΨΟΥΜΕ ΤΟΣΟ ΕΜΕΙΣ ΟΣΟ ΚΑΙ ΟΙ ΣΥΝΔΗΜΟΤΕΣ ΜΑΣ ΟΤΙ ΘΑ ΠΡΟΒΕΙΤΕ ΣΕ ΔΙΟΡΘΩΤΙΚΕΣ ΚΙΝΗΣΕΙΣ ΣΠΑΤΑΛΩΝΤΑΣ 100.000 ΧΙΛΙΑΔΕΣ ΕΥΡΩ ΑΠΟ ΤΑ ΧΡΗΜΑΤΑ ΤΩΝ ΔΗΜΟΤΩΝ ΕΣΕΙΣ ΠΟΥ ΜΕ ΤΗΝ ΑΔΡΑΝΕΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΑΘΕΙΑ ΣΑΣ ΚΑΤΑΣΤΡΕΨΑΤΕ ΚΑΙ ΥΠΟΝΟΜΕΥΣΑΤΕ ΤΗΝ ΕΙΚΟΝΑ ΤΟΥ ΝΗΣΙΟΥ. ΕΣΕΙΣ ΠΟΥ ΣΗΜΕΡΑ 24 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ ΔΕΝ ΕΧΕΤΕ ΦΕΡΕΙ ΣΥΜΦΩΝΙΑ ΜΕ ΤΗ ΡΥΑΝΑΙΡ ΚΑΙ ΤΟΝ ΟΚΤΩΒΡΙΟ ΘΑ ΜΑΣ ΠΕΙΤΕ ΟΠΩΣ ΚΑΙ ΠΕΡΥΣΙ ΟΤΙ ΔΕΝ ΠΡΟΛΑΒΑΤΕ ΓΙΑΤΙ ΚΑΘΑΡΙΖΑΤΕ ΤΙΣ ΑΠΟΘΗΚΕΣ ΤΟΥ ΕΝΙΑΙΟΥ ΦΟΡΕΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΠΟΥ ΚΑΤΑΡΓΗΣΑΤΕ ΚΑΙ ΤΩΡΑ ΤΡΕΧΕΤΕ ΚΑΙ ΔΕΝ ΦΤΑΝΕΤΕ. ΤΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΟ ΘΕΜΑ ΠΟΥ ΑΦΟΡΑ ΤΟ ΝΗΣΙ ΜΑΣ ΤΟ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΖΕΤΕ ΜΕ ΤΕΤΟΙΑ ΠΡΟΧΕΙΡΟΤΗΤΑ ΠΟΥ ΑΝΑΡΩΤΙΕΤΑΙ ΚΑΝΕΙΣ ΑΝ ΠΡΑΓΜΑΤΙ ΘΕΛΕΤΕ ΝΑ ΚΑΝΕΤΕ ΚΑΤΙ Η ΕΠΙΘΥΜΕΙΤΕ ΤΗ ΔΙΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΤΟΠΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΠΡΟΣ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΑΛΛΩΝ ΣΚΟΠΩΝ. ΜΕΤΑ ΑΠΟ ΕΞΙ ΜΗΝΕΣ ΔΙΑΣΥΡΜΟΥ ΦΕΡΝΕΤΑΙ ΜΙΑ «ΑΣΠΙΡΙΝΗ» ΩΣ ΚΑΤΕΠΕΙΓΟΝ ΘΕΜΑ ΣΤΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗ ΤΗΣ 11ΗΣ ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ, ΧΩΡΙΣ ΤΗΝ ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΗ ΠΛΕΙΟΨΗΦΙΑ, ΓΕΓΟΝΟΣ ΠΟΥ ΕΠΑΛΛΗΘΕΥΕΙ ΤΗ ΔΙΑΠΙΣΤΩΣΗ ΜΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΧΕΙΡΗ ΚΑΙ ΑΠΟΣΠΑΣΜΑΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΣΤΑ ΘΕΜΑΤΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ. ΑΚΟΜΑ ΚΑΙ Η ΓΝΩΜΟΔΟΤΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΕ ΜΟΛΙΣ ΜΙΑ ΜΕΡΑ ΠΡΙΝ. ΑΞΙΩΝΕΤΕ ΑΠΟ ΤΟ ΔΗΜΟΤΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΚΑΙ ΤΟΝ ΚΩΑΚΟ ΛΑΟ, ΧΩΡΙΣ ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟ, ΝΑ ΑΝΑΘΕΣΟΥΜΕ ΣΤΗΝ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΓΡΕΕΣΕΗ ΟΠΟΙΑ ΣΥΣΤΗΘΗΚΕ ΜΟΛΙΣ ΤΟ 2013 ΝΑ ΜΕΛΕΤΗΣΕΙ ΤΗΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΦΗΜΗ ΤΗΣ ΚΩ ΟΠΩΣ ΑΥΤΗ ΔΙΑΜΟΡΦΩΘΗΚΕ, ΜΕ ΤΗΝ ΑΜΕΡΙΣΤΗ ΣΥΜΠΑΡΑΣΤΑΣΗ ΣΑΣ, ΑΠΟ ΤΟ ΘΕΜΑ ΤΟΥ ΜΕΤΑΝΑΣΤΕΥΤΙΚΟΥ. ΕΜΑΣ ΕΙΝΑΙ ΓΝΩΣΤΟ ΟΤΙ ΔΕΝ ΜΑΣ ΑΚΟΥΤΕ. ΔΕΝ ΑΚΟΥΣΑΤΕ ΠΡΟΦΑΝΩΣ ΟΥΤΕ ΤΟΝ ΓΓ ΤΟΥ ΥΠΟΥΡΓΕΙΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΠΟΥ ΣΑΣ ΕΙΠΕ ΕΥΘΕΩΣ ΟΤΙ ΑΠΟ ΜΕΛΕΤΕΣ ΕΧΟΥΜΕ ΧΟΡΤΑΣΕΙ. ΦΥΣΙΚΑ ΔΕΝ ΕΙΧΑΤΕ ΟΥΤΕ ΤΗΝ ΠΡΟΝΟΙΑ ΝΑ ΖΗΤΗΣΕΤΕ ΑΥΤΗ ΤΗ ΜΕΛΕΤΗ ΝΑ ΤΡΕΞΕΙ ΠΑΡΑΛΛΗΛΑ ΜΕ ΤΙΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ. ΈΡΧΕΣΤΕ ΤΩΡΑ ΝΑ ΣΠΑΤΑΛΗΣΕΤΕ ΑΛΛΟΥΣ ΔΥΟ ΜΕ ΤΡΕΙΣ ΜΗΝΕΣ, ΤΟΥΣ ΚΡΙΣΙΜΟΤΕΡΟΥΣ ΓΙΑ ΤΗ ΣΕΖΟΝ ΤΟΥ 2016, ΜΕΛΕΤΩΝΤΑΣ ΕΝΩ ΘΑ ΕΠΡΕΠΕ ΝΑ ΠΡΑΤΤΕΤΕ. ΔΕΝ ΜΠΟΡΩ ΝΑ ΜΑΝΤΕΨΩ ΤΟ ΚΡΙΤΗΡΙΟ ΤΗΣ ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗΣ ΑΝΑΘΕΣΗΣ. ΜΠΟΡΩ ΟΜΩΣ ΝΑ ΠΑΡΑΘΕΣΩ ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΓΙΑ ΝΑ ΞΕΡΟΥΝ ΟΙ ΣΥΝΑΔΕΛΦΟΙ ΠΟΥ ΨΗΦΙΖΟΥΝ ΠΟΥ ΠΑΝΕ ΤΑ ΧΡΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΚΩΑΚΟΥ ΛΑΟΥ. ΩΣ ΒΑΣΙΚΟ ΕΡΓΑΛΕΙΟ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ ΤΩΝ 25.000 ΕΥΡΩ ΚΑΙ ΤΗΣ ΚΑΜΠΑΝΙΑΣ ΠΟΥ ΘΕΛΕΤΕ ΝΑ ΑΝΑΘΕΣΤΕ ΜΑΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΖΕΤΕ ΤΟΝ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΟ ΒΡΑΧΙΟΝΑ ΤΗΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΓΡΕΕΣΕΠΟΥ ΕΙΝΑΙ Ο ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΟΔΗΓΟΣ DISCOVERGREECE.COM ΚΑΙ ΛΙΓΟ ΠΟΛΥ ΘΕΛΕΤΕ ΝΑ ΜΑΣ ΠΕΙΣΕΤΕ ΟΤΙ ΜΙΑ ΚΑΜΠΑΝΙΑ ΜΕΣΑ ΑΠΟ ΑΥΤΟ ΤΟ ΦΟΒΕΡΟ ΚΑΙ ΤΡΟΜΕΡΟ ΣΙΤΕΘΑ ΛΥΣΕΙ ΤΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ. ΠΟΙΑ ΟΜΩΣ ΕΙΝΑΙ Η ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΓΡΕΕΣΕΚΑΙ ΤΙ ΕΧΕΓΓΥΑ ΜΑΣ ΠΡΟΣΦΕΡΕΙ ΤΟ DISCOVERGREECE.COM? ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ Η ΘΕΣΗ ΤΟΥΣ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ;;; ΜΠΟΡΟΥΝ ΝΑ ΕΓΓΥΗΘΟΥΝ ΤΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ ΠΟΥ ΟΛΟΙ ΜΑΣ, ΕΛΠΙΖΩ, ΕΠΙΘΥΜΟΥΜΕ;;; ΣΥΜΦΩΝΑ ΛΟΙΠΟΝ ΜΕ ΤΗΝ ΙΔΙΑ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΑ: «Η ΜΑΡΚΕΤΙΝΓ ΓΡΕΕΣΕ Α.Ε. ΕΙΝΑΙ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΜΗ ΚΕΡΔΟΣΚΟΠΙΚΟΥ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑ, Η ΟΠΟΙΑ ΙΔΡΥΘΗΚΕ ΤΟ 2013 ΚΑΙ ΕΧΕΙ ΩΣ ΠΡΩΤΑΡΧΙΚΟ ΣΤΟΧΟ ΤΗΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ. ΣΤΟ ΕΥΡΥΤΕΡΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΗΣ ΕΘΝΙΚΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ, ΣΤΟΧΟΣ ΤΗΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓ ΓΡΕΕΣΕ Α.Ε. ΕΙΝΑΙ ΝΑ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΕΙ ΤΟ ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ

ΛΗΨΗ ΑΠΟΦΑΣΗΣ ΓΙΑ ΤΗ ΔΙΕΝΕΡΓΕΙΑ ΤΗΣ ΑΝΑΘΕΣΗΣ – ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ, ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΠΟΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΦΗΜΗΣ ΤΗΣ ΚΩ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΟΙΝΟ, ΚΑΙ ΤΡΟΠΟΙ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ ΤΟΥ BRAND ΜΕ ΨΗΦΙΑΚΑ ΜΕΣΑ ΠΡΟΒΟΛΗΣ. ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΣΤΟ DISCOVERGREECE.COM.

ΤΟΝ ΕΟΤ ΣΤΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΜΙΑΣ ΝΕΑΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ». ΣΤΗΝ ΕΤΑΙΡΕΙΑ Ο ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (ΣΕΤΕ) ΕΙΝΑΙ Ο ΒΑΣΙΚΟΣ ΜΕΤΟΧΟΣ ΜΕ ΠΟΣΟΣΤΟ 80%, ΤΟ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΕΛΛΑΔΟΣ (ΞΕΕ) ΜΕ ΠΟΣΟΣΤΟ 17.5%, ΕΝΩ ΣΥΜΜΕΤΕΧΕΙ ΚΑΙ Η ΈΝΩΣΗ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΕΛΛΑΔΟΣ (ΕΔΕΕ) ΜΕ ΠΟΣΟΣΤΟ 2.5%. ΠΑΡΑΛΛΗΛΑ ΜΕ ΤΟ DISCOVERGREECE.COM Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΔΙΑΘΕΤΕΙ ΚΑΙ ΤΟΥΣ ΑΝΑΛΟΓΟΥΣ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥΣ ΣΕ FACEBOOK ΚΑΙ TWITTER ΜΕ 550.000 LIKES ΚΑΙ 22.000 FOLLOWERS ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΑ. ΑΥΤΑ ΕΙΝΑΙ ΑΛΛΩΣΤΕ ΚΑΙ ΤΑ ΜΕΓΑΛΑ ΣΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΝΑ ΠΛΑΣΑΡΕΤΕ ΤΗΝ MARKETINGGREECE ΩΣ ΤΗΝ ΑΠΟΛΥΤΗ ΛΥΣΗ. ΕΠΕΙΔΗ ΟΜΩΣ ΟΤΙ ΛΑΜΠΕΙ ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΧΡΥΣΟΣ, ΑΣ ΡΙΞΟΥΜΕ ΜΙΑ ΠΙΟ ΠΡΟΣΕΚΤΙΚΗ ΜΑΤΙΑ!!! ΣΥΜΦΩΝΑ ΛΟΙΠΟΝ ΜΕ ΤΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΠΟΥ Ο ΚΑΘΕ ΜΕΣΟΣ ΧΡΗΣΤΗΣ ΤΟΥ INTERNET ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΑΝΤΛΗΣΕΙ ΤΟ DISCOVERGREECE.COM ΔΕΝ ΜΑΣ ΠΕΙΘΕΙ ΟΤΙ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΑΝΤΑΠΕΞΕΛΘΕΙ ΣΕ ΑΥΤΟ ΠΟΥ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΑ ΧΡΕΙΑΖΟΜΑΣΤΕ. ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΗΝ ΓΝΩΣΤΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ ALEXA.COM Η ΘΕΣΗ ΤΟΥ DISCOVERGREECE.COM ΣΤΟΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΙΣΤΟ ΕΙΝΑΙ 155.209 ΚΑΙ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ 2.778. ΤΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΟ ΟΜΩΣ ΕΙΝΑΙ ΟΤΙ ΟΙ ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ ΤΟΥ DISCOVERGREECE.COM ΚΑΤΑ 69% ΠΡΟΕΡΧΟΝΤΑΙ ΜΕΣΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΤΟ ΕΠΟΜΕΝΟ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΟ ΠΟΣΟΣΤΟ ΠΡΟΕΡΧΕΤΑΙ ΑΠΟ ΤΗΝ ΓΑΛΛΙΑ (8.9%) ΠΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΙΚΑ ΣΝΟΜΠΑΡΕΙ Η ΔΗΜΟΤΙΚΗ ΑΡΧΗ. ΣΕ ΑΛΛΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ ΜΕΤΡΗΣΕΩΝ ΤΗΝ SIMILARWEB.COM Η ΘΕΣΗ ΤΟΥ DISCOVERGREECE.COM ΕΙΝΑΙ 278.122 ΣΤΟΝ ΚΟΣΜΟ ΚΑΙ 3.787 ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΜΕ ΤΟ 60% ΤΩΝ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ ΝΑ ΠΡΟΕΡΧΟΝΤΑΙ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΜΟΛΙΣ ΤΟ 5.5% ΑΠΟ ΤΗΝ ΓΕΡΜΑΝΙΑ. **ΚΑΙ ΤΟ ΕΡΩΤΗΜΑ ΠΟΥ ΜΠΑΙΝΕΙ ΕΠΙΤΑΚΤΙΚΑ, ΣΕ ΠΟΙΟΥΣ ΤΕΛΙΚΑ ΘΑ ΑΠΕΥΘΥΝΕΤΑΙ ΑΥΤΗ Η ΚΑΜΠΑΝΙΑ;**;; ΠΡΟΦΑΝΩΣ Ο ΑΝΤΙΛΟΓΟΣ ΘΑ ΕΧΕΙ ΝΑ ΚΑΝΕΙ ΜΕ ΤΟΥΣ ΚΑΛΟΥΣ ΑΡΙΘΜΟΥΣ ΠΟΥ ΚΑΤΑΓΡΑΦΕΙ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΟΜΩΣ ΤΟ ΕΡΩΤΗΜΑ ΕΙΝΑΙ ΚΡΙΣΙΜΟ ΚΑΙ ΔΕΝ ΕΧΕΙ ΑΚΟΜΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ. ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ ΤΑ ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ, ΧΩΡΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ ΚΛΠ, ΤΩΝ 550.000 LIKE ΚΑΙ ΤΩΝ 22.000 FOLLOWERS?? ΓΙΑΤΙ ΑΝ ΚΑΙ ΑΥΤΑ ΠΡΟΕΡΧΟΝΤΑΙ ΣΤΗ ΣΥΝΤΡΙΠΤΙΚΗ ΤΟΥΣ ΠΛΕΙΟΨΗΦΙΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΤΟΤΕ ΜΙΛΑΜΕ ΓΙΑ ΑΥΤΟΚΤΟΝΙΑ. **ΓΙΑ ΝΑ ΜΗΝ ΕΙΜΑΣΤΕ ΟΜΩΣ ΑΔΙΚΟΙ ΑΣ ΔΟΥΜΕ ΚΑΙ ΤΟΝ «ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟ».** Η ΕΠΙΣΗΜΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ ΤΟΥ ΕΟΤ VISITGREECE.GR, ΠΡΙΝ ΛΙΓΕΣ ΜΕΡΕΣ ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΟΙ ΗΤΑΝ ΕΔΩ ΠΡΟΘΥΜΟΙ ΝΑ ΒΟΗΘΗΣΟΥΝ, ΣΤΑ ΙΔΙΑ ΚΑΝΑΛΙΑ ΜΕΤΡΗΣΕΩΝ ΕΧΕΙ ΚΑΛΥΤΕΡΗ ΘΕΣΗ ΚΑΙ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΑ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΔΙΑΘΕΤΕΙ 600.000 LIKES ΣΤΟ FACEBOOK ΚΑΙ 55.000 FOLLOWERS ΣΤΟ TWITTER. Η ΘΕΣΗ ΣΤΟ ALEXA.COM ΤΟΥ VISITGREECE.GR ΕΙΝΑΙ 85.715 ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΚΑΙ 2.368 ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΕΝΩ ΟΙ ΕΠΙΣΚΕΨΕΙΣ ΠΡΟΕΡΧΟΝΤΑΙ ΚΑΤΑ 34.2% ΑΠΟ ΕΛΛΑΔΑ, 15.6% ΑΠΟ ΑΜΕΡΙΚΗ, 8.6% ΑΠΟ ΑΓΓΛΙΑ ΚΛΠ. ΓΙΑ ΝΑ ΜΗΝ ΚΟΥΡΑΖΟΥΜΕ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΑ ΕΙΝΑΙ ΤΑ ΜΕΓΕΘΗ ΚΑΙ ΣΤΟ SIMILARWEB.COM ΚΑΙ Ο ΚΑΘΕΝΑΣ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΤΑ ΔΕΙ ΚΑΙ ΝΑ ΤΑ ΣΥΓΚΡΙΝΕΙ ΜΟΝΟΣ ΤΟΥ. ΑΚΟΜΑ ΚΑΙ ΑΝ ΣΤΟΧΟΣ ΜΑΣ ΗΤΑΝ ΝΑ ΑΠΕΥΘΥΝΟΥΜΕ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΣΤΑ SITE ΜΕΤΡΗΣΕΩΝ ΘΑ ΚΑΝΑΜΕ ΚΑΛΥΤΕΡΗ ΔΟΥΛΕΙΑ ΜΕ ΤΗΝ AEGEANNEWS, ΤΟ KOSNEWS24, ΤΟ KOSVOICE, ΤΟ KOSTODAY ΚΑΙ ΤΑ ΑΛΛΑ SITE ΠΟΥ ΚΑΠΟΙΑ ΕΞ ΑΥΤΩΝ ΕΧΟΥΝ ΚΑΛΥΤΕΡΗ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΚΑΙ ΑΠΟ ΤΟ DISCOVERGREECE ΚΑΙ ΑΠΟ ΤΟ VISITGREECE. ΝΑ ΜΗΝ ΞΕΧΝΑΜΕ ΕΠΙΣΗΣ ΟΤΙ Η ΚΩΣ ΔΙΑΘΕΤΕΙ ΚΑΙ ΔΙΚΗ ΤΗΣ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ Η ΟΠΟΙΑ ΜΟΛΙΣ ΑΝΑΤΕΘΗΚΕ ΜΕ ΑΛΛΕΣ 25.000 ΕΥΡΩ ΚΑΙ ΕΝΑΣ ΘΕΟΣ ΞΕΡΕΙ ΤΙ ΕΧΟΥΜΕ ΝΑ ΠΕΡΙΜΕΝΟΥΜΕ ΚΑΙ ΠΟΤΕ ΘΑ ΔΟΥΜΕ ΑΝ ΔΟΥΜΕ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ. ΑΡΑΓΕ ΑΦΟΥ Η MARKETINGGREECE ΕΙΝΑΙ ΤΟΣΟ ΚΑΛΗ ΓΙΑΤΙ ΑΝΤΙ ΓΙΑ ΜΕΛΕΤΕΣ ΔΕΝ ΤΟΥΣ ΑΝΑΘΕΣΑΜΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΡΧΗ ΚΑΙ ΤΟ KOS.GR ΜΟΝΟ ΑΝΑΛΩΝΟΜΑΣΤΑΝ ΣΕ ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΥΣ;;; ΕΙΝΑΙ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ ΑΠΟ ΠΡΟΦΑΝΕΣ ΟΤΙ ΤΟ ΠΑΝΗΓΥΡΙ ΠΟΥ ΣΤΗΝΕΤΕ ΜΕ ΠΡΟΣΧΗΜΑ ΤΟ ΚΑΛΟ ΤΟΥ ΝΗΣΙΟΥ ΔΕΝ ΑΦΟΡΑ ΚΑΝΕΝΑΝ ΑΛΛΟΝ ΠΑΡΑ ΤΗ ΔΙΚΗ ΣΑΣ ΑΝΑΓΚΗ ΝΑ ΚΟΡΟΪΔΕΨΕΤΕ ΕΚ ΝΕΟΥ ΤΟΥΣ ΠΟΛΙΤΕΣ ΟΤΙ ΚΑΤΙ ΚΑΝΕΤΕ. ΜΕ ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΤΑ ΠΑΡΑΠΑΝΩ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΔΙΕΡΩΤΟΜΑΣΤΕ ΓΙΑΤΙ ΔΕΝ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΑΤΕ ΤΗΝ ΠΡΟΣΦΑΤΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΤΩΝ ΔΙΕΥΘΥΝΤΙΚΩΝ ΣΤΕΛΕΧΩΝ ΤΟΥ ΕΟΤ ΓΙΑ ΤΗ ΔΩΡΕΑΝ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΕΓΧΕΙΡΗΜΑΤΟΣ ΑΦΟΥ Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΕΧΕΙ ΠΡΟΝΟΜΙΑΚΗ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟ ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΚΑΙ ΤΟΝ ΕΟΤ; ΘΕΩΡΕΙΤΕ ΣΩΣΤΟ Η ΚΩΣ ΠΟΥ ΥΠΕΣΤΗ ΖΗΜΙΑ ΤΗΣ ΟΠΟΙΑΣ ΤΟ ΜΕΓΕΘΟΣ ΔΕΝ ΕΧΕΙ ΑΚΟΜΑ ΜΕΤΡΗΘΕΙ (Η ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΜΑΣ ΕΙΝΑΙ ΓΙΑ ΖΗΜΙΑ ΠΟΥ ΞΕΠΕΡΝΑΕΙ ΤΑ 20 ΕΚ. ΕΥΡΩ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΠΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ) ΝΑ ΓΙΝΕΙ ΠΕΛΑΤΗΣ ΤΟΥ ΣΕΤΕ ΚΑΙ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΥ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟΥ ΤΗΝ ΩΡΑ ΠΟΥ ΟΙ ΙΔΙΟΙ ΟΦΕΙΛΑΝ ΝΑ ΕΝΕΡΓΟΠΟΙΗΣΟΥΝ ΜΗΧΑΝΙΣΜΟΥΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΤΟΥ ΝΗΣΙΟΥ; ΘΕΩΡΕΙΤΕ ΣΩΣΤΟ ΟΙ ΚΩΟΙ ΠΟΛΙΤΕΣ ΝΑ ΠΛΗΡΩΣΟΥΝ ΤΗ ΔΙΚΗ ΣΑΣ ΑΔΡΑΝΕΙΑ ΠΟΛΛΑΠΛΑΣΙΕΣ ΦΟΡΕΣ; ΘΕΩΡΕΙΤΕ ΟΤΙ ΜΠΟΡΕΙΤΕ ΝΑ ΑΝΑΣΚΕΥΑΣΕΤΕ ΤΟ ΚΛΙΜΑ ΑΝ ΠΡΩΤΑ ΔΕΝ ΔΩΣΕΤΕ ΞΕΚΑΘΑΡΗ ΛΥΣΗ ΓΙΑ ΤΟ ΜΕΤΑΝΑΣΤΕΥΤΙΚΟ; ΠΩΣ ΘΑ ΠΕΙΣΕΤΕ ΟΤΑΝ ΤΑ ΔΙΕΘΝΗ ΜΕΣΑ ΜΕΤΑΔΙΔΟΥΝ ΑΥΤΕΣ ΤΙΣ ΤΡΑΓΙΚΕΣ ΕΙΚΟΝΕΣ ΑΥΤΩΝ ΤΩΝ ΣΥΓΧΡΟΝΩΝ ΑΘΛΙΩΝ ΣΤΟ ΚΕΝΤΡΟ ΤΗΣ ΠΟΛΗΣ ΚΑΤΩ ΑΠΟ ΤΗ ΖΕΣΤΗ ΚΑΤΩ ΑΠΟ ΤΗ ΒΡΟΧΗ ΚΑΙ ΤΟ ΚΡΥΟ, ΤΟΥΣ ΟΠΟΙΟΥΣ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΖΕΤΕ ΣΑΝ ΣΚΟΥΠΙΔΙΑ; ΑΥΤΗ ΣΑΣ Η ΣΤΑΣΗ ΕΙΝΑΙ ΠΟΥ ΔΥΣΦΗΜΕΙ ΤΟ ΝΗΣΙ ΤΟ ΟΠΟΙΟ ΘΕΛΕΤΕ ΝΑ ΠΡΟΒΑΛΕΤΕ ΚΑΤΑΣΠΑΤΑΛΩΝΤΑΣ ΤΑ ΧΡΗΜΑΤΑ ΤΩΝ ΔΗΜΟΤΩΝ. **ΟΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΜΑΣ ΕΙΝΑΙ ΞΕΚΑΘΑΡΕΣ:** ΤΟΥΛΑΧΙΣΤΟΝ ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΔΙΑΚΗΡΥΞΕΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΚΑΙ ΔΗΜΟΥ ΥΠΑΡΧΕΙ ΣΤΟΝ ΑΕΡΑ ΕΝΑ ΠΟΣΟ ΠΟΥ ΑΓΓΙΖΕΙ ΤΙΣ 400.000 ΕΥΡΩ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΠΟΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΕΙΚΟΝΑΣ ΤΟΥ ΝΗΣΙΟΥ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΒΑΤΙΚΗΣ ΚΙΝΗΣΗΣ. ΠΡΩΤΟ ΜΕΛΗΜΑ ΛΟΙΠΟΝ ΕΙΝΑΙ Η ΟΡΘΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΔΗΜΟΥ-ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ-ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΩΝ ΦΟΡΕΩΝ ΠΡΟΚΕΙΜΕΝΟΥ ΟΙ ΔΡΑΣΕΙΣ ΝΑ ΕΙΝΑΙ ΣΤΟΧΕΥΜΕΝΕΣ, ΝΑ ΜΗΝ ΑΛΛΗΛΕΠΙΚΑΛΥΠΤΟΝΤΑΙ, ΚΑΙ ΤΑ ΧΡΗΜΑΤΑ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΩΝ ΝΑ ΠΙΑΝΟΥΝ ΤΟΠΟ. ΤΑ 200.000 ΕΥΡΩ ΠΟΥ ΕΧΕΙ ΕΞΑΣΦΑΛΙΣΕΙ Η ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΩ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΠΙΑΣΟΥΝ ΤΟΠΟ ΜΕ ΔΡΑΣΕΙΣ ΠΟΥ ΘΑ ΕΧΟΥΝ ΑΜΕΣΑ ΚΑΙ ΧΕΙΡΟΠΙΑΣΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ. ΌΧΙ ΣΕ ΠΕΙΡΑΜΑΤΑ, ΜΕΛΕΤΕΣ, ΘΕΩΡΙΕΣ ΚΑΙ ΕΡΑΣΙΤΕΧΝΙΣΜΟΥΣ. ΔΕΥΤΕΡΟ ΜΕΛΗΜΑ ΕΙΝΑΙ Η ΞΕΚΑΘΑΡΗ ΑΠΟΦΑΣΗ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ ΤΟΥ ΜΕΤΑΝΑΣΤΕΥΤΙΚΟΥ. ΜΙΑ ΑΠΟΦΑΣΗ ΠΟΥ ΘΑ ΔΙΝΕΙ, ΑΜΕΣΑ ΤΩΡΑ, ΤΟ ΜΗΝΥΜΑ ΣΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΟΤΙ Η ΚΩΣ ΔΕΝ ΘΑ ΒΡΕΘΕΙ ΞΑΝΑ ΣΕ ΑΝΑΛΟΓΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ. ΤΡΙΤΟ ΜΕΛΗΜΑ ΕΙΝΑΙ ΝΑ ΔΟΥΛΕΨΟΥΜΕ ΜΕ ΤΟΥΣ ΚΑΛΥΤΕΡΟΥΣ ΚΑΙ ΜΕ ΑΥΤΟΥΣ ΠΟΥ ΘΑ ΕΓΓΥΗΘΟΥΝ ΤΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ. ΓΝΩΡΙΖΕΤΕ ΠΟΛΥ ΚΑΛΑ ΤΟΥΣ LEADERSTHΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ. ΓΙΑΤΙ ΝΑ ΠΑΜΕ ΣΕ ΗΜΙΜΕΤΡΑ;; ΤΕΤΑΡΤΟΝ, Η ΑΜΕΣΗ ΣΥΜΦΩΝΙΑ ΣΥΝΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ ΜΕ LOW COST ΕΤΑΙΡΙΕΣ, ΟΧΙ ΜΟΝΟ ΜΕ ΜΙΑ, ΕΚΕΙ ΑΞΙΖΕΙ ΝΑ ΔΟΘΟΥΝ ΧΡΗΜΑΤΑ ΓΙΑΤΙ ΕΙΝΑΙ ΜΙΑ ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΠΟΥ ΕΞΑΣΦΑΛΙΖΕΙ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΤΟ ΧΕΙΡΟΠΙΑΣΤΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ ΤΗΣ. ΠΕΜΠΤΟΝ, ΤΗΝ ΑΜΕΣΗ

ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΑΚΟΜΑ ΚΑΙ ΜΕ ΣΥΜΦΩΝΙΑ ΕΙΔΙΚΗΣ ΣΥΝΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ ΜΕ ΤΟΥΣ ΜΕΓΑΛΟΥΣ ΤΟΥΡΟΠΕΡΑΤΟΡΣ. ΑΛΗΘΕΙΑ ΜΠΗΚΕ ΚΑΝΕΙΣ ΣΤΟΝ ΚΟΠΟ ΝΑ ΡΩΤΗΣΕΙ ΤΗΝ ΑΠΟΨΗ ΤΩΝ ΑΠΟΔΕΔΕΙΓΜΕΝΑ ΕΜΠΕΙΡΩΝ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΜΑΝΑΓΕΡΣ ΤΩΝ ΤΟΥΡΟΠΕΡΑΤΟΡΣ ΠΡΟΣ ΠΟΙΑ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΚΙΝΗΘΟΥΜΕ; ΈΚΤΟΝ ΤΗ ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΗ ΔΡΑΣΗ ΠΟΥ ΕΠΙΚΑΛΕΙΣΤΕ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΤΗΝ ΑΝΑΛΑΒΕΙ Ο ΕΟΤ ΜΕΣΩ ΤΟΥ VISITGREECE.GR ΕΝΤΕΛΩΣ ΔΩΡΕΑΝ. ΕΙΜΑΣΤΕ ΒΕΒΑΙΟΙ ΟΤΙ ΑΥΤΟ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΓΙΝΕΙ ΚΑΙ ΤΑ ΧΡΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΔΗΜΟΥ ΝΑ ΔΙΑΤΕΘΟΥΝ ΓΙΑ ΔΥΝΑΜΙΚΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΠΡΩΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΧΙ ΓΙΑ ΜΕΛΕΤΕΣ. ΕΠΙ ΤΗΣ ΠΡΟΤΑΣΗΣ ΠΟΥ ΕΡΧΕΤΑΙ, ΕΙΜΑΣΤΕ ΠΕΠΕΙΣΜΕΝΟΙ ΟΤΙ ΠΡΟΚΕΙΤΑΙ ΓΙΑ ΠΕΤΑΜΕΝΑ ΧΡΗΜΑΤΑ ΜΙΑΣ ΠΡΟΣΠΑΘΕΙΑΣ ΝΑ ΕΠΙΒΙΩΣΕΤΕ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΑ ΚΑΙ ΜΟΝΟ. ΟΥΤΕ ΚΑΙ ΑΥΤΗ ΤΗ ΣΤΙΓΜΗ ΔΕΝ ΕΧΕΤΕ ΚΑΤΑΝΟΗΣΕΙ ΟΤΙ ΣΥΜΒΑΛΕΤΕ ΕΚΟΥΣΙΑ Η ΑΚΟΥΣΙΑ ΣΕ ΜΙΑ ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΥΠΟΤΙΜΗΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΟΙΚΟΔΟΜΗΜΑΤΟΣ ΑΛΛΑ ΚΑΙ ΤΟΥ ΒΙΟΤΙΚΟΥ ΕΠΙΠΕΔΟΥ ΤΟΥ ΚΩΟΥ ΠΟΛΙΤΗ. ΤΕΛΟΣ ΣΑΣ ΥΠΕΝΘΥΜΙΖΟΥΜΕ ΟΤΙ ΤΟΣΟ ΓΙΑ ΤΟ ΜΕΤΑΝΑΣΤΕΥΤΙΚΟ ΑΛΛΑ ΚΑΙ ΓΙΑ ΤΑ ΘΕΜΑΤΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΖΗΤΗΣΑΜΕ ΕΙΔΙΚΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗ, ΕΠΑΝΑΦΕΡΟΥΜΕ ΚΑΙ ΣΗΜΕΡΑ ΤΗΝ ΠΡΟΤΑΣΗ ΜΑΣ. -- 2) ΣΤΗ ΣΥΝΕΧΕΙΑ ΤΟ ΛΟΓΟ ΠΗΡΕ Ο ΕΠΙΚΕΦΑΛΗΣ ΤΗΣ Α' ΕΛΑΣΣΟΝΟΣ ΜΕΙΟΨΗΦΙΑΣ Κ. ΠΑΥΛΙΔΣ ΑΡ. ΚΑΙ ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΗΣ ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗΣ ΤΟΥ, ΕΠΕΣΗΜΑΝΕ ΜΕΤΑΞΥ ΑΛΛΩΝ ΟΤΙ, ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΣΥΜΜΕΡΙΖΕΤΑΙ ΤΙΣ ΑΝΗΣΥΧΙΕΣ ΤΟΥ ΑΝΤΙΔΗΜΑΡΧΟΥ, ΟΜΩΣ ΠΡΟΣ ΤΟ ΘΕΜΑ, ΕΞΕΦΡΑΣΕ ΤΗ ΔΙΑΦΩΝΙΑ ΤΟΥ, ΔΙΟΤΙ ΟΙ ΜΕΛΕΤΕΣ ΑΥΤΕΣ ΚΑΙ ΔΡΑΣΕΙΣ ΑΥΤΕΣ, ΓΙΝΟΝΤΑΙ ΔΩΡΕΑΝ ΑΠΟ ΤΙΣ ΚΡΑΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΚΑΙ ΕΙΔΙΚΟΤΕΡΑ ΑΠΟ ΤΑ ΣΤΕΛΕΧΗ ΤΟΥ Ε.Ο.Τ., ΠΟΥ ΔΙΑΘΕΤΟΥΝ ΤΕΧΝΟΓΝΩΣΙΑ ΣΤΗ ΣΥΝΤΑΞΕΙ ΜΕΛΕΤΩΝ. ΜΕ ΔΕΔΟΜΕΝΟ ΤΙΣ ΠΑΡΟΥΣΕΣ ΣΥΝΘΗΚΕΣ, ΘΑ ΠΡΕΠΕΙ Ο ΔΗΜΟΣ Ν' ΑΠΕΥΘΥΝΘΕΙ ΣΤΟ ΚΡΑΤΟΣ, ΓΙΑ ΤΗ ΔΩΡΕΑΝ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΤΟΥ. -- 3) Ο ΕΠΙΚΕΦΑΛΗΣ ΤΗΣ Β' ΕΛΑΣΣΟΝΟΣ ΜΕΙΟΨΗΦΙΑΣ Κ. ΖΕΡΒΟΣ Γ., ΠΗΡΕ ΣΤΗ ΣΥΝΕΧΕΙΑ ΤΟ ΛΟΓΟ ΚΑΙ ΤΟΠΟΘΕΤΟΥΜΕΝΟΣ ΕΠΙ ΤΟΥ ΘΕΜΑΤΟΣ, ΕΠΕΣΗΜΑΝΕ ΜΕΤΑΞΥ ΑΛΛΩΝ ΠΩΣ, ΑΝ Ο ΔΗΜΟΣ ΔΕΝ ΒΡΕΙ ΧΩΡΟ ΠΡΟΣΩΡΙΝΗΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΤΩΝ ΠΡΟΣΦΥΓΩΝ, ΩΣΤΕ ΝΑ ΒΕΛΤΙΩΣΕΙ ΤΗΝ ΕΜΦΑΝΙΣΗ ΤΗΣ ΠΟΛΗΣ, ΚΑΙ ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΟΙ ΑΥΤΟΙ ΕΞΑΚΟΛΟΥΘΕΙ ΝΑ ΔΙΑΜΕΝΟΥΝ ΣΤΟ ΚΕΝΤΡΟ ΤΟΥ ΝΗΣΙΟΥ, Η ΟΠΟΙΑ ΜΕΛΕΤΗ ΑΠΟΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΤΗΣ ΦΗΜΗΣ ΤΟΥ ΝΗΣΙΟΥ ΘΑ ΕΧΕΙ ΑΡΝΗΤΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ, ΔΙΟΤΙ ΤΟ ΔΙΑΦΗΜΙΖΟΜΕΝΟ ΠΡΟΙΟΝ, ΔΕΝ ΘΑ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΝΕΤΑΙ ΜΕ ΤΗ ΡΕΑΛΙΣΤΙΚΗ ΕΙΚΟΝΑ. ΓΙΑ ΤΟ ΛΟΓΟ ΑΥΤΟ, ΕΙΠΕ ΘΑ ΔΗΛΩΣΕΙ ΠΑΡΩΝ, ΕΠΕΙΔΗ Η ΧΡΟΝΙΚΗ ΣΤΙΓΜΗ ΠΟΥ ΕΡΧΕΤΑΙ ΠΡΟΣ ΕΓΚΡΙΣΗ ΑΥΤΗ Η ΜΕΛΕΤΗ, ΔΕΝ ΘΑ ΦΕΡΕΙ ΘΕΤΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ, ΑΝ ΔΕΝ ΕΠΙΛΥΘΕΙ ΑΜΕΣΑ ΤΟ ΜΕΤΑΝΑΣΤΕΥΤΙΚΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ, ΔΙΟΤΙ ΕΣΤΩ ΚΑΙ ΕΝΑ ΑΡΝΗΤΙΚΟ ΔΗΜΟΣΙΕΥΜΑ, ΘΑ ΑΚΥΡΩΣΕΙ ΌΛΕΣ ΤΙΣ ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ. -- 4) Η ΕΠΙΚΕΦΑΛΗΣ ΤΗΣ Γ' ΕΛΑΣΣΟΝΟΣ ΜΕΙΟΨΗΦΙΑΣ ΚΑ. ΜΑΚΡΗ ΚΥΡ., ΠΗΡΕ ΣΤΗ ΣΥΝΕΧΕΙΑ ΤΟ ΛΟΓΟ ΚΑΙ ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΗΣ ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗΣ ΤΗΣ ΕΠΕΣΗΜΑΝΕ ΜΕΤΑΞΥ ΑΛΛΩΝ ΟΤΙ, ΤΟ ΜΕΤΑΝΑΣΤΕΥΤΙΚΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΕΙΝΑΙ ΜΕΡΟΣ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ & ΕΚ ΤΟΥΤΟΥ ΕΠΗΡΕΖΕΙ ΚΑΙ ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ. ΩΣ ΛΑΙΚΗ ΣΥΣΠΕΙΡΩΣΗ ΕΧΟΥΝ ΑΝΤΙΘΕΤΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΦΙΛΟΣΟΦΙΑ, ΔΙΟΤΙ Ο ΜΑΖΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΕΤΑΙ ΑΠΟ ΜΕΓΑΛΟ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΑ, ΤΑ ΟΠΟΙΑ ΥΠΟΔΕΙΚΝΟΥΝ ΚΑΙ ΤΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ, ΑΛΛΑ ΚΑΙ ΤΟΥΣ ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ. ΕΠΙΠΛΕΟΝ, Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΕΙΝΑΙ ΣΥΝΑΦΑΣΜΕΝΟΣ ΜΕ ΤΗ ΠΕΡΙΗΓΗΣΗ ΚΑΙ ΜΕΧΡΙ ΣΗΜΕΡΑ, ΔΕΝ ΕΙΧΕΙ ΚΑΜΙΑ ΠΡΟΣΠΑΘΕΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΟΥ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ. ΕΠΕΙΔΗ ΑΥΤΕΣ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΘΕΣΕΙΣ ΤΗΣ ΛΑΙΚΗΣ ΣΥΣΠΕΙΡΩΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ, ΕΙΜΑΣΤΕ ΑΝΤΙΘΕΤΟΙ ΚΑΙ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΟΥΣΙΑ ΤΗΣ ΠΡΟΤΑΣΕΩΣ ΤΗΣ ΑΝΑΘΕΣΗΣ).

Κλείνοντας ο Πρόεδρος πήρε το λόγο και αφού κήρυξε την περαίωση της πιο πάνω διαδικασίας, κάλεσε το Δημοτικό Συμβούλιο να αποφασίσει επί της ανωτέρω προτάσεως.

ΤΟ ΔΗΜΟΤΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ

Μετά το πέρας της ανωτέρω διαδικασίας, της συζήτησης, της ανταλλαγής γνώμων και αφού έλαβε υπόψη του:

1. Τις διατάξεις του αρθρ. 65 του Ν. 3852/2010, (Φ.Ε.Κ. Α' 87/07-06-2010) της *Νέας Αρχιτεκτονικής της Αυτοδιοίκησης και της Αποκεντρωμένης Διοίκησης – Πρόγραμμα Καλλικράτης*.
2. Τις διατάξεις του αρθρ. 209 του Ν. 3463/2006, (Φ.Ε.Κ. Α' 114/08-06-2006) του Κώδικα Δήμων & Κοινοτήτων.
3. Τις διατάξεις του Π.Δ/τος 28/1980.
4. Την υπ' αριθμ. 16/2015 (ΑΔΑ: Ω00ΣΩΛΕ-Φ0Τ) σχετική με το θέμα εισηγητική απόφαση της Επιτροπής Τουριστικής Προβολής & Ανάπτυξης Δήμου Κω.
5. Την υπ' αριθμ. 30375/08-09-2015 σχετική με το θέμα εισήγηση, ως το συνημμένο σ' αυτήν σχέδιο τεχνικών προδιαγραφών της ως άνω μελέτης.
6. Την υπ' αριθμ. 719/2015 έκθεση ανάληψης δαπάνης της Δ/σης Οικονομικών Υπηρεσιών Δήμου Κω.

7. Τις εισηγήσεις του Προέδρου & του καθ' ύλην αρμόδιου Αντιδημάρχου.
8. Το αποτέλεσμα της ψηφοφορίας κατά τη διάρκεια της οποίας προέκυψε ότι, επί είκοσι επτά (27) παρόντων Μελών, ΥΠΕΡ της προτάσεως εσήφισαν δεκαεπτά (17) παριστάμενα μέλη, μειοψηφούντων των 1/ Ρούφα Ι., 2/ Καλλούδη Ι., 3/ Φάκκου Ι., 4/ Πη Στ., 5/ Μαραγκού Σωτ.-Ευστρ., 6/ Βασιλειάδη Σπ., 7/ Μαρκόγλου Στ., 8/ Παυλίδη Αρ., 9/ Μακρή Κυρ. & 10/ Ζερβού Ι., ο οποίος δήλωσε παρών, (αρθρ. 96 παρ. 5 του ν. 3463/2006).

ΑΠΟΦΑΣΙΖΕΙ ΚΑΤΑ ΠΛΕΙΟΨΗΦΙΑ

Α) Εγκρίνει:

1) την κίνηση διενέργειας της ανάθεσης και υλοποίησης μελέτης για τη διαχείριση της φήμης της Κω στο διεθνές τουριστικό κοινό και τρόποι ενίσχυσης του brand, μέσω ψηφιακών μέσων προβολής. *Υλοποίηση της καμπάνιας στο "DISCOVERGREECE.COM", προϋπολογισμού ύψους 25.000,00 € (συμπεριλαμβανομένου ΦΠΑ), για τους λόγους που αναλυτικά αναφέρονται στην εισήγηση του καθ' ύλην αρμόδιου Αντιδημάρχου.*

2) τη διάθεση και ψήφιση της πίστωσης, ανερχόμενης στο ποσό των είκοσι πέντε χιλιάδων ευρώ (25.000,00 €), σε βάρος του Κ.Α. 00.6117.20 Π/Υ Δήμου Κω οικον. έτους 2015, για τον ανωτέρω σκοπό.

Β) Παραπέμπει την απόφαση στις καθ' ύλην αρμόδιες Οικονομικές Υπηρεσίες Δήμου Κω, για να ενεργήσουν τις προβλεπόμενες από τις διατάξεις της ισχύουσας νομοθεσίας δέουσες ενέργειες.

Αφού συντάχθηκε και αναγνώσθηκε η απόφαση αυτή, η οποία έχει καταχωρηθεί στο 15ο πρακτικό της από 24-09-2015 τακτικής συνεδρίασης, υπογράφεται ως κατωτέρω.

Ο Πρόεδρος του Δημοτικού Συμβουλίου
Μυλωνάς Γ. Νικόλαος

Ο Δήμαρχος Κω
Κυρίτσης Ι. Γεώργιος

Τα Μέλη
Πη Βασιλεία
Γρηγοριάδη – Παντελίκιζη Βασιλεία
Σιφάκης Ηλίας
Πη Σταμάτιος
Βασιλειάδης Σπυρίδων
Χατζηκαλύμνιος Μιχαήλ
Λοίζος Σταμάτιος
Κρητικός Αντώνιος
Καλλούδης Ιωάννης
Ρούφα Ιωάννα
Μυλωνάς Ε. Νικόλαος
Καραθωμάς Κωνσταντίνος
Παπαχρήστου – Ψύρη Ευτέρπη
Μαραγκός Σεβαστιανός
Ζερβός Ιωάννης
Κανταρζής Νικόλαος
Μαρκόγλου Σταμάτιος
Παυλίδης Αριστοτέλης

Μαραγκός Σωτήριος – Ευστράτιος
Κιαπόκα Καλλιόπη
Μακρή Κυριακή
Ζερβός Εμμανουήλ
Φάκκος Ιάκωβος
Σταματάκης Αθανάσιος
Χατζηχριστοφή Ειρήνη
Κιάρης Μηνάς