



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
ΓΕΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ
ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΣΥΝΤΟΝΙΣΜΟΥ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ

Αθήνα, 25/10/2012

Α.Π.: 14840

Ταχ. Διεύθυνση: Λεωφ. Αμαλίας 12, Τ.Κ. 105 57, Αθήνα
Πληροφορίες: Σ. Τσαγκάρη, Χ. Καλπίδης,
Κ. Σπιρόπουλος, Ε. Προύντζου, Ε. Παναγοπούλου, Κ. Παναγόπουλος
Τηλέφωνο: 210 3736118/ 6117/6184/6131/6112
Fax: 210 3736181
E-mail: tsagari_s@mintour.gr, kalpidis_x@mintour.gr, spiropoulos_k@mintour.gr,
prountzou_e@mintour.gr, panagopoulou_e@mintour.gr,
panagopoulos_k@mintour.gr

ΠΡΟΣ
ΑΠΟΔΕΚΤΕΣ Π.Δ.

ΕΓΚΥΚΛΙΟΣ

Θέμα: «Κατευθύνσεις για την ορθή εφαρμογή της διαδικασίας παροχής σύμφωνης γνώμης, που ορίζεται στο άρθρο 30 του Ν.3498/2006 (Φ.Ε.Κ. 230/Α') περί τουριστικής προβολής των φορέων του στενού και του ευρύτερου δημόσιου τομέα».

Σχέτ: Η 15566/23.11.2011 εγκύκλιος του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης (νυν. Υπουργείου Τουρισμού) και το υπ. αριθμ. 5854/09.04.2012 έγγραφό μας.

Στο πλαίσιο της προσπάθειας για βελτίωση της διεθνούς εικόνας της χώρας μας ως τουριστικού προορισμού επιβάλλεται η εναρμόνιση και ο συντονισμός των ενεργειών τουριστικής προβολής όλων των περιοχών της ελληνικής επικράτειας.

Με αυτό το δεδομένο επισημαίνουμε για άλλη μια φορά τις κατευθύνσεις για την ορθή εφαρμογή της διαδικασίας παροχής σύμφωνης γνώμης, που ορίζεται στο άρθρο 30 του Ν.3498/2006 «Ανάπτυξη ιαματικού τουρισμού και λοιπές διατάξεις» (ΦΕΚ 230/Α') περί τουριστικής προβολής των φορέων του στενού και του ευρύτερου δημοσίου τομέα.

Συγκεκριμένα, η διάταξη έχει ως εξής: **“Διαφημιστικά προγράμματα και γενικά ενέργειες, που αφορούν την τουριστική προβολή και διαφήμιση της χώρας ή περιοχών αυτής στο εσωτερικό και εξωτερικό, ιδίως με συμμετοχή σε εκθέσεις, ή διαφημίσεις σε μέσα μαζικής ενημέρωσης ή καταχωρίσεις σε έντυπα ή εκδόσεις τους ως και με οποιονδήποτε άλλον τρόπο και τα οποία καταρτίζονται ή υλοποιούνται από οποιονδήποτε φορέα του Δημοσίου, της Τοπικής Αυτοδιοίκησης και γενικά του ευρύτερου δημόσιου τομέα, όπως κάθε φορά αυτός προσδιορίζεται, ανεξάρτητα αν εκτελούνται με χρηματοδότηση από πόρους εθνικούς ή ευρωπαϊκούς ή ίδιους πόρους του φορέα υλοποίησής τους, πρέπει να τελούν σε πλήρη εναρμόνιση προς το γενικό σχεδιασμό και την**

εξυπηρέτηση των στόχων του προγράμματος τουριστικής προβολής της χώρας ή των περιοχών αυτής, που καταρτίζει το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης σε συνεργασία με τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού. Για την υλοποίηση των παραπάνω προγραμμάτων και ενεργειών απαιτείται η **προηγούμενη** σύμφωνη γνώμη του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης” (νυν. Υπ.Τ).

Με την παραπάνω διάταξη επιδιώκεται η εναρμόνιση των ενεργειών προβολής που καταρτίζονται και υλοποιούνται από φορείς του δημόσιου ή ευρύτερου δημόσιου τομέα, συμπεριλαμβανομένων των εποπτευόμενων ή συσταθέντων από αυτούς φορείς (π.χ. δημοτικές κοινωφελείς επιχειρήσεις, ανώνυμες εταιρείες Ο.Τ.Α.), με τις γενικές κατευθύνσεις προβολής και διαφήμισης της χώρας όπως αυτές καθορίζονται από το Υπουργείο Τουρισμού και τον ΕΟΤ (βλ. «Στρατηγική Προβολής και Διαφήμισης του ΕΟΤ» www.gnto.gov.gr/sites/default/files/files_basic_pages/stratigiki_3etias.pdf και «Στρατηγική Προβολής και Προώθησης του ΕΟΤ στο Διαδίκτυο». www.gnto.gov.gr/sites/default/files/files_basic_pages/online_stratigiki_EOT.pdf

Επισημαίνεται ότι η υποχρέωση συμμόρφωσης με την ανωτέρω διάταξη, όπως ρητά αναγράφεται στο κείμενο αυτής, είναι **ανεξάρτητη από την πηγή χρηματοδότησης** των ενεργειών (ΕΣΠΑ, Περιφερειακά Ταμεία κ.α.- ή από ίδιους πόρους του φορέα). Επιπλέον, η προηγούμενη παροχή σύμφωνης γνώμης από την Υπηρεσία μας αποτελεί **προαπαιτούμενο** για τη **νόμιμη υλοποίηση οποιασδήποτε ενέργειας ή δράσης τουριστικής προβολής**.

Σε **αντικατάσταση** της με αριθμ. 15566/23.11.2011 σχετικής εγκυκλίου, σας ενημερώνουμε για τα παρακάτω θέματα που αφορούν στη διαδικασία παροχής σύμφωνης γνώμης της Υπηρεσίας μας.

ΜΕΡΟΣ Ι. Διαδικασία για την παροχή σύμφωνης γνώμης

Η διαδικασία για την παροχή σύμφωνης γνώμης κατ’ εφαρμογή της ανωτέρω διάταξης περιλαμβάνει τα παρακάτω στάδια:

α. **Εντός του τελευταίου τριμήνου** κάθε έτους καταρτίζεται το ετήσιο πρόγραμμα τουριστικής προβολής του επόμενου έτους από τους φορείς τοπικής αυτοδιοίκησης (α’ και β’ βαθμού) και τους φορείς του δημοσίου και ευρύτερου δημόσιου τομέα και υποβάλλεται στην αρμόδια υπηρεσία του Υπουργείου Τουρισμού (Διεύθυνση Τουριστικής Πολιτικής και Συντονισμού, Τμήμα Τουριστικής Πολιτικής) για την παροχή σύμφωνης γνώμης. Το πρόγραμμα περιλαμβάνει το σύνολο των ενεργειών προβολής του φορέα, είτε αυτές θα υλοποιηθούν με αυτεπιστασία είτε με ανάδοχο. Οι ενέργειες πρέπει να έχουν οριστικοποιηθεί και να προσδιορίζονται αναλυτικά και συγκεκριμένα.

Επισημαίνεται ότι κατά τη διαδικασία κατάρτισης του ετήσιου προγράμματος τουριστικής προβολής από την Περιφέρεια θα πρέπει να επιδιώκεται η διασφάλιση του ενιαίου χαρακτήρα του προγράμματος και η εναρμόνιση των επιμέρους ενεργειών τουριστικής προβολής των Περιφερειακών Ενοτήτων που την αποτελούν με το πρόγραμμα αυτής. Προς αυτή την κατεύθυνση συνιστάται η αποτύπωση των βασικών αξόνων (π.χ χρονοδιάγραμμα, ενέργειες) και η ένταξη των επιμέρους ενεργειών τουριστικής προβολής των Περιφερειακών Ενοτήτων στο πρόγραμμα της Περιφέρειας.

β. Για την υλοποίηση των επιμέρους ενεργειών του προγράμματος, οι φορείς πρέπει να υποβάλουν **έγκαιρα** (τουλάχιστον 15 ημέρες νωρίτερα) σχετικό αίτημα παροχής σύμφωνης γνώμης. Το ανωτέρω χρονικό διάστημα είναι απαραίτητο προκειμένου να υπάρχει εύλογος χρόνος για τον έλεγχο και την υπόδειξη τυχόν απαιτούμενων διορθώσεων.

Τα αιτήματα για παροχή σύμφωνης γνώμης πρέπει να είναι σαφή, να αποστέλλονται από τον ενδιαφερόμενο φορέα **πριν** από την υλοποίηση των ενεργειών τουριστικής προβολής και να συνοδεύονται **απαραιτήτως από την απόφαση του Δημοτικού/Περιφερειακού Συμβουλίου και το σχετικό υλικό** (μακέτες, αντίγραφα υλικού κ.α.), με την επιφύλαξη των διατάξεων του Κώδικα Δήμων και Κοινοτήτων περί επιχειρήσεων Ο.Τ.Α. Τα αιτήματα πρέπει να αφορούν ενέργειες προβολής που περιλαμβάνονται στο αρχικά υποβληθέν και εγκεκριμένο πρόγραμμα του φορέα, και να περιλαμβάνουν περιγραφή κάθε ενέργειας αλλά και τα αναμενόμενα οφέλη από την υλοποίησή της. Σε περίπτωση που η ενέργεια για την οποία ζητείται η παροχή σύμφωνης γνώμης δεν περιλαμβάνεται στο ήδη εγκεκριμένο πρόγραμμα, απαιτείται η συνυποβολή της απόφασης του αρμόδιου οργάνου με την οποία η ενέργεια αυτή εντάσσεται στο πρόγραμμα τουριστικής προβολής του φορέα (με τροποποίηση ή συμπλήρωση του αρχικού προγράμματος). Σε κάθε περίπτωση, οι ενέργειες πρέπει να τεκμηριώνονται ως προς τον σκοπό τους και να αναλύονται σαφώς και επαρκώς. Είναι σκόπιμο τα αιτήματα να αποστέλλονται συγκεντρωτικά όταν αφορούν σε σύντομο χρονικό διάστημα.

Επισημαίνεται ότι:

- σε περιπτώσεις έκδοσης εντύπων, καταχωρίσεων κ.λπ. υποβάλλονται οπωσδήποτε σε έντυπη μορφή οι **τελικές** μακέτες τους.
- σε περιπτώσεις ραδιοφωνικού μηνύματος (jingle) ή τηλεοπτικού μηνύματος (spot) υποβάλλεται δείγμα (demo) του **τελικού** διαφημιστικού προϊόντος.
- σε περίπτωση παραγωγής ντοκιμαντέρ, ταινίας μικρού μήκους, DVD κ.λπ. υποβάλλονται τα γενικά χαρακτηριστικά (σενάριο, προβαλλόμενος προορισμός, στόχοι παραγωγής κλπ.) και με την ολοκλήρωση της διαδικασίας το **τελικό** προϊόν.

- σε περίπτωση χρηματοδοτούμενου έργου που σχετίζεται με την τουριστική προβολή του φορέα, πριν την υποβολή τεχνικού δελτίου απαιτείται η προηγούμενη σύμφωνη γνώμη για το **φυσικό αντικείμενο** της πρότασης.

γ. Μετά τον έλεγχο της ενέργειας και εφόσον διαπιστωθεί ότι συνάδει με τη συνολική στρατηγική της χώρας, εξυπηρετεί την τουριστική προβολή της περιοχής και ενσωματώνει τις κατευθυντήριες οδηγίες της παρούσας εγκυκλίου παρέχεται η σύμφωνη γνώμη της Υπηρεσίας.

δ. Με την ολοκλήρωση της διαδικασίας παραγωγής/δημοσίευσης/διανομής του υλικού τουριστικής προβολής αναμένεται η αποστολή του τελικού προϊόντος (φυλλάδιο, οδηγός, αφίσα κλπ.), έτσι ώστε η υπηρεσία να είναι σε θέση να το ταυτοποιήσει με την εγκριθείσα μακέτα.

ΜΕΡΟΣ ΙΙ. Γενικές Κατευθύνσεις

Σκόπιμο είναι το πρόγραμμα αλλά και οι ενέργειες τουριστικής προβολής των φορέων να σχεδιάζονται και να υλοποιούνται από **κατάλληλα εκπαιδευμένο προσωπικό**, ώστε να εξασφαλίζεται η αποτελεσματικότητα και κυρίως η συνέχεια της τουριστικής προβολής των επιμέρους περιοχών.

Σημαντικό είναι οι εταιρίες που αναλαμβάνουν την υλοποίηση των ενεργειών τουριστικής προβολής να **ενημερώνονται επαρκώς** από το αρμόδιο προσωπικό των φορέων.

Σημειώνεται ότι στο Π.Δ 261/1997 «Για τη διαφάνεια στην διαφημιστική προβολή του Δημοσίου και του ευρύτερου δημοσίου τομέα από τα έντυπα και τα ηλεκτρονικά μέσα ενημέρωσης» (Φ.Ε.Κ. 186/Α'), όπως ισχύει, καθορίζονται **οι όροι και η διαδικασία ανάθεσης διαφημιστικών υπηρεσιών** σε ιδιωτικούς και δημόσιους φορείς, από φορείς του δημοσίου και του ευρύτερου δημοσίου τομέα, εφόσον το έργο δεν εκπονείται απευθείας από το προσωπικό τους. Επισημαίνεται ότι οι επιχειρήσεις διαφημιστικών υπηρεσιών προκειμένου να λάβουν μέρος σε διαγωνισμούς του δημοσίου πρέπει να διαθέτουν πιστοποιητικό κατά το πρότυπο ΕΛΟΤ 1435 «Υπηρεσίες επικοινωνίας - Απαιτήσεις για παρόχους» από φορέα που έχει διαπιστευτεί προς τούτο από το Εθνικό Σύστημα Διαπίστευσης Α.Ε. (Ε.Σ.Υ.Δ.).

Για ενέργειες που πραγματοποιούνται σε συνεργασία με φορείς ξένων κρατών, πρέπει να επιδεικνύεται η δέουσα προσοχή δεδομένου ότι μπορεί το κοινό-στόχος να οδηγηθεί σε λανθασμένα συμπεράσματα. Για παράδειγμα, η συμμετοχή ενός φορέα ελληνικού παραμεθόριου προορισμού σε περίπτερο άλλης (γειτονικής) χώρας μπορεί να δημιουργήσει σε αλλοδαπό κοινό την εσφαλμένη αντίληψη ότι ο ελληνικός προορισμός ανήκει στην γειτονική χώρα.

ΜΕΡΟΣ ΙΙΙ. Οδηγίες για το πρόγραμμα και τις ενέργειες τουριστικής προβολής

1. Πρόγραμμα τουριστικής προβολής

Το πρόγραμμα τουριστικής προβολής συντάσσεται με γνώμονα, μεταξύ άλλων, τις **διεθνείς τάσεις στον τουρισμό καθώς και την αποδεδειγμένη αποτελεσματικότητα των ενεργειών κατά τις προηγούμενες περιόδους.**

Πρέπει να περιλαμβάνει τους **βασικούς άξονες** (πχ. σχεδιασμός και παραγωγή εντύπων, συμμετοχή σε εκθέσεις, Διαδίκτυο), το **χρονοδιάγραμμα και συγκεκριμένες ενέργειες** (όπου είναι εφικτό εκ των προτέρων), με σκοπό την ουσιαστική εξυπηρέτηση των στόχων που έχουν τεθεί.

Ο σχεδιασμός του προγράμματος τουριστικής προβολής πρέπει να περιλαμβάνει ενέργειες για την **προώθηση του τουριστικού προϊόντος του συνόλου των περιοχών** κάθε Περιφέρειας ή Δήμου.

Συνιστάται ιδιαίτερα η συνεργασία μεταξύ γειτονικών Περιφερειών ή Δήμων για την **από κοινού προβολή** ενός τουριστικού αξιοθέατου, του οποίου η τουριστική ανάπτυξη θα φέρει θετικά αποτελέσματα και στις δύο (ή περισσότερες) προβαλλόμενες περιοχές, εκμεταλλευόμενη οικονομίες κλίμακας.

Οι ενέργειες **δεν πρέπει να είναι μονοδιάστατες** (π.χ. αποκλειστικά συμμετοχή σε τουριστικές εκθέσεις και αναπαραγωγή φυλλαδίων) χωρίς να ελέγχεται η επίτευξη των στόχων που έχουν τεθεί.

Για την επίτευξη των μέγιστων αποτελεσμάτων, είναι σκόπιμο ο φορέας της υλοποίησης του προγράμματος τουριστικής προβολής να συντάσσει **ετήσια απολογιστική έκθεση** -και να υποβάλει ένα αντίγραφο στην υπηρεσία μας- στην οποία θα παρουσιάζονται τα αποτελέσματά του στην τουριστική ανάπτυξη της περιοχής (βάσει ποιοτικών και ποσοτικών δεικτών).

2. Εικαστικό

Η δημιουργική ιδέα (**concept**) στην οποία στηρίζεται η στρατηγική προβολής του κάθε προορισμού πρέπει να τελεί σε εναρμόνιση με το πλαίσιο που έχει υιοθετηθεί από τους αρμόδιους φορείς για την προβολή της χώρας (Υπουργείου Τουρισμού και Ε.Ο.Τ.)

Πρέπει να προβάλλεται άμεσα, έντονα και ευδιάκριτα το **λογότυπο** της Ελλάδας, όπως αυτό εγκρίθηκε με την υπ' αριθμ.20585/20.12.07 απόφαση του Υπ.Τ.Αν. (νυν Υπ.Τουρ.). Για την ορθή απεικόνιση του λογότυπου πρέπει



να ακολουθούνται οι οδηγίες (χρωματικής απόχρωσης, διαστάσεων κλπ.) που περιλαμβάνονται στο Εγχειρίδιο Τουριστικής Ταυτότητας (το οποίο μπορεί να λαμβάνει ο φορέας από την αρμόδια Δ/νση

Έρευνας Αγοράς και Διαφήμισης του Ε.Ο.Τ.) Το λογότυπο πρέπει να εμφανίζεται στο κάτω μέρος του εξωφύλλου ή στο οπισθόφυλλο.

Το υλικό τουριστικής προβολής (φωτογραφίες, χάρτες, αφίσες, DVDs, τηλεοπτικά και ραδιοφωνικά spots κτλ.) πρέπει να προβάλλει τα **διακριτά χαρακτηριστικά** κάθε περιοχής και να ελκύει την προσοχή του αναγνώστη/ακροατή παρακινώντας τον να επισκεφτεί την περιοχή.

Τονίζεται ιδιαίτερα ότι πρέπει:

- Να επιλέγονται φυσικά χρώματα που απορρέουν από το περιβάλλον της κάθε περιοχής και όχι τεχνητά κατασκευάσματα βασισμένα μόνο στην παλέτα του μπλε.
- Οι φωτογραφίες να απεικονίζουν ανθρώπους σε στιγμές της καθημερινότητας που βιώνουν εμπειρίες (πχ. παρέα που απολαμβάνει το φαγητό σε ένα γραφικό χωριό) και όχι μόνο τοπία (πχ. παραλίες, τοπία).
- Το **λεκτικό μέρος** των διαφημιστικών καταχωρίσεων (λεζάντες, κείμενα) να συμβαδίζει με το εικαστικό. Οι αφηγήσεις να έχουν ζωηρό ύφος και φρασσεολογία (π.χ. περιγραφή εμπειριών) που αναδεικνύουν τον πλούτο της κάθε περιοχής και εξάπτουν το ενδιαφέρον του δυνητικού επισκέπτη.
- Οι διαφημιστικές καταχωρίσεις να **μην** περιέχουν πολλές εικόνες/ φωτογραφίες σε μία σελίδα προκειμένου να **μην «κουράζουν»** τον αναγνώστη.
- Το υλικό να επιλέγεται έτσι ώστε να έχει **σύγχρονο και ποιοτικό** εικαστικό αποτέλεσμα.

3. Έντυπο και ηλεκτρονικό υλικό

Για την έγκυρη και ολοκληρωμένη πληροφόρηση είναι απαραίτητο να τηρούνται τα παρακάτω:

- Για τις τουριστικές επιχειρήσεις που περιλαμβάνονται στο υλικό τουριστικής προβολής (π.χ ξενοδοχεία) πρέπει να αναγράφεται υποχρεωτικά ο αριθμός μητρώου της επιχείρησης (ΜΗΤΕ) σύμφωνα με τα προβλεπόμενα στην παρ.3 του αρθ.165 του Ν.4070/2012 (Φ.Ε.Κ. 82/Α').

Επίσης πρέπει να αναφέρονται τουλάχιστον τα βασικά στοιχεία κάθε επιχείρησης (τίτλος, κατηγορία, δυναμικότητα, διεύθυνση) όπως αυτά αναγράφονται στο ειδικό σήμα λειτουργίας της. Σημειώνεται ότι σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία η κατάταξη των ξενοδοχειακών καταλυμάτων γίνεται σε κατηγορίες αστέρων (και όχι σε τάξεις Α,Β,Γ,Δ,Ε), και των Ενοικιαζόμενων Επιπλωμένων Δωματίων/Διαμερισμάτων σε κατηγορίες κλειδιών.

- Σε αρκετές περιπτώσεις προβάλλονται τουριστικά καταλύματα ως «**ΞΕΝΩΝΕΣ**», μορφή η οποία δεν υφίσταται μετά την ισχύ του ν. 2160/93 (Φ.Ε.Κ. 118/Α'), ενώ στην πραγματικότητα είναι συνήθως μη κύρια καταλύματα δηλαδή Ενοικιαζόμενα Δωμάτια-Διαμερίσματα ή τουριστικές επιπλωμένες

κατοικίες. Προκειμένου να εξασφαλίζεται η ακρίβεια των προβαλλόμενων στοιχείων οι υπηρεσίες πρέπει να συμβουλευούνται τις κατά τόπους αρμόδιες Π.Υ.Τ. του ΕΟΤ.

- Όταν προβάλλεται ένας κλάδος ή τομέας του τουρισμού (π.χ. συνεδριακός τουρισμός, τουριστικά γραφεία Νομού) πρέπει να περιλαμβάνεται **το σύνολο των επιχειρήσεων** που ανήκουν σε αυτόν. Οι επιχειρήσεις που συμμετέχουν στην χρηματοδότηση για την παραγωγή και έκδοση του υλικού είναι δυνατό να τυγχάνουν ιδιαίτερης προβολής (πχ. με γράμματα bold).
- Για την αποφυγή περιπτώσεων διακριτικής μεταχείρισης συνιστάται **να μην διακρίνονται** (π.χ. στις φωτογραφίες των εντύπων) ονόματα ιδιοκτητών - επωνυμίες εστιατορίων, ξενοδοχείων και καταστημάτων.
- Οι ενέργειες προβολής πρέπει να εστιάζονται και να τονίζουν κυρίως τους τουριστικούς πόρους, δηλαδή τα **αξιοθέατα της περιοχής**, στοχεύοντας στην προβολή του ονόματός τους (π.χ Δελφοί και όχι Περιφερειακή Ενότητα Φωκίδας).
- Κατά το σχεδιασμό του υλικού τουριστικής προβολής πρέπει να αποφεύγονται οι πρόλογοι και οι φωτογραφίες **αιρετών εκπροσώπων**, προκειμένου να εξασφαλίζεται η διαχρονικότητα του εντύπου (ώστε όταν προκύπτει εναλλαγή προσώπων, να μην είναι αναγκαία η ανατύπωσή του).
- Όταν το υλικό μεταφράζεται σε ξένη γλώσσα πρέπει να επιδιώκεται η άριστη ποιότητά του, με την επιμέλεια ή **μετάφραση των ξενόγλωσσων κειμένων** και των εννοιών με την ανάθεσή της σε πιστοποιημένο γραφείο ή πρόσωπο, το οποίο θα εκδίδει και τη σχετική βεβαίωση. Για τις εταιρείες παροχής μεταφραστικών υπηρεσιών απαιτείται η πιστοποίηση κατά το πρότυπο EN-15038:2006, ενώ για τα φυσικά πρόσωπα απαιτείται να είναι μέλη της Πανελλήνιας Ένωσης Μεταφραστών ή απόφοιτοι του τμήματος Ξένων Γλωσσών, Μετάφρασης και Διερμηνείας του Ιονίου πανεπιστημίου. Σημειώνεται ότι το υλικό τουριστικής προβολής δεν εμπίπτει στην κατηγορία των εγγράφων προς επίσημη μετάφραση κατά την έννοια του ν. 3712/2008 (Φ.Ε.Κ. 225/Α') «Οργάνωση του συστήματος επίσημης μετάφρασης, σύσταση Μεταφραστικής Υπηρεσίας στο Υπουργείο Εξωτερικών, ορκωτοί μεταφραστές και άλλες διατάξεις». Με αυτό δεδομένο, επισημαίνεται ότι η βεβαίωση μετάφρασης εξετάζεται κάθε φορά με βάση τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του εντύπου, του φορέα που υποβάλλει το αίτημα καθώς και του μεταφραστή που βεβαιώνει την εγκυρότητα και αξιοπιστία της μετάφρασης. Σε κάθε περίπτωση είναι σημαντικό να αποφεύγεται η πρόχειρη και «λέξη προς λέξη» μετάφραση των κειμένων, καθώς και η «πιστή» μεταφορά ελληνικών εκφράσεων στην ξένη γλώσσα.
- Οι πληροφορίες που παρέχονται μέσω του υλικού προβολής (αριθμοί τηλεφώνων, διευθύνσεις κτλ.) πρέπει να **επικαιροποιούνται** ώστε να ανταποκρίνονται στα ισχύοντα και να αποφεύγεται η αντιγραφή στοιχείων από προγενέστερες εκδόσεις χωρίς προηγούμενο έλεγχο.

- Τα **τοπωνύμια** στο κείμενο πρέπει να ταυτίζονται με αυτά που εμφανίζονται στο χάρτη του εντύπου, ο οποίος πρέπει να είναι μεταφρασμένος στην αντίστοιχη γλώσσα του εντύπου.
- Είναι σημαντικό να υπάρχει υπότιτλος με τοπωνύμιο (**λεζάντα**) στους χάρτες και τις φωτογραφίες τοπίων και αξιοθέατων.
- Επισημαίνεται ότι θα πρέπει να δίνεται ιδιαίτερη προσοχή στην **συνάφεια και την αντιστοιχία των εικόνων με τα λεκτικά σλόγκαν** που χρησιμοποιούνται για την προβολή π.χ. σε έντυπο που προωθεί τουρισμό 12 μηνών, οι συνοδευτικές εικόνες να μην παραπέμπουν μόνο σε θερινές διακοπές.
- Οι φορείς που απευθύνονται σε διεθνές κοινό καλούνται, προκειμένου οι ενέργειές τους να αποδώσουν μεγαλύτερα οφέλη, να προχωρήσουν στο σχεδιασμό **του λογοτύπου τους στα ελληνικά και αγγλικά**, το οποίο θα εμφανίζεται στο σύνολο του διαφημιστικού-προωθητικού υλικού και στην ιστοσελίδα τους.
- Σε περίπτωση κυκλοφορίας του εντύπου σε ένθετο περιοδικού ή εφημερίδας, μαζί με το φωτογραφικό υλικό, πρέπει να υποβάλλεται **και το συνοδευτικό κείμενο**.
- Για τις διαφημιστικές καταχωρίσεις θα πρέπει να επιλέγονται έντυπα που απευθύνονται σε εκείνο το αναγνωστικό κοινό που διαθέτει τα χαρακτηριστικά του επιθυμητού **κοινού-στόχου** της επικοινωνιακής στρατηγικής του φορέα (ηλικιακή και εισοδηματική ομάδα κτλ.).
- Τυχόν **πνευματικά δικαιώματα** για το υλικό (π.χ. φωτογραφίες) που χρησιμοποιείται τόσο στα έντυπα όσο και στις ιστοσελίδες των φορέων θα πρέπει να έχουν διασφαλιστεί εγγράφως.

Κατά το σχεδιασμό των εκδόσεων (π.χ. τουριστικοί οδηγοί) πρέπει να διασφαλίζονται τα κάτωθι:

- ότι το έντυπο είναι ακριβές, περιεκτικό, εύχρηστο, προσελκύει και διατηρεί το ενδιαφέρον του αναγνώστη.
- ότι το θέμα και το μήνυμα που έχουν επιλεγεί είναι σαφή και απευθύνονται στο κοινό-στόχο.
- ότι το εξώφυλλο είναι λιτό αλλά και ικανό να τραβήξει το ενδιαφέρον του αναγνώστη και ότι υποστηρίζει το θέμα και το σκοπό του εντύπου.
- ότι οι φωτογραφίες και οι εικαστικές εφαρμογές αποτυπώνουν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του προορισμού και περιλαμβάνουν στοιχεία που μπορούν να προσελκύσουν επισκέπτες
- ότι οι αναγνώστες λαμβάνουν το επιθυμητό μήνυμα κυρίως μέσω του φωτογραφικού υλικού, χωρίς να πρέπει να διαβάσουν όλο το έντυπο.

- ότι το μέγεθος και η διάταξη του υπό σχεδίαση φυλλαδίου είναι φιλικά στο χρήστη και ότι έχει δοθεί προσοχή στο μέγεθος και το είδος της γραμματοσειράς, την επιλογή χρωμάτων και την ποιότητα του χαρτιού.

4. Εκθέσεις

Οι εκθέσεις που προωθούν αποτελεσματικότερα την ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού είναι **κυρίως αυτές που συμμετέχει ο Ε.Ο.Τ.** και αναφέρονται στην ιστοσελίδα του, την οποία και πρέπει να συμβουλευόνται οι ενδιαφερόμενοι φορείς πριν αποφασίσουν για την συμμετοχή τους σε διάφορες εκθέσεις. Η παροχή σύμφωνης γνώμης για τη **μεμονωμένη συμμετοχή** σε εκθέσεις (στις οποίες δεν συμμετέχει ο Ε.Ο.Τ.), θα εξαρτάται από τα χαρακτηριστικά της έκθεσης και θα εξετάζεται κατά περίπτωση.

Η παροχή σύμφωνης γνώμης για εκθέσεις, ημερίδες, συνέδρια κ.λπ. δεν αφορά αυτή καθαυτή τη **συμμετοχή**, αλλά την **εικόνα** του περιπτέρου, το **υλικό προώθησης** (π.χ. έντυπα), και τις παράλληλες ενέργειες κατά την διάρκεια της διοργάνωσης.

Πρέπει να επιδιώκεται η **αισθητική εμφάνιση** του χώρου ή των περιπτέρων με κατασκευές, χρώματα, σχήματα κλπ. σε αρμονία με τις επιλογές του εγκεκριμένου προγράμματος μάρκετινγκ και τουριστικής προβολής της συγκεκριμένης περιοχής. Πρέπει να αποφεύγεται η **πρόχειρη** διακόσμηση των περιπτέρων με την απλή τοποθέτηση αφισών.

Επιβάλλεται να επιλέγονται με προσοχή τα **μέλη της αντιπροσωπείας** (ως προς τον αριθμό, τα τυπικά και ουσιαστικά προσόντα τους) που παρίστανται στα περίπτερα ώστε να εξυπηρετούνται επαρκώς οι στόχοι της συμμετοχής των φορέων στις εκθέσεις. Με το πέρας της έκθεσης είναι σκόπιμο να συντάσσεται απολογιστική έκθεση με ποσοτικά και μετρήσιμα στοιχεία, όπως τον αριθμό προγραμματισμένων συναντήσεων, τον αριθμό συμφωνιών κλπ. (μέσω των οποίων μπορεί να ελεγχθεί η αποτελεσματικότητα της διαφημιστικής ενέργειας). Η **απλή διανομή εντύπων** αποτελεί πλέον μια παρωχημένη και αναποτελεσματική μέθοδο προβολής.

5. Διαδίκτυο

Η σημασία και η αναγκαιότητα των χρηστικών ιστοσελίδων διαρκώς επιβεβαιώνεται από τις τελευταίες έρευνες και μελέτες, καθώς και η **πολλαπλασιαστική τους επίδραση** σε σχέση με τα κλασικά μέσα προβολής (π.χ. έντυπα, spot).

Κατά συνέπεια, το **περιεχόμενο** των ιστοσελίδων των φορέων πρέπει:

- ♦ να είναι διαθέσιμο και σε ξένες γλώσσες.

- ♦ να είναι ενημερωμένο με τα τρέχοντα γεγονότα (εκδηλώσεις/ δραστηριότητες) που έχουν τουριστικό ενδιαφέρον και διοργανώνονται στην περιοχή.
- ♦ να προβάλλει τα αξιοθέατα/ τουριστικούς πόλους έλξης του τόπου και όχι τις ενέργειες των αιρετών εκπροσώπων
- ♦ να προβάλλει τις επιχειρήσεις της περιοχής (με την επιφύλαξη της διακριτικής μεταχείρισης που προαναφέρθηκε στην ενότητα «Έντυπα τουριστικής προβολής»)

Σε κάθε περίπτωση, πρέπει να λαμβάνονται υπ' όψη και να τηρούνται οι προαναφερθείσες κατευθύνσεις/οδηγίες των προηγούμενων ενοτήτων (π.χ. για τα έντυπα προβολής) και για το περιεχόμενο του διαδικτυακού τόπου.

ΜΕΡΟΣ IV. Ενέργειες για τις οποίες δεν απαιτείται η σύμφωνη γνώμη της Υπηρεσίας μας παρότι μπορεί να αποτελούν μέρος του προγράμματος τουριστικής προβολής του αιτούντος φορέα

1. **Ενέργειες φιλοξενίας, σίτισης και μεταφοράς** τουριστικών παραγόντων και δημοσιογράφων που σχετίζονται με την προώθηση του τουρισμού. Σε αυτές τις περιπτώσεις η σύμφωνη γνώμη της Υπηρεσίας μας παρέχεται μόνο για το περιεχόμενο του υλικού που θα διανεμηθεί.
2. **Ενέργειες μεταφοράς εντύπων** και γενικότερα υλικού προώθησης που θα χρησιμοποιηθεί για τους σκοπούς της τουριστικής προβολής στο πλαίσιο εκθέσεων και εκδηλώσεων.
3. Τα **δώρα** και γενικά τα αντικείμενα φιλοφρονήσεων σε τουριστικούς παράγοντες και πρόσωπα που μπορούν να ενισχύσουν την διαδικασία προβολής του ελληνικού τουρισμού.
4. Συμμετοχή σε εκθέσεις/ εκδηλώσεις που είναι πολιτιστικού χαρακτήρα ή εκθέσεις αγροτικών προϊόντων ή τροφίμων **που δεν είναι αμιγώς τουριστικού ενδιαφέροντος** παρ' ότι εξυπηρετούν έμμεσα την τουριστική προβολή.
5. Υπηρεσίες **περιήγησης και ξενάγησης** ομάδων επισκεπτών (π.χ. σχολεία) στο πλαίσιο εκδρομών στις περιοχές ευθύνης του φορέα.

Ο ΓΕΝΙΚΟΣ ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ

ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΣ ΛΙΑΣΚΟΣ

ΑΠΟΔΕΚΤΕΣ ΓΙΑ ΕΝΕΡΓΕΙΑ:

1. Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας- Θράκης, με την παράκληση να διαβιβαστεί στις οικείες Περιφερειακές Ενότητες Δράμας, Έβρου, Θάσου, Καβάλας Ξάνθης Ροδόπης

Δ/ση Δια Βίου Μάθησης, Απασχόλησης, Εμπορίου και Τουρισμού

Διοικητήριο, Τ.Κ. 69100 Κομοτηνή, e-mail: remth@remth.gr

2. Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, με την παράκληση να διαβιβαστεί στις οικείες Περιφερειακές Ενότητες Ημαθίας, Θεσ/νίκης, Κιλκίς, Πέλλας, Πιερίας, Σερρών, Χαλκιδικής

Δ/ση Δια Βίου Μάθησης-Απασχόλησης- Εμπορίου και Τουρισμού, Τμήμα Τουρισμού

Παπαναστασίου 63, Τ.Κ. 54401, Θεσσαλονίκη, e-mail: tourismos@pkm.gov.gr

3. Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας, με την παράκληση να διαβιβαστεί στις οικείες Περιφερειακές Ενότητες Γρεβενών, Καστοριάς, Κοζάνης, Φλώρινας

Δ/ση Δια Βίου Μάθησης-Απασχόλησης- Εμπορίου και Τουρισμού, Τμήμα Τουρισμού

Διοικητήριο, Τ.Κ. 51100, Γρεβενά

4. Περιφέρεια Ηπείρου, με την παράκληση να διαβιβαστεί στις οικείες Περιφερειακές Ενότητες Άρτας, Ιωαννίνων, Θεσπρωτίας, Πρέβεζας

Δ/ση Δια Βίου Μάθησης-Απασχόλησης- Εμπορίου και Τουρισμού, Τμήμα Τουρισμού

Πλατεία Πύρρου 1 (Διοικητήριο), Τ.Κ. 45001, Ιωάννινα

5. Περιφέρεια Θεσσαλίας, με την παράκληση να διαβιβαστεί στις οικείες Περιφερειακές Ενότητες Λάρισας, Καρδίτσας, Μαγνησίας, Τρικάλων

Δ/ση Δια Βίου Μάθησης-Απασχόλησης- Εμπορίου και Τουρισμού, Τμήμα Τουρισμού

Κουμουνδούρου & Παπαναστασίου, 41222, Λάρισα

6. Περιφέρεια Ιονίων Νήσων, με την παράκληση να διαβιβαστεί στις οικείες Περιφερειακές Ενότητες Ζακύνθου, Ιθάκης, Κέρκυρας, Κεφαλληνίας, Λευκάδας

Δ/ση Δια Βίου Μάθησης-Απασχόλησης- Εμπορίου και Τουρισμού, Τμήμα Τουρισμού

Αλυκές Ποταμού, Τ.Κ. 49 100 Κέρκυρα

7. Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας, με την παράκληση να διαβιβαστεί στις οικείες Περιφερειακές Ενότητες Αιτωλοακαρνανίας, Αχαΐας, Ηλείας

Δ/ση Δια Βίου Μάθησης, Απασχόλησης, Εμπορίου και Τουρισμού, Τμήμα Τουρισμού

Ν.Ε.Ο Πατρών-Αθηνών 12, Τ.Κ 26110 Πάτρα, e-mail: gd.anap@pde.gov.gr

8. Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας, με την παράκληση να διαβιβαστεί στις οικείες Περιφερειακές Ενότητες Βοιωτίας, Εύβοιας, Ευρυτανίας, Φθιώτιδας, Φωκίδας

Δ/ση Δια Βίου Μάθησης-Απασχόλησης- Εμπορίου και Τουρισμού, Τμήμα Τουρισμού

Αρκαδίου 8, ΤΚ 35 100 Λαμία

9. Περιφέρεια Αττικής, με την παράκληση να διαβιβαστεί στις οικείες Περιφερειακές Ενότητες Βορείου Τομέα, Δυτικού τομέα, Κεντρικού Τομέα, Νοτίου Τομέα, Πειραιά, Νήσων, Ανατολικής Αττικής και Δυτικής Αττικής

Δ/ση Δια Βίου Μάθησης-Απασχόλησης- Εμπορίου και Τουρισμού, Τμήμα Τουρισμού

Σταδίου 60, ΤΚ 105 64, Αθήνα

10. Περιφέρεια Πελοποννήσου, με την παράκληση να διαβιβαστεί στις οικείες Περιφερειακές Ενότητες Αργολίδος, Αρκαδίας, Κορινθίας, Λακωνίας Μεσσηνίας

Δ/ση Δια Βίου Μάθησης-Απασχόλησης- Εμπορίου και Τουρισμού,
Πλ. Εθνάρχου Μακαρίου, Τ.Κ. 221 00 Τρίπολη, Φαξ: 2713601181

11. Περιφέρεια Βορείου Αιγαίου, με την παράκληση να διαβιβαστεί στις οικείες Περιφερειακές Ενότητες Ικαρίας, Λήμνου, Λέσβου, Χίου

Δ/ση Δια Βίου Μάθησης-Απασχόλησης- Εμπορίου και Τουρισμού, Τμήμα Τουρισμού
Αγίας Ειρήνης 16, ΤΚ 811 00 Μυτιλήνη

12. Περιφέρεια Ν. Αιγαίου, με την παράκληση να διαβιβαστεί στις οικείες Περιφερειακές Ενότητες Άνδρου, Θήρας, Καλύμνου, Καρπάθου, Κέας-Κύθνου, Κω, Μήλου, Μυκόνου, Νάξου, Πάρου, Ρόδου, Σύρου, Τήνου

Δ/ση Δια Βίου Μάθησης-Απασχόλησης- Εμπορίου και Τουρισμού, Τμήμα Τουρισμού
Πλ. Ελευθερίας, ΤΚ. 85 100, Ρόδος

13. Περιφέρεια Κρήτης, με την παράκληση να διαβιβαστεί στις οικείες Περιφερειακές Ενότητες Ηρακλείου, Λασιθίου, Ρεθύμνης, Χανίων

Δ/ση Δια Βίου Μάθησης-Απασχόλησης- Εμπορίου και Τουρισμού, Τμήμα Τουρισμού
Τριφύτσου 10, Ηράκλειο, ΤΚ. 71110

14. Κεντρική Ένωση Δήμων Ελλάδας

Ακαδημίας 65 & Γενναδίου 8, Τ.Κ. 10678 Αθήνα, e-mail: infoi@kedke.gr

15. Περιφερειακή Ένωση Δήμων Αττικής, με την παράκληση να διαβιβαστεί στους οικείους Δήμους, λιμενικά ταμεία και λοιπούς εποπτευόμενους φορείς που εμπλέκονται σε ενέργειες τουριστικής προβολής,

Κοτσικά 4, Τ.Κ. 10434, Αθήνα

16. Περιφερειακή Ένωση Δήμων Ανατολικής Μακεδονίας- Θράκης, με την παράκληση να διαβιβαστεί στους οικείους Δήμους, λιμενικά ταμεία και λοιπούς εποπτευόμενους φορείς που εμπλέκονται σε ενέργειες τουριστικής προβολής

Στιλπώνος Κυριακίδη 17, Τ.Κ. 69100, Κομοτηνή

17. Περιφερειακή Ένωση Δήμων Βορείου Αιγαίου, με την παράκληση να διαβιβαστεί στους οικείους Δήμους, λιμενικά ταμεία και λοιπούς εποπτευόμενους φορείς που εμπλέκονται σε ενέργειες τουριστικής προβολής

Καραντώνη 6, ΤΚ 81100, Μυτιλήνη

18. Περιφερειακή Ένωση Δήμων Δυτικής Ελλάδας, με την παράκληση να διαβιβαστεί στους οικείους Δήμους, λιμενικά ταμεία και λοιπούς εποπτευόμενους φορείς που εμπλέκονται σε ενέργειες τουριστικής προβολής

Αλ. Υψηλάντου 114-116, Τ.Κ. 26222, Πάτρα

19. Περιφερειακή Ένωση Δήμων Δυτικής Μακεδονίας, με την παράκληση να διαβιβαστεί στους οικείους Δήμους, λιμενικά ταμεία και λοιπούς εποπτευόμενους φορείς που εμπλέκονται σε ενέργειες τουριστικής προβολής

Φον Καραγιάννη 1-3, Τ.Κ. 50100, Κοζάνη

20. Περιφερειακή Ένωση Δήμων Ηπείρου, με την παράκληση να διαβιβαστεί στους οικείους Δήμους, λιμενικά ταμεία και λοιπούς εποπτευόμενους φορείς που εμπλέκονται σε ενέργειες τουριστικής προβολής

Ν. Ζέρβα 2, Τ.Κ. 45332, Ιωάννινα

21. Περιφερειακή Ένωση Δήμων Θεσσαλίας, με την παράκληση να διαβιβαστεί στους οικείους Δήμους, λιμενικά ταμεία και λοιπούς εποπτευόμενους φορείς που εμπλέκονται σε ενέργειες τουριστικής προβολής

Πανός 14 (4ος όροφος), Τ.Κ. 41222, Λάρισα

22. Περιφερειακή Ένωση Δήμων Ιονίων Νήσων, με την παράκληση να διαβιβαστεί στους οικείους Δήμους, λιμενικά ταμεία και λοιπούς εποπτευόμενους φορείς που εμπλέκονται σε ενέργειες τουριστικής προβολής

Νικηφόρου Θεοτόκη 154, Τ.Κ. 49100, Κέρκυρα

23. Περιφερειακή Ένωση Δήμων Κεντρικής Μακεδονίας, με την παράκληση να διαβιβαστεί στους οικείους Δήμους, λιμενικά ταμεία και λοιπούς εποπτευόμενους φορείς που εμπλέκονται σε ενέργειες τουριστικής προβολής

26ης Οκτωβρίου 43, Τ.Κ. 54626, Θεσσαλονίκη

24. Περιφερειακή Ένωση Δήμων Κρήτης, με την παράκληση να διαβιβαστεί στους οικείους Δήμους, λιμενικά ταμεία και λοιπούς εποπτευόμενους φορείς που εμπλέκονται σε ενέργειες τουριστικής προβολής

Αρχιεπισκόπου Μακαρίου 22 & Σκουλάδων, Τ.Κ. 71500, Ηράκλειο

25. Περιφερειακή Ένωση Δήμων Νοτίου Αιγαίου, με την παράκληση να διαβιβαστεί στους οικείους Δήμους, λιμενικά ταμεία και λοιπούς εποπτευόμενους φορείς που εμπλέκονται σε ενέργειες τουριστικής προβολής

Πλ. Λαϊκής Κυριαρχίας, Τ.Κ. 84100 Ερμούπολη, Σύρος

26. Περιφερειακή Ένωση Δήμων Πελοποννήσου, με την παράκληση να διαβιβαστεί στους οικείους Δήμους, λιμενικά ταμεία και λοιπούς εποπτευόμενους φορείς που εμπλέκονται σε ενέργειες τουριστικής προβολής

Π. Γρηγορίου Ε18, Τ.Κ. 22100, Τρίπολη

27. Περιφερειακή Ένωση Δήμων Στερεάς Ελλάδας, με την παράκληση να διαβιβαστεί στους οικείους Δήμους, λιμενικά ταμεία και λοιπούς εποπτευόμενους φορείς που εμπλέκονται σε ενέργειες τουριστικής προβολής

Λεωνίδου 6 & Πατρόκλου, Τ.Κ. 35100, Λαμία

28. Ειδική Υπηρεσία Πολιτισμού και Τουρισμού, με την παράκληση να διαβιβαστεί σε Ενδιάμεσες Διαχειριστικές Αρχές

Θεμιστοκλέους 87 & Μεθώνης, 10681, Αθήνα, e-mail: ydepp@culture.gr

29. Κεντρική Ένωση Επιμελητηρίων Ελλάδος, με την παράκληση να διαβιβαστεί στα οικεία επιμελητήρια

Ακαδημίας 6, 10671, Αθήνα, e-mail: keeuhecci@otenet.gr

30. Γενική Γραμματεία Ενημέρωσης και Επικοινωνίας

Φραγκούδη 11 & Αλεξάνδρου Πάντου, Καλλιθέα, Τ.Κ. 10163, Αθήνα
e-mail: grammyp@minpress.gr

31. Υπουργείο Εξωτερικών, με την παράκληση να διαβιβαστεί σε εποπτευόμενους φορείς με δράσεις τουριστικής προβολής

Βασ. Σοφίας 1, Τ.Κ. 10671, Αθήνα

32. Υπουργείο Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας και Ναυτιλίας με την παράκληση να διαβιβαστεί σε εποπτευόμενους φορείς με δράσεις τουριστικής προβολής
Νίκης 5-7, 10180, Αθήνα

33. Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, με την παράκληση να διαβιβαστεί σε εποπτευόμενους φορείς με δράσεις τουριστικής προβολής
Αχαρνών 2, ΤΚ 10432, Αθήνα

34. Υπουργείο Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας και Ναυτιλίας, με την παράκληση να διαβιβαστεί σε εποπτευόμενους φορείς με δράσεις τουριστικής προβολής
Γενική Γραμματεία Λιμένων & Λιμενικής Πολιτικής, Δ/νση Λιμενικών Υποδομών,
Ακτή Βασιλειάδη Πύλη Ε1-Ε2, Τ.Κ. 18510 Πειραιάς

35. Υπουργείο Εσωτερικών, με την παράκληση να διαβιβαστεί σε εποπτευόμενους φορείς με δράσεις τουριστικής προβολής
Γεν. Δ/νση Τοπικής Αυτοδιοίκησης, Δ/νση Οργάνωσης και Λειτουργίας Ο.Τ.Α.
Σταδίου 27, Τ.Κ. 10183, Αθήνα

36. Ελεγκτικό Συνέδριο, με την παράκληση να διαβιβαστεί στους Επιτρόπους και τις αρμόδιες υπηρεσίες

ΑΠΟΔΕΚΤΕΣ ΓΙΑ ΚΟΙΝΟΠΟΙΗΣΗ:

1. Γραφείο Υπουργού Τουρισμού
2. Γραφείο Γενικού Γραμματέα Τουρισμού
3. Γραφείο Προέδρου Ε.Ο.Τ.
4. Γραφείο Γενικού Γραμματέα Ε.Ο.Τ.
5. Δ/νση Έρευνας Αγοράς και Διαφήμισης Ε.Ο.Τ., Αναστασίου Τσόχα 7, Τ.Κ. 11521, Αθήνα

ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΔΙΑΝΟΜΗ:

1. Γενική Δ/νση Τουριστικής Πολιτικής και Οργάνωσης
2. Δ/νση Τουριστικής Πολιτικής και Συντονισμού
3. Τμήμα Τουριστικής Πολιτικής