

Διακήρυξη Διαγωνισμού για το Υποέργο 3
«Απόκτηση πολυμεσικού περιεχομένου (βίντεο, κείμενα, μεταφράσεις)»

Μέρος Α: Αντικείμενο και Προδιαγραφές του Έργου (Υ3)



ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ
ΕΥΡΩΠΑΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ (Ε.Τ.Π.Α.)



ψηφιακή Αθήνα
Όλα είναι δυνατά
Εθνικό Πρόγραμμα
"Ψηφιακή Σύγκληση"

Διακήρυξη Διαγωνισμού του Υποέργου 3 με τίτλο: «Απόκτηση πολυμεσικού περιεχομένου (βίντεο, κείμενα, μεταφράσεις)»

στο πλαίσιο της Πράξης

«Πολυμεσική και Πολυτροπική Προβολή του Πολιτισμού και Τουρισμού της
Χώρας»

Αναθέτουσα Αρχή: ΕΟΤ (Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού)

Προϋπολογισμός: 540.650,40 € (πλέον ΦΠΑ)

Διάρκεια: 12 μήνες

Διαδικασία Ανάθεσης: Ανοικτός Διεθνής Διαγωνισμός
με κριτήριο την οικονομικά συμφερότερη προσφορά

Ημερομηνία διενέργειας διαγωνισμού: ΗΗ/ΜΜ/ΕΕ

Ημερομηνία αποστολής στην Ε.Ε.: ΗΗ/ΜΜ/ΕΕ

Ημερομηνία αποστολής στο Φ.Ε.Κ.: ΗΗ/ΜΜ/ΕΕ

Ημ/νία δημοσίευσης στον ελληνικό Τύπο: ΗΗ/ΜΜ/ΕΕ

Κωδικός ΟΠΣ 300442



ψηφιακή Αθήνα
Όλα είναι δυνατά
Εθνικό Πρόγραμμα
"Ψηφιακή Σύγκληση"



ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ



Μέρος Α: Αντικείμενο και Προδιαγραφές του Έργου (Υ3)

Πίνακας Περιεχομένων

Συνοπτικά στοιχεία της Πράξης.....	4
ΥΠΟΕΡΓΟ 3: Απόκτηση πολυμεσικού περιεχομένου (βίντεο, κείμενα, μεταφράσεις). 6	
Συνοπτικά Στοιχεία	6
A1. Περιβάλλον του Έργου.....	8
A1.1 Εμπλεκόμενοι στην υλοποίηση του Έργου.....	8
A1.1.1-A1.1.2 Συνοπτική παρουσίαση Φορέα Λειτουργίας και Υλοποίησης.....	8
A1.1.3. Άλλοι Φορείς που εμπλέκονται στην επιτυχή έκβαση του Έργου	9
A1.1.4. Όργανα και Επιτροπές.....	9
A1.2 Υφιστάμενη κατάσταση (σε σχέση με τις απαιτήσεις του Έργου).....	10
A1.2.1 Συνοπτική περιγραφή του υφισταμένου πολυμεσικού υλικού του Φορέα	10
A1.2.2 Οργανωτική Δομή και Στελέχωση του Φορέα	11
A1.2.3 Περιγραφή των κύριων επιχειρησιακών διαδικασιών.....	11
A2. Αντικείμενο, στόχοι και κρίσιμοι παράγοντες επιτυχίας.....	12
A2.1 Αντικείμενο του Υποέργου 3.....	12
A2.2 Σκοπιμότητα και αναμενόμενα οφέλη	12
A2.3 Στόχοι και Έκταση του Υποέργου	13
A2.4 Κρίσιμοι παράγοντες επιτυχίας Υποέργου	14
A3. Λειτουργικές και Τεχνικές Προδιαγραφές Υ3	17
A3.1 Βασικές αρχές του διαδικτυακού περιεχομένου (website content).....	17
A3.2 Βασικές αρχές αξιόπιστου περιεχομένου	20
A3.3 Βασική κατηγοριοποίηση ειδών περιεχομένου (content types)	22
A3.3.1 Αναλυτική παρουσίαση κύριου περιεχομένου	22
A3.3.1.1. Κύριο κειμενικό είδος (textual)	22
A3.3.2.1. Κύριο οπτικοακουστικό περιεχόμενο	29
A3.3.1.2 Δευτερεύον είδος (κειμενικό και μη)	31
A3.4 Κανόνες οργάνωσης περιεχόμενου.....	33

**Διακήρυξη Διαγωνισμού για το Υποέργο 3
«Απόκτηση πολυμεσικού περιεχομένου (βίντεο, κείμενα, μεταφράσεις)»**

Μέρος Α: Αντικείμενο και Προδιαγραφές του Έργου (Υ3)

A3.5 Προδιαγραφές σύνταξης/αξιολόγησης κειμένων	35
A3.6 Χρονοδιαγράμματα και Φάσεις του Υποέργου	45
A3.7 Πίνακας Παραδοτέων Υ3	56
A3.8 Πίνακας Οροσήμων Υ3.....	57
A4. Μεθοδολογία Διοίκησης και Υλοποίησης Έργου	57
A4.1 Μέθοδοι και Τεχνικές Υλοποίησης και Υποστήριξης	57
A4.2 Σχήμα Διοίκησης, σχεδιασμού και υλοποίησης του Έργου	58
A4.3 Σχέδιο και Διαδικασίες Διασφάλισης Ποιότητας Έργου	58
A4.4 Σχέδιο και Σύστημα Διαχείρισης Κινδύνων	58
A4.5 Σενάρια χρήσης και Ελέγχου - Διαδικασία παραλαβής Έργου.....	59



Συνοπτικά στοιχεία της Πράξης

Το υπό προκήρυξη Υποέργο είναι μέρος της εγκριθείσας Πράξης με τίτλο: «**Πολυμεσική και Πολυτροπική Διαδικτυακή Προβολή του Πολιτισμού και Τουρισμού της χώρας**» με κωδικό πράξης 300442. Η Πράξη αυτή είχε υποβληθεί στο Πλαίσιο της Πρόσκλησης 19 του Ε.Π. «Ψηφιακή Σύγκλιση». Ο εγκεκριμένος προϋπολογισμός της Πράξης είναι 1.667.000 € συμπεριλαμβανομένου του ΦΠΑ, ενώ του συγκεκριμένου Υποέργου είναι **540.650,40 €** πλέον ΦΠΑ.

Αντικείμενο της συγκεκριμένης Πράξης είναι η ανάπτυξη ενός πολυμεσικού πολυτροπικού περιβάλλοντος (multimedia multimodal environment) στο πλαίσιο του οποίου η νέα διαδικτυακή πύλη του ΕΟΤ θα αποτελέσει μέρος των δράσεων που θα βοηθήσουν στον προσδιορισμό της ταυτότητας της Ελλάδας μέσω της προβολής και ανάδειξης των στοιχείων εκείνων που προσδίδουν αυθεντικότητα και ανταγωνιστικότητα στο διεθνές περιβάλλον.

Έτσι, η νέα αυτή διαδικτυακή πύλη θα αποτελέσει εφαρμογή της συνολικότερης στρατηγικής για τον Τουρισμό παρέχοντας έναν διαδικτυακό χώρο όπου η Ελλάδα θα μπορεί να αφηγείται την ιστορία της, τον πολιτισμό της, τις παραδόσεις της, να προβάλλει τα ήδη ισχυρά χαρακτηριστικά της (ήλιος, θάλασσα και πολιτισμός), να «φωτίζει» άλλα, ιδιαίτερα και λιγότερο γνωστά αλλά και να μεταμορφώνει τα ήδη γνωστά μέρη σε ξεχωριστούς τουριστικούς κόσμους.

Ειδικότερα η Πράξη αποσκοπεί στο:

1. Να γίνει η Ελλάδα ηγετικός ευρωπαϊκός προορισμός για όλο το χρόνο. Αυτό σημαίνει ισχυροποίηση της τουριστικής εικόνας της χώρας μέσω της τουριστικής και πολιτιστικής προβολής της, ως ελκυστικού τουριστικού προορισμού, ικανού να προσφέρει συναρπαστικές εμπειρίες στον τουρίστα καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου.
2. Να γίνει ένας από τους 5 πρώτους ευρωπαϊκούς προορισμούς που θα εξειδικεύεται στα βιωματικά ταξίδια.
3. Να αυξηθούν τα οφέλη της χώρας από τις τουριστικές υπηρεσίες.
4. Να υπάρξει αύξηση της ποιότητας της ενημέρωσης και της ικανοποίησης του τουρίστα καταναλωτή εκ μέρους της χώρας.
5. Να προκύψει συχνότερη επανάληψη επισκέψεων και συστάσεις εκ μέρους των καταναλωτών.
6. Να προκύψει βελτίωση του επιπέδου των παρεχόμενων υπηρεσιών στον τουριστικό τομέα.
7. Να καλλιεργηθούν οι σχέσεις με ΜΜΕ με στόχο την προσέλκυση δημοσιότητας.

Ο τουριστικός χαρακτήρας που θα προβληθεί μέσω της Πύλης θα βασίζεται κυρίως στους εξής εννέα (9) στρατηγικούς άξονες (θεματικές μορφές τουρισμού):

1. Παραθεριστικός τουρισμός (seaside)
2. Πολιτιστικός τουρισμός (culture)
3. Τουρισμός υπαίθρου (nature)
4. Τουρισμός υγείας και ευεξίας (health and wellness)

**Διακήρυξη Διαγωνισμού για το Υποέργο 3
«Απόκτηση πολυμεσικού περιεχομένου (βίντεο, κείμενα, μεταφράσεις)»**

Μέρος Α: Αντικείμενο και Προδιαγραφές του Έργου (Υ3)

5. Τουρισμός πολυτελείας (luxury)
6. Θαλάσσιος τουρισμός (nautical)
7. Τουρισμός πόλεων (city breaks)
8. Συνεδριακός τουρισμός (meetings & incentives)
9. Περιηγητικός τουρισμός (touring)

ενώ παράλληλα θα προβάλλονται και ειδικότερα στοιχεία που εμπλουτίζουν και συνθέτουν το ελληνικό τουριστικό προϊόν, όπως η ελληνική γαστρονομία, οι ειδικές μορφές τουρισμού, τα अपαράμιλλα και σημαντικά θρησκευτικά μνημεία, οι ελληνικές πόλεις ως σταυροδρόμια πολιτισμών κτλ.

Οι ανωτέρω στρατηγικοί άξονες έχουν προκύψει από:

- την απόφαση του Προέδρου ΕΟΤ με αρ. πρωτ.5211/ 31-12-10 (αρ. ΑΔΑ 4 Α9Λ469ΗΙΖ-Λ) με την οποία κοινοποιήθηκε στο «Πρόγραμμα Διαύγεια» η στρατηγική προώθησης και προβολής του ελληνικού τουρισμού για την επόμενη τριετία (2011-2013), και
- το σχέδιο μάρκετινγκ για τον τουρισμό της Ελλάδας 2007-2012 (μελέτη της PRC-MRB).

Τα έγγραφα αυτά αποτελούν αναπόσπαστο μέρος της παρούσας διακήρυξης.

Οφέλη: Τα αναμενόμενα οφέλη από την ανάπτυξη της Πύλης και των υπηρεσιών της είναι:

- Η ανάδειξη της πολιτιστικής φυσιογνωμίας κάθε τόπου, η προβολή της σχετικής πληροφορίας διαδικτυακά και η πρόσβαση μέσω υπολογιστή ή κινητού. **Ωφελούμενοι:** όλοι οι πολίτες της παγκόσμιας κοινότητας, με ιδιαίτερη έμφαση στους Έλληνες της διασποράς.
- Η ανάδειξη φυσικών τοπίων ιδιαίτερου περιβαλλοντικού ενδιαφέροντος, η προβολή της σχετικής πληροφορίας διαδικτυακά και πρόσβαση μέσω υπολογιστή ή κινητού. **Ωφελούμενοι:** όλοι οι πολίτες της παγκόσμιας κοινότητας και ειδικότερα οι φυσιολατρικοί και ορειβατικοί σύλλογοι.
- Η αύξηση των εσωτερικών και εξωτερικών επισκεπτών διαφόρων τόπων, καθώς και η ανάδειξη επιπρόσθετων τόπων τουριστικού ενδιαφέροντος. **Ωφελούμενοι:** οι τουριστικές επιχειρήσεις, καθώς και οι επαγγελματίες των περιοχών.
- Οι προσωποποιημένες διαδραστικές περιηγήσεις μέσω έξυπνων κινητών τηλεφώνων σε μουσεία, αρχαιολογικούς χώρους και μνημεία κατά τη διάρκεια της επίσκεψης. **Ωφελούμενοι:** οι αρχαιολογικοί χώροι και τα μουσεία λόγω της προσέλκυσης νέων επισκεπτών.
- Η βελτίωση του ισοζυγίου της χώρας και κατ' επέκταση της εθνικής οικονομίας από την αναμενόμενη αύξηση επισκεπτών από το εξωτερικό.
- Η ισχυροποίηση την εικόνας της χώρας μέσω της πολιτιστικής προβολής της ως ενός διαχρονικού πόλου ιδεών και αξιών.

Για τους πολίτες: Με την υλοποίηση του παρόντος έργου θα μπορεί ο κάθε Έλληνας πολίτης να έχει πρόσβαση στους πολιτιστικούς πόρους της χώρας μέσω των κειμένων, των φωτογραφιών και των βίντεο που θα εμπλουτίσουν τις βάσεις δεδομένων. Τόσο οι Έλληνες του εσωτερικού και του εξωτερικού όσο και οι πολίτες της Παγκόσμιας Κοινότητας θα μπορούν χωρίς επιβάρυνση να πληροφορούνται για τα αξιοθέατα κάθε περιοχής της Ελλάδας και μάλιστα με τρόπο ολοκληρωμένο μέσα από ενημερωμένα κείμενα και φωτογραφίες, καθώς και με βίντεο ειδικά για κάποιες επιλεγμένες περιοχές ιδιαίτερου τουριστικού ενδιαφέροντος.

**Διακήρυξη Διαγωνισμού για το Υποέργο 3
«Απόκτηση πολυμεσικού περιεχομένου (βίντεο, κείμενα, μεταφράσεις)»**

Μέρος Α: Αντικείμενο και Προδιαγραφές του Έργου (Υ3)

Πρέπει να σημειωθεί ότι το κειμενικό και το πολυμεσικό υλικό θα ενημερώνεται και θα επαυξάνεται μετά την ολοκλήρωση του έργου **εθελοντικά** από τους χρήστες μετά από έλεγχο και επιμέλεια από ομάδα του Φορέα Λειτουργίας που θα έχει επιφορτιστεί με αυτό το καθήκον.

Δείκτες που θα μετρούν την επιτυχία του έργου κατά την κανονική λειτουργία της πύλης είναι το ποσοστό των πολιτών, Ελλήνων και κατοίκων του εξωτερικού που θα επισκέπτεται την Πύλη, ο ρυθμός αύξησης του ποσοστού αυτού, το πλήθος των ψηφιακών τεκμηρίων (κειμένων, φωτογραφιών και βίντεο) που είναι διαθέσιμο και ο ρυθμός αύξησης του πλήθους αυτού.

Στο πλαίσιο της Πράξης, οι προβλεπόμενες δραστηριότητες έχουν κατανεμηθεί σε τέσσερα (4) διακριτά Υποέργα, τα οποία περιγράφονται ως εξής:

- 1. Υποέργο 1 (Υλοποίηση με ίδια μέσα):** Επιλογή και επιμέλεια πολυμεσικού υλικού.
- 2. Υποέργο 2 (Ανοιχτός διεθνής διαγωνισμός):** Σχεδιασμός και ανάπτυξη της Πύλης, προμήθεια εξοπλισμού, ανάπτυξη εφαρμογών και ψηφιακών διαδρομών και πολυμεσική ολοκλήρωση τουριστικών εμπειριών.
- 3. Υποέργο 3 (Ανοιχτός διεθνής διαγωνισμός):** Απόκτηση πολυμεσικού υλικού (βίντεο, κείμενα, μεταφράσεις).
- 4. Υποέργο 4 (Ανοιχτοί τακτικοί διαγωνισμοί):** Προμήθεια πολυμεσικού υλικού (αγορά φωτογραφικού υλικού – 2.000 φωτογραφιών πολιτιστικού και τουριστικού περιεχομένου και παραγωγή και προμήθεια 200 φωτογραφιών ειδικής ανάθεσης).

ΥΠΟΕΡΓΟ 3: Απόκτηση πολυμεσικού περιεχομένου (βίντεο, κείμενα, μεταφράσεις)

Συνοπτικά Στοιχεία

- απόκτηση κειμενικού υλικού πολιτιστικού και τουριστικού περιεχομένου 500.000 λέξεων στην ελληνική γλώσσα με όλα τα δικαιώματα χρήσης του, εξασφαλίζοντας ο ΕΟΤ την πλήρη μεταβίβαση σε αυτόν των πνευματικών δικαιωμάτων για απεριόριστη χρήση και διάρκεια.
- παραγωγή 20 βίντεο για την υλοποίηση σχεδιασμένων τουριστικών εμπειριών και διάθεση από τις λήψεις 100 φωτογραφιών ανά βίντεο (σύνολο: 2000 φωτογραφίες), εξασφαλίζοντας ο ΕΟΤ την πλήρη μεταβίβαση σε αυτόν των πνευματικών δικαιωμάτων για απεριόριστη χρήση και διάρκεια.
- μεταφράσεις επιμελημένου κειμενικού υλικού πολιτιστικού και τουριστικού περιεχομένου 500.000 λέξεων στην αγγλική γλώσσα και 250.000 (περίπου) λέξεων στην γερμανική, ρωσική και ισπανική γλώσσα, εξασφαλίζοντας ο ΕΟΤ την πλήρη μεταβίβαση σε αυτόν των πνευματικών δικαιωμάτων για απεριόριστη χρήση και διάρκεια.

Η επιλογή του υλικού θα γίνει με συγκεκριμένα κριτήρια με κύριο γνώμονα τη γενικότερη τουριστική πολιτική και το marketing plan του ΕΟΤ αλλά και τα αποτελέσματα που θα προκύψουν από την αποδελτίωση και



**Διακήρυξη Διαγωνισμού για το Υποέργο 3
«Απόκτηση πολυμεσικού περιεχομένου (βίντεο, κείμενα, μεταφράσεις)»**

Μέρος Α: Αντικείμενο και Προδιαγραφές του Έργου (Υ3)

αξιολόγηση του υφιστάμενου αρχειακού υλικού (όσον αφορά τις φωτογραφίες) και των κειμένων που αναρτώνται στην υπάρχουσα ιστοσελίδα visitgreece. Για τα κείμενα θα δοθούν αναλυτικές προδιαγραφές σύμφωνα με τις αρχές του λεγόμενου Τουριστικού Λόγου (Tourism Discourse), καθώς και λεπτομερής κατάλογος με συγκεκριμένα λήμματα. Η θεματολογία των κειμένων που θα αγοραστούν θα αφορά τουριστικούς και πολιτιστικούς πόρους της χώρας, την ιστορία, τις μυθολογικές ή θρησκευτικές παραδόσεις κάθε τόπου, πολιτιστικές ή θρησκευτικές εκδηλώσεις, τα μνημεία της φύσης, προστατευόμενους τόπους οικολογικού ενδιαφέροντος, μουσεία, αρχαιολογικούς ή ιστορικούς χώρους, περιπατητικές διαδρομές, τόπους διαμονής, καθώς και τη σύγχρονη ζωή (νυκτερινή διασκέδαση, αγορές κτλ.), προτεινόμενες για τον τουρίστα δραστηριότητες, κ.ά. Όλα τα επιμελημένα κείμενα (500.000 λέξεις) θα μεταφραστούν στην αγγλική, ενώ μέρος αυτών (250.000 λέξεις) στην γερμανική, ρωσική και ισπανική γλώσσα.



ΜΕΡΟΣ Α: ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ και ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ

Συνομογραφίες

ΑΑ	Αναθέτουσα Αρχή
ΕΕ	Ευρωπαϊκή Ένωση
ΕΣΠΑ	Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς
ΕΠ	Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
ΟΔΕ	Ομάδα Διοίκησης Έργου
ΕΠΠΕ	Επιτροπή Παρακολούθησης και Παραλαβής Έργου
ΨΣ	Ψηφιακή Σύγκλιση
SEO	Search Engine Optimization

A1. Περιβάλλον του Έργου

A1.1 Εμπλεκόμενοι στην υλοποίηση του Έργου

Ο Ανάδοχος που θα προκύψει από τον παρόντα διαγωνισμό θα υλοποιήσει το έργο στο ευρύτερο πλαίσιο κανόνων και υποχρεώσεων του ΕΣΠΑ, καθώς και το νομικό πλαίσιο λειτουργίας της Αναθέτουσας Αρχής και Φορέα Λειτουργίας (ΕΟΤ).

A1.1.1-A1.1.2 Συνοπτική παρουσίαση Φορέα Λειτουργίας και Υλοποίησης

Ο ΕΟΤ αποτελεί Νομικό Πρόσωπο Δημοσίου Δικαίου υπό την εποπτεία του Υπουργείου Πολιτισμού και Τουρισμού, που ιδρύθηκε το 1950 με τον Α.Ν. 1565/50, κυρώθηκε με τον Ν. 1624/51 και έκτοτε αποτελεί το βασικό κρατικό φορέα του τουριστικού τομέα.

Σύμφωνα με το Ν. 3270/04 (ΦΕΚ 187/Α/11.10.2004), ο ΕΟΤ διαρθρώνεται σε Κεντρική Υπηρεσία, με έδρα την Αθήνα, και σε Περιφερειακές Υπηρεσίες Τουρισμού (ΠΥΤ) από 1.1.2005. Η διάρθρωση των υπηρεσιών του ΕΟΤ και οι αρμοδιότητες της κάθε υπηρεσιακής μονάδας περιλαμβάνονται στο Π.Δ. 343/2001 (ΦΕΚ 231 Α), όπως ισχύει.

Ο σκοπός και οι αρμοδιότητες του ΕΟΤ περιγράφονται στο Ν.2160/93 (ΦΕΚ Α'/118/19.07.93), όπως ισχύει. Αναλυτικότερα:

Ο ΕΟΤ έχει ως αποστολή την προώθηση της τουριστικής πολιτικής της Κυβέρνησης. Για τον σκοπό αυτό ο ΕΟΤ έχει τις ακόλουθες βασικές λειτουργίες:

- Υποβάλλει προτάσεις στο εποπτεύον Υπουργείο για τη χάραξη της τουριστικής πολιτικής.
- Εκτελεί τα προγράμματα τουριστικής προβολής της χώρας στο εσωτερικό και εξωτερικό και μεριμνά για την προώθηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, μέσω συμμετοχής σε διεθνείς εκθέσεις, συνέδρια και λοιπές εκδηλώσεις στην Ελλάδα και στο εξωτερικό.
- Χορηγεί άδειες, εποπτεύει και ελέγχει τις τουριστικές επιχειρήσεις καθώς και την τουριστική αγορά γενικότερα.

- Αναλαμβάνει κάθε άλλη δραστηριότητα ή ενέργεια που αποβλέπει στην οργάνωση, ανάπτυξη και προώθηση του Τουρισμού και ιδίως:
 - ο Συνεργάζεται με τις συλλογικές οργανώσεις των Τουριστικών Επιχειρήσεων, πανελλήνιας και τοπικής κλίμακας, τους οργανισμούς τοπικής αυτοδιοίκησης και τους οργανισμούς του Δημοσίου, για την επεξεργασία, σχεδίαση και εφαρμογή κοινών και συγχρηματοδοτούμενων προγραμμάτων διαφημιστικής προβολής της χώρας, τουριστικών περιοχών, σύγχρονων μορφών τουρισμού, όπως: οικολογικός τουρισμός, πολιτιστικός τουρισμός, αθλητικός τουρισμός και κλάδων Τουριστικών Επιχειρήσεων.
 - ο Μελετά, εκτελεί και εποπτεύει έργα τουριστικής υποδομής και ανάπτυξης, που χρηματοδοτούνται από εθνικούς ή κοινοτικούς πόρους είτε μόνος είτε σε συνεργασία με άλλους φορείς.

A1.1.3. Άλλοι Φορείς που εμπλέκονται στην επιτυχή έκβαση του Έργου

Θα υπάρξει συνεργασία με αρμόδιους φορείς, όπου απαιτείται, για να αντληθεί επιπλέον πολυμεσικό υλικό (π.χ. από μουσεία, αρχαιολογικούς χώρους κ.α.).

A1.1.4. Όργανα και Επιτροπές

⇒ Ομάδα Διοίκησης και Συντονισμού του Έργου – ΟΔΕ

Η Ομάδα Διοίκησης Έργου (ΟΔΕ) έχει ως αντικείμενο της τον επιχειρησιακό συντονισμό και την παρακολούθηση της οριζόντιας πράξης του ΕΠ Ψηφιακή Σύγκλιση: «Πολυμεσική και Πολυτροπική Διαδικτυακή Προβολή του Πολιτισμού και Τουρισμού της χώρας».

Το έργο της ΟΔΕ περιλαμβάνει τα παρακάτω:

- Τη συγκέντρωση όλων των σχετικών εγγράφων και στοιχείων που αφορούν την οριζόντια πράξη του ΕΠ Ψηφιακή Σύγκλιση «Πολυμεσική και Πολυτροπική Διαδικτυακή Προβολή του Πολιτισμού και Τουρισμού της χώρας», τα οποία βρίσκονται στον ΕΟΤ.
- Το συντονισμό, την παρακολούθηση της υλοποίησης, τον έλεγχο και την αξιολόγηση των δράσεων που θα υλοποιηθούν στο πλαίσιο του έργου.
- Το συντονισμό όλων των διευθύνσεων του ΕΟΤ, οι οποίες εμπλέκονται στην υλοποίηση του έργου.
- Τη ανάρτηση και διαβούλευση των σχεδίων προκηρύξεων και τη συγκέντρωση όλων των στοιχείων και παρατηρήσεων από την διαβούλευση.
- Την υποβοήθηση του υπευθύνου του έργου με τη σύνταξη των σχετικών εγγράφων, σχεδίων δράσεων, εκθέσεων που απαιτούνται για την υποστήριξη και υλοποίηση του έργου.
- Τη σύνταξη των εισηγήσεων προς το Δ.Σ. ΕΟΤ για τροποποιήσεις και αλλαγές στο πλαίσιο του Τεχνικού Δελτίου του έργου.

Στο πλαίσιο λειτουργίας της, η ΟΔΕ εποπτεύει όλες τις ομάδες εργασίας που θα συσταθούν στο πλαίσιο του έργου. Επίσης, μπορεί να συγκροτεί και άλλες υποομάδες εφόσον το κρίνει αναγκαίο.

➔ Επιτροπή Παρακολούθησης και Παραλαβής Έργου (ΕΠΠΕ)

Ο ρόλος της Επιτροπής είναι εποπτικός και ελεγκτικός, η δε στελέχωσή της θα βασισθεί σε στελέχη προερχόμενα από τον ΕΟΤ ή στελέχη εκτός ΕΟΤ που θα ορίσει το ΔΣ του ΕΟΤ.

Ειδικότερες αρμοδιότητες αυτής της Επιτροπής είναι:

- α. συστηματική εποπτεία της υλοποίησης του έργου σύμφωνα με τους όρους της οικείας σύμβασης που θα υπογραφεί,
- β. σύνταξη αναφορών προς την Διοίκηση του ΕΟΤ και την ΟΔΕ για τα ανακύπτοντα προβλήματα και τις σχετικά προτεινόμενες λύσεις,
- γ. σύνταξη των εκθέσεων παρακολούθησης και προόδου της υλοποίησης του έργου και των εκθέσεων αξιολόγησης αυτής της προόδου.
- δ. σύνταξη και υποβολή των σχετικών πρακτικών παραλαβής του έργου.

A1.2 Υφιστάμενη κατάσταση (σε σχέση με τις απαιτήσεις του Έργου)

A1.2.1 Συνοπτική περιγραφή του υφισταμένου πολυμεσικού υλικού του Φορέα

Ο Ε.Ο.Τ. κατά τα χρόνια της λειτουργίας του, έχει δημιουργήσει για το σκοπό της τουριστικής προβολής της Ελλάδας διεθνώς και στο εσωτερικό, ένα πολύτιμο αρχείο φωτογραφιών, εντύπων, λευκωμάτων και οπτικοακουστικού υλικού (κινηματογραφικών και τηλεοπτικών παραγωγών), που αποτυπώνει ανάγλυφα την πορεία της καθιέρωσης της Ελλάδας ως τουριστικού προορισμού και αποτελεί σημαντικό μέρος της «τουριστικής κληρονομιάς» της χώρας.

Σήμερα ο Οργανισμός διαχειρίζεται τη διαδικτυακή του πύλη στην διεύθυνση www.visitgreece.gr, σε δύο γλώσσες, ελληνικά και αγγλικά. Η υπάρχουσα δικτυακή πύλη (portal) περιέχει πληροφορίες για την Ελλάδα: την ιστορία, τον πολιτισμό, τη γεωγραφία, γενικές πληροφορίες και συμβουλές για τον επισκέπτη της χώρας μας. Ο επισκέπτης μπορεί να εξερευνήσει προορισμούς κατηγοριοποιημένους σε πολιτισμό, θάλασσα, φύση και θρησκεία. Επίσης να βρει δραστηριότητες, περιηγήσεις και γαστρονομικές απολαύσεις.

Τα ταξιδιωτικά **κείμενα** του www.visitgreece.gr, παράγονται στο μεγαλύτερο μέρος τους από ομάδα κειμενογράφων-υπαλλήλων του ΕΟΤ, ενώ για ορισμένα από τα θέματα που παρουσιάζονται, χρησιμοποιούνται κείμενα τρίτων (φορέων τουριστικής προβολής και προσώπων που ασχολούνται με τον τουρισμό π.χ. ξεναγών, τουριστικών συντακτών κλπ.). Παρατηρείται ωστόσο ότι ο όγκος των πληροφοριών που πρέπει να παρέχονται για να καλυφθεί η υπάρχουσα ζήτηση υπολείπεται σημαντικά από τον υπάρχοντα, κατά συνέπεια εμφανίζονται πολλά κενά στην αναζήτηση πληροφορίας, χωρίς να λαμβάνουμε υπόψη και την ανάγκη για συνεχή επικαιροποίηση και ανανέωση του περιεχομένου.

Τα κείμενα υποστηρίζονται από **φωτογραφικό και οπτικοακουστικό υλικό**, το οποίο είτε παράγεται στον Οργανισμό είτε – στο μεγαλύτερο μέρος του- το προμηθεύεται ο ΕΟΤ από εξωτερικούς συνεργάτες. Οι φωτογραφίες σύγχρονων προδιαγραφών από τεχνικής και αισθητικής πλευράς είναι περιορισμένες και δεν καλύπτουν όλες τις γεωγραφικές περιοχές και τις θεματικές ενότητες του τουριστικού προϊόντος που θέλει να αναδείξει ο ΕΟΤ ενώ όσον αφορά το οπτικοακουστικό υλικό, ο ΕΟΤ δεν έχει προβεί από ετών σε καμία παραγωγή (εσωτερική ή εξωτερική).

Στην ιστοσελίδα www.visitgreece.gr, δεν παρέχεται καμία εικονική περιήγηση.

A1.2.2 Οργανωτική Δομή και Στελέχωση του Φορέα

Για το περιεχόμενο του υπάρχοντος διαδικτυακού τόπου υπεύθυνο είναι το τμήμα Εκδόσεων και Οπτικοακουστικών Μέσων που υπάγεται στη Διεύθυνση Έρευνας Αγοράς & Διαφήμισης. Συγκεκριμένα, έχουν οριστεί οι εξής ομάδες:

- α. Ομάδα περιεχομένου: 4 άτομα
- β. Ομάδα γραφιστικής επιμέλειας: 2 άτομα
- γ. Ομάδα φωτογραφικής επιμέλειας: 2 άτομα
- δ. Ομάδα επικοινωνίας: 1 άτομο
- ε. Ομάδα τεχνικής υποστήριξης: 2 άτομα

A1.2.3 Περιγραφή των κύριων επιχειρησιακών διαδικασιών

Στην ιστοσελίδα www.visitgreece.gr αλλά και σε όλα τα εργαλεία προβολής στο διαδίκτυο που χειρίζεται ο ΕΟΤ (π.χ. κοινωνικά δίκτυα), παρουσιάζεται η Ελλάδα και τα χαρακτηριστικά της ως τουριστικού προορισμού, με κείμενα σε ελληνικά και αγγλικά συνοδευόμενα από οπτικοακουστικό υλικό (φωτογραφίες και βίντεο).

Τα κείμενα αποτελούν στο μεγαλύτερό τους μέρος, εσωτερική παραγωγή του Ε.Ο.Τ., δηλαδή παράγονται από κειμενογράφους/δημοσιογράφους-υπαλλήλους του Οργανισμού, που απασχολούνται στο αρμόδιο Τμήμα Εκδόσεων και Οπτικοακουστικών Μέσων της Διεύθυνσης Έρευνας Αγοράς και Διαφήμισης. Ένα μικρότερο μέρος των κειμένων προέρχεται από τρίτους όπως π.χ. διάφορες ενώσεις, η Ένωση Ξεναγών κλπ., των οποίων το περιεχόμενο φιλοξενεί ο ΕΟΤ στην ιστοσελίδα του, προκειμένου να παρέχει πολυποίκιλη τουριστική πληροφορία στους δυνητικούς τουρίστες.

Όσον αφορά τις φωτογραφίες, αυτές προέρχονται από α) εσωτερική παραγωγή, δηλαδή αρχείο του ΕΟΤ ή ad hoc φωτογράφιση θεμάτων, από φωτογράφο-υπάλληλο του ΕΟΤ β) αρχείο Περιφερειών της Ελλάδας, οι οποίες κατόπιν πρόσκλησης του ΕΟΤ, έχουν παραχωρήσει το δικαίωμα χρήσης των φωτογραφιών τους στον ΕΟΤ για χρήση σε έντυπα, ιστοσελίδες και σελίδες κοινωνικής δικτύωσης (social media) του ΕΟΤ και γ) αρχείο φωτογράφων-εξωτερικών συνεργατών του ΕΟΤ, οι οποίοι έχουν παραχωρήσει το περιουσιακό δικαίωμα επί των έργων τους στον ΕΟΤ για απεριόριστη χρήση και διάρκεια, κατόπιν σύναψης σχετικών συμβάσεων.

Εκτός των ανωτέρω, στην ιστοσελίδα αναρτάται και οπτικοακουστικό περιεχόμενο (βίντεο), με κυριότερα τα βίντεο-γέφυρες προγράμματος (fillers) που συγκροτούν την ειδική επικοινωνιακή πλατφόρμα You in Greece και έχουν παραχθεί από την ΕΡΤ σε συνεργασία με τον ΕΟΤ, καθώς και βίντεο προβολής προορισμών που έχουν παραχωρηθεί για χρήση στον ΕΟΤ από τις αντίστοιχες Περιφέρειες ή Δήμους της χώρας.

A2. Αντικείμενο, στόχοι και κρίσιμοι παράγοντες επιτυχίας

A2.1 Αντικείμενο του Υποέργου 3

Το παρόν υποέργο αποτελεί μέρος της εγκεκριμένης Πράξης με τίτλο «Πολυμεσική και πολυτροπική διαδικτυακή προβολή του πολιτισμού και τουρισμού της χώρας» και περιλαμβάνει την απόκτηση πολυμεσικού υλικού. Τα παραδοτέα του αναλύονται ως εξής:

- (1) απόκτηση κειμενικού υλικού πολιτιστικού και τουριστικού περιεχομένου 500.000 λέξεων στην **ελληνική** γλώσσα, εξασφαλίζοντας ο ΕΟΤ την πλήρη μεταβίβαση σε αυτόν των πνευματικών δικαιωμάτων για απεριόριστη χρήση και διάρκεια.
- (2) παραγωγή και προμήθεια 20 βίντεο για την υλοποίηση σχεδιασμένων τουριστικών εμπειριών και διάθεση από τις λήψεις 100 φωτογραφιών ανά βίντεο (σύνολο: 2.000 φωτογραφίες), εξασφαλίζοντας ο ΕΟΤ την πλήρη μεταβίβαση σε αυτόν των πνευματικών δικαιωμάτων για απεριόριστη χρήση και διάρκεια.
- (3) μεταφράσεις επιμελημένου κειμενικού υλικού πολιτιστικού και τουριστικού περιεχομένου στην αγγλική (500.000 λέξεις), και μεταφράσεις μέρος του επιμελημένου κειμενικού υλικού (250.000 λέξεις) στην γερμανική, ρωσική και ισπανική γλώσσα αντίστοιχα, εξασφαλίζοντας ο ΕΟΤ την πλήρη μεταβίβαση σε αυτόν των πνευματικών δικαιωμάτων για απεριόριστη χρήση και διάρκεια.

A2.2 Σκοπιμότητα και αναμενόμενα οφέλη

Στο πλαίσιο της ανάπτυξης της Πύλης Τουριστικής και Πολιτιστικής Προβολής της χώρας, το περιεχόμενο της, πρόκειται να αποτελέσει ένα από τα σημαντικότερα εργαλεία υλοποίησης της στρατηγικής προώθησης και προβολής στον τομέα του τουρισμού. Κύριος στόχος της υλοποίησης του Υποέργου 3 είναι να εμπλουτισθεί η εικόνα και η τουριστική ταυτότητα της χώρας, ώστε η Ελλάδα να εδραιωθεί στον παγκόσμιο τουριστικό χάρτη ως «δωδεκάμηνος προορισμός με απaráμιλλες εναλλαγές και ανεξερεύνητες αντιθέσεις» και ως «τόπος ατελείωτων εμπειριών», όπου οι δυνητικοί τουρίστες μπορούν να απολαύσουν υπηρεσίες ποιότητας, είτε επισκέπτονται τη χώρα για τον ήλιο τη θάλασσα και τα πολιτιστικά αξιοθέατα είτε την επισκέπτονται για θαλάσσιο τουρισμό, τουρισμό ευεξίας, για το πλούσιο φυσικό περιβάλλον της, στο πλαίσιο ενός συνεδρίου ή μιας σύντομης επίσκεψης σε κάποια ελληνική πόλη.

Μέσω εξειδικευμένων κειμένων, ψηφιακών περιηγήσεων, φωτογραφιών και πολυμέσων που θα είναι διαθέσιμα στη σχεδιαζόμενη πύλη τουριστικού και πολιτιστικού περιεχομένου, θα προσφέρεται μια ελκυστική και όσο το δυνατόν πληρέστερη εικόνα στον επισκέπτη για τους τουριστικούς πόρους (π.χ. υποδομές, πολιτιστικά αξιοθέατα, παραδοσιακή αρχιτεκτονική, γαστρονομία, φυσικό περιβάλλον) κάθε περιοχής. Θα δοθεί έμφαση στην ανάδειξη της λιγότερο προβεβλημένης Ελλάδας, ενώ παράλληλα θα προβληθούν με έναν ενδιαφέροντα τρόπο οι καθιερωμένοι και παγκοσμίως γνωστοί τουριστικοί προορισμοί της χώρας.

Τα οφέλη θα είναι άμεσα και σημαντικά:

1. Για τους πολίτες τόσο της Ελλάδας όσο και της διεθνούς κοινότητας, καθώς θα έχουν πληρέστερη ενημέρωση για τους σημαντικότερους επισκέψιμους προορισμούς της χώρας από ιστορική, πολιτιστική, τουριστική ή περιβαλλοντική άποψη καθώς και τις διάφορες πολιτιστικές εκδηλώσεις και δρώμενα.
2. Για τις επιχειρήσεις του τουριστικού τομέα, καθώς ο κύκλος εργασιών τους θα αυξηθεί λόγω της προσδοκώμενης ποσοτικής αύξησης και ποιοτικής αναβάθμισης των επισκεπτών στις διάφορες περιοχές.
3. Για το ίδιο το κράτος, καθώς η αναμενόμενη αύξηση επισκεπτών από το εξωτερικό θα βελτιώσει το ισοζύγιο της χώρας και κατ' επέκταση της εθνικής οικονομίας, και επίσης η πολιτιστική προβολή της χώρας θα ισχυροποιήσει την εικόνα της, ως ενός διαχρονικού πόλου ιδεών και αξιών.

A2.3 Στόχοι και Έκταση του Υποέργου

Η νέα διαδικτυακή πύλη του ΕΟΤ θα αποτελέσει ένα κεντρικό εργαλείο προβολής και προώθησης της χώρας αλλά και ένα σύγχρονο και διαδραστικό εργαλείο επικοινωνίας, ενημέρωσης και πληροφόρησης, συμμετοχής αλλά και οργάνωσης της πληροφορίας που αφορά τη χώρα στο σύνολό της –λειτουργώντας έτσι και ως ένα αποθετήριο (repository) πληροφοριακού υλικού.

Το νέο περιεχόμενο της Πύλης του ΕΟΤ μέσω του content integration θα αποτυπώνει/καταγράφει την (τουριστική) πληροφορία που θα καλύπτει την Ελλάδα στο σύνολό της (από τη γενικότερη περιγραφή ενός τόπου μέχρι τις μεμονωμένες τουριστικές δραστηριότητες που αναπτύσσονται εκεί ή τα ξεχωριστά προϊόντα που παράγει) σε μια ευέλικτη πλατφόρμα, η οποία θα επιτρέπει στους ταξιδιώτες αλλά και στην τουριστική βιομηχανία να διεπιδρούν και να έρχονται σε επαφή με νέα, επικαιροποιημένα και έγκριτη πληροφόρηση.

Με την παρούσα προκήρυξη, το ψηφιακό περιεχόμενο που θα αποκτηθεί θα υπακούει στη γενική ιδέα ότι ο επίσημος τουριστικός δικτυακός τόπος ενός προορισμού δεν λειτουργεί ως ένα είδος ταξιδιωτικής αρθρογραφίας, αλλά με τη χρήση κειμενικού και οπτικοακουστικού περιεχομένου μεταφέρει σε ψηφιακή μορφή όλα τα θετικά στοιχεία της ταυτότητας (brand identity) που έχει/θέλουμε να έχει η Ελλάδα ως προορισμός. Πιο συγκεκριμένα, μέσω του κατάλληλου περιεχομένου που θα εμπεριέχεται στη διαδικτυακή πύλη (οπτικοακουστικό-visual, κειμενικό-textual, εφαρμογές-apps κτλ.) ο ΕΟΤ στοχεύει στο να προσελκύσει τουρίστες στη χώρα μας και από δυνητικούς επισκέπτες να τους μετατρέψει σε πραγματικούς θιασώτες (fans) απευθυνόμενος στις ανάγκες και στα κίνητρά τους.

Η **αφήγηση** (storytelling) ενός προορισμού που λαμβάνει χώρα στο διαδικτυακό του τόπο μέσω της σύζευξης του γλωσσικού και οπτικοακουστικού περιεχομένου (πολυτροπικότητα) κάνει γνωστούς όλους εκείνους τους παράγοντες που μπορούν να καταστήσουν τον προορισμό ιδιαίτερα ελκυστικό –εν προκειμένω την Ελλάδα– και ταυτόχρονα προβάλλει με συγκεκριμένο τρόπο τα ιδιαίτερα, μοναδικά χαρακτηριστικά του (attributes). Όπως συχνά συμβαίνει και με άλλες χώρες του εξωτερικού (για παράδειγμα, η καινούρια καμπάνια της Νέας Ζηλανδίας) το οπτικοακουστικό και κειμενικό περιεχόμενο χρησιμοποιούνται για να δημιουργήσουν αφηγήσεις (stories) σχετικά με τα τοπία, τους ανθρώπους, την παράδοση και τον πολιτισμό κτλ. της χώρας σε μια προσπάθεια να επιτευχθεί μια σύγχρονη και δημιουργική επανα-τοποθέτηση της εικόνας της (repositioning).

☞ Με την προκήρυξη του παρόντος υποέργου, στο πλαίσιο του περιεχομένου (content) πραγματώνονται οι βασικές έννοιες της Πράξης «**Πολυμεσική και Πολυτροπική Προβολή του Πολιτισμού και Τουρισμού της Χώρας**» (**Multimedia and multimodal promotion of the civilization and tourism of Greece through web services**). Οι παρακάτω ορισμοί βοηθούν στην κατανόησή τους:

- (1) Η έννοια του «τρόπου» (mode) συνιστά μια δεδομένη κοινωνικά και πολιτιστικά **σημειωτική** πηγή (semiotic resource) για τη δημιουργία νοήματος. Έτσι, η εικόνα, η γραφή, το layout, η μουσική, τα 3D αντικείμενα κτλ. αποτελούν παραδείγματα «τρόπων» που χρησιμοποιούνται στην αναπαράσταση εννοιών και στην επικοινωνία.
- (2) Στη διαδικτυακή πύλη του ΕΟΤ, σε κάθε σελίδα αυτής, διαφορετικοί «τρόποι» θα προσφέρουν διαφορετικές δυνατότητες για την κατασκευή μηνυμάτων: η *γραφή* των κειμένων και η *γραφιστική απεικόνισή* της (π.χ. κεφαλογράμματη γραφή, μέγεθος γραμματοσειράς, χρήση διαστήματος, στίξη κτλ.), ο *διαχωρισμός σε παραγράφους*, το *επίπεδο ύφους* (register) (πρβλ. τα επίπεδα ύφους του Τουριστικού Λόγου, ενότητα Α3.5), η *εικόνα* (φωτογραφίες), τα *χρώματα*, τα *περιγράμματα* που πλαισιώνουν το κείμενο, οι γενικότερες *σχεδιαστικές επιλογές* της ιστοσελίδας, τα *embedded audiovisual items* (π.χ. βίντεο) κτλ. θα συνθέτουν ένα **ενιαίο μήνυμα** με διττό σκοπό: (α) να «χτίσουν» την ξεχωριστή ταυτότητα της χώρας και να καθιερώσουν στη συνείδηση των χρηστών της Πύλης την Ελλάδα ως μοναδικό τουριστικό προορισμό, και (β) να θέλξουν και να πείσουν τον παθητικό αναγνώστη ώστε να τον μετατρέψουν σε έναν ενεργητικό ταξιδιώτη στη χώρα μας.
- (3) Το **πολυμεσικό** περιεχόμενο συνιστά τα διάφορα είδη περιεχομένου ενός δικτυακού τόπου (βίντεο, εικόνες, κείμενο κτλ.), τα οποία χρησιμοποιούνται μαζί και εμπλουτίζουν τις σελίδες στο διαδίκτυο. Το περιεχόμενο αυτό μπορεί να χρησιμοποιηθεί ποικιλοτρόπως από το χρήστη (να αποτελέσει αντικείμενο αναζήτησης μέσω των search engines, να αποθηκευθεί κ.ο.κ.) και γενικότερα να διαμοιραστεί μέσω των υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης (social media).
- (4) Ενώ λοιπόν η έννοια της **πολυτροπικότητας** βοηθάει στο να χρησιμοποιούμε το περιεχόμενο για να αναπαραστήσουμε εμπειρίες και να συμβολίσουμε έννοιες, η έννοια της **πολυμεσικότητας** μας παρέχει τη δυνατότητα του **μέσου** με το οποίο η πρώτη πραγματώνεται.

A2.4 Κρίσιμοι παράγοντες επιτυχίας Υποέργου

Οι κρίσιμοι παράγοντες επιτυχίας του Υ3 μπορούν να περιγραφούν ως εξής:

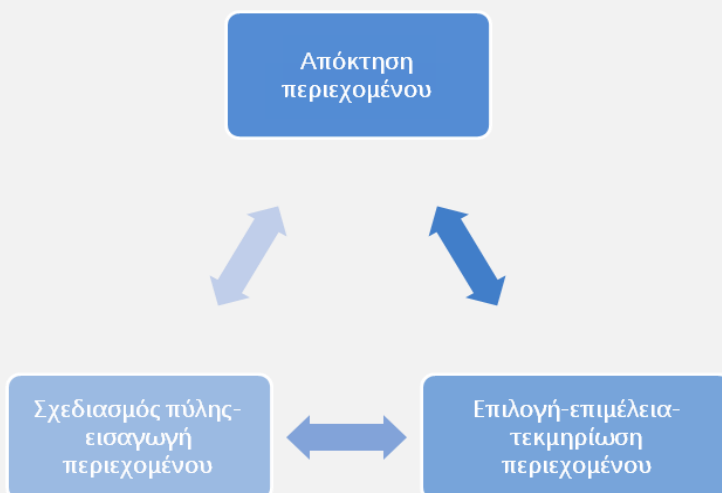
- (1) Ο σαφής καθορισμός των λημμάτων (ή αλλιώς θεμάτων), τα οποία θα βοηθήσουν στο να αγοραστούν συγκεκριμένα κείμενα (παραδοτέο 1), με συγκεκριμένη θεματική. Οι προδιαγραφές των κειμένων επίσης, θα συντελέσουν ώστε να αποκτήσει ο ΕΟΤ κείμενα διαμορφωμένα, σύμφωνα με τις κατευθυντήριες γραμμές που ορίζει ένας εθνικός οργανισμός τουρισμού για χρήση στο διαδίκτυο.
- (2) Η θεματολογία των κειμένων θα αλληλεπιδρά με τη θεματολογία των υπόλοιπων παραδοτέων του Υ3 καθώς και του Υ4: φωτογραφίες, βίντεο κτλ.

Διακήρυξη Διαγωνισμού για το Υποέργο 3
«Απόκτηση πολυμεσικού περιεχομένου (βίντεο, κείμενα, μεταφράσεις)»

Μέρος Α: Αντικείμενο και Προδιαγραφές του Έργου (Υ3)

- (3) Ο συσχετισμός του περιεχομένου των Υ3 και Υ4 με τον επιμέρους σχεδιασμό του Υ2, που καθιστά αναγκαία την πρόβλεψη για περιεχόμενο που θα χρησιμοποιηθεί τόσο για την υλοποίηση της Πύλης όσο και μετά (π.χ. για τις web applications).
- (4) Ως απόρροια του (3) ο καθορισμός των ειδών περιεχομένου (content types), με περαιτέρω εξειδίκευση σε υποείδη, π.χ. μεταδεδομένα (metadata, related data), τα οποία θα βοηθήσουν και τη διαδικασία της τεκμηρίωσης (tagging) του Υ1.
- (5) Ο καθορισμός των προδιαγραφών για τα κείμενα που θα μεταφραστούν στην αγγλική, γερμανική, ρωσική και ισπανική γλώσσα. Τα κείμενα αυτά θα πρέπει να είναι όσο το δυνατόν πιο κοντά στη χρήση της κάθε γλώσσας ως μητρικής όχι μόνο σε επίπεδο γλωσσικό (σύνταξη κτλ.) αλλά και σε πραγματολογικό (localization). Για τον λόγο αυτό απαιτείται από τον Ανάδοχο να συμπεριλάβει στην Ομάδα Έργου του ιθαγενείς ομιλητές της κάθε γλώσσας για τη συγγραφή/σύνταξη κειμένων.
- (6) Τα βίντεο και οι φωτογραφίες που θα παραχθούν μέσω αυτών, θα έχουν ως κεντρική ιδέα την αποτύπωση πολύπλευρων και πολυποικίλων εμπειριών που προσφέρονται στην Ελλάδα για τον τουρίστα και ουσιαστικά θα οπτικοποιούν τις προτάσεις των κειμένων, ενώ σε συνδυασμό με αυτά, θα παρέχουν ένα ολοκληρωμένο ερέθισμα (teaser) στον επισκέπτη της Πύλης.
- (7) Η πρόβλεψη για τη χρήση του πολυμεσικού υλικού, η οποία κείται πέραν των ορίων υλοποίησης της Πράξης και ακολουθούν την ολοκλήρωσή της, όπως οι υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης.
- (8) Ο συγχρονισμός υλοποίησης των υποέργων: (α) το περιεχόμενο που θα αποκτηθεί θα αποτελέσει αντικείμενο τελικής επιμέλειας και επεξεργασίας από τον ΕΟΤ (Υ1: υλοποίηση με ίδια μέσα), (β) το επιμελημένα κείμενα θα δίνονται στον Ανάδοχο του Υ2 για να τα ενσωματώνει στις βάσεις δεδομένων της Πύλης, (γ) ενώ παράλληλα θα πρέπει να υπάρχει περαιτέρω συνεννόηση του φορέα με τον Ανάδοχο του Υ2 προκειμένου να υπάρχει η σωστή αντιστοίχιση (mapping) του περιεχομένου με την αρχιτεκτονική της Πύλης (sitemap).

Στο σχεδιάγραμμα που ακολουθεί αποτυπώνεται η αλληλεξάρτηση των τεσσάρων υποέργων:



Σελίδα 15 από 59

**Διακήρυξη Διαγωνισμού για το Υποέργο 3
«Απόκτηση πολυμεσικού περιεχομένου (βίντεο, κείμενα, μεταφράσεις)»**

Μέρος Α: Αντικείμενο και Προδιαγραφές του Έργου (Υ3)

Κρίσιμοι Παράγοντες Επιτυχίας από την Αλληλεπίδραση των Υποέργων

Κρίσιμος Παράγοντας Επιτυχίας του Υποέργου	Τύπος¹	Σχετικές Ενέργειες Αντιμετώπισης
Εξάρτηση της επιλογής και επιμέλειας του πολυμεσικού περιεχομένου (Υ1) από την αγορά του πολυμεσικού υλικού (Υ3).	T/O	Έγκαιρη προκήρυξη της φάσης αγοράς πολυμεσικού υλικού. Έχει προηγηθεί αποδελτίωση και αξιολόγηση του κειμενικού περιεχομένου του υπάρχοντος visitgreece. Σημαντικός ο καθορισμός των λημμάτων βάσει των οποίων θα προκηρυχθούν τα κείμενα στην ελληνική γλώσσα.
Εξάρτηση της απόκτησης περιεχομένου με την τεκμηρίωση του Υ1	T/O	Ο καθορισμός των ειδών περιεχομένου (content types), με περαιτέρω εξειδίκευση σε υποείδη (π.χ. μεταδεδομένα (metadata, related data), τα οποία θα βοηθήσουν και τη διαδικασία της τεκμηρίωσης (tagging) του Υ1.
Οι άρτιες μεταφράσεις των ελληνικών κειμένων στην αγγλική γλώσσα και κατόπιν η μετάφραση μέρος του υλικού στην γερμανική, ρωσική και ισπανική γλώσσα (Υ3).	T/O	Ο καθορισμός των προδιαγραφών για τα κείμενα που θα μεταφραστούν στην αγγλική, γερμανική, ρωσική και ισπανική γλώσσα. Τα κείμενα αυτά θα πρέπει να είναι όσο το δυνατόν πιο κοντά στη χρήση της κάθε γλώσσας ως μητρικής όχι μόνο σε επίπεδο γλωσσικό (σύνταξη κτλ.) αλλά και σε πραγματολογικό (localization). Για τον λόγο αυτό απαιτείται να γραφούν τα κείμενα από ιθαγενείς ομιλητές της κάθε γλώσσας.
Ο συσχετισμός του περιεχομένου του Υ3 και του Υ4 με τον επιμέρους σχεδιασμό του Υ2.	T	Πρόβλεψη στο Υ3 για περιεχόμενο που θα χρησιμοποιηθεί τόσο για την υλοποίηση της Πύλης όσο και μετά (π.χ. για τις web applications).
Έγκαιρη ολοκλήρωση της παραγωγής των βίντεο των τουριστικών εμπειριών (Φάση 3.3 του Υποέργου 3)	T/O	Ολοκλήρωση της Φάσης 3.3 του Υποέργου 3 στα προβλεπόμενα χρονικά διαστήματα (M1, M4, M7 και M10), ώστε στη συνέχεια τα βίντεο να ενσωματωθούν στις βάσεις δεδομένων της Πύλης.

¹ T = Τεχνικός/Τεχνολογικός, O = Οργανωτικός, Δ = Διοικητικός, Κ = Κανονιστικός

A3. Λειτουργικές και Τεχνικές Προδιαγραφές Υ3

A3.1 Βασικές αρχές του διαδικτυακού περιεχομένου (website content)

Το διαδικτυακό περιεχόμενο υπακούει σε κάποιες γενικές, πολύ απλές αρχές (rules of thumb):

- (1) Το διαδικτυακό περιεχόμενο πρέπει να είναι απλό και δομημένο με τρόπο που να προσομοιάζει σε οποιοδήποτε άλλο είδος προωθητικού/διαφημιστικού λόγου (**genre**: μπροσούρα, ενημερωτικό φυλλάδιο κτλ.) απευθυνόμενο σε δυνητικούς αγοραστές (τουρίστες), οι οποίοι θα το διαβάζουν για να κατανοήσουν καλύτερα ποιο είναι το προϊόν που περιγράφεται (προορισμός, δραστηριότητα κ.ο.κ.) και ποια η προστιθέμενη αξία του. Αν το περιεχόμενο αυτό δεν είναι ελκυστικό ή δύσκολο στην κατανόησή του, τότε ο επισκέπτης θα επισκεφτεί κάποιον άλλο διαδικτυακό τόπο.
- (2) Σε ό,τι αφορά τη **δόμηση/μορφή του περιεχομένου** (content formatting), αυτό θα πρέπει να προσομοιάζει στο στιλ γραφής ενός blog post. Χρησιμοποιήστε σύντομους και ελκυστικούς τίτλους με λέξεις-κλειδιά που τους καθιστούν εύκολους στην αναζήτηση, bullet points που θα προβάλλουν συγκεκριμένη πληροφορία/χαρακτηριστικά/ωφέλειες, ενώ η παράλληλη χρήση οπτικοακουστικού υλικού βοηθάει περαιτέρω στην κατανόηση των αφηγήσεών μας (storytelling) εκ μέρους του αναγνώστη. (Πρβλ. Προδιαγραφές σύνταξης κειμένων, ενότητα A3.5.)
- (3) Η πιο σημαντική λειτουργική πτυχή του ψηφιακού περιεχομένου είναι το να **παρακινήσει σε δράση**. Η διαφορά μεταξύ ενός καλού site και ενός ολοκληρωμένου τουριστικού διαδικτυακού τόπου είναι η ικανότητα του δεύτερου να μετατρέψει το χρήστη του site σε επισκέπτη στη χώρα μας. Στην επίτευξη αυτού του στόχου συμβάλουν συνδυαζόμενα το visual design, η διάρθρωση της πληροφορίας (information architecture), τα καλογραμμένα κείμενα και η ευκολία στη χρήση (usability), που δημιουργούν τη λεγόμενη «εμπειρία του διαδικτυακού χρήστη» (user experience).
- (4) Τέλος, η **γνώση** του **SEO** (Search Engine Optimization) ως στρατηγικής του διαδικτυακού μάρκετινγκ (Internet marketing), οι τακτικές του οποίου βοηθούν στην επίτευξη «ορατότητας» των ιστοσελίδων μέσω των μηχανών αναζήτησης και εντέλει στην καλύτερη προώθηση αυτών.

Το σχεδιάγραμμα που ακολουθεί αποτυπώνει αδρομερώς τις βασικές αρχές, οι οποίες συμβάλλουν στην προώθηση ένα ποιοτικού ψηφιακού περιεχομένου με τον αποτελεσματικότερο τρόπο.



- **Βελτιστοποίηση περιεχομένου με τη χρήση δημοφιλών λέξεων-κλειδιών (keywords):** Δημιουργείται το αρχικό περιεχόμενο και τα στοιχεία της σελίδας (τίτλος, tags, URL, περιγραφή εικόνας κτλ.) βελτιστοποιούνται για να ενισχυθεί η εστίαση στις λέξεις-κλειδιά (βλ. Google analytics).
- **Λαμβάνονται υπόψη τα τρέχοντα, δημοφιλή θέματα και οι πιο δημοφιλείς αναζητήσεις:** Η τακτική επισκόπηση των τάσεων στα social media παρέχει χρήσιμη πληροφορία για τις προτιμήσεις των επισκεπτών, τις συζητήσεις και τα θέματα που μοιράζονται στον **παρόντα** χρόνο. Τα αποτελέσματα είναι χρήσιμα τόσο για το keyword targeting όσο και για την ανακάλυψη νέων δυνατοτήτων του υπάρχοντος περιεχομένου.
- **Ενσωμάτωση περιεχομένου στις δράσεις των social media:** Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επηρεάζουν σημαντικά και με ολοένα αυξανόμενο ρυθμό την ορατότητα στις μηχανές αναζήτησης (search engine visibility), καθώς αυτές ενσωματώνουν όλο και περισσότερες κοινωνικές μεταβλητές στους αλγορίθμους κατάταξής τους. Μια «ακίδα» κοινωνικής δράσης σχετική με ένα συγκεκριμένο κομμάτι περιεχομένου

Διακήρυξη Διαγωνισμού για το Υποέργο 3
«Απόκτηση πολυμεσικού περιεχομένου (βίντεο, κείμενα, μεταφράσεις)»

Μέρος Α: Αντικείμενο και Προδιαγραφές του Έργου (Υ3)

θα οδηγήσει άμεσα και έμμεσα σε μεγαλύτερη έκθεση στην αναζήτηση. Επομένως, είναι σημαντικό να συγχρονιστεί η παραγωγή περιεχομένου και η προώθηση αυτού μέσω των social media.

- **Χρήση εργαλείων για την οργάνωση του περιεχομένου και την παραγωγή ιδεών για την ανανέωσή του:** Τα εργαλεία για τη δημιουργία λέξεων-κλειδιών και αναζήτησης (που αναφέρονται παραπάνω) δεν βελτιστοποιούν απλώς το υπάρχον περιεχόμενο, αλλά αποτελούν μια καλή πηγή για τη δημιουργία νέου. Για το σκοπό αυτό, μπορούν να αναζητηθούν και να καταγραφούν οι λέξεις-κλειδιά που αφορούν μια συγκεκριμένη θεματική και στη συνέχεια να εξακριβωθεί αν όλα τα επιμέρους θέματα μπορούν να καλυφθούν από το υπάρχον περιεχόμενο του site. (Ένα εργαλείο που μπορεί να βοηθήσει στη δράση αυτή είναι το Google Insights for Search.)
- **Συνένωση περιεχομένου (packing) για τη βελτιστοποίηση του ranking:** Παράλληλα με τη χρήση των προαναφερόμενων εργαλείων, το format του περιεχομένου είναι εξίσου σημαντικό για την επιτυχία του SEO. Τα άρθρα και τα blog posts αποτελούν τις πιο ξεκάθαρες μορφές. Από την άλλη, η υπέρμετρη χρήση των λεγόμενων galleries μπορεί να οδηγήσει σε πολύ λίγο περιεχόμενο ικανό για αποτελεσματική αναζήτηση ή περιεχόμενο που δύσκολα προσελκύει εσωτερικά links. Αντίστροφα, η παράθεση πολλών θεμάτων σε μια σελίδα μπορεί να διαταράξει την εστίαση στις λέξεις-κλειδιά (keyword focus). Επίσης, η έντονη εστίαση σε γραφικά μπορεί να δώσει στις μηχανές αναζήτησης ανεπαρκές υλικό για να το χρησιμοποιήσουν στην κατανόηση του περιεχομένου. Σε ό,τι αφορά τη συνένωση περιεχομένου, θα πρέπει να υπάρξει ισορροπία μεταξύ των σκοπών που πρέπει να επιτευχθούν (π.χ. η προβολή των δραστηριοτήτων ενός προορισμού), της εμπειρίας του χρήστη και της φιλικότητας στην αναζήτηση.
- **Αποτελεσματική χρήση της διασύνδεσης περιεχομένου (link-building):** Απαιτείται η γνώση της ενσωμάτωσης χρήσιμων, κατάλληλων συνδέσμων (links) μέσα στο περιεχόμενο ως αποτελεσματική μέθοδος περιήγησης στο site αλλά και απόκτησης SEO value.

A3.2 Βασικές αρχές αξιόπιστου περιεχομένου

Για τη δημιουργία αξιόπιστου περιεχομένου (valuable content) ισχύουν κάποιες βασικές αρχές (rules of thumb), οι οποίες απεικονίζονται ως check-lists στο διάγραμμα που ακολουθεί:

Το περιεχόμενο είναι:

Το περιεχόμενο περιέχει/λαμβάνει υπόψη:

Ανευρέσιμο:

Μπορεί ο χρήστης να βρει το περιεχόμενο;



- Μεταδεδομένα (συμπεριλαμβανομένων τίτλων, περιγραφών και λέξεων-κλειδιών)
- Tags για το οπτικοακουστικό υλικό
- Υπερδεσμούς για τη διασύνδεση με σχετικό περιεχόμενο
- Ένα h1 tag (το πιο σημαντικό heading)
- Δύο h2 tags (τα δεύτερα σε σημαντικότητα headings)

Ευανάγνωστο:

Μπορεί ο χρήστης να αναγνώσει το περιεχόμενο;



- Κουκκίδες
- Αριθμημένες λίστες
- Διαχωρισμό παραγράφων κατάλληλων για διαδικτυακό κείμενο
- Ισορροπία ανάμεσα στη χρήση διαφημιστικού λόγου και πληροφορίας
- Ελκυστικούς τίτλους

Κατανοητό:

Μπορεί ο χρήστης να κατανοήσει το περιεχόμενο;



- Συνδυασμό εικόνας, βίντεο, κειμένου κτλ.
- Εκκλιση στις προτιμήσεις των αγορών-στόχων
- Σεβασμό στο επίπεδο αναγνωστικής ικανότητας του χρήστη
- Παρουσίαση παλιών ιδεών με νέο, δημιουργικό τρόπο
- Εξηγήσεις για τον τρόπο λειτουργίας του (νομική κάλυψη, FAQs)

Παρακινητικό

Θα θελήσει ο χρήστης να αναλάβει δράση;



- Παρότρυνση στους αναγνώστες να επισκεπτούν τη χώρα μας
- Σημεία όπου μπορούν οι χρήστες να στέλνουν τα σχόλιά τους
- Πρόσκληση για συμμετοχή και δυνατότητα να μοιραστούν οι χρήστες ιδέες, υλικό κτλ.
- Συνδέσμους με σχετικό υλικό (ώστε να "σχεδιάζεται" ένα μονοπάτι αναζήτησης/γνωριμίας των προορισμών για τους χρήστες)

Διαμοιράσιμο

Θα θελήσει ο χρήστης να μοιραστεί το περιεχόμενο;

- Τη δυνατότητα να προκαλεί συναισθηματικές αντιδράσεις (π.χ. συγκίνηση, επιθυμία για τη βίωση εμπειριών κτλ.)
- Δυνατούς λόγους που θα παρακινούν το χρήστη να μοιραστεί το περιεχόμενο
- Ερωτήματα
- Ευκολία στο να μοιραστεί ο χρήστης το περιεχόμενο
- Personalization (εξατομίκευση: με την προσθήκη hashtags στα tweets κτλ.)

Σύμφωνο με τις ιδιαιτερότητες των άλλων λαών

- Σεβασμό στις πραγματολογικές γνώσεις και στα "πιστεύω" (π.χ. θρήσκευμα) των άλλων λαών
- Σεβασμό στις ιδιαιτερότητες της κάθε γλώσσας

Περαιτέρω, το περιεχόμενο του διαδικτυακού τόπου του ΕΟΤ θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη τα εξής:

1. Ποια είναι τα διακριτικά της ταυτότητάς μας (taglines, brand statements, slogans); Πώς αυτά χρησιμοποιούνται για την αναζήτηση και εύρεσή μας στο διαδίκτυο;
2. Ποιες είναι οι τουριστικές υπηρεσίες της χώρας μας που οι δυνητικοί επισκέπτες μας επιθυμούν και χρειάζονται;
3. Πώς νιώθουν οι άνθρωποι μετά την παροχή των υπηρεσιών μας;
4. Ποιοι είναι οι κύριοι ανταγωνιστές μας και τι περιεχόμενο προσφέρουν στις ιστοσελίδες τους;
5. Ποια τα συγκριτικά μας πλεονεκτήματα;
6. Ποια είναι τα χαρακτηριστικά των κύριων αγορών-στόχων;
7. Ποια η θέση μας στη διεθνή συγκυρία;

Επιπρόσθετα ο Ανάδοχος οφείλει για τη σύνταξη των κειμένων και των μεταφράσεων αυτών να έχει κάνει χρήση αξιόπιστων επιστημονικών πηγών και να έχει προβεί σε όλη την απαιτούμενη έρευνα για την ορθότητα των στοιχείων που περιέχονται σε αυτά.

A3.3 Βασική κατηγοριοποίηση ειδών περιεχομένου (content types)

Για τις ανάγκες της προκήρυξης του διαγωνισμού που αφορά την απόκτηση πολυμεσικού περιεχομένου κρίνεται σκόπιμη μια αδρομερής κατηγοριοποίηση των ειδών αυτού σε (α) **κύρια**, και (β) **δευτερεύοντα** (συμπληρωματικά), καθώς και η περαιτέρω υποκατηγοριοποίηση των κύριων σε **κειμενικά** (textual content) και **οπτικοακουστικά** (audiovisual content).

Πιο συγκεκριμένα:

(α) Τα **κύρια** είδη αφορούν περιεχόμενο που θα προκηρυχθεί βάσει τεχνικών προδιαγραφών (φωτογραφίες ή κείμενα με προκαθορισμένο θέμα, αριθμό λέξεων κτλ.).

(β) Τα **δευτερεύοντα** είδη αφορούν αποκλειστικά κειμενικό περιεχόμενο που είτε δημιουργείται για να καλύψει τις ανάγκες της διαδικτυακής επικοινωνίας (π.χ. υλικό για social media, rolls κτλ.) είτε πρέπει να προβλεφθεί γιατί συνοδεύει ή αποτελεί μέρος της τεκμηρίωσης (tagging) των κύριων ειδών περιεχομένου (π.χ. metadata, related data κτλ.).

A3.3.1 Αναλυτική παρουσίαση κύριου περιεχομένου

A3.3.1.1. Κύριο κειμενικό είδος (textual)

Στην ενότητα αυτή παρουσιάζονται αναλυτικά τα είδη **κειμένου** που συμπεριλαμβάνονται στην κατηγορία «Κύριο περιεχόμενο» και αποτελούν τη δομή περιγραφής των **κειμένων** που θα **αποκτηθούν** μέσω του Υ3 (παραδοτέο 1).

Οι πίνακες αυτοί λειτουργούν στην ουσία ως «καλούπια», προδιαγράφοντας τα βασικότερα είδη κειμενικού περιεχομένου (π.χ. από το εισαγωγικό κείμενο για ένα προορισμό μέχρι το ειδικότερο κείμενο για την παρουσίαση ενός προϊόντος του προορισμού κτλ.). Παρέχουν παράλληλα πληροφόρηση, τόσο για τα δευτερεύοντα κειμενικά είδη που λειτουργούν συμπληρωματικά ως προς τα κύρια όσο και για τα ιδιαίτερα στοιχεία που καθορίζουν τη θεματική τους (π.χ. εποχικότητα). Οποιοδήποτε τουριστικό κείμενο μπορεί να κατηγοριοποιηθεί στους πίνακες αυτούς ανάλογα με τη θεματική του.

Είδος κειμενικού περιεχομένου (textual content type)	1. Προορισμός (περιοχές, πόλεις, νησιά: γενική περιγραφή)
Δείγμα κειμένου Επεξηγήσεις: Το σώμα κειμένου διαθέτει: (1) τίτλο (2) λέξεις με έντονη γραφή (bold) (3) διαχωρισμό σε παραγράφους και απουσία κειμενικών ενδεικτών (4) υπερσυνδέσμους (links) (5) αριθμό λέξεων: 325.	<p>Ένα νησί από τα σπλάχνα της γης</p> <p>Η Σαντορίνη (ή Θήρα) βρίσκεται στο νοτιότερο σημείο των Κυκλάδων και είναι στην ουσία ένα σύμπλεγμα νησιών που αποτελείται από τα νησιά της Θήρας, της Θηρασιάς (ή Θηρασίας), του Ασπρονησίου, της Παλαιάς και της Νέας Καμένης.</p> <p>Γνωρίζατε ότι το σύμπλεγμα των νησιών της Σαντορίνης αποτελεί μέχρι και σήμερα μαζί με τη Μήλο, τα Μέθανα και τη Νίσυρο ενεργό ηφαιστείο; Και πιθανόν το μοναδικό ηφαιστείο στον κόσμο του οποίου ο κρατήρας βρίσκεται μέσα στη θάλασσα; Το νησιώτικο αυτό σύμπλεγμα δημιουργήθηκε λοιπόν ακριβώς λόγω της έντονης αυτής ηφαιστειακής δραστηριότητας και θα λέγαμε ότι πραγματικά ξεπρόβαλλε από τα σπλάχνα της γης! Δώδεκα τεράστιες εκρήξεις, μία κάθε 20.000 χρόνια περίπου, συνέβαλαν στη δημιουργία βυθίσματος (καλδέρας) γκρεμίζοντας το μεγαλύτερο τμήμα του ηφαιστείου, που επιμένει όμως να οικοδομείται ξανά και ξανά.</p> <p>Η τελευταία μεγάλη έκρηξη έγινε πριν από 3.600 περίπου χρόνια (στη μινωική εποχή) σκεπάζοντας με τέφρα τα τρία νησιά (Θήρα, Θηρασιά, Ασπρονήσι) εξαφανίζοντας έτσι έναν ακμαίο προϊστορικό πολιτισμό, δείγμα του οποίου βρέθηκε στις ανασκαφές του Ακρωτηρίου. Τα στερεά και τα αέρια που βγήκαν από τα σωθικά του ηφαιστείου δημιούργησαν από κάτω του ένα μεγάλο κενό καταστρέφοντας το κεντρικό του τμήμα. Με αυτόν τον τρόπο δημιουργήθηκε μια τεράστια χοάνη, η σημερινή Καλδέρα, με διαστάσεις 8x4 χλμ. και βάθος μέχρι 400 μ. κάτω από τη θάλασσα!</p> <p>Η ηφαιστειακή δραστηριότητα συνεχίστηκε πολύ πιο ήπια δημιουργώντας μέσα στην Καλδέρα τα νησάκια της Παλιάς και της Νέας Καμένης. Η τελευταία αποτελεί τη νεότερη χέρσα γη της Μεσογείου, αφού οι λάβες της σχηματίστηκαν μόλις πριν 434 έως 57 χρόνια από σήμερα. Οι κρατήρες, οι θερμές ατμίδες, τα νέα ορυκτά και τα ζεστά πολύχρωμα νερά που αναβλύζουν εντυπωσιάζουν τους επισκέπτες των δύο νέων νησιών. Η κατακρήμνιση του κεντρικού τμήματος του ηφαιστείου δημιούργησε τις απότομες πλαγιές της Καλδέρας, τα «γκρεμνά», που κάνουν δυνατή μια θαλασσινή περιήγηση στα σπλάχνα του ενεργού ηφαιστείου. Το νησί αποτελεί λοιπόν ένα τεράστιο ζωντανό γεωλογικό μουσείο, έναν ιδανικό χώρο παρατήρησης των διεργασιών οικοδόμησης και εξέλιξης ενός ηφαιστείου.</p>
Τι επιπλέον έχει αυτό το content type;	<ul style="list-style-type: none">• Τίτλο/teaser, συνημμένο (doc, pdf, zips), φωτογραφία (κύρια φωτό), γεωγραφικό προσδιορισμό (χώρα-περιφέρεια κτλ.), γεωγραφικό είδος (πόλη, βουνό, θάλασσα, νησί, εσοχή, all), γεωγραφικές συντεταγμένες (ακριβείς για τοποθέτηση / εύρεση σε χάρτη), getting there info, κοινό (νέοι, ζευγάρια, οικογένειες με μικρά παιδιά, οικογένειες με teens, seniors, gay, all), must see 1-10 rating (για να βγάζουμε λίστες ανά περιοχή κτλ.).• Metadata, tags

<p>Είδος κειμενικού περιεχομένου (textual content type)</p>	<p>2. Single see / do κείμενο (sights/activities)</p>
<p>Δείγμα κειμένου</p> <p>Επεξηγήσεις: Το σώμα κειμένου διαθέτει: (1) τίτλο (2) λέξεις με έντονη γραφή (bold) (3) διαχωρισμό σε παραγράφους και απουσία κειμενικών ενδεικτών (4) υπερσυνδέσμους (links) (5) αριθμός λέξεων: 255.</p>	<p>Ένα Τείχος, έργο του ημίθεου Ηρακλή, σας περιμένει να το ανακαλύψετε.</p> <p>Ένας άγνωστος στο ευρύ κοινό πολιτιστικός θησαυρός βρίσκεται σε κοντινή απόσταση από την πόλη της Πάτρας (35 χλμ. ΝΔ), κοντά στο χωριό Άραζος. Πρόκειται για το «Τείχος Δυμαίων» (ή Κάστρο της Καλογριάς), τη μοναδική οχυρωμένη μυκηναϊκή ακρόπολη της Δυτικής Ελλάδας. Φτάνοντας ο επισκέπτης στον αρχαιολογικό χώρο αντικρίζει με δέος να υψώνεται μπροστά του το απόρθητο περιτείχισμα που έκτισε ο Ηρακλής, σύμφωνα με το μύθο, για την προστασία της «Δυμαίας Χώρας» από τις ληστρικές επιθέσεις των Ηλείων. Στην πραγματικότητα, πρόκειται για κατασκευή της μυκηναϊκής περιόδου, όπως προδίδει η κυκλώπεια τοιχοποιία, αν και η κατοίκηση της οχυρής αυτής θέσης εκτείνεται από την Τελική Νεολιθική ως την Ενετοκρατία. Τα τείχη του κάστρου έφταναν τα 300 μέτρα μήκος, 10 μέτρα ύψος και 5 μέτρα πάχος!</p> <p>Μετά τις υποδειγματικές εργασίες αποκατάστασης και ανάδειξης της ακρόπολης, το Τείχος των Δυμαίων μαγεύει όποιον επιλέξει να περιπλανηθεί και να θαυμάσει το επίτευγμα αυτό της μυκηναϊκής αρχιτεκτονικής. Επιβλητικοί πύργοι, ισχυρά τείχη, μνημειακές πύλες, μεγαλοπρεπείς βωμοί ταξιδεύουν τον επισκέπτη σε αλλοτινές εποχές. Στη ΒΑ πλευρά μπορεί κανείς να διακρίνει την καμπύλωση στο τείχος που έφερνε σε πλεονεκτική θέση τους υπερασπιστές της ακρόπολης κατά την απόκρουση των επιθέσεων. Ορατά είναι ακόμη τα ίχνη των οικιών που εφάπτονταν στο τείχος για την καλύτερη προστασία των κατοίκων της ακρόπολης. Μάλιστα, κατά τη μυκηναϊκή περίοδο ήταν το διοικητικό κέντρο της ευρύτερης περιοχής. Ακροπόλεις όπως αυτή του Τείχους Δυμαίων, άλλωστε, ενέπνευσαν στον Όμηρο τις συγκλονιστικές περιγραφές που φιλοξενούνται στα έπη του. Η περιήγηση στο Τείχος Δυμαίων αποτελεί σίγουρα μια αξέχαστη εμπειρία που δεν πρέπει να χάσει ο επισκέπτης στην περιοχή.</p>
<p>Τι επιπλέον έχει αυτό το content type;</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Τίτλο/teaser, συνημμένο (doc, pdf, zip), φωτογραφία (κύρια φωτό), γεωγραφικό προσδιορισμό (χώρα-περιφέρεια κτλ.), γεωγραφικό είδος (πόλη, βουνό, θάλασσα, νησί, εξοχή, all), γεωγραφικές συντεταγμένες (ακριβείς για τοποθέτηση / εύρεση σε χάρτη), κοινό (νέοι, ζευγάρια, οικογένειες με μικρά παιδιά, οικογένειες με teens, seniors, gay, all), getting there info, must see 1-10 rating (για να βγάξουμε λίστες ανά περιοχή κτλ.). • Στρατηγικό στόχο (Seaside, Culture, Health and Wellness, Luxury, Nautical, City Breaks, Touring κτλ.) • Είδος see/do (γαστρονομία, δραστηριότητα στο ύπαιθρο (υποκατηγορίες όπως αναρρίχηση, σκι, ψάρεμα, θαλάσσια σπορ κτλ.), δραστηριότητα σε κλειστό χώρο, roadtrips, ιστορία και πολιτισμός (υποκατηγορίες: ancient, byzantine/medieval, modern, contemporary, religious, ethnic), αγορές, περιβαλλοντική προσφορά, μουσείο. • Εποχικότητα (χειμώνας, άνοιξη, καλοκαίρι, φθινόπωρο) • Metadata, tags

Είδος κειμενικού περιεχομένου (textual content type)	3. Combo see/do κείμενο (sights / activities = experience κείμενο)
Δείγμα κειμένου (απόσπασμα από εκτενέστερο άρθρο του newsletter)	<p>Είσαστε έτοιμοι για τη διαδρομή που σας προτείνουμε;</p> <p>Το ανατολικότερο άκρο της Κρήτης κρύβει μερικές από τις γοητευτικότερες όψεις της Μεγαλονήσου. Το «λιλιπούτειο» Άγιο Νικόλαο με τα κομψά νεοκλασικά να στεφανώνουν την πανέμορφη λίμνη του· τα κορυφαία resorts της Ελούντας με τη σφραγίδα της πολυτέλειας· το ξακουστό νησάκι Σπιναλόγκα με το τραγικό παρελθόν. Και το γοητευτικό παρόν. Ας ακολουθήσουμε μια διαδρομή που τα έχει όλα: διασκέδαση και νυχτερινή ζωή, πολυτελείς ανέσεις, γαλήνη και ιστορία.</p> <ul style="list-style-type: none">• Πρώτη στάση: Άγιος Νικόλαος. Με θέα στον πανέμορφο κόλπο του Μιραμπέλλου (mirabello= «κοίτα ωραία»), όπως ονομάστηκε από τους μαγεμένους από το γαλάζιο της θάλασσας Βενετσιάνους, η πρωτεύουσα-στολίδι του νομού Λασιθίου, ο Άγιος Νικόλαος, μας αποκαλύπτει σε όλο του το μεγαλείο. <p>Απόλυτη έκφραση του κοσμοπολίτη «Άγιου» – όπως αποκαλείται από τους Κρητικούς – η μυθική λίμνη Βουλιαμένη. Με τους τεράστιους κόκκινους βράχους να ορθώνονται σαν τείχη γύρω της, απάνεμο καταφύγιο δεκάδων μικρών σκαφών να λικνίζονται ναυαγικά στα «άπατα» νερά της, η γραφική αυτή λίμνη συνδέεται με τη θάλασσα μέσω ενός στενού καναλιού του 1870. Οι θρύλοι και οι εικασίες που συνήθως περιβάλλουν τα υδάτινα μνημεία της φύσης δεν θα μπορούσαν να λείπουν και από εδώ. Θαυμάστε τη λίμνη από ψηλά και ανακαλύψτε τα καλά φυλαγμένα μυστικά της...Με τα μάτια της φαντασίας σας δείτε τις θεές Άρτεμις και Αθηνά να λούζονται στα απύθμενα νερά της που σύμφωνα με τον αστικό μύθο συνδέονται με το ηφαίστειο της Σαντορίνης!</p> <p>Περπατήστε: Δίπλα στα βαρκάκια της λίμνης, στο λιμάνι, στην Κιτροπλατεία...Διασχίστε το μικρό γεφυράκι που ενώνει τις δύο άκρες της για μια χαλαρή βόλτα στα όμορφα στενά με τα δεκάδες εμπορικά καταστήματα. Διαλεχτά είδη της κρητικής τέχνης (χειροποίητα κεραμικά, μαχαίρια, κοσμήματα), παραδοσιακά εργαστήρια υφαντών θα σας εντυπωσιάσουν. Ανοιχτά καφέ, μοδάτα μπαρ, πολυτελή εστιατόρια, γραφικά μεζεδοπωλεία – αγαπημένα στέκια των ντόπιων για μια ρακή – προσφέρονται για ώρες ξεκούρασης και απόλαυσης τη μέρα αλλά και για ολονύκτιο ξεφάντωμα το βράδυ με όλη τη πόλη να «γιορτάζει» κάτω στο λιμάνι.</p> <p>Κολυμπήστε στις παραλίες: Ατέλειωτες οι παραλίες της περιοχής ατέλειωτες και οι γαλάζιες σημαίες! Η Άμμος· το Αμμουδι· ο Αλμυρός με τους πανύψηλους ευκαλύπτους και τα καλάμια· η Αμμουδάρα για τους λάτρεις των θαλάσσιων σπορ· το Καραβοστάσι και ο Άγιος Παντελεήμονας για τους πιο ρομαντικούς· η κοσμική Κιτροπλατεία και το μοναδικό Βούλισμα.</p>
Τι επιπλέον έχει αυτό το content type;	<ul style="list-style-type: none">• Τίτλο/teaser, συνημμένο (doc, pdf, zips), φωτογραφία (κύρια φωτό), γεωγραφικό προσδιορισμό (χώρα-περιφέρεια κτλ.), γεωγραφικό είδος (πόλη, βουνό, θάλασσα, νησί, εξοχή, all), γεωγραφικές συντεταγμένες (ακριβείς για τοποθέτηση / εύρεση σε χάρτη), κοινό (νέοι, ζευγάρια, οικογένειες με μικρά παιδιά, οικογένειες με teens, seniors, gay, all), getting there info, must see 1-10 rating (για να βγάζουμε λίστες ανά περιοχή κτλ.).• Στρατηγικό στόχο (Seaside, Culture, Health and Wellness, Luxury, Nautical, City Breaks, Touring κτλ.)• Είδος see/do (γαστρονομία, δραστηριότητα στο ύπαιθρο (υποκατηγορίες όπως

**Διακήρυξη Διαγωνισμού για το Υποέργο 3
«Απόκτηση πολυμεσικού περιεχομένου (βίντεο, κείμενα, μεταφράσεις)»**

Μέρος Α: Αντικείμενο και Προδιαγραφές του Έργου (Υ3)

	<p>αναρρίχηση, σκι, ψάρεμα, θαλάσσια σπορ κτλ.), δραστηριότητα σε κλειστό χώρο, roadtrips, ιστορία και πολιτισμός (υποκατηγορίες: ancient, byzantine/medieval, modern, contemporary, religious, ethnic), αγορές, περιβαλλοντική προσφορά, μουσείο.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Εποχικότητα (χειμώνας, άνοιξη, καλοκαίρι, φθινόπωρο) <p>Metadata, tags</p>
--	---

Είδος περιεχομένου (Content type)	4. Extended info κείμενο (ιστορίες, παραδόσεις, ήθη και έθιμα, transportation, μικρό λεξικό, ταινίες και βιβλία, παρουσίαση τοπικού προϊόντος, συνταγές, χλωρίδα και πανίδα κτλ.)
--	--

Δείγμα κειμένου	Ανακαλύπτοντας το φυσικό πλούτο του φαράγγιού
Επεξηγήσεις: Το σώμα κειμένου διαθέτει: (1) τίτλο (2) λέξεις με έντονη γραφή (bold) (3) διαχωρισμό σε παραγράφους και απουσία κειμενικών ενδεικτών (4) <u>υπερσυνδέσμους</u> (links) (5) εκτεταμένη πληροφορία για τη χλωρίδα και πανίδα του φαράγγιού (6) αριθμό λέξεων: 457.	<p>Διασχίζοντας το φαράγγι της Σαμαριάς ο επισκέπτης εντυπωσιάζεται από την πυκνή βλάστηση γύρω του: πανύψηλα πεύκα και αιωνόβια κυπαρίσσια με μεγάλα οριζόντια κλαδιά ορθώνονται στις πλαγιές. Σε σημεία με μεγαλύτερο υψόμετρο συναντά δάση από σφενδάμι, ενώ όπου υπάρχει περισσότερη υγρασία αφθονούν τα πλατάνια, οι πικροδάφνες και οι λυγαριές.</p> <p>Στην περιοχή του Εθνικού Δρυμού βρίσκονται πάνω από 450 είδη του φυτικού βασιλείου, 70 από τα οποία είναι ενδημικά είδη και υποείδη της Κρήτης, όπως ο δίκταμος (<i>Amaracus dictamnus</i>), ο έβενος (<i>Ebenus cretica</i>), η αμπελιτσιά (<i>Zelkova abelicea</i>), η τραχεία πεύκη (<i>Pinus brutia cretica</i>). Μάλιστα, φυτά όπως το βούπλευρο (<i>Bupleurum kakiskalae</i>), η μυοσοτίδα (<i>Myosotis refracta refracta</i>) και το κεφαλάνθηρο (<i>Cephalanthera cucculata</i>) ζουν αποκλειστικά στο φαράγγι. Ενδεικτικό του φυσικού πλούτου του Εθνικού Δρυμού είναι ότι ακόμη δεν έχουν γνωσθεί με ακρίβεια όλα τα είδη που υπάρχουν στην καρδιά του φαράγγιού.</p> <p>Φυσικά, καθόλου αμελητέα δεν είναι η ονομαστή πανίδα του «φάραγγα» με πολυάριθμα είδη και υποείδη ενδημικά ή σχεδόν ενδημικά της Κρήτης (32 είδη θηλαστικών, 3 είδη αμφιβίων, 11 είδη ερπετών και γύρω στα 200 είδη ορνιθοπανίδας).</p> <p>«Καμάρι» του εθνικού δρυμού είναι το διάσημο κρητικό αγριοκάτσικο, γνωστό ως «κρι-κρι» (<i>Capra aegagrus cretica</i>). Πρόκειται για το είδος εκείνο που χαρακτηρίζει το φαράγγι και για την προστασία του οποίου έγινε ουσιαστικά η ανακήρυξη της περιοχής σε εθνικό δρυμό. Διαβιεί κατεξοχήν σε ορεινές περιοχές του φαράγγιού με κλίσεις μεγαλύτερες από 30%! Δυσκολότερα θα συναντήσει κανείς σε ένα τυπικό πέραςμα του φαράγγιού την κρητική κηπομυγαλίδα (<i>Croccidura zimmermani</i>), ένα μικρό φαλακρό ποντικάκι, το μοναδικό ενδημικό είδος της Κρήτης, ελάχιστα μελετημένο το οποίο συναντάται σε υψόμετρο πάνω από 1.150 μέτρα. Το ίδιο ισχύει και για τον αγριόγατο ή φουρούγατο (<i>Felis sylvestris cretensis</i>), ένα σπάνιο αιλουροειδές που μέχρι πρότινος θεωρούνταν εξαφανισμένο· μόλις το 1996 επιστήμονες του Πανεπιστημίου της Perugia κατόρθωσαν να εντοπίσουν αυτό το είδος αγριόγατας με τους χαρακτηριστικούς σκουρόχρωμους δακτυλίους στην ουρά.</p> <p>Ο Εθνικός Δρυμός αποτελεί επίσης καταφύγιο για πολλά είδη ορνιθοπανίδας. Μεταξύ αυτών ξεχωρίζει ο «σκουπιδιάρης της φύσης» γυπαετός ή κοκαλάς (<i>Gypaetus barbatus</i>), ένα από τα σπανιότερα πουλιά της Ευρώπης, που ζει μόνος ή κατά ζεύγη σε απομονωμένες κορυφές ή βράχια μεγάλων βουνών. Με το χαρακτηριστικό «γένι» από φτερά στο κάτω μέρος του ράμφους, ο γυπαετός φέρει στο στήθος και στην κοιλιά ένα βαθύ πορτοκαλί χρώμα που αποκτά από την τριβή του σε χώματα πλούσια σε οξειδία σιδήρου. Ο κοκαλάς, όπως δηλώνει και το όνομά του, τρέφεται σχεδόν αποκλειστικά με κόκαλα, μοναδικό είδος παγκοσμίως, καθώς τα ρίχνει από μεγάλο υψόμετρο για να σπάσουν σε μικρότερα κομμάτια, τα οποία στη συνέχεια καταπίνει και χωνεύει χάρη στα ισχυρότατα γαστρικά υγρά που διαθέτει.</p> <p>Και τέλος, ας μην ξεχνάμε ότι στις παρυφές του Εθνικού Δρυμού Σαμαριάς εξασκείται μια ιδιότυπη κτηνοτροφία με 14.000 (!) κατσίκια να βόσκουν ελεύθερα και τους βοσκούς να παρακολουθούν από μακριά με τα κιάλια!</p>
Τι επιπλέον έχει αυτό το	<ul style="list-style-type: none"> • Τίτλος/ teaser, σώμα κειμένου, συνημμένο (doc, pdf, zip), φωτογραφία (κύρια φωτό), γεωγραφικός προσδιορισμός (χώρα-περιφέρεια κτλ.), γεωγραφικό είδος (πόλη, βουνό,



**Διακήρυξη Διαγωνισμού για το Υπόεργο 3
«Απόκτηση πολυμεσικού περιεχομένου (βίντεο, κείμενα, μεταφράσεις)»**

Μέρος Α: Αντικείμενο και Προδιαγραφές του Έργου (Υ3)

content type;	<p>θάλασσα, νησί, εξοχή, all), γεωγραφικές συντεταγμένες (ακριβείς για τοποθέτηση / εύρεση σε χάρτη), κοινό (νέοι, ζευγάρια, οικογένειες με μικρά παιδιά, οικογένειες με teens, seniors, gay, all)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Metadata, tags
----------------------	---

Είδος περιεχομένου (Content type)	5. Εκδηλώσεις (one off και seasonal)
<p>Δείγμα κειμένου</p> <p>Τα κείμενα αυτά συντάσσονται για τις ανάγκες του μηνιαίου ημερολογίου (monthly calendar) και δεν αποτελούν μέρος του στατικού περιεχομένου του site.</p> <p>Δεν προκηρύσσονται.</p>	<p>Αφιέρωμα στον Ιάnnη Ξενάκη</p> <p>Τρία σύνολα διακεκριμένα στη σύγχρονη μουσική επωμίζονται το αφιέρωμα του Φεστιβάλ Αθηνών στα 10 χρόνια από το θάνατο του Ιάnnη Ξενάκη, ενός δημιουργού του οποίου η κληρονομιά φαντάζει σήμερα πιο ζωντανή και καθοριστική από ποτέ.</p> <p>Το εμβληματικό Arditti Quartet και η London Sinfonietta παρουσιάζουν ένα ευρύ φάσμα έργων, από δεξιοτεχνικά σόλι και κομμάτια για ποικίλους συνδυασμούς οργάνων μέχρι τον αμγώς ηλεκτρονικό Μύθο του Ηρός (La légend d’Eer), «γραμμένο» για τα εγκαίνια του Κέντρου Πομπιντού. Τέλος, το ανερχόμενο ελληνικό Ergon Ensemble επιχειρεί να διευρύνει τα όρια της συναυλιακής συνθήκης, επιστρατεύοντας το λόγο και την εικόνα του ίδιου του Ξενάκη σε μια μουσική παράσταση-πορτρέτο του πρωτοπόρου δημιουργού, μακριά από το στερεότυπο του «ανθρώπου που έβαλε τα μαθηματικά στη μουσική».</p> <p>Ημερομηνίες: 3, 6, 8 Ιουνίου Περιοχή: Αθήνα Τόπος: Πειραιώς 260 Ιστοσελίδα: www.greekfestival.gr</p>
Τι επιπλέον έχει αυτό το content type;	<ul style="list-style-type: none"> • Τίτλο/ teaser, σώμα κειμένου, συνημμένο (doc, pdf, zip), φωτογραφία (κύρια φωτό), γεωγραφικό προσδιορισμό (χώρα-περιφέρεια κτλ.), γεωγραφικό είδος (πόλη, βουνό, θάλασσα, νησί, εξοχή, all), γεωγραφικές συντεταγμένες (ακριβείς για τοποθέτηση / εύρεση σε χάρτη), κοινό (νέοι, ζευγάρια, οικογένειες με μικρά παιδιά, οικογένειες με teens, seniors, gay, all) • Ημερομηνίες (από – έως) • Είδος (φεστιβάλ, πανηγύρι, θέατρο, συναυλία, χορός, έκθεση εικαστικών, ομιλία, σπορ) • Εποχικότητα (χειμώνας, άνοιξη, καλοκαίρι, φθινόπωρο) • Metadata, tags

**Διακήρυξη Διαγωνισμού για το Υποέργο 3
«Απόκτηση πολυμεσικού περιεχομένου (βίντεο, κείμενα, μεταφράσεις)»**

Μέρος Α: Αντικείμενο και Προδιαγραφές του Έργου (Υ3)

Είδος περιεχομένου (Content type)	6. Service provider — διαμονή
Δείγμα κειμένου (Πρόβλεψη για το μέλλον)	Με βάση την ισχύουσα νομοθεσία δεν μπορεί ο ΕΟΤ να αναφερθεί σε συγκεκριμένα καταλύματα ή εν γένει τουριστικές επιχειρήσεις στο πλαίσιο προβολής προορισμών και παροχής ολοκληρωμένης τουριστικής εμπειρίας.
Τι επιπλέον έχει αυτό το content type;	<ul style="list-style-type: none"> • Τίτλο • Teaser • Metadata • Περιγραφή (slogan, alt text) • Tags • Γεωγραφικό προσδιορισμό (χώρα-περιφέρεια κτλ.), γεωγραφικό είδος (πόλη, βουνό, θάλασσα, νησί, εξοχή, all), γεωγραφικές συντεταγμένες (ακριβείς για τοποθέτηση / εύρεση σε χάρτη), κοινό (νέοι, ζευγάρια, οικογένειες με μικρά παιδιά, οικογένειες με teens, seniors, gay, all) • Κατηγορία • Rates (εύρος τιμής) • Είδος (beach, resort, city, all inclusive, boutique, mountain, lodge, camping, rooms-to-let, guest house)

Είδος περιεχομένου (Content type)	7. Service provider— other (ενοικιάσεις αυτοκινήτων, σπορ, εστιατόριο, shop, travel agency...)
Δείγμα κειμένου (Πρόβλεψη για το μέλλον)	Με βάση την ισχύουσα νομοθεσία δεν μπορεί ο ΕΟΤ να αναφερθεί στις ως άνω υπηρεσίες στο πλαίσιο προβολής προορισμών και παροχής ολοκληρωμένης τουριστικής εμπειρίας.
Τι επιπλέον έχει αυτό το content type;	<ul style="list-style-type: none"> • Τίτλο • Teaser • Metadata • Περιγραφή (slogan, alt text) • Tags • Γεωγραφικό προσδιορισμό (χώρα-περιφέρεια κτλ.), γεωγραφικό είδος (πόλη, βουνό, θάλασσα, νησί, εξοχή, all), γεωγραφικές συντεταγμένες (ακριβείς για τοποθέτηση / εύρεση σε χάρτη), κοινό (νέοι, ζευγάρια, οικογένειες με μικρά παιδιά, οικογένειες με teens, seniors, gay, all) • Είδος (εστιατόριο κτλ.) • Rates (εύρος τιμής)

A3.3.2.1. Κύριο οπτικοακουστικό περιεχόμενο

Στο πλαίσιο του Υ3 θα παραχθούν 20 βίντεο που θα καλύπτουν θεματικά τους εννέα άξονες του τουριστικού μας προϊόντος και θα αποτυπώνουν εμπειρίες-πρεσβευτές της χώρας. **Ειδικότερα:**

A. Θα παραχθούν δύο αυτοτελή βίντεο 3λεπτης διάρκειας για κάθε θεματικό άξονα (9 θεματικοί άξονες X 2 βίντεο) ενώ θα παρουσιάζονται δύο ξεχωριστές εμπειρίες σε κάθε βίντεο, που θα εκτυλίσσονται σε διαφορετική περιοχή της χώρας. Για κάθε 3λεπτο βίντεο, θα παραδοθούν συντομότερες εκδοχές (short versions) του ίδιου υλικού, δηλαδή μία short version 1 λεπτού και μία 30 δευτερολέπτων (TV spot).

B. Θα παραχθεί ένα (1) τρίλεπτο βίντεο με κεντρική ιδέα την ελληνική γαστρονομία και συντομότερες εκδοχές (short versions) του ίδιου υλικού, δηλαδή μία short version 1 λεπτού και μία 30 δευτερολέπτων (TV spot).

Γ. Θα παραχθεί ένα βίντεο διάρκειας 60 λεπτών με πλάνα (beauty shots) από το σύνολο των 19 παραπάνω βίντεο, καθώς και μια συντομότερη εκδοχή αυτού, διάρκειας 20 λεπτών.

Κατά τη διάρκεια κινηματογράφησης, θα παραχθούν επίσης από έμπειρο φωτογράφο, 100 ψηφιακές φωτογραφίες ανά βίντεο (100 φωτογραφίες X 20 βίντεο), που κατά κύριο λόγο θα αποτυπώνουν τις χαρακτηριστικότερες εκφάνσεις της κάθε εμπειρίας που θα παρουσιάζεται (signature photos). Στις φωτογραφίες επίσης θα απεικονίζονται οι πολιτιστικοί – τουριστικοί πόροι της περιοχής, αλλά και κοινό όλων των ομάδων-στόχων, νέοι, άτομα τρίτης ηλικίας, οικογένειες με παιδιά, ζευγάρια κλπ.

A3.3.2.2 Φωτογραφίες

Είδος περιεχομένου (Content type)	Φωτογραφίες (που θα διατεθούν από την κινηματογράφηση των βίντεο)
Τι επιπλέον έχει αυτό το content type;	<ul style="list-style-type: none">• Τίτλο• Teaser• Metadata• Περιγραφή (slogan, alt text)• Tags• Γεωγραφικό προσδιορισμό (χώρα-περιφέρεια κτλ.), γεωγραφικό είδος (πόλη, βουνό, θάλασσα, νησί, εξοχή, all), γεωγραφικές συντεταγμένες (ακριβείς για τοποθέτηση / εύρεση σε χάρτη), κοινό (νέοι, ζευγάρια, οικογένειες με μικρά παιδιά, οικογένειες με teens, seniors, gay, all)

A3.3.2.3 Βίντεο & audio

Είδος περιεχομένου (Content type)	Βίντεο
Τι επιπλέον έχει αυτό το content type;	<ul style="list-style-type: none">• Τίτλο• Teaser• Metadata• Περιγραφή (slogan, alt text)• Tags• Γεωγραφικό προσδιορισμό (χώρα-περιφέρεια κτλ.), γεωγραφικό είδος (πόλη, βουνό, θάλασσα, νησί, εξοχή, all), γεωγραφικές συντεταγμένες (ακριβείς για τοποθέτηση / εύρεση σε χάρτη), κοινό (νέοι, ζευγάρια, οικογένειες με μικρά παιδιά, οικογένειες με teens, seniors, gay, all)

Είδος περιεχομένου (Content type)	Audio
Τι επιπλέον έχει αυτό το content type;	<ul style="list-style-type: none">• Τίτλο• Teaser• Metadata• Περιγραφή (slogan, alt text)• Tags• Γεωγραφικό προσδιορισμό (χώρα-περιφέρεια κτλ.), γεωγραφικό είδος (πόλη, βουνό, θάλασσα, νησί, εξοχή, all), γεωγραφικές συντεταγμένες (ακριβείς για τοποθέτηση / εύρεση σε χάρτη), κοινό (νέοι, ζευγάρια, οικογένειες με μικρά παιδιά, οικογένειες με teens, seniors, gay, all)

A3.3.2.4 Άλλο

Είδος περιεχομένου (Content type)	Slideshow
Τι επιπλέον έχει αυτό το content type;	<ul style="list-style-type: none">• Τίτλο• Teaser• Metadata• Περιγραφή (slogan, alt text)• Tags• Γεωγραφικό προσδιορισμό (χώρα-περιφέρεια κτλ.), γεωγραφικό είδος (πόλη, βουνό, θάλασσα, νησί, εξοχή, all), γεωγραφικές συντεταγμένες (ακριβείς για

τοποθέτηση / εύρεση σε χάρτη), κοινό (νέοι, ζευγάρια, οικογένειες με μικρά παιδιά, οικογένειες με teens, seniors, gay, all)

A3.3.1.2 Δευτερεύον είδος (κειμενικό και μη)

Το δευτερεύον είδος περιεχομένου θα εξυπηρετήσει δύο λειτουργίες:

α. θα αποτελέσει κειμενικό περιεχόμενο με τη μορφή σύντομων φράσεων που χρησιμοποιούνται ως υλικό για τα social media, και

β. θα χρησιμεύσει ως μεταδεδομένο στο υπό προκήρυξη πολυμεσικό υλικό.

Το είδος αυτό συνιστά συμπληρωματικό περιεχόμενο και απαιτείται για να «συνοδέψει» ως ένδειξη κατηγοριοποίησης και ταξινόμησης του κυρίου είδους περιεχομένου (οπτικοακουστικού και κειμενικού). Διασυνδέει το Υ3 με τη δράση τεκμηρίωσης του Υ1 (υλοποίηση με ίδια μέσα) .

Είδος δευτερεύοντος περιεχομένου (supplementary content type)	Roll: Συνιστά ένα ερώτημα που μπορεί να προσφέρει στον χρήστη/επισκέπτη της πύλης/μέσου τη δυνατότητα να επιλέξει από ένα σετ απαντήσεων πολλαπλής επιλογής (multiple choice responses). Το roll από τη στιγμή που δημιουργείται μπορεί αυτόματα να προσφέρει με απλό τρόπο την καταμέτρηση ψήφων που λαμβάνονται για την κάθε απάντηση.
Τι επιπλέον έχει αυτό το content type;	<ul style="list-style-type: none">Γεωγραφικό προσδιορισμό (χώρα-περιφέρεια κτλ.), γεωγραφικό είδος (πόλη, βουνό, θάλασσα, νησί, εσοχή, all), προαιρετικά γεωγραφικές συντεταγμένες (ακριβείς για τοποθέτηση / εύρεση σε χάρτη), κοινό (νέοι, ζευγάρια, οικογένειες με μικρά παιδιά, οικογένειες με teens, seniors, gay, all)
Είδος δευτερεύοντος περιεχομένου (supplementary content type)	Tweets, posts κτλ. : Το υλικό για τα social media
Τι επιπλέον έχει αυτό το content type;	<ul style="list-style-type: none">Γεωγραφικό προσδιορισμό (χώρα-περιφέρεια κτλ.), γεωγραφικό είδος (πόλη, βουνό, θάλασσα, νησί, εσοχή, all), προαιρετικά γεωγραφικές συντεταγμένες (ακριβείς για τοποθέτηση / εύρεση σε χάρτη), κοινό (νέοι, ζευγάρια, οικογένειες με μικρά παιδιά, οικογένειες με teens, seniors, gay, all)Για τα tweets συμπερίληψη #hashtags
Είδος δευτερεύοντος περιεχομένου (supplementary content type)	Μεταδεδομένα (metadata): συνιστούν σύντομες περιγραφές για τα δεδομένα που χρησιμεύουν ως πηγή. Στη συνέχεια, παρατίθενται οι σχετικές επεξηγήσεις λαμβάνοντας ως

content type)

(Το είδος αυτό είναι το μόνο αναγνωρίσιμο από τις μηχανές αναζήτησης – οι οποίες όπως αναφέρεται και στην ενότητα «διαβάζουν» μόνο λέξεις-κλειδιά, ίσως captions και τα χρώματα από τα pixels τους.)

παράδειγμα τη φωτογραφία που απεικονίζει το έργο του Van Gogh “Self-portrait with Felt Hat”. (Όλα τα στοιχεία έχουν αντληθεί από αντίστοιχη μελέτη των μουσείων της Ολλανδίας.)

☛ Τα μεταδεδομένα είναι:

Αντικείμενο

ΤΕΧΝΗ, ΖΩΓΡΑΦΙΚΗ, ΑΥΤΟΠΡΟΣΩΠΟΓΡΑΦΙΑ, ΠΟΡΤΡΕΤΟ, VINCENT van GOGH, ΟΛΛΑΝΔΟΣ, ΜΕΤΑ-ΙΜΠΡΕΣΣΙΟΝΙΣΜΟΣ

Έκθεση

ΤΟΙΧΟΣ, ΜΟΥΣΕΙΟ, ΔΙΑΚΟΣΜΗΤΙΚΗ ΚΟΡΝΙΖΑ, ΧΡΥΣΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

Περιεχόμενο

ΑΝΔΡΑΣ, ΚΑΠΕΛΟ, ΠΑΛΤΟ, ΠΟΥΚΑΜΙΣΟ, ΛΑΙΜΟΣ, ΩΜΟΙ, ΠΡΟΣΩΠΟ, ΑΥΤΙΑ, ΜΑΤΙΑ, ΜΥΤΗ, ΣΤΟΜΑ, ΜΑΛΛΙΑ, ΓΕΝΕΙΑΔΑ

Χρώματα

ΜΠΛΕ, ΛΕΥΚΟ, ΠΟΡΤΟΚΑΛΙ, ΓΚΡΙ, ΚΟΚΚΙΝΟ, ΚΑΦΕ

Περιγραφή

Το πορτρέτο ενός λευκού άνδρα με πορτοκαλί γενειάδα, που φοράει ένα μπλε πανωφόρι και ένα γκρι καπέλο. Ο πίνακας κρέμεται σε ένα ανοιχτό γκρι ή λευκό τοίχο που είναι επίσης χρωματισμένος με έναν ελαφρύ τόνο του κόκκινου, ως αποτέλεσμα του πώς οι φακοί της φωτογραφικής μηχανής ερμηνεύουν το χρωματικό φάσμα [...].

Σχετικά δεδομένα (related data)

URL, ημερομηνίες, EXIF data (η φωτογραφική μηχανή, η ανάλυση των τεχνικών προδιαγραφών της κτλ.), «αυτή η φωτογραφία ανήκει στον/στη...», άδεια χρήσης, privacy, Flickr groups, geotag, Flickr tags, διεύθυνση και σύντομη περιγραφή του μουσείου που φιλοξενεί το έκθεμα, ωράριο λειτουργίας του, τιμές εισιτηρίων κτλ.

Tags

Links

Descriptions (για το SEO)

FAQs

A3.4 Κανόνες οργάνωσης περιεχομένου

Ταξονομίες (taxonomies)

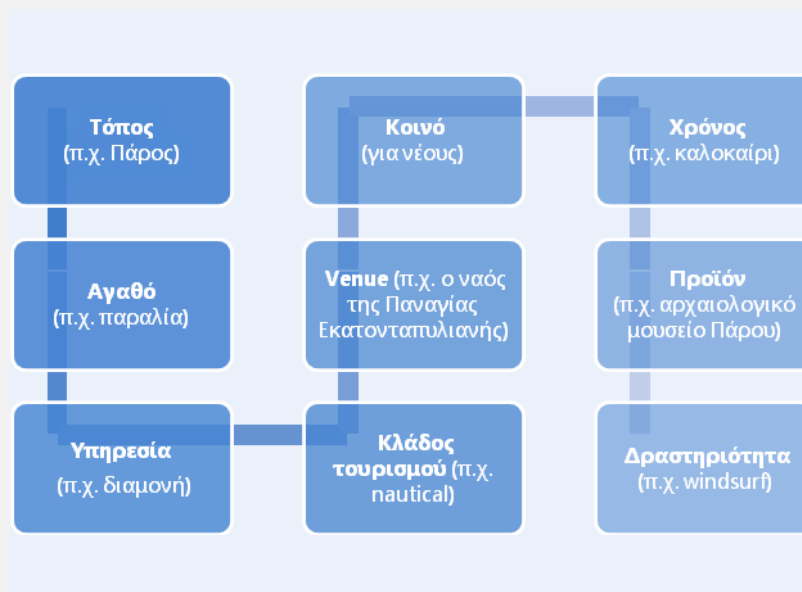
Στην παρούσα ενότητα παρουσιάζονται βασικές έννοιες που συνδέουν το περιεχόμενο του Υ3 με το παραδοτέο του Υ2: Π3.1 Σχεδιασμός της αρχιτεκτονικής της Πύλης.

Σε γενικές γραμμές, το περιεχόμενο της Πύλης πρέπει να είναι δυναμικό, να έχει ξεκάθαρη δομή και να ενέχει τη δυνατότητα διασύνδεσης των ειδών περιεχομένων μεταξύ τους (π.χ. κείμενο, φωτογραφία, link, event, video κτλ.) αλλά και αυτών με εφαρμογές (π.χ. χάρτης της Ελλάδας, event calendar, meetings planner, booking system, ticketing (μουσεία), mob apps κτλ.).

Οι **ταξονομίες** μπορεί να είναι: Τόπος (π.χ. Πάρος), Αγαθό (π.χ. παραλία), Υπηρεσία (π.χ. διαμονή), Θεματική ενότητα τουρισμού (π.χ. nautical), Επισκέψιμος χώρος-Venue (π.χ. ναός), Κοινό (για νέους), Χρόνος (π.χ. καλοκαίρι), Προϊόν (π.χ. μουσείο), Δραστηριότητα (π.χ. windsurf).

Στο σχεδιάγραμμα που ακολουθεί γίνεται σαφές με ποιον τρόπο διασυνδέονται οι διάφορες ταξονομίες μεταξύ τους:

Ταξινόμηση



Διακήρυξη Διαγωνισμού για το Υποέργο 3
«Απόκτηση πολυμεσικού περιεχομένου (βίντεο, κείμενα, μεταφράσεις)»

Μέρος Α: Αντικείμενο και Προδιαγραφές του Έργου (Υ3)

Παρατίθεται υπάρχον κείμενο στο site όπου συνδυάζονται οι παραπάνω ταξονομίες (newsletter Αυγούστου 2011, συντάκτης ΥΠΠΟΤ):

Τίτλος	Πάρος: Ένα αιγαιοπελαγίτικο στολίδι που αξίζει να εξερευνηθεί.
Teaser	Η Πάρος, τόπος κατοικίας από αρχαιοτάτων χρόνων, είναι από τα πιο όμορφα νησιά των Κυκλάδων. Φημισμένο τουριστικό θέρετρο και δημοφιλής προορισμός διακοπών είναι γνωστή για τις όμορφες παραλίες, τους αγώνες ιστιοσανίδας (wind-surfing) τη νυχτερινή ζωή και τα γραφικά χωριά της. Ωστόσο, και ο πιο απαιτητικός επισκέπτης, μόλις ανακαλύψει το πλούσιο παρελθόν της, σίγουρα θα γοητευθεί και θα φύγει με τις καλύτερες εντυπώσεις.
Σώμα κειμένου	<p>Η Πάρος, το τρίτο σε μέγεθος νησί των Κυκλάδων, συνδυάζει τη φυσική ομορφιά, τον πολιτισμό και τη διασκέδαση. Η πολιτιστική διαδρομή που χαράξαμε για εσάς θα σας βοηθήσει να ανακαλύψετε κάποιες από τις ομορφιές του νησιού:</p> <ul style="list-style-type: none">• Φτάνοντας κάποιος στο λιμάνι της Παροικιάς, και αφού περάσει μερικές στιγμές χαλάρωσης στα όμορφα καφενεία που φιλοξενούν τα γραφικά σοκάκια του νησιού, μπορεί να επισκεφτεί το Αρχαιολογικό Μουσείο της Πάρου για μια σύντομη γνωριμία με την ιστορία του νησιού, που χάρη στην καίρια γεωγραφική του θέση στο Κεντρικό Αιγαίο κατοικήθηκε από τις αρχές της Νεότερης Νεολιθικής Περιόδου. Το Αρχαιολογικό Μουσείο, προσβάσιμο από το λιμάνι με τα πόδια, στεγάζεται σε σύγχρονο κτήριο που κατασκευάστηκε ειδικά για το σκοπό αυτό. Το Μουσείο της Πάρου είναι από τα σημαντικότερα στο Αιγαίο, καθώς διαθέτει μια πλούσια συλλογή έργων πλαστικής των αρχαϊκών και των κλασικών χρόνων. Εκτός από τα έργα παρίων γλυπτών ιωνικής παράδοσης από το περίφημο παριανό μάρμαρο, στεγάζει ευρήματα που ήρθαν στο φως κατά τις ανασκαφές που διεξάγονται στο νησί από τα τέλη του 19ου αι. έως σήμερα και χρονολογούνται από τη νεολιθική εποχή (τέλος 5ης χιλιετίας) ως και τη ρωμαϊκή περίοδο (30 π.Χ.-324 μ.Χ.). <p>Ξεχωρίζουν σημαντικά έργα της αρχαίας ελληνικής γλυπτικής, όπως το ακέραιο μαρμάρινο άγαλμα Γοργούς (μέσα βου αι. π.Χ.), μια Νίκη (μέσα 5ου αι. π.Χ.), που δίνει την εντύπωση πως ακόμη αιωρείται στους αιθέρες, και δύο μαρμάρινες ανάγλυφες πλάκες (τέλη βου αι. π.Χ.) από το Ηρώο του Αρχίλοχου – ταφικό μνημείο προς τιμήν ενός από τους σημαντικότερους εκπροσώπους της λυρικής ποίησης, ο οποίος καταγόταν από την Πάρο. Από ιστορικής απόψεως, σημαντικό είναι το «Πάριο χρονικό», μια μαρμάρινη επιγραφή γραμμένη σε αττική διάλεκτο, στην οποία αναγράφονται σπουδαία ιστορικά και φιλολογικά γεγονότα.</p> <ul style="list-style-type: none">• Λίγα μέτρα πιο κάτω από το Αρχαιολογικό Μουσείο βρίσκεται ο ναός της Παναγίας Εκατονταπυλιανής ή Καταπολιανής, ένα από τα σημαντικότερα ορθόδοξα προσκυνήματα στο Αιγαίο. Ανασκαφές επιβεβαίωσαν την παράδοση ότι ο αρχικός ναός ανεγέρθηκε επί Μεγάλου Κωνσταντίνου, ενώ τη σημερινή του μορφή απέκτησε, σε μεγάλο βαθμό, τα χρόνια του Ιουστινιανού, γύρω στα μέσα του βου αι. Το παλαιοχριστιανικό κτηριακό συγκρότημα αποτελείται από την κεντρική μεγάλη σταυρική τρουλαία βασιλική, αφιερωμένη στην Κοίμηση της Θεοτόκου, το σύγχρονό της παρεκκλήσι του Αγίου Νικολάου στα βορειοανατολικά και το μεταγενέστερο Βαπτιστήριο στα νότια. Μπορεί κανείς να θαυμάσει την ποιότητα της κατασκευής και της διακόσμησης της κεντρικής εκκλησίας, η οποία αποτελεί έναν από τους ελάχιστους σωζόμενους παλαιοχριστιανικούς ναούς σε λειτουργία μέχρι σήμερα. Την ιστορική συνέχεια ανάμεσα στην

**Διακήρυξη Διαγωνισμού για το Υποέργο 3
«Απόκτηση πολυμεσικού περιεχομένου (βίντεο, κείμενα, μεταφράσεις)»**

Μέρος Α: Αντικείμενο και Προδιαγραφές του Έργου (Υ3)

αρχαία εποχή και τους Μεσαιωνικούς χρόνους μαρτυρούν τα αρχαία αρχιτεκτονικά μέλη τα οποία παρατηρεί κανείς στην τοιχοποιία των ναών. Το συγκρότημα πλαισιώνεται από μικρά παρεκκλήσια και κελιά σε διώροφο κτήριο του 17ου και 18ου αι. Στην Εκατοντατυλιανή φιλοξενούνται δύο σημαντικές συλλογές: η μία συνίσταται σε παλαιοχριστιανικά γλυπτά και επιγραφές της Πάρου, ενώ στα κελιά εκτίθεται μικρή, αλλά χαρακτηριστική ως προς τη νησιωτική παράδοση, συλλογή από μεταβυζαντινές εικόνες.

Εξερευνήστε περισσότερο!

Η Πάρος δεν φημίζεται μόνο για τα αρχαιολογικά και θρησκευτικά αξιοθέατα της αλλά και για τις φυσικές ομορφιές της. Μια καλή ιδέα είναι να εξερευνήσετε την **παραλία** Κολουμπήθρες, ένα φυσικό τοπίο εξαιρετικής ομορφιάς και περιβαλλοντικού ενδιαφέροντος.

Η παραλία βρίσκεται πολύ κοντά στη Νάουσα και διακρίνεται για τους περίεργους σχηματισμούς των βράχων που την πλαισιώνουν. Οι βράχοι από γρανίτη μοιάζουν με φυσικά γλυπτά, διαμορφωμένα με το πέρασμα των χιλιετιών και την επαφή με τις φυσικές δυνάμεις της θάλασσας, του ανέμου και του ήλιου.

Η παραλία αποτελείται από διαδοχικούς μικρούς αμμουδερούς κολπίσκους, με ζεστά και ρηχά νερά ιδανικά για οικογένειες ή επισκέπτες μεγαλύτερης ηλικίας, ενώ κάποιες είναι τόσο μικρές που μόλις φιλοξενούν 2-3 άτομα.

Αν, βέβαια, θέλετε να απολαύσετε το φυσικό τοπίο σε όλο του το μεγαλείο, προτιμήστε τις πρωινές ή απογευματινές ώρες, καθώς η παραλία είναι διάσημη και δέχεται πολλούς τουρίστες.

Αν πάλι αποζητάτε την άνεση της ομπρέλας και της ξαπλώστρας, να είστε βέβαιοι πως θα βρείτε ό,τι χρειάζεστε, ακόμη και εστιατόρια ή ευκαιρίες για [θαλάσσια σπορ](#).

Η γύρω περιοχή είναι ιδανική αν σας αρέσει η πεζοπορία, αφού μπορείτε να ακολουθήσετε τη σχετικά εύκολη διαδρομή μέχρι τη μυκηναϊκή ακρόπολη των Κουκουναριών ή την παραλία του Μοναστηριού. Αν πάλι επισκεφτείτε το κοντινό Περιβαλλοντικό και Πολιτιστικό Πάρκο Πάρου να είστε βέβαιοι ότι θα ενθουσιαστείτε με την ομορφιά του τοπίου και τις καλόγουστες υποδομές που έχει σχεδιάσει ο δήμος Πάρου.

A3.5 Προδιαγραφές σύνταξης/αξιολόγησης κειμένων

Τα κείμενα που θα αγοραστούν με το Υ3 (παραδοτέο 1) θα πρέπει να υπακούουν σε κάποιες γενικές, κατευθυντήριες γραμμές που χαρακτηρίζουν το στιλ γραφής και το ύφος τους. Ως κείμενα **τουριστικού περιεχομένου** υπακούουν στις βασικές αρχές του λεγόμενου Προωθητικού/Διαφημιστικού/Τουριστικού Λόγου (Promotional/Advertising/Tourism Discourse). Αυτό σημαίνει ότι μέσω αυτών επιδιώκουμε να διαφημίσουμε το τουριστικό προϊόν της χώρας μας δημιουργώντας προσδοκίες και όνειρα στον επικείμενο επισκέπτη. Πολύ σημαντική επίσης λειτουργία των τουριστικών κειμένων είναι εκείνη της **Πειθούς**. Τα κείμενα αυτά «θέλγουν» τον αναγνώστη με σκοπό να τον πείσουν να ταξιδέψει στη χώρα μας (πρβλ. ενότητα A3.2 για τα γνωρίσματα του αξιόπιστου περιεχομένου).

☞ Πιο συγκεκριμένα, τα τουριστικά κείμενα διέπονται από τα εξής χαρακτηριστικά γνωρίσματα:

(α) πληρούν τη θεμελιώδη αρχή της Διαφήμισης, τη λεγόμενη **AIDA principle**, που σημαίνει ότι αιχμαλωτίζουν την προσοχή (**Attention**), προσελκύουν το ενδιαφέρον (**Interest**), προκαλούν την επιθυμία (**Desire**) και καλούν σε δράση (**Action**)•

(β) με τη συχνή χρήση καλολογικών επιθέτων προβάλουν τα θετικά χαρακτηριστικά του προορισμού•

(γ) με τη χρήση της υπερβολής (π.χ. *Η υπασία συνδυάζει μοναδικά τη δυνατή περιπέτεια*), της προσωποποίησης (...*τα βουνά τον καλούν να...*), της μεταφοράς (...*ένα γλυκά «αρωματισμένο» νησί με πλούσια ιστορία...*) (των λεγόμενων ρητορικών σχημάτων) και την ταυτόχρονη χρήση της εικόνας ενισχύουν τη λειτουργία της πειθούς (ό.π. § 1)•

(δ) κάνουν χρήση λέξεων-κλειδιών (π.χ. *αυθεντικό, περιπέτεια, όνειρο, προορισμός* κτλ.), καθώς και της προστακτικής και υποτακτικής έγκλισης (*ανακάλυψε, ας περιηγηθούμε, μην ξεχάσετε να...* κτλ.), οι οποίες λειτουργούν ως ένα είδος οδηγού για τον επικείμενο επισκέπτη, ενώ παράλληλα αναπτύσσουν μια μορφή διαλόγου με αυτόν (conversationalization) ενισχύοντας έτσι την αίσθηση της οικειότητας•

(στ) το ύφος γραφής (register) τους αλλά και η χρήση λεξιλογίου βρίσκει αντιστοιχία στις διάφορες θεματικές μορφές τουρισμού, π.χ. Τουρισμός Υγείας ⇨ the Register of Health Tourism•

(ε) αποτελούν ένα υβριδικό είδος (hybrid genre) που συνδυάζει την πληροφορία με τη διαφήμιση και ονομάζεται **advertorial**•

(ε) τέλος, σε αυτά παρατηρείται συχνά και η χρήση των συμφράσεων (collocations) που αποτελούν καθορισμένη διαδοχή λέξεων, στην περίπτωση μας συνδυασμό επιθέτων και ουσιαστικών, (*πανύψηλα βουνά, κατάφυτες πλαγιές, απαράμιλλο φυσικό τοπίο...*) ενισχύοντας τις προαναφερόμενες λειτουργίες.

Περαιτέρω, τα κείμενα που θα αγοραστούν με το Υ3 διέπονται από μία άλλη, ιδιαίτερα σημαντική ιδιότητα: προορίζονται για να αποτελέσουν κείμενα για **χρήση στο διαδίκτυο**. Η διά της μηχανής αναγνώσιμη φύση των κειμένων νέας τεχνολογίας επιτρέπει τη διαχείριση της πληροφορίας και παρέχει στα κείμενα πληροφοριακής και επικοινωνιακής τεχνολογίας (Information & Communication Technology [ICT] texts) ορισμένες ιδιότητες που τα καθιστούν διαφορετικά ως προς τη φύση τους από τις ηχητικές εγγραφές ή τη γραφή σε χαρτί. Χαρακτηριστικά γνωρίσματα αυτού του σχετικά νέου κειμενικού είδους (που στη διεθνή βιβλιογραφία ορίζεται ως «κυβερνοείδος», cybergenre) είναι τα ακόλουθα:

(α) Η **δομή** του εξαρτάται εξολοκλήρου από το μέσο (το διαδίκτυο).

(β) Η **μικρή ανοχή** της **ανάγνωσης** σε οθόνη καθορίζει την έκταση των κειμένων, καθώς και τη χρήση τίτλων, θεματικών παραγράφων και διακριτικών (π.χ. κουκκίδες, έντονη γραφή κτλ.) που διευκολύνουν τη γρήγορη ανάγνωση υποδεικνύοντας ταυτόχρονα τα σημεία όπου ο αναγνώστης θα πρέπει να εστιάσει την προσοχή του.

(γ) Η **πλαστικότητα**: Η πληροφοριακή και επικοινωνιακή τεχνολογία, και ειδικότερα η επεξεργασία κειμένου (word processing), δημιουργεί κείμενα οθόνης ή ψηφιακά αρχεία, που είναι προσωρινά και διαθέσιμα σε αλλαγές, επαναμορφοποιήσεις ή συνδυασμούς (επιπρόσθετο κείμενο μπορεί να εισαχθεί, κείμενο μπορεί να

Διακήρυξη Διαγωνισμού για το Υποέργο 3
«Απόκτηση πολυμεσικού περιεχομένου (βίντεο, κείμενα, μεταφράσεις)»

Μέρος Α: Αντικείμενο και Προδιαγραφές του Έργου (Υ3)

αφαιρεθεί, ολόκληρες παράγραφοι ή λέξεις μπορούν να τροποποιηθούν). Στο παρελθόν, τα γραπτά θεωρήθηκε ότι έχουν τελική διαμόρφωση (fixity). Από τη στιγμή που θα τυπωθεί ένα κείμενο δεν μπορεί να υποστεί αλλαγές. Φυσικά, μπορεί κανείς να επισημειώσει τυπωμένα κείμενα με το χέρι. Ο αναγνώστης μπορεί να παρεμβάλει λέξεις ανάμεσα στις αράδες ή να σημειώσει στο περιθώριο ή να φωτίσει ορισμένα αποσπάσματα υπογραμμίζοντάς τα ή χρωματίζοντάς τα με μαρκαδόρο. Αλλά όλα αυτά αφήνουν το τυπωμένο κείμενο λίγο ως πολύ ανέπαφο και αναγνωρίσιμο. Τα ηλεκτρονικά κείμενα δεν έχουν παρόμοια τελική διαμόρφωση, καθώς πολλά από αυτά είναι τόσο διαμορφωμένα όσο διαρκεί η τελευταία εικόνα τους επί οθόνης ή η εκτύπωσή της.

(γ) Οι **δεσμοί** (ή υπερδεσμοί: hyperlinks). Τα ηλεκτρονικά κείμενα μπορούν να συνδεθούν με κάθε άλλη μορφή συμβατού κειμένου και εικόνας, δηλαδή με άλλα κείμενα, με σταθερές ή κινούμενες εικόνες, διαγράμματα και άλλα ώστε να διαμορφωθούν **υπερκείμενα**. Αυτό επιτρέπει να δημιουργηθούν πολύ μεγάλα, εξαιρετικά εύπλαστα, **πληροφοριακά διασυνδεδεμένα συστήματα πληροφοριών**. Τα τυπωμένα κείμενα μπορούν και αυτά να περιέχουν αναφορές σε άλλα κείμενα, αλλά οι ηλεκτρονικοί δεσμοί είναι διαφορετικοί: ένας δεσμός ηλεκτρονικού κειμένου δεν μεταφέρει τόσο τον αναγνώστη σε ένα άλλο κείμενο όσο ενσωματώνει το άλλο κείμενο στο αρχικό έγγραφο. Έτσι, τα όρια ανάμεσα σε ένα κείμενο και όλα τα άλλα κείμενα που συνδέονται μαζί του γίνονται ασαφή (fuzzy). Επίσης, η **ενσωμάτωση οπτικών, ακουστικών και γραφιστικών πληροφοριών** στα λεκτικά κείμενα μετατρέπει το υπερκείμενο σε **πολυτροπικό** (multimodal) υπερκείμενο ή **πολυμέσο** (multimedia). (Βλ. αντιστοιχία με τον τίτλο της Πράξης.)

(δ) Σε συνδυασμό με τα παραπάνω χαρακτηριστικά γνώρισμα, τα κείμενα του Υ3 υπακούουν στις αρχές της **Διαδικτυακής Διαφήμισης**.

➔ Ακολουθούν πίνακες-οδηγοί για την **αξιολόγηση** των προς απόκτηση κειμένων. Οι πίνακες αυτοί αντιστοιχούν στους πίνακες 1-4 της ενότητας Α3.3.1.1 («Κύριο κειμενικό είδος»), όπου συμπεριλαμβάνονται τα υπό προκήρυξη είδη κειμένων.

Είδος κειμενικού περιεχομένου (textual content type)	Προορισμός (περιοχές, πόλεις, νησιά: γενική περιγραφή)
Δείγμα κειμένου	<p>Ένα νησί από τα σπλάχνα της γης</p> <p>Η Σαντορίνη (ή Θήρα) βρίσκεται στο νοτιότερο σημείο των Κυκλάδων και είναι στην ουσία ένα σύμπλεγμα νησιών που αποτελείται από τα νησιά της Θήρας, της Θηρασιάς (ή Θηρασίας), του Ασπρονησίου, της Παλαιάς και της Νέας Καμένης.</p> <p>Γνωρίζατε ότι το σύμπλεγμα των νησιών της Σαντορίνης αποτελεί μέχρι και σήμερα μαζί με τη Μήλο, τα Μέθανα και τη Νίσυρο ενεργό ηφαιστειο; Και πιθανόν το μοναδικό ηφαιστειο στον κόσμο του οποίου ο κρατήρας βρίσκεται μέσα στη θάλασσα; Το νησιώτικο αυτό σύμπλεγμα δημιουργήθηκε λοιπόν ακριβώς λόγω της έντονης αυτής ηφαιστειακής δραστηριότητας και θα λέγαμε ότι πραγματικά ξεπρόβαλλε από τα σπλάχνα της γης! Δώδεκα τεράστιες εκρήξεις, μία κάθε 20.000 χρόνια περίπου, συνέβαλαν στη δημιουργία βυθίσματος (καλδέρας) γκρεμίζοντας το μεγαλύτερο τμήμα του ηφαιστείου, που επιμένει όμως να οικοδομείται ξανά και ξανά.</p> <p>Η τελευταία μεγάλη έκρηξη έγινε πριν από 3.600 περίπου χρόνια (στη μινωική εποχή) σκεπάζοντας με τέφρα τα τρία νησιά (Θήρα, Θηρασιά, Ασπρονήσι) εξαφανίζοντας έτσι έναν ακμαίο προϊστορικό πολιτισμό, δείγμα του οποίου βρέθηκε στις ανασκαφές του Ακρωτηρίου. Τα στερεά και τα αέρια που βγήκαν από τα σωθικά του ηφαιστείου δημιούργησαν από κάτω του ένα μεγάλο κενό καταστρέφοντας το κεντρικό του τμήμα. Με αυτόν τον τρόπο δημιουργήθηκε μια τεράστια χοάνη, η σημερινή Καλδέρα, με διαστάσεις 8x4 χλμ. και βάθος μέχρι 400 μ. κάτω από τη θάλασσα!</p>

**Διακήρυξη Διαγωνισμού για το Υποέργο 3
«Απόκτηση πολυμεσικού περιεχομένου (βίντεο, κείμενα, μεταφράσεις)»**

Μέρος Α: Αντικείμενο και Προδιαγραφές του Έργου (Υ3)

	<p>Η ηφαιστειακή δραστηριότητα συνεχίστηκε πολύ πιο ήπια δημιουργώντας μέσα στην Καλδέρα τα νησάκια της Παλιάς και της Νέας Καμένης. Η τελευταία αποτελεί τη νεότερη χέρσα γη της Μεσογείου, αφού οι λάβες της σχηματίστηκαν μόλις πριν 434 έως 57 χρόνια από σήμερα. Οι κρατήρες, οι θερμές ατμίδες, τα νέα ορυκτά και τα ζεστά πολύχρωμα νερά που αναβλύζουν εντυπωσιάζουν τους επισκέπτες των δύο νέων νησιών. Η κατακρήμνιση του κεντρικού τμήματος του ηφαιστείου δημιούργησε τις απότομες πλαγιές της Καλδέρας, τα «γκρεμνά», που κάνουν δυνατή μια θαλασσινή περιήγηση στα σπλάχνα του ενεργού ηφαιστείου. Το νησί αποτελεί λοιπόν ένα τεράστιο ζωντανό γεωλογικό μουσείο, έναν ιδανικό χώρο παρατήρησης των διεργασιών οικοδόμησης και εξέλιξης ενός ηφαιστείου.</p>
<p>Τα χαρακτηριστικά του</p>	<p>Συγκαταλέγεται στα λεγόμενα «γενικά-εισαγωγικά» κείμενα που παρέχουν γενική πληροφορία για το κάθε αντικείμενο-προορισμό, άρα το περιεχόμενό τους είναι καθαρά ενημερωτικό. Ωστόσο, υπακούει και στο στυλ γραφής ενός τουριστικού κειμένου (με τη χρήση, για παράδειγμα, της μεταφοράς στον τίτλο), κάτι που το διαφοροποιεί από τα αντίστοιχα εγκυκλοπαιδικά κείμενα.</p> <p>Επίσης, δομείται ως ένα διαδικτυακό κείμενο, καθώς διαθέτει:</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) τίτλο (που τραβά την προσοχή) (2) λέξεις/φράσεις με έντονη γραφή (bold) και διαχωρισμό σε θεματικές παραγράφους που διευκολύνουν την εύκολη ανάγνωση (3) υπερσυνδέσμους (links) (4) είναι σύντομο: αριθμός λέξεων: 325.

<p>Είδος κειμενικού περιεχομένου (textual content type)</p>	<p>Single see / do κείμενο (sights)</p>
<p>Δείγμα κειμένου</p>	<p>Στα παιδιά αρέσει πάντα να εξερευνούν τον κόσμο!</p> <p>Τα θαλάσσια πάρκα και οι ζωολογικοί κήποι δημιουργούν πάντα όμορφες αναμνήσεις τόσο σε μικρούς όσο και σε μεγάλους. Μας προσκαλούν να γνωρίσουμε θαυμαστά πλάσματα της φύσης, ενώ τα παιδιά μαθαίνουν καθώς διασκεδάζουν. Αφιερώστε μία μέρα από τις διακοπές σας για να γνωρίσετε ευαίσθητα οικοσυστήματα, είδη προς εξαφάνιση, σπάνια πουλιά και άγρια ζώα και να ενημερωθείτε για τις δράσεις προστασίας τους. Μοιραστείτε με τα παιδιά την ομορφιά του κόσμου μας.</p> <p>Αν βρεθείτε σε κάποιο από τα παρακάτω νησιά, επισκεφτείτε τα θαλάσσια πάρκα που σας προτείνουμε –αν πάλι βρίσκεστε στην Αθήνα, είναι μια καλή ευκαιρία να γνωρίσετε τη ζωή στο Αττικό Ζωολογικό Πάρκο. Σε κάθε περίπτωση, μπορείτε να μοιραστείτε όμορφες στιγμές με τα παιδιά σας και να χαλαρώσετε καθώς αυτά θα παίζουν, θα συμμετέχουν σε ειδικά προγράμματα ενημέρωσης ή θα παρακολουθούν κάποιο ντοκιμαντέρ.</p> <p>Εθνικό Θαλάσσιο Πάρκο, Ζάκυνθος: Η Ζάκυνθος είναι διεθνώς συνυφασμένη με τη θαλάσσια χελώνα <u>caretta caretta</u>, καθώς αποτελεί το σημαντικότερο βιότοπο ωοτοκίας της στη Μεσόγειο. Στη προσπάθειά του για επιβίωση, το πανέμορφο αυτό είδος προς εξαφάνιση, βρίσκει καταφύγιο στον κόλπο του Λαγανά όπου μεταναστεύει κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού ταξιδεύοντας χιλιάδες χιλιόμετρα από διάφορα μέρη της Μεσογείου.</p> <p>Πολύτιμος σύμμαχός της, το Εθνικό Θαλάσσιο Πάρκο Ζακύνθου, που ιδρύθηκε το 1999 με σκοπό τη διαφύλαξη και την προστασία της οικολογικής κληρονομιάς και της φυσικής ισορροπίας τόσο της θαλάσσιας όσο και της παράκτιας έκτασης, κατά μήκος της νότιας ακτής του νησιού.</p> <p>Εκτεινόμενο από το ακρωτήρι Μαραθία μέχρι την παραλία του Γέρακα, καλύπτει τη θαλάσσια και τη χερσαία περιοχή του κόλπου του Λαγανά – όπου βρίσκονται και οι σημαντικότερες παραλίες ωοτοκίας –, καθώς και μια ζώνη γης που περιλαμβάνει τον υδροβιότοπο της λίμνης Κερίου, τα νησιά Στροφάδες και τις</p>

**Διακήρυξη Διαγωνισμού για το Υποέργο 3
«Απόκτηση πολυμεσικού περιεχομένου (βίντεο, κείμενα, μεταφράσεις)»**

Μέρος Α: Αντικείμενο και Προδιαγραφές του Έργου (Υ3)

νησίδες Μαραθονήσι, Πεζούλο και Άγιος Σώστης, που μαζί με τις βορειότερες παραλίες (Γέρακας, Δάφνη, Καλαμάκι, Σεκάνια) αποτελούν τόπους ιδιαίτερης οικολογικής σημασίας.

Παιδιά, μην ξεχάσετε να: Επισκεφτείτε το Θεματικό Εκθεσιακό Κέντρο της χελώνας *caretta caretta*!

Εθνικό Θαλάσσιο Πάρκο Αλοννήσου–Βορείων Σποράδων: Στη φιλόξενη αγκαλιά του Αρχιπελάγους του Αιγαίου, συναντάμε το Εθνικό Θαλάσσιο Πάρκο Αλοννήσου–Βορείων Σποράδων, το πρώτο θαλάσσιο πάρκο της Ελλάδας και η μεγαλύτερη προστατευμένη θαλάσσια περιοχή της Μεσογείου. Η έκτασή του (2.200 τ.χλμ.) περιλαμβάνει – εκτός από το νησί της Αλοννήσου – τα νησάκια Περιστερά, Κυρά Παναγιά, Ψαθούρα, Πυτέρι, Σκάντζουρα, Γιούρα, καθώς και 22 ακατοίκητες βραχονησίδες. Ο ονειρεμένος θαλάσσιος κόσμος του πάρκου προσφέρει θαυμάσιες ευκαιρίες στον επισκέπτη για ψυχαγωγικές, εκπαιδευτικές και επιστημονικές δραστηριότητες και θεωρείται ο σημαντικότερος μοχλός ήπιας τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής. Ολόκληρη η γεωγραφική έκταση του πάρκου χαρακτηρίζεται από το μεγάλο φυσικό πλούτο χλωρίδας και πανίδας αλλά και ιστορικών μνημείων με διαχρονική συνέχεια από τη νεολιθική εποχή, τη βυζαντινή έως και τα νεότερα χρόνια.

Πάνω από 300 είδη ψαριών· 80 είδη πτηνών· πλήθος ερπετών και θηλαστικών διαβιούν εδώ σε απόλυτη αρμονία με τη φύση. Ανάμεσά τους ξεχωρίζουν το αγριοκάτσικο των Γιούρων, ο μαυροπετρίτης (το γεράκι του Αιγαίου), ο αιγαιόγλαρος και φυσικά η διάσημη πρωταγωνίστρια του πάρκου, η μεσογειακή φώκια *monachus monachus*!

Παιδιά, ενώστε δυνάμεις: Υιοθετήστε μια φώκια και βοηθήστε στην προστασία της!

(Το περιεχόμενο αυτό έχει παραχωρηθεί από το Εθνικό Θαλάσσιο Πάρκο Αλοννήσου.)

Ενυδρείο Κρήτης, Ηράκλειο: Καταδυθείτε στον υπέροχο θαλάσσιο κόσμο της Μεσογείου με μια επίσκεψη στο Cretaquarium, ένα από τα μεγαλύτερα ενυδρεία στην Ευρώπη. Από τους μεγάλους θηρευτές καρχαρίες μέχρι τους μικροσκοπικούς ιππόκαμπους και τη φαντασμαγορία των μεδουσών, η ποικιλία της θαλάσσιας ζωής αναδεικνύεται με φόντο υποθαλάσσια τοπία της κρητικής θάλασσας, όπως τα βράχια των Ματάλων (Νότια Κρήτη) και το βυθό του Βάι (Νοτιοανατολική Κρήτη). Η σκηνογραφία της Μεσογείου ξετυλίγεται σε 60 ενυδρεία δημιουργώντας 100 διαφορετικά σημεία παρατήρησης για 2.500 περίπου μεσογειακού και τροπικούς οργανισμούς. Στη διαδρομή με τα ενυδρεία, σύγχρονα οπτικοακουστικά συστήματα και πρωτοποριακές διαδραστικές εφαρμογές, όπως info points με οθόνες αφής, προβολές από video projectors, παρατηρήσεις μικροσκοπικών ειδών σε μικροσκόπια και στερεοσκόπια κ.ά. συμπληρώνουν τη βιωματική εμπειρία σας και σας βοηθούν να σχηματίσετε μια ολοκληρωμένη αντίληψη για τη δομή και τη λειτουργία του μεσογειακού θαλάσσιου οικοσυστήματος.

Παιδιά, μια συμβουλή για σας: Ανακαλύψτε με το περισκόπιο βαθυσκάφους το εσωτερικό των ενυδρείων!

(Το περιεχόμενο αυτό έχει παραχωρηθεί από το Ενυδρείο Κρήτης Cretaquarium «Θαλασόκοσμος».)

Αττικό Ζωολογικό Πάρκο, Αθήνα: Μια ανάσα από την πολύβουη Αθήνα – στην περιοχή των Σπάτων – και μέσα σε μια αχανή κατάφυτη έκταση φιλοξενείται ένα «ετερόκλητο» πλήθος 2.000 ζώων και πτηνών από 350 διαφορετικά είδη που απαντώνται σε κάθε γωνιά του πλανήτη. Το Αττικό Ζωολογικό Πάρκο, επί 365 ημέρες το χρόνο, ανοίγει τις πύλες του σε μικρούς και μεγάλους εξερευνητές για να γνωρίσουν από κοντά το θαυμαστό κόσμο του ζωικού βασιλείου. Λειτουργώντας με όλες τις αυστηρές προδιαγραφές που απαιτούνται για τη σωστή φιλοξενία των ζώων, ο πρότυπος αυτός χώρος προσφέρει απλόχερα διασκέδαση, εκπαίδευση αλλά και ευαισθητοποίηση του κοινού, καθώς ένα μεγάλο ποσοστό των «ενοίκων» του πάρκου είναι ζώα απειλούμενα ή ακόμη και είδη προς εξαφάνιση.

Παιδιά, μια απλή ιδέα: Υιοθετήστε ένα ζωάκι και βοηθήστε το έργο του ζωολογικού πάρκου!

Τα χαρακτηριστικά του

Συνδυάζει την πληροφορία με την παρότρυνση (πρβλ. advertorial). Γίνεται χρήση προστακτικής, υποτακτικής και λέξεων-κλειδιών (π.χ. *ανακαλύψτε, υιοθετήστε, επισκεφτείτε* κτλ.), συμφράσεων (π.χ. θαυμαστά πλάσματα της φύσης, ευαίσθητα οικοσυστήματα, όμορφες αναμνήσεις), το ύφος έχει προσαρμοστεί στο **κοινό** στο οποίο απευθύνεται (στα παιδιά, παρ’

Διακήρυξη Διαγωνισμού για το Υποέργο 3
«Απόκτηση πολυμεσικού περιεχομένου (βίντεο, κείμενα, μεταφράσεις)»

Μέρος Α: Αντικείμενο και Προδιαγραφές του Έργου (Υ3)

όλο που θα το διαβάσουν κυρίως οι γονείς).

Επίσης, δομείται ως ένα διαδικτυακό κείμενο, καθώς διαθέτει:

- (1) τίτλο και teaser (που τραβούν την προσοχή)
- (2) λέξεις/φράσεις με έντονη γραφή (bold) και διαχωρισμό σε θεματικές παραγράφους που διευκολύνουν την εύκολη ανάγνωση
- (3) [υπερσυνδέσμους](#) (links)
- (4) μπορεί να κοπεί σε μικρότερα κομμάτια (πλαστικότητα).

Είδος περιεχομένου
(Content type)

Single see / do κείμενο (activities)

Θαλάσσια σπορ στην Πάρο

Οι καλοκαιρινές διακοπές στην Πάρο αποκτούν μια συναρπαστική διάσταση όταν συνδυάζονται με θαλάσσιες δραστηριότητες. Οι περισσότερες παραλίες του νησιού – στρωμένες κατά πλειοψηφία με ψιλή άμμο – διαθέτουν οργανωμένες εγκαταστάσεις για κάθε λογής θαλάσσια σπορ προσφέροντας στιγμές ξεγνοιασιάς και διασκέδασης στους «δραστήριους» επισκέπτες τους. Φορέστε λοιπόν την πιο ευχάριστη διάθεσή σας και εξερευνήστε το χάρτη της θαλάσσιας διασκέδασης στο πάλλευκο κυκλαδονήσι.

Beach soccer· beach volley· καταδύσεις· θαλάσσιο ποδήλατο· ιστιοπλοΐα· νεροτσουλήθρες· θαλάσσιο σκι· υποβρύχιο ψάρεμα· kayak και surfing είναι τα πιο δημοφιλή για να δοκιμάσετε τις αντοχές σας και να οδηγηθείτε σε ένα ολόημερο πάρτι αδρεναλίνης!

Ως γνωστόν, ο θαλάσσιος στίβος της [Πάρου](#) θεωρείται ο παράδεισος των σέρφερ και κατέχει τα πρωτεία στις προτιμήσεις Ελλήνων και ξένων αθλητών του είδους. Η ένταση και η διεύθυνση του ανέμου στη νοτιοανατολική πλευρά του νησιού σε συνδυασμό με τον κυματισμό της θάλασσας δημιουργούν έναν «σερφότοπο» παγκόσμιας εμβέλειας για αγώνες ιστιοσανίδας. Δεν είναι τυχαίο, λοιπόν, που επί σειρά ετών λάμβανε χώρα στο νησί το Παγκόσμιο Πρωτάθλημα της PWA (Professional Windsurfers Association)!

Τα πρώτα πολύχρωμα πανιά έκαναν την εμφάνισή τους στην Πάρο στις αρχές της δεκαετίας του 1980 χαρίζοντας άφθονο και ποιοτικό θέαμα στους φίλους του windsurf, και όχι μόνο...Σήμερα, τα οργανωμένα windsurf clubs που λειτουργούν σε πολλές παραλίες προσφέρουν εκπαίδευση στους επίδοξους σέρφερ αλλά και τη δυνατότητα ενοικίασης πλήρους εξοπλισμού, ακόμη και για τους πιο έμπειρους και απαιτητικούς.

Η **Χρυσή Ακτή** στρωμένη με χρυσή άμμο –εξ ου και το όνομά της– είναι η πιο δημοφιλής παραλία για windsurf. Οι σχολές εκμάθησης που λειτουργούν εδώ και τα πεντακάθαρα ρηχά νερά δίνουν την ευκαιρία ακόμη και στους αρχάριους να δοκιμάσουν τις δυνατότητές τους στο άθλημα με ασφάλεια.

Η παραλία της **Νέας Χρυσής Ακτής** (Τσερδάκια) προσφέρει άφθονες συγκινήσεις στους περισσότερο «μυημένους», καθώς εδώ είναι η περιοχή όπου έχουν καταγραφεί οι άνεμοι με τη μεγαλύτερη ένταση και διάρκεια. Η διεύθυνση του ανέμου (left side-shore) σε συνδυασμό με τον κυματισμό της θάλασσας υπό γωνία «απογειώνουν» τους σέρφερ και δημιουργούν άριστες συνθήκες για άλματα.

Τέλος, τον κατάλογο με τα «hot spots» για τους λάτρεις του windsurf συμπληρώνουν η «αθλητική» παραλία **Σάντα Μαρία** και η **Πούντα** των ισχυρών ανέμων και των πολλών ντεσιμπέλ...Πλησιάζοντας μάλιστα τον ανεμοδαρμένο όρμο της Πούντας μην ξαφνιαστείτε αν δείτε «ιπτάμενους λουόμενους»! Πρόκειται για τολμηρούς kite surfers, που χρησιμοποιώντας με μαεστρία τα σκοινιά των αετών τους, γλιστρούν πάνω στα αφρισμένα κύματα με φοβερή ταχύτητα μέχρι να απογειωθούν κυριολεκτικά στον αέρα. Πορτοκαλί, χρυσό, λαχανί, κόκκινο της φωτιάς...ένα πανόραμα χρωμάτων και σχεδίων καλύπτει τη γραφική παραλία την ίδια στιγμή που ο ουρανός –20 με 30 μέτρα ψηλότερα – γμιρίζει με περήφανους αετούς. Εντυπωσιακά άλματα, δύσκολες περιστροφές, περίτεχνες φιγούρες με την αδρεναλίνη να χτυπάει κόκκινο στο βίωμα αυτής της ξεχωριστής εμπειρίας.

Δείγμα κειμένου

Διακήρυξη Διαγωνισμού για το Υποέργο 3
«Απόκτηση πολυμεσικού περιεχομένου (βίντεο, κείμενα, μεταφράσεις)»

Μέρος Α: Αντικείμενο και Προδιαγραφές του Έργου (Υ3)

	<p>Αν σκέφτεστε, λοιπόν, να συνδυάσετε τη χαλαρότητα των καλοκαιρινών διακοπών σας με την άσκηση των αγαπημένων σας θαλάσσιων αθλημάτων, η Πάρος θα σας περιμένει.</p> <p>Μόνο προσέξτε: αν είστε αρχάριοι, να ακολουθείτε τις συμβουλές των ειδικών ώστε να διασκεδάσετε με ασφάλεια!</p>
Τα χαρακτηριστικά του	<p>Συνδυάζει την πληροφορία με την παρότρυνση (πρβλ. advertorial). Γίνεται χρήση προστακτικής, υποτακτικής και λέξεων-κλειδιών (π.χ. <i>να ακολουθείτε τις συμβουλές κτλ.</i>), συμφράσεων (π.χ. <i>άφθονες συγκινήσεις, περίτεχνες φιγούρες, hot spots</i> κ.ά.), το ύφος έχει προσαρμοστεί στο κοινό στο οποίο απευθύνεται (νέοι, λάτρεις των θαλάσσιων αθλημάτων), ενώ παράλληλα γίνεται και χρήση εξειδικευμένου λεξιλογίου (π.χ. <i>διεύθυνση του ανέμου</i> (left side-shore) κ.ά.).</p> <p>Επίσης, δομείται ως ένα διαδικτυακό κείμενο, καθώς διαθέτει:</p> <ol style="list-style-type: none">(1) τίτλο και teaser (που τραβούν την προσοχή)(2) λέξεις/φράσεις με έντονη γραφή (bold) και διαχωρισμό σε θεματικές παραγράφους που διευκολύνουν την εύκολη ανάγνωση(3) υπερσυνδέσμους (links)(4) είναι σύντομο (αριθμός λέξεων: 401).

Είδος περιεχομένου (Content type)	Combo see/do κείμενο (sights / activities = experience κείμενο)
Δείγμα κειμένου	<p>Η Πάρος βρίσκεται στο κέντρο των Κυκλάδων και αποτελεί έναν από τους δημοφιλέστερους προορισμούς διακοπών, με απaráμιλλη φυσική ομορφιά, απέραντες αμμουδιές, κρυστάλλινα νερά και εντυπωσιακά τοπία.</p> <p>Αφετηρία για τις εξορμήσεις σας:</p> <ul style="list-style-type: none">• Η όμορφη Παροικιά, η πρωτεύουσα του νησιού, με τα γραφικά κυκλαδίτικα σπιτάκια και τα επιβλητικά νεοκλασικά αρχοντικά• το κέντρο του οικισμού στεφανώνει το ενετικό κάστρο του 13ου αι. με την καταπληκτική θέα. Στην Παροικιά βρίσκεται ένα από τα σημαντικότερα θρησκευτικά μνημεία της χώρας, η εκκλησία της Παναγίας της Εκατονταπυλιανής ή Καταπολιανής (του βου αι. μ.Χ.) με τις 99 φανερές πόρτες, μία μουσική, σύμφωνα με την παράδοση. Μη χάσετε την ευκαιρία να επισκεφθείτε το Βαπτιστήριο (4ου αι.), το καλύτερα σωζόμενο στην ορθόδοξη Ανατολή, καθώς και το Βυζαντινό Μουσείο, με αξιόλογα εκθέματα. Στο ισόγειο της Εκατονταπυλιανής βρίσκεται το Βυζαντινό Μουσείο Παροικιάς. Στις αίθουσές του φυλάσσονται εικόνες, ξυλόγλυπτα τέμπλα και άλλα κειμήλια από διάφορα μοναστήρια και ναούς του νησιού. <p>Στο Αρχαιολογικό Μουσείο αναδεικνύονται ιδανικά τα πλούσια εκθέματα από τους αρχαιολογικούς χώρους του νησιού (ιερά Ασκληπιού και Πύθιου Απόλλωνα, το Δήλιο κ.ά.) και τα εντυπωσιακά προϊστορικά ευρήματα από τις κοντινές νησίδες Αντίπαρο, Δεσποτικό και Σάλιαγκο. Ξεχωρίζει το «Πάριο Χρονικό», μια ενεπίγραφη στήλη του 3ου π.Χ. με γεγονότα που ανάγονται μέχρι 1.300 χρόνια πίσω!</p> <ul style="list-style-type: none">• Κοντά στην Παροικιά (5,5 χλμ. Α) αναζητήστε τα αρχαία λατομεία (στο Μαράθι) και εξερευνηστε τις στοές εξόρυξης• εδώ εξαγόταν το ονομαστό κατά την αρχαιότητα παριανό μάρμαρο, γνωστό και ως «λυχνίτης» για τη λευκότητά του και τη διαύγειά του. <p>Πανέμορφα χωριά μέσα σε ειδυλλιακά τοπία υποδέχονται τους επισκέπτες κατά την περιπλάνησή τους στο νησί:</p> <ul style="list-style-type: none">• Η Νάουσα, γραφικό ψαροχώρι με ένα μισοβυθισμένο βενετσιάνικο κάστρο στο λιμάνι της.• Οι Λεύκες, στο υψηλότερο σημείο της Πάρου, τριγυρισμένο από πυκνή βλάστηση, με άθικτη κυκλαδική και νεοκλασική αρχιτεκτονική, όμορφες πλατείες και στενά δρομάκια στρωμένα με μάρμαρο. Το Μουσείο Λαϊκού Πολιτισμού του Αιγαίου στις Λεύκες προσφέρει ένα ταξίδι στον πολιτισμό του αρχιπελάγους. Μέσα από εκθέματα για την αρχιτεκτονική, τα παραδοσιακά

**Διακήρυξη Διαγωνισμού για το Υποέργο 3
«Απόκτηση πολυμεσικού περιεχομένου (βίντεο, κείμενα, μεταφράσεις)»**

Μέρος Α: Αντικείμενο και Προδιαγραφές του Έργου (Υ3)

- επαγγέλματα, τα πετρώματα των νησιών, αποκαλύπτεται στους επισκέπτες ο κόσμος του Αιγαίου.
- Η Μάρπησσα, παραδοσιακό χωριό με μεσαιωνική δομή, λίγα χιλιόμετρα από τις δημοφιλείς παραλίες του Λογαρά και του Πίσω Λιβαδιού.
 - Ανεβείτε στο γειτονικό λόφο του Κεφάλου, ένα μοναδικό πολιτιστικό σύνολο της περιοχής. Ανηφορίζοντας στην πλαγιά του λόφου θα συναντήσετε την ερειπωμένη ενετική πολιτεία του Κεφάλου με το κάστρο της, ενώ στην κορυφή με την αξέχαστη θέα προς τα ανατολικά υψώνεται το μοναστήρι του Αγίου Αντωνίου (17ος αι.).
 - Οι Πεταλούδες είναι μια περιοχή ιδιαίτερου φυσικού κάλλους κοντά στο χωριό Ψυχοπιανά. Πρόκειται για ένα βιότοπο πλούσιο σε βλάστηση και τρεχούμενα νερά με πανύψηλα πλατάνια, δάφνες και αγριελιές, όπου φιλοξενείται η πεταλούδα *Ranaxia quadripunctaria*.

Κολυπήστε!

Οι υπέροχες παραλίες του νησιού (Χρυσή Ακτή, Σάντα Μαρία, Πούντα) κατεξοχήν προσφέρονται για θαλάσσιες δραστηριότητες, και κυρίως για [windsurfing](#). Ανακαλύψτε τις δαντελωτές ακτές του νησιού με θαλάσσιο καγιάκ ή βουτήξτε στο βυθό της Αλυκής όπου κρύβεται μια αρχαία πόλη!

Μην παραλείψετε να κολυπήσετε στις **Κολυμπήθρες**, σπάνιας ομορφιάς παραλία – αποτέλεσμα της δράσης της θάλασσας και του αέρα πάνω στους γρανιτένιους βράχους. Στην παραλία **Καλόγερος**, πριν βουτήξετε στο θαλασσινό νερό, απολαύστε μια συνεδρία αργιλοθεραπείας!! Το γειτονικό βουνό είναι γεμάτο θεραπευτικό πηλό.

Ανακαλύψτε το νησί **περπατώντας** στις **στράτες** που χρησιμοποιούσαν κάποτε οι χωρικοί για τις μετακινήσεις τους και τη μεταφορά των αγαθών τους. Σημειώνουμε ενδεικτικά δύο από τα πολλά μονοπάτια που αξίζει να διασχίσετε:

- Το βυζαντινό μονοπάτι Λεύκες-Πρόδρομος, διάρκειας 1 ώρας, είναι στο μεγαλύτερο μέρος του στρωμένο με μαρμαρίνες πλάκες. Ξεκινά από τις καταπράσινες Λεύκες και, διασχίζοντας πλαγιές με καλλιεργήσιμες πεζούλες και ένα μικρό βυζαντινό γεφύρι, φτάνει στο πανέμορφο χωριό Πρόδρομος. Περιηγηθείτε στα δαιδαλώδη σοκάκια του και θαυμάστε την οχυρωματική του πολεοδομία.
- Με αφετηρία το χωριό Μάρπησσα με τις βυζαντινές εκκλησίες, τα σπίτια του 17ου αιώνα και τους γραφικούς ανεμόμυλους, κινηθείτε προς το λόφο Κέφαλο και το μοναστήρι του Αγίου Αντωνίου. Ανηφορίζοντας στο πλακόστρωτο μονοπάτι, θα συναντήσετε τα ερείπια από την κατεστραμμένη ενετική πολιτεία του Κεφάλου και του Κάστρου της. Φτάνοντας στην κορυφή, απολαύστε τη θέα προς την ανατολική πλευρά της Πάρου και επισκεφθείτε το μοναστήρι του Αγίου Αντωνίου με το επίχρυσο ξυλόγλυπτο τέμπλο.

Εναλλακτικά, εξερευνήστε το νησί κάνοντας **ιππασία!** Δύο κέντρα ιππασίας, ένα στον παραθαλάσσιο Αμπελά και ένα στο Υστέρνι, προσφέρουν τη δυνατότητα να κάνετε ιππασία δίπλα στο κύμα, στις αμμουδερές παραλίες ή στην ενδοχώρα του νησιού.

Διασκεδάστε!

Οι μεγάλες θρησκευτικές εορτές αποτελούν αφορμή για παραδοσιακά πανηγύρια, όπου ρέει άφθονο το περίφημο παριανό κρασί (Μονεμβασιά και Μαντηλαριά). Κυριαρχεί φυσικά η γιορτή της Παναγίας το Δεκαπενταύγουστο με επίκεντρο [το ναό της Εκατονταπυλιανής](#). Μοναδική εμπειρία είναι και το Πάσχα στο νησί με την κατανυκτική ατμόσφαιρα και την αναπαράσταση των Παθών του Χριστού (στα χωριά Μάρπησσα, Μάρμαρα και Πρόδρομο). Το φθινόπωρο στην Πάρο τα ρακιδιά παίρνουν φωτιά, με αποκορύφωμα το πανηγύρι του Αϊ-Γιώργη του Μεθυστή ή Σποριάρη, οπότε και ανοίγει το νέο κρασί, γεγονός που τιμάται δεόντως!

Τα χαρακτηριστικά του

Συνδυάζει την πληροφορία με την παρότρυνση (πρβλ. advertorial), κυρίως όμως βιωματικό κείμενο, καθώς γίνεται εκτενής αναφορά στις δραστηριότητες που μπορεί να ακολουθήσει ο επισκέπτης (και μέσω αυτών να γνωρίσει τον προορισμό καλύτερα). Ίσως το πιο «ισχυρό» είδος κειμένου, καθώς εδώ γίνεται εκτενής, και συνδυασμένα, χρήση όλων των χαρακτηριστικών που προαναφέρθηκαν. Παρατηρείται λοιπόν: έντονη χρήση προσακτικής (συνακόλουθα πιο συχνή εμφάνιση του θαυμαστικού ως σημείου στίξης) και λέξεων-κλειδιών (π.χ. *διασκεδάστε, εξερευνήστε, μην παραλείψετε* κτλ.), συμφράσεων (π.χ. *ειδυλλιακά τοπία, υπέροχες παραλίες*



Διακήρυξη Διαγωνισμού για το Υποέργο 3
«Απόκτηση πολυμεσικού περιεχομένου (βίντεο, κείμενα, μεταφράσεις)»

Μέρος Α: Αντικείμενο και Προδιαγραφές του Έργου (Υ3)

	<p>κ.ά.), όμορφες αναμνήσεις), επιλογή λεξικών τεμαχίων που εκφράζουν με τον κατάλληλο τρόπο το θέμα του κειμένου, π.χ. κατεξοχήν ρήματα κίνησης.</p> <p>Επίσης, δομείται ως ένα διαδικτυακό κείμενο, καθώς διαθέτει:</p> <ol style="list-style-type: none">(1) τίτλο και teaser (που τραβούν την προσοχή)(2) λέξεις/φράσεις με έντονη γραφή (bold), χρήση κουκκίδων και μεσότιτλων για διαχωρισμό σε θεματικές παραγράφους, που διευκολύνουν την εύκολη ανάγνωση(3) ως αποτέλεσμα του (2) το κείμενο μπορεί να κοπεί σε μικρότερα κομμάτια (πλαστικότητα).(4) <u>υπερσυνδέσμους</u> (links).
<p>Είδος περιεχομένου (Content type)</p>	<p>Extended info κείμενο (history, culture, paperwork, transportation, μικρό λεξικό, ταινίες και βιβλία κτλ.)</p>
<p>Δείγμα κειμένου</p>	<p>Ανακαλύπτοντας το φυσικό πλούτο του φαραγγιού</p> <p>Διασχίζοντας το φαράγγι της Σαμαριάς ο επισκέπτης εντυπωσιάζεται από την πυκνή βλάστηση γύρω του: πανύψηλα πεύκα και αιωνόβια κυπαρίσσια με μεγάλα οριζόντια κλαδιά ορθώνονται στις πλαγιές. Σε σημεία με μεγαλύτερο υψόμετρο συναντά δάση από σφενδάμι, ενώ όπου υπάρχει περισσότερη υγρασία αφθονούν τα πλατάνια, οι μικροδάφνες και οι λυγαριές.</p> <p>Στην περιοχή του Εθνικού Δρυμού βρίσκονται πάνω από 450 είδη του φυτικού βασιλείου, 70 από τα οποία είναι ενδημικά είδη και υποείδη της Κρήτης, όπως ο δίκταμος (<i>Amaracus dictamnus</i>), ο έβενος (<i>Ebenus cretica</i>), η αμπελιτσιά (<i>Zelkova abelicea</i>), η τραχεία πεύκη (<i>Pinus brutia cretica</i>). Μάλιστα, φυτά όπως το βούπλευρο (<i>Bupleurum kakiskalae</i>), η μυσοσιτίδα (<i>Myosotis refracta refracta</i>) και το κεφαλάνθηρο (<i>Cerhalanthera cucculata</i>) ζουν αποκλειστικά στο φαράγγι. Ενδεικτικό του φυσικού πλούτου του Εθνικού Δρυμού είναι ότι ακόμη δεν έχουν γνωσθεί με ακρίβεια όλα τα είδη που υπάρχουν στην καρδιά του φαραγγιού.</p> <p>Φυσικά, καθόλου αμελητέα δεν είναι η ονομαστή πανίδα του «φάραγγα» με πολυάριθμα είδη και υποείδη ενδημικά ή σχεδόν ενδημικά της Κρήτης (32 είδη θηλαστικών, 3 είδη αμφιβίων, 11 είδη ερπετών και γύρω στα 200 είδη ορνιθοπανίδας).</p> <p>«Καμάρι» του εθνικού δρυμού είναι το διάσημο κρητικό αγριοκάτσικο, γνωστό ως «κρι-κρι» (<i>Capra aegagrus cretica</i>). Πρόκειται για το είδος εκείνο που χαρακτηρίζει το φαράγγι και για την προστασία του οποίου έγινε ουσιαστικά η ανακήρυξη της περιοχής σε εθνικό δρυμό. Διαβίει κατεξοχήν σε ορεινές περιοχές του φαραγγιού με κλίσεις μεγαλύτερες από 30%! Δυσκολότερα θα συναντήσει κανείς σε ένα τυπικό πέρασμα του φαραγγιού την κρητική κηπομυγαλίδα (<i>Croccidura zimmermani</i>), ένα μικρό φαλακρό ποντικάκι, το μοναδικό ενδημικό είδος της Κρήτης, ελάχιστα μελετημένο το οποίο συναντάται σε υψόμετρο πάνω από 1.150 μέτρα. Το ίδιο ισχύει και για τον αγριόγατο ή φουρόγατο (<i>Felis sylvestris cretensis</i>), ένα σπάνιο αιλουροειδές που μέχρι πρότινος θεωρούνταν εξαφανισμένο• μόλις το 1996 επιστήμονες του Πανεπιστημίου της Perugia κατόρθωσαν να εντοπίσουν αυτό το είδος αγριόγατας με τους χαρακτηριστικούς σκουρόχρωμους δακτυλίους στην ουρά.</p> <p>Ο Εθνικός Δρυμός αποτελεί επίσης καταφύγιο για πολλά είδη ορνιθοπανίδας. Μεταξύ αυτών ξεχωρίζει ο «σκουπιδιάρης της φύσης» γυπαετός ή κοκαλάς (<i>Gypaetus barbatus</i>), ένα από τα σπανιότερα πουλιά της Ευρώπης, που ζει μόνος ή κατά ζεύγη σε απομονωμένες κορυφές ή βράχια μεγάλων βουνών. Με το χαρακτηριστικό «γένι» από φτερά στο κάτω μέρος του ράμφους, ο γυπαετός φέρει στο στήθος και στην κοιλιά ένα βαθύ πορτοκαλί χρώμα που αποκτά από την τριβή του σε χώματα πλούσια σε οξειδία σιδήρου. Ο κοκαλάς, όπως δηλώνει και το όνομά του, τρέφεται σχεδόν αποκλειστικά με κόκαλα, μοναδικό είδος παγκοσμίως, καθώς τα ρίχνει από μεγάλο υψόμετρο για να σπάσουν σε μικρότερα κομμάτια, τα οποία στη συνέχεια καταπίνει και χωνεύει χάρη στα ισχυρότατα γαστρικά υγρά που διαθέτει.</p>

Διακήρυξη Διαγωνισμού για το Υποέργο 3
«Απόκτηση πολυμεσικού περιεχομένου (βίντεο, κείμενα, μεταφράσεις)»

Μέρος Α: Αντικείμενο και Προδιαγραφές του Έργου (Υ3)

	<p>Και τέλος, ας μην ξεχνάμε ότι στις παρυφές του Εθνικού Δρυμού Σαμαριάς εξασκείται μια ιδιότυπη κτηνοτροφία με 14.000 (!) κατσίκια να βόσκουν ελεύθερα και τους βοσκούς να παρακολουθούν από μακριά με τα κιάλια!</p>
Τα χαρακτηριστικά του	<p>Στο είδος αυτό του κειμένου, η χρήση όλων εκείνων των συστατικών ενός τουριστικού κειμένου (πρβλ. προηγούμενο είδος) γίνεται με φειδώ. Η προσοχή εδώ εστιάζεται στην εξειδικευμένη πληροφορία που παρέχεται –ακόμα και με τη χρήση επιστημονικόν ω όρων. Για το λόγο αυτό, η αξιοπιστία των πηγών που χρησιμοποιούνται για τη συγγραφή αυτών των κειμένων πρέπει να ελέγχεται.</p> <p>Και αυτό δομείται ως ένα διαδικτυακό κείμενο, καθώς διαθέτει:</p> <ol style="list-style-type: none">(1) τίτλο και teaser (που τραβούν την προσοχή)(2) λέξεις/φράσεις με έντονη γραφή (bold) και διαχωρισμό σε θεματικές παραγράφους που διευκολύνουν την εύκολη ανάγνωση(3) <u>υπερσυνδέσμους</u> (links)(4) είναι σύντομο: αριθμός λέξεων: 453.

Διακήρυξη Διαγωνισμού για το Υποέργο 3
«Απόκτηση πολυμεσικού περιεχομένου (βίντεο, κείμενα, μεταφράσεις)»

Μέρος Α: Αντικείμενο και Προδιαγραφές του Έργου (Υ3)

A3.6 Χρονοδιαγράμματα και Φάσεις του Υποέργου

A/A Φάσης	Τίτλος Φάσης	Μήνας Έναρξης	Μήνας Λήξης	Υποέργο
3.1	Προμήθεια ελληνικών κειμένων (500.000 λέξεις)	M1	M2	3
3.2	Παραγωγή 20 βίντεο και 2000 φωτογραφιών	M1, M4, M7, M10		3
3.3	Μετάφραση των επιμελημένων ελληνικών κειμένων στην αγγλική, γερμανική, ρωσική και ισπανική γλώσσα.	M5	M8	3

Χρονοδιάγραμμα και Φάσεις του Υποέργου

Φάση	1° Έτος				2° Έτος																			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4																
3.1	■	■																						
3.2	■		■	■		■																		
3.3			■	■	■																			
Μήνας	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24

(Σημείωση: Οι φάσεις που προτείνονται στον πίνακα είναι ενδεικτικές και δίνεται η δυνατότητα στον υποψήφιο Ανάδοχο να προτείνει μια λειτουργικότερη κατά τη γνώμη του σύνθεση φάσεων.)

ΦΑΣΗ 1

Μήνας Έναρξης	M1	Μήνας Λήξης	M2
Τίτλος Φάσης	Απόκτηση κειμενικού υλικού πολιτιστικού και τουριστικού περιεχομένου 500.000 λέξεων με πλήρη μεταβίβαση όλων των πνευματικών δικαιωμάτων στον ΕΟΤ για απεριόριστη χρήση και διάρκεια.		
Στόχοι Φάσης:	<ul style="list-style-type: none">Στόχος 1: Η απόκτηση κειμένων στην ελληνική γλώσσα (έκτασης 500.000 λέξεων) με πλήρη μεταβίβαση όλων των πνευματικών δικαιωμάτων στον ΕΟΤ για απεριόριστη χρήση και διάρκεια.		

Περιγραφή Φάσης:

Δραστηριότητες:

Δ1 Η απόκτηση κειμένων πολιτιστικού, τουριστικού και γενικότερου ενημερωτικού περιεχομένου για τη χώρα μας. Προδιαγράφονται τα είδη των κειμένων, ο αριθμός λέξεων του κάθε κειμένου (άρθρου) και ορίζονται τα σχετικά προς προμήθεια λήμματα (θέματα). Παράρτημα Β'. Τα κείμενα θα συνοδεύονται από 5-7 tags το καθένα, καθώς και τα μεταδεδομένα, όπως αυτά ορίζονται στην παράγραφο: Α3.3.1.2.

Στη συνέχεια, τα κείμενα θα λάβουν την τελική επιμέλεια στα πλαίσια του Υ1: δράση «Επιλογή και επιμέλεια κειμένων». Κατόπιν θα δοθούν στον Ανάδοχο του Υ2 για εισαγωγή του περιεχομένου στην Πύλη (Π4.4).

Τέλος, κατά το σχεδιασμό της προκήρυξης, θα ληφθεί υπόψη η σχετική νομοθεσία για τις άδειες χρήσεις που διέπει τα ανοιχτά δεδομένα (creative commons) και το διαμοιρασμό τους στο διαδίκτυο. (**Πρβλ. Υ2: ενότητα Α3.9 «Ανοιχτά δεδομένα».**)

Παραδοτέο:

Π1: Ελληνικά κείμενα πολιτιστικού και τουριστικού περιεχομένου 500.000 λέξεων (Μ2) με πλήρη μεταβίβαση όλων των πνευματικών δικαιωμάτων στον ΕΟΤ για απεριόριστη χρήση και διάρκεια.

Οι πίνακες που παρουσιάζονται στην ενότητα Α3.3.1 «Αναλυτική παρουσίαση κύριου περιεχομένου», μπορούν να βοηθήσουν στον καθορισμό των προδιαγραφών των κειμένων. Χρησιμοποιούνται κείμενα ως δείγματα με επισημάνσεις που λειτουργούν ως οδηγίες για τη σύνταξη/δόμηση του κάθε είδους κειμένου.

Ο Ανάδοχος καλείται να παραδώσει κείμενα που συμφωνούν με τις ανωτέρω προδιαγραφές όπως αυτές έχουν παρατεθεί ανάλογα με το είδος κειμένου και τη ζητούμενη πληροφορία (πόλη, δραστηριότητα, αξιοθέατα κλπ), τα οποία θα συνοδεύονται από 5-7 tags το καθένα, καθώς και τα μεταδεδομένα, όπως αυτά ορίζονται στην παράγραφο: Α3.3.1.2. Επιπρόσθετα θα συνοδεύονται από γεωγραφικό προσδιορισμό (χώρα-περιφέρεια κτλ.), γεωγραφικό είδος (πόλη, βουνό, θάλασσα, νησί, εξοχή, all), καθώς και γεωγραφικές συντεταγμένες ώστε αυτά να αποτυπωθούν στο χάρτη ως ΡΟΙ.

Τα κείμενα που θα παραδοθούν θα καλύπτουν τον αναλυτικό κατάλογο λημμάτων που επισυνάπτεται στην παρούσα Διακήρυξη ως Παράρτημα Β'.

➔ Ακολουθεί ενδεικτικό σχετικό δένδρο-διάγραμμα λημμάτων (tree-diagram), όπου λόγω χωρικών περιορισμών δεν εξαντλείται η πληροφορία για έναν προσορισμό. Μπορεί όμως προστεθούν και άλλοι κόμβοι που θα εξειδικεύουν τα attributes της κάθε περιοχής.

**Διακήρυξη Διαγωνισμού για το Υποέργο 3
«Απόκτηση πολυμεσικού περιεχομένου (βίντεο, κείμενα, μεταφράσεις)»**

Μέρος Α: Αντικείμενο και Προδιαγραφές του Έργου (Υ3)



☞ Παρατίθεται σχετικός κατάλογος με τις περιοχές για τις οποίες υπάρχουν διαθέσιμα κείμενα **πολιτιστικού** περιεχομένου στο Παράρτημα Γ'.

➔ Σχετικά με την **έκταση των κειμένων**, παρατίθεται πίνακας. (Σημειώνουμε ότι ο προσδιορισμός αριθμού λέξεων είναι προσεγγιστικός.)

Είδος κειμένου	Αριθμός λέξεων
Προορισμός (περιοχές, πόλεις, νησιά: γενική περιγραφή)	Ο αριθμός λέξεων αυτού του είδους μπορεί να κυμαίνεται από 300 έως 3.000 . Εξαρτάται από το αν πρόκειται για έναν μεμονωμένο προορισμό, π.χ. Σαντορίνη ή για ένα νησιωτικό σύμπλεγμα, π.χ. Ιόνια νησιά. Τα κείμενα αυτά αποτελούν στατικό περιεχόμενο που επιμερίζεται ανά προορισμό (π.χ. Κέρκυρα, Ζάκυνθος κτλ.)
Single see / do κείμενο (sights/activities)	400-700 λέξεις
Combo see/do κείμενο (sights / activities = experience κείμενο)	700-1000 λέξεις Τα κείμενα αυτά μπορούν να εμπεριέχουν θεματικές παραγράφους και μεσότιτλους, και έτσι να δίνεται η δυνατότητα επιμερισμού της πληροφορίας ή «διάσπασης» του άρθρου σε μέρη. Για παράδειγμα, στην αρχική αναζήτηση να εμφανίζεται ένα μέρος του κειμένου και μέσω ενός link (π.χ. « Ενδιαφέρεστε να μάθετε περισσότερα; ») να εμφανίζεται το υπόλοιπο κομμάτι αυτού.
Extended info κείμενο (history, culture, paperwork, transportation, μικρό λεξικό, ταινίες και βιβλία κτλ.)	500-700 λέξεις

ΦΑΣΗ 2

Μήνες υλοποίησης	M1, M4, M7, M10	Μήνας Λήξης	M10
Τίτλος Φάσης	Παραγωγή βίντεο με αφήγηση στην Ελληνική και Αγγλική γλώσσα με σκοπό την πολυμεσική παρουσίαση ολοκληρωμένων τουριστικών εμπειριών και ενσωμάτωση τους στις βάσεις δεδομένων, με πλήρη μεταβίβαση όλων των πνευματικών και συγγενικών δικαιωμάτων στον ΕΟΤ για απεριόριστη χρήση και διάρκεια. Παραγωγή 2.000 φωτογραφιών / 100 φωτογραφίες ανά video (συλλογή ΦΩ2) που θα παραχθούν από έμπειρο φωτογράφο στο πλαίσιο των γυρισμάτων των 20 videos, με πλήρη μεταβίβαση όλων των πνευματικών δικαιωμάτων στον ΕΟΤ για απεριόριστη χρήση και διάρκεια.		
Στόχοι Φάσης:	<ul style="list-style-type: none">Στόχος 1: Η Πύλη Τουριστικής και Πολιτιστικής Προβολής της χώρας πρόκειται να αποτελέσει ένα από τα σημαντικότερα εργαλεία υλοποίησης της στρατηγικής προώθησης και προβολής στον τομέα του τουρισμού. Κύριος στόχος της στρατηγικής αυτής είναι να εμπλουτισθεί η εικόνα και η τουριστική ταυτότητα της χώρας ώστε η Ελλάδα να εδραιωθεί στον παγκόσμιο τουριστικό χάρτη ως «δωδεκάμηνος προορισμός με απaráμιλλες εναλλαγές και ανεξερεύνητες αντιθέσεις» και ως «τόπος ατελείωτων εμπειριών», όπου οι δυνητικοί τουρίστες μπορούν να απολαύσουν υπηρεσίες ποιότητας είτε επισκέπτονται τη χώρα για τον ήλιο τη θάλασσα και τα πολιτιστικά αξιοθέατα είτε την επισκέπτονται για θαλάσσιο τουρισμό, τουρισμό ευεξίας για το πλούσιο φυσικό περιβάλλον ή στο πλαίσιο συνεδρίου ή σύντομης επίσκεψης σε μια ελληνική πόλη.Στόχος 2: Παραγωγή 2.000 φωτογραφιών / 100 φωτογραφίες ανά video (συλλογή ΦΩ2) που θα παραχθούν από έμπειρο φωτογράφο στο πλαίσιο των γυρισμάτων των 20 videos		
Περιγραφή Φάσης: Δραστηριότητα 2.1	<p>Η Πύλη Τουριστικής και Πολιτιστικής Προβολής της χώρας, πρόκειται να αποτελέσει ένα από τα σημαντικότερα εργαλεία υλοποίησης της στρατηγικής προώθησης και προβολής στον τομέα του τουρισμού. Κύριος στόχος της στρατηγικής αυτής είναι να εμπλουτισθεί η εικόνα και η τουριστική ταυτότητα της χώρας ώστε η Ελλάδα να εδραιωθεί στον παγκόσμιο τουριστικό χάρτη, ως «δωδεκάμηνος προορισμός με απaráμιλλες εναλλαγές και ανεξερεύνητες αντιθέσεις» και ως «τόπος ατελείωτων εμπειριών» όπου οι δυνητικοί τουρίστες μπορούν να απολαύσουν υπηρεσίες ποιότητας, είτε επισκέπτονται τη χώρα για τον ήλιο τη θάλασσα και τα πολιτιστικά αξιοθέατα είτε την επισκέπτονται για θαλάσσιο τουρισμό, τουρισμό ευεξίας για το πλούσιο φυσικό περιβάλλον ή στο πλαίσιο συνεδρίου ή σύντομης επίσκεψης σε μία ελληνική πόλη.</p> <p>Η στρατηγική τοποθέτηση της Ελλάδας ως ένας «προορισμός με απaráμιλλες εναλλαγές και ανεξερεύνητες αντιθέσεις, ένας τόπος ατελείωτων εμπειριών» επιτάσσει την ανάδειξη μοναδικών, διαφοροποιημένων «εμπειριών-πρεσβευτών», για καθένα από τους 9 τουριστικούς άξονες. Με τον όρο «εμπειρία-πρεσβευτής» εννοούμε το συνδυασμό διαφόρων τουριστικών πόρων (δραστηριοτήτων, θεαμάτων, αξιοθέατων κτλ.) σε μία ενιαία, βιωματική λογική, στην οποία θα αποκρυσταλλώνεται ο χαρακτήρας της συνολικής εμπειρίας του κάθε</p>		

**Διακήρυξη Διαγωνισμού για το Υποέργο 3
«Απόκτηση πολυμεσικού περιεχομένου (βίντεο, κείμενα, μεταφράσεις)»**

Μέρος Α: Αντικείμενο και Προδιαγραφές του Έργου (Υ3)

επιμέρους τουριστικού κλάδου σε συγκεκριμένη περιοχή της Ελλάδας, π.χ. εμπειρία θαλάσσιου τουρισμού στο Ιόνιο ή τουρισμού υπαίθρου στα Ζαγοροχώρια.

Θα παραχθούν 20 βίντεο που θα καλύπτουν θεματικά τους εννέα άξονες του τουριστικού μας προϊόντος και θα αποτυπώνουν εμπειρίες-πρεσβευτές της χώρας, σύμφωνα με τους εννέα θεματικούς άξονες: Παραθεριστικός Τουρισμός (Seaside), Θαλάσσιος Τουρισμός (Nautical), Πολιτισμός (Culture), Φύση (Nature), Αθήνα – Θεσσαλονίκη – Τουρισμός Πόλης (Athens – Thessaloniki – city break), Περιηγήσεις (Touring), Συνέδρια (Meetings), Ευεξία (Wellness), Πολυτέλεια (Luxury).

Ειδικότερα θα παραχθούν:

Α. Δύο (2) αυτοτελή βίντεο 3λεπτης διάρκειας για κάθε θεματικό άξονα (9 θεματικοί άξονες X 2 βίντεο) ενώ θα παρουσιάζονται δύο ξεχωριστές εμπειρίες σε κάθε βίντεο, που θα εκτυλίσσονται σε διαφορετική περιοχή της χώρας. Για κάθε 3λεπτο βίντεο, θα παραδοθούν συντομότερες εκδοχές (short versions) του ίδιου υλικού, δηλαδή μία short version 1 λεπτού και μία 30 δευτερολέπτων (TV spot).

Β. Ένα (1) τρίλεπτο βίντεο με κεντρική ιδέα την ελληνική γαστρονομία και συντομότερες εκδοχές (short versions) του ίδιου υλικού, δηλαδή μία short version 1 λεπτού και μία 30 δευτερολέπτων (TV spot).

Γ. Ένα (1) βίντεο διάρκειας 60 λεπτών με πλάνα (beauty shots) από το σύνολο των 19 παραπάνω βίντεο, καθώς και μια συντομότερη εκδοχή αυτού, διάρκειας 20 λεπτών.

Επισημαίνεται ότι μέρος των πλάνων, θα προέρχεται από σύγχρονες αερολήψεις.

Κατά τη διάρκεια κινηματογράφησης, θα παραχθούν επίσης από έμπειρο φωτογράφο, 100 ψηφιακές φωτογραφίες ανά βίντεο (100 φωτογραφίες X 20 βίντεο), που κατά κύριο λόγο θα αποτυπώνουν τις χαρακτηριστικότερες εκφάνσεις της κάθε εμπειρίας που θα παρουσιάζεται (signature photos). Στις φωτογραφίες επίσης θα απεικονίζονται οι πολιτιστικοί – τουριστικοί πόροι της περιοχής, αλλά και κοινό όλων των ομάδων- στόχων, νέοι, άτομα τρίτης ηλικίας, οικογένειες με παιδιά, ζευγάρια κλπ.

Το σύνολο των βίντεο θα καλύπτει όλες τις γεωγραφικές περιφέρειες της χώρας σύμφωνα με τα αντίστοιχα κεφάλαια του παραρτήματος της παρούσας (Παράρτημα Α. Μελέτη και απόφαση στρατηγικής).

Οι γεωγραφικές περιφέρειες που θα καλύπτονται είναι: Αττική, Στερεά Ελλάδα – Εύβοια, Μακεδονία, Πελοπόννησος, Θεσσαλία, Κρήτη, Νησιά Αιγαίου Πελάγους, Θράκη, Ήπειρος και Νησιά Ιονίου Πελάγους.

Οι εμπειρίες που θα αναδειχθούν μέσω των 20 videos θα κινούνται στο πλαίσιο της προβολής των ανωτέρω θεματικών αξόνων και μπορούν ενδεικτικά να αφορούν βιωματικές καταστάσεις ταξιδιωτών σχετικές με:

- διασκέδαση
- απόδραση
- ανακάλυψη
- χαλάρωση και ευεξία
- ρομαντισμό
- ιδιωτικότητα
- ελευθερία
- έμπνευση

- εξερεύνηση
- πολιτιστική διαπαιδαγώγηση – απόλαυση
- εκπλήρωση ονείρων,
- θρησκευτική κατάνυξη
- περιπέτεια και ακραία αθλήματα
- εξερεύνηση σε μία κρυμμένη, «παρθένα» Ελλάδα
- φυσικά θαύματα
- βουνά, λίμνες, ποτάμια
- παραδοσιακά και Μεσαιωνικά χωριά
- τοπία για οικοτουρισμό
- διασκέδαση στην πόλη και ψώνια
- ελληνική γαστρονομία-γευσιγνωσία
- θαλάσσια σπορ και γιώτινγκ
- πολυτέλεια σε σύγχρονες εγκαταστάσεις

Η κάθε «εμπειρία-πρεσβευτής» θα πρέπει να διέπεται από τα χαρακτηριστικά της ποικιλομορφίας και των αντιθέσεων προκειμένου να εκφράζει την επιθυμητή εικόνα για τη χώρα.

Σε αυτή τη κατεύθυνση, στο πλαίσιο του έργου, οφείλουν να παραδοθούν τα εξής: concept, σκηνοθετική προσέγγιση και story board για όλα τα παραδοτέα.

Η καλλιτεχνική και τεχνική επιμέλεια της όλης παραγωγής (σκηνοθεσία, επιλογή των χώρων στους οποίους θα πραγματοποιούνται τα γυρίσματα της παραγωγής κλπ.) αποτελεί ευθύνη και επιλογή του Αναδόχου, που λαμβάνει υπόψη του τις κατευθυντήριες γραμμές όπως αυτές έχουν δοθεί από την Αναθέτουσα Αρχή. Σε κάθε περίπτωση οι επιλογές αυτές αναδεικνύουν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τα φυσικά χαρακτηριστικά της χώρας και το κύρος αυτής. Η Αναθέτουσα Αρχή δικαιούται να υποδείξει στον Ανάδοχο βελτιώσεις ή τροποποιήσεις ως προς την καλλιτεχνική και τεχνική επιμέλεια της παραγωγής, τις οποίες ο Ανάδοχος υποχρεούται να ενσωματώσει, προκειμένου να προκύψει το τελικό παραδοτέο.

Ο Ανάδοχος υποχρεούται σε στενή συνεργασία με την Αναθέτουσα Αρχή κατά την υλοποίηση των βίντεο, ώστε να λαμβάνει περαιτέρω κατευθύνσεις, οδηγίες και διευκρινίσεις.

Δραστηριότητα 2.2

Στο πλαίσιο αυτής της δράσης, θα γίνει παραγωγή 2.000 φωτογραφιών / 100 φωτογραφίες ανά video (συλλογή ΦΩ2) που θα παραχθούν από έμπειρο φωτογράφο στο πλαίσιο των γυρισμάτων των 20 videos.

Οι φωτογραφίες κατά κύριο λόγο θα αποτυπώνουν τις χαρακτηριστικότερες εκφάνσεις της κάθε εμπειρίας που θα παρουσιάζεται (signature photos). Στις φωτογραφίες επίσης θα απεικονίζονται οι πολιτιστικοί – τουριστικοί πόροι της περιοχής (π.χ. ως φόντο η «ταυτότητα» κάθε περιοχής π.χ. η Πορτάρα της Νάξου, ενώ σε πρώτο πλάνο θα τοποθετούνται π.χ. γιωτ ή windsurfing που εκφράζουν ξεκάθαρα μια εμπειρία και όχι «ανώνυμα» θέματα), αλλά και κοινό όλων των ομάδων- στόχων, νέοι, άτομα τρίτης ηλικίας, οικογένειες με παιδιά, ζευγάρια κλπ.

Παράλληλα με την παραγωγή του υλικού θα πραγματοποιείται τεκμηρίωση και εισαγωγή του στις βάσεις δεδομένων της Πύλης (μήνες Μ7-Μ15). Οι φωτογραφίες πρέπει να είναι υψηλής ανάλυσης (λήψη με κάμερα πχ. 12 Mp) scale resolution 300 dpi, scale dimension 1:10, μεγάλη πλευρά φωτογραφίας (εκτός πανοραμικών μέχρι 5.000 pixels, μεγάλη πλευρά πανοραμικών φωτογραφιών, μεγαλύτερη από 5.000 pixels και θα

**Διακήρυξη Διαγωνισμού για το Υποέργο 3
«Απόκτηση πολυμεσικού περιεχομένου (βίντεο, κείμενα, μεταφράσεις)»**

Μέρος Α: Αντικείμενο και Προδιαγραφές του Έργου (Υ3)

αποθηκεύονται τόσο σε πλήρη ανάλυση (όπως ανωτέρω και σε αρχείο RAW) όσο και σε χαμηλή ανάλυση (72 dpi), για λεπτομερή προβολή και προβολή μικρογραφίας αντίστοιχα.
Θα συνοδεύονται οπωσδήποτε από λεζάντα της περιοχής και όνομα φωτογράφου.

Παραδοτέα:

Π2.1α: Για κάθε ένα από τα 19 ψηφιακά βίντεο διάρκειας 3 λεπτών, θα κατατεθεί προ της υλοποίησης πλήρες concept, σκηνοθετική προσέγγιση και story board, τα οποία θα ελεγχθούν από την Αναθέτουσα Αρχή.

Π2.1β: Παράδοση 19 ψηφιακών βίντεο διάρκειας 3 λεπτών σε μορφή 16:9 - HD CAM PAL, σε μορφή, HD CAM PAL, BETA DIGITAL PAL, βίντεο 16:9 - HD CAM SR NTSC (αμερικάνικο σύστημα), και β) 4:3 BETA SP PAL, για την υλοποίηση των αντίστοιχων σχεδιασμένων τουριστικών εμπειριών και τεχνικά κατάλληλων για ανάρτηση στην πύλη (M10)

Π2.1γ: Για κάθε ένα από τα 19 παραπάνω βίντεο παράδοση ενός (1) spot διάρκειας 1 λεπτού (short version) και ενός (1) spot 30 δευτερολέπτων (TV spot), τα οποία θα αποτελούν αυτοτελή υποτμήματα του κεντρικού θέματος των 3 λεπτών (M10)

Π2.1δ: Ένα (1) βίντεο διάρκειας 60 λεπτών με πλάνα (beauty shots) απ' όλο το ανωτέρω υλικό (M10) και μία short version αυτού, διάρκειας 20 λεπτών.

Το ως άνω υλικό θα παραδοθεί στην τελική του μορφή ως εξής:

- Από δύο (2) tapes HD Cam 1920x1080 16:9, για κάθε θέμα, να έχουν ενσωματωθεί κείμενο, μήνυμα, γράμματα, τίτλοι (supers) και με εγγραφή ήχων:

CH-1 Αφήγηση (εκτός Π2.1δ), υποχρεωτικά από ιθαγενή ομιλητή για κάθε γλώσσα,

CH-2 Μουσική

CH-3 Φυσικοί Ήχοι

CH-4 Full mix

- Από δύο (2) tapes BETA SP 16:9, για κάθε θέμα, να έχουν ενσωματωθεί κείμενο, μήνυμα, γράμματα, τίτλοι (supers) και με εγγραφή ήχων:

CH-1 Μουσική και φυσικοί ήχοι

CH-2 Αφήγηση (εκτός Π2.1δ), υποχρεωτικά από ιθαγενή ομιλητή για κάθε γλώσσα (και τα δυο κανάλια να δίνουν Full mix)

- Για κάθε θέμα, 1 tape HD Cam 1920x1080 16:9, και 1 tape BETA SP 16:9 με τα κανάλια ήχου CH-2 English Version : audio split και CH-1 International Version : audio split.

- 1 tape HD Cam 1920x1080 16:9 για κάθε θέμα χωρίς τίτλους, κείμενο, μήνυμα και γράμματα, MONO εικόνα για χρήση της χωρίς supers και ο ήχος ως εξής:

CH-1 Αφήγηση (εκτός Π2.1δ), υποχρεωτικά από ιθαγενή ομιλητή για κάθε γλώσσα

CH-2 Μουσική

CH-3 Φυσικοί Ήχοι

CH-4 Full mix

- 1 tape BETA SP 16:9 για κάθε θέμα χωρίς τίτλους, κείμενο, μήνυμα και γράμματα, MONO εικόνα για

χρήση της χωρίς supers και ο ήχος ως εξής:

CH-1 Μουσική και φυσικοί ήχοι

CH-2 Αφήγηση (εκτός Π2.1δ), υποχρεωτικά από ιθαγενή ομιλήτη για κάθε γλώσσα (και τα δυο κανάλια να δίνουν Full mix)

Διευκρινίζεται ότι ο ΕΟΤ διατηρεί το δικαίωμα να ζητήσει εγγράφως από τον παραγωγό αλλαγή, αντικατάσταση πλάνων, διόρθωση ή αλλαγή της δομής και του κειμένου, με σκοπό να εξυπηρετεί καλύτερα τις διαφημιστικές ανάγκες της χώρας, ο δε «ανάδοχος» υποχρεούται να συμμορφώνεται στις υποδείξεις αυτές του ΕΟΤ.

Σχετικά με τα πνευματικά δικαιώματα και συγγενικά δικαιώματα, όλο το υλικό όπως αναφέρεται παραπάνω, ο ΕΟΤ έχει το δικαίωμα να το χρησιμοποιήσει για απεριόριστη χρονική διάρκεια, ως εξής:

- για αναπαραγωγή-εγγραφή από α) 16:9.HD CAM, σε BETA DIGITAL και β) 4:3 σε BETA SP MASTER PAL
- για ανάρτηση στο portal του ΕΟΤ
- για ανάρτηση στα κοινωνικά μέσα δικτύωσης
- για προβολή σε ψηφιακές πλατφόρμες επικοινωνίας, καθώς και τηλεοπτικά κανάλια Ελλάδας και εξωτερικού
- για αναπαραγωγή-εγγραφή dvd, cd, CD-ROM, flash-disk και τυχόν άλλο μέσο, για χρήση σε Ξενοδοχεία, Σχολεία, Πανεπιστήμια, πλοία, Αεροπλάνα, Δημόσιες Υπηρεσίες, Πρεσβείες, Τουριστικές Εκθέσεις, Δημόσιους Χώρους κ.ά.

Ο Ανάδοχος οφείλει να παραδώσει στον ΕΟΤ το σύνολο των λήψεων που έχει τραβήξει με κάμερα 16:9 - HD CAM σε εξωτερικό σκληρό δίσκο ο δε ΕΟΤ θα μπορεί να χρησιμοποιεί για απεριόριστη χρονική διάρκεια και κατά την κρίση του πλάνα από αυτές για την προβολή της Ελλάδας. Από το υλικό αυτών των λήψεων θα γίνουν οι μεταγραφές σε 16:9 - HD CAM, BETA DIGITAL και 4:3 BETA SP.

Το υλικό αυτό θα ανήκει απόλυτα στον ΕΟΤ, θα είναι ανοιχτό στο κοινό και η διάθεση του θα γίνεται κάτω από την άδεια χρήσης Creative Commons by/nc/sa (αναφορά του δημιουργού κατά την αρχική χρήση, υποχρέωση αναφοράς του δημιουργού σε κάθε νέα χρήση του υλικού, μη εμπορική χρήση).

Ο Ανάδοχος είναι αποκλειστικά υπόχρεος για κάθε οικονομική απαίτηση των πνευματικών δημιουργών και εν γένει των συντελεστών παραγωγής του έργου εφόσον οι απαιτήσεις αυτές αφορούν δικαιώματά τους γενομένων εκ της παραγωγής όσο και της προβολής του έργου μέσω τηλεοράσεως και γενικότερα εκ των συμφωνουμένων με την παρούσα χρήση της ταινίας από τον ΕΟΤ για αόριστο χρονικό διάστημα και σε οποιαδήποτε χώρα (Ελλάδα ή εξωτερικό).

Ο Ανάδοχος δηλώνει προς τούτο ότι έχει ήδη καταβάλει στους δικαιούχους τα ως άνω πνευματικά και συγγενικά δικαιώματά τους και ότι σε τυχόν περίπτωση που ο ΕΟΤ ήθελε εναχθεί για την αίτηση αυτή για οιονδήποτε, θα υποχρεούται να παρέμβει κυρίως στη σχετική δίκη ως και να καταβάλει αυτός αποκλειστικά οποιοδήποτε ποσό ήθελε επιδικασθεί τελεσιδίκως στον ενάγοντα μετά των τόκων υπερημερίας ως δικαστικών εξόδων, είτε απ' ευθείας προς αυτόν είτε στον ΕΟΤ σε περίπτωση που ο Οργανισμός θα υποχρεούτο δικαστικώς να προβεί αυτός στην ως άνω καταβολή προς τον ενάγοντα.

- **Π2.2:** Παράδοση 2.000 φωτογραφιών (συλλογή ΦΩ2) πλήρως τεκμηριωμένων με πλήρη μεταβίβαση όλων των πνευματικών δικαιωμάτων στον ΕΟΤ για απεριόριστη χρήση και διάρκεια (Μ10).

Οι φωτογραφίες θα πρέπει να ανταποκρίνονται στα εξής τεχνικά – αισθητικά χαρακτηριστικά: να είναι τεχνικά άρτιες (καθαρές, ευκρινείς εκτός αν δείχνουν στοιχεία κίνησης όπως δραστηριότητες, σωστά φωτισμένες χωρίς

«καμένες» περιοχές). Επιπλέον, θα πρέπει να είναι καλαίσθητες και να προβάλλουν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του τόπου και να μην περιλαμβάνουν σκουπίδια, καλώδια, κολώνες και λοιπές εγκαταστάσεις που δεν είναι διαφημιστικά και δημιουργούν άσχημη εντύπωση για την προβολή της χώρας. Επισημαίνουμε ότι σε φωτογραφίες ειδικών χώρων ή καταστημάτων δεν θα πρέπει να εμφανίζονται χαρακτηριστικά ταυτοποίησης (π.χ. μάρκες, λογότυπα εταιριών) καθώς ο Οργανισμός δεν έχει το δικαίωμα διαφήμισης συγκεκριμένων ιδιωτικών επιχειρήσεων.

Η φωτογράφιση κυρίως των πολυφωτογραφημένων θεμάτων θα πρέπει να είναι όσο το δυνατόν πιο ενδιαφέρουσα και πρωτότυπη.

Στο σύνολο των φωτογραφιών θα πρέπει να περιλαμβάνονται τόσο οριζόντιες όσο και κάθετες λήψεις.

Ειδικότερα για τις προδιαγραφές της φωτογράφισης (τεχνικές και εργαλεία λήψης, επεξεργασία και διατιθέμενη ανάλυση) πρέπει να ληφθούν υπόψη οι απαιτήσεις και οι «φωτογραφικές» τεχνικές που επιβάλλονται από το είδος των θεμάτων (πχ εκθέματα μουσείων, παραλίες, μνημεία, εκδηλώσεις κλπ). Πιο συγκεκριμένα:

- Φωτογραφίες εξωτερικού χώρου: Για φωτογραφίες τύπου πανοράματος, ένας ευρυγώνιος φακός βοηθά, διότι μειώνει τον αριθμό των απαραίτητων λήψεων για την κάλυψη μιας σκηνής. Χρειαζόμαστε μεγάλο βάθος πεδίου και ενιαία φωτομέτρηση (για να αποφευχθούν σκιές).
- Φωτογραφίες κτηρίων: Στα κτήρια, ο ευρυγώνιος φακός (παρότι αρκετά αποτελεσματικός) δεν είναι τόσο κατάλληλος επειδή κάνει τις κάθετες γραμμές να συγκλίνουν. Αντ' αυτού προτιμάται φακός ελέγχου προοπτικής. Το πλήθος των φωτογραφιών εξαρτάται από το μέγεθος του κτηρίου. Όπως και στις φωτογραφίες εξωτερικών χώρων, όπου χρειάζεται περισσότερη λεπτομέρεια (π.χ. κάποια μετόπη), λαμβάνονται περισσότερες φωτογραφίες με τη χρήση τηλεφακού.
- Φωτογραφίες εκθεμάτων: Για τη φωτογράφιση από πάρα πολύ κοντινές αποστάσεις σε εξαιρετικές περιπτώσεις απαιτούνται φακοί macro.
- Όλες οι φωτογραφίες (2.000) θα συνοδεύονται από γεωγραφικό προσδιορισμό (χώρα-περιφέρεια κτλ.), γεωγραφικό είδος (πόλη, βουνό, θάλασσα, νησί, εξοχή, all), καθώς και γεωγραφικές συντεταγμένες ώστε αυτά να αποτυπωθούν στο χάρτη ως POI. Επίσης θα συνοδεύονται και από τα μεταδεδομένα, όπως αυτά ορίζονται στην παράγραφο: A3.3.1.2.

Όσον αφορά τα **πνευματικά/συγγενικά δικαιώματα** των φωτογραφιών (2.000 φωτογραφίες) θα πρέπει να μεταβιβασθούν εξολοκλήρου στον ΕΟΤ για απεριόριστη διάρκεια και οποιαδήποτε χρήση σε έντυπα, διαδίκτυο και διαφημιστική καμπάνια, καθώς και σε τρίτους, όπου ο ΕΟΤ κρίνει κάθε φορά απαραίτητο για την τουριστική προβολή της χώρας. Αν στη φωτογραφία εμφανίζεται μικρός αριθμός ανθρώπων των οποίων φαίνονται τα χαρακτηριστικά θα πρέπει να υπάρχει έγγραφη άδεια τους για την ελεύθερη χρήση τους.

Το υλικό αυτό θα είναι ανοιχτό στο κοινό και η διάθεση του θα γίνεται κάτω από την άδεια χρήσης Creative Commons by/nc/sa (αναφορά του δημιουργού κατά την αρχική χρήση, υποχρέωση αναφοράς του δημιουργού σε κάθε νέα χρήση του υλικού, μη εμπορική χρήση).

ΦΑΣΗ 3

Διακήρυξη Διαγωνισμού για το Υποέργο 3
«Απόκτηση πολυμεσικού περιεχομένου (βίντεο, κείμενα, μεταφράσεις)»

Μέρος Α: Αντικείμενο και Προδιαγραφές του Έργου (Υ3)

Μήνας Έναρξης	M5	Μήνας Λήξης	M8
Τίτλος Φάσης	Μεταφράσεις επιμελημένου ελληνικού κειμενικού υλικού πολιτιστικού και τουριστικού περιεχομένου στην αγγλική, γερμανική, ρωσική και ισπανική γλώσσα.		

Στόχος Φάσης:

- Εμπλουτισμός της Πύλης με κειμενικό περιεχόμενο στην αγγλική γλώσσα σε έκταση αντίστοιχη των επιμελημένων ελληνικών κειμένων (κατά προσέγγιση 500.000 λέξεις) με πλήρη μεταβίβαση όλων των πνευματικών δικαιωμάτων στον ΕΟΤ για απεριόριστη χρήση και διάρκεια.
- Εμπλουτισμός της Πύλης με κειμενικό περιεχόμενο σε επιλεγμένες γλώσσες (γερμανική, ρωσική, ισπανική) σε έκταση κατά το ήμισυ των επιμελημένων ελληνικών κειμένων (κατά προσέγγιση 250.000 λέξεις) με πλήρη μεταβίβαση όλων των πνευματικών δικαιωμάτων στον ΕΟΤ για απεριόριστη χρήση και διάρκεια.

Δραστηριότητες

Δ3.1. Η προμήθεια των μεταφρασμένων στην αγγλική, επιμελημένων ελληνικών κειμένων πολιτιστικού, τουριστικού και γενικότερου ενημερωτικού περιεχομένου για τη χώρα μας. Προδιαγράφονται τα είδη των κειμένων, ο αριθμός λέξεων του κάθε κειμένου (άρθρου) και ορίζονται τα σχετικά λήμματα (θέματα) στο Παράρτημα Β΄.

Στη συνέχεια, τα κείμενα θα λάβουν την τελική επιμέλεια στα πλαίσια του Υ1: δράση «Επιλογή και επιμέλεια κειμένων». Κατόπιν θα δοθούν στον Ανάδοχο του Υ2 για εισαγωγή του περιεχομένου στην Πύλη (Π4.4).

Τέλος, κατά το σχεδιασμό της προκήρυξης, θα ληφθεί υπόψη η σχετική νομοθεσία για τις άδειες χρήσης που διέπει τα ανοιχτά δεδομένα και το διαμοιρασμό τους στο διαδίκτυο. (**Πρβλ. Υ2: ενότητα Α3.9** «Ανοιχτά δεδομένα».)

Δ3.2 Η προμήθεια των μεταφρασμένων στην γερμανική, ρωσική και ισπανική γλώσσα των, επιμελημένων ελληνικών κειμένων πολιτιστικού, τουριστικού και γενικότερου ενημερωτικού περιεχομένου για τη χώρα μας. Προδιαγράφονται τα είδη των κειμένων, ο αριθμός λέξεων του κάθε κειμένου (άρθρου) και ορίζονται τα σχετικά λήμματα (θέματα) στο Παράρτημα Β΄.

Στη συνέχεια, τα κείμενα θα λάβουν την τελική επιμέλεια στα πλαίσια του Υ1: δράση «Επιλογή και επιμέλεια κειμένων». Κατόπιν θα δοθούν στον Ανάδοχο του Υ2 για εισαγωγή του περιεχομένου στην Πύλη (Π4.4).

Τέλος, κατά το σχεδιασμό της προκήρυξης, θα ληφθεί υπόψη η σχετική νομοθεσία για τις άδειες χρήσεις που διέπει τα ανοιχτά δεδομένα και το διαμοιρασμό τους στο διαδίκτυο. (**Πρβλ. Υ2: ενότητα Α3.9** «Ανοιχτά

δεδομένα».)

Παρατίθενται κάποιες γενικές οδηγίες:

- (1) Η δέσμευση του ΕΟΤ προς τον Ανάδοχο να χρησιμοποιήσει ιθαγενείς ομιλητές των ανωτέρω ξένων γλωσσών θα παρείχε το αρτιότερο αποτέλεσμα.
- (2) Οι βασικοί κανόνες σύνταξης ενός τουριστικού κειμένου (όπως παραπάνω) θα ισχύουν και για τις ανωτέρω γλώσσες.
- (3) Ιδιαίτερη όμως προσοχή πρέπει να δοθεί στις ιδιαιτερότητες των ανωτέρω γλωσσών τόσο σε ό,τι αφορά τη σύνταξη όσο και στη χρήση των σημείων στίξης.
- (4) Επίσης, πρέπει να ληφθούν υπόψη οι πολιτισμικές ιδιαιτερότητες που εκφράζονται μέσω της γλώσσας (π.χ. σεξισμός, ρατσισμός κτλ.) με την επιλογή συγκεκριμένων λεξικών τεμαχίων .
- (5) Τέλος, πρέπει να ληφθεί μέριμνα για τη γραφή των τοπωνυμίων (επιλογή της γραφής σύμφωνα με το πρότυπο ΕΛΟΤ 743:1982) και τη χρήση των λεγόμενων «πολιτισμικών ενδεικτών» μέσω των οποίων προβάλλονται τα ιδιαίτερα πολιτισμικά μας γνωρίσματα. Ως τέτοιοι ορίζονται π.χ. οι ονομασίες προϊόντων που αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της παράδοσής μας –προέρχονται κυρίως από το χώρο της γαστρονομίας. Για παράδειγμα, επιλέγουμε να μεταγράψουμε τις λέξεις “mageiritsa”, “kokorétsi” κτλ. και να επεξηγήσουμε τι αυτές σημαίνουν (a delicious lemon meat soup made with lamb offal and flavoured with fresh lettuce and dill/a dish made with lamb’s entrails wrapped around a spit with its bowel) αντί να κάνουμε το αντίστροφο (να βάλουμε, δηλαδή, σε παρένθεση την ονομασία του φαγητού). Ο τονισμός επίσης βοηθά σε αυτή την περίπτωση τον ξενόγλωσσο αναγνώστη να αντιληφθεί και να προφέρει καλύτερα τον ελληνικό όρο. Στην περίπτωση που κάποια λέξη κατά τη μεταγραφή της δημιουργεί μία λέξη στη γλώσσα-στόχο που σημαίνει κάτι τελείως διαφορετικό ή κάτι αστείο ή προσβλητικό, θα παρακάμπτεται η χρήση του προτύπου ΕΛΟΤ για ευνόητους λόγους.

Παραδοτέα:

Π3.1: Μεταφράσεις επιμελημένου ελληνικού κειμενικού υλικού 500.000 λέξεων πολιτιστικού και τουριστικού περιεχομένου στην αγγλική γλώσσα.

Π3.2: Μεταφράσεις επιμελημένου ελληνικού κειμενικού υλικού 250.000 λέξεων κατά προσέγγιση πολιτιστικού και τουριστικού περιεχομένου στην γερμανική, ρωσική και ισπανική γλώσσα.

**Διακήρυξη Διαγωνισμού για το Υποέργο 3
«Απόκτηση πολυμεσικού περιεχομένου (βίντεο, κείμενα, μεταφράσεις)»**

Μέρος Α: Αντικείμενο και Προδιαγραφές του Έργου (Υ3)

A3.7 Πίνακας Παραδοτέων Υ3

Παραδοτέο	Τίτλος Παραδοτέου	Τύπος Παραδοτέου ²	Μήνας Παράδοσης ³
Π1	Απόκτηση κειμενικού υλικού πολιτιστικού και τουριστικού περιεχομένου 500.000 λέξεων στην ελληνική γλώσσα με πλήρη μεταβίβαση των πνευματικών δικαιωμάτων στον ΕΟΤ για απεριόριστη χρήση και διάρκεια.	ΑΛ	M2
Π2.1α, Π2.1β, Π2.1γ, Π2.1δ, Π2.2	Παραγωγή και προμήθεια βίντεο για την υλοποίηση σχεδιασμένων τουριστικών εμπειριών και διάθεση από τις λήψεις 100 φωτογραφιών ανά βίντεο (σύνολο: 2000 φωτογραφίες) με πλήρη μεταβίβαση των πνευματικών δικαιωμάτων στον ΕΟΤ για απεριόριστη χρήση και διάρκεια.	Υ	M1, M4, M7, M10
Π3.1, Π3.2	Μεταφράσεις επιμελημένου ελληνικού κειμενικού υλικού πολιτιστικού και τουριστικού περιεχομένου 500.000 λέξεων στην αγγλική γλώσσα με πλήρη μεταβίβαση των πνευματικών δικαιωμάτων στον ΕΟΤ για απεριόριστη χρήση και διάρκεια. Μεταφράσεις επιμελημένου ελληνικού κειμενικού υλικού πολιτιστικού και τουριστικού περιεχομένου 250.000 λέξεων (ανά γλώσσα) στην γερμανική, ρωσική και ισπανική γλώσσα με πλήρη μεταβίβαση των πνευματικών δικαιωμάτων στον ΕΟΤ για απεριόριστη χρήση και διάρκεια.	Υ	M8

² Τύπος Παραδοτέου: Μ (Μελέτη), ΑΝ (Αναφορά), Λ (Λογισμικό), ΥΛ (Υλικό/Εξοπλισμός), Υ (Υπηρεσία), Σ (Σύστημα), ΑΛ (Άλλο)

³ Μήνας Παράδοσης Παραδοτέου (π.χ. Μ1, Μ2,...ΜΝ) όπου Μ1 είναι ο πρώτος μήνας (δηλαδή ο μήνας έναρξης) του Έργου.

A3.8 Πίνακας Οροσήμων Υ3

A/A	Τίτλος Οροσήμου	Μήνας Επίτευξης	Μέθοδος μέτρησης της επίτευξης
1.	Παράδοση του κειμενικού υλικού πολιτιστικού και τουριστικού περιεχομένου 500.000 λέξεων στην ελληνική γλώσσα .	M2	Έλεγχος του κειμενικού υλικού από την ορισμένη για την επιμέλεια αυτού, Ομάδα του Υ1
2.	Παράδοση των 20 βίντεο των σχεδιασμένων τουριστικών εμπειριών και παράδοση από τις λήψεις 100 φωτογραφιών ανά βίντεο (σύνολο: 2000 φωτογραφίες)	M10	Έλεγχος καταλληλότητας του υλικού από την αντίστοιχη ορισμένη ομάδα εργασίας του Υ1 για τον σκοπό αυτό.
3.	Παράδοση των μεταφράσεων του επιμελημένου ελληνικού κειμενικού υλικού πολιτιστικού και τουριστικού περιεχομένου 500.000 λέξεων στην αγγλική γλώσσα . Παράδοση των μεταφράσεων του επιμελημένου ελληνικού κειμενικού υλικού πολιτιστικού και τουριστικού περιεχομένου 250.000 λέξεων (ανά γλώσσα) στην γερμανική, ρωσική και ισπανική γλώσσα .	M8	Έλεγχος και αξιολόγηση του υλικού από την ορισμένη ομάδα εργασίας του Υ1 για τον σκοπό αυτό.

A4. Μεθοδολογία Διοίκησης και Υλοποίησης Έργου

A4.1 Μέθοδοι και Τεχνικές Υλοποίησης και Υποστήριξης

Ο Ανάδοχος(οι) θα πρέπει να παρουσιάσει τη μεθοδολογία που θα ακολουθήσει για την επιτυχή ολοκλήρωση των φάσεων του έργου και πιο συγκεκριμένα:

- Όσον αφορά το ελληνικό κειμενικό υλικό 500.000 λέξεων, ο ανάδοχος οφείλει να παρουσιάσει προτεινόμενο χρονοδιάγραμμα υλοποίησης και παράδοσης του έργου, με προτεινόμενες θεματικές και γεωγραφικές προτεραιότητες που θα προκύπτουν από τον κατάλογο λημμάτων που προσαρτάται στην παρούσα στο παράρτημα Β', λαμβάνοντας υπόψη την ανάγκη τμηματικής παράδοσης του υλικού προκειμένου να ελεγχθεί η καταλληλότητά του ως προς τις τεχνικές προδιαγραφές από την Αναθέτουσα Αρχή. Παράλληλα ο ανάδοχος θα πρέπει να παρουσιάσει τις πηγές από τις οποίες θα αντλήσει τεκμηριωμένο επιστημονικά περιεχόμενο.

- Όσον αφορά τα 20 βίντεο και τις 2.000 φωτογραφίες που θα προκύψουν από αυτά, ο ανάδοχος οφείλει να παρουσιάσει προτεινόμενο χρονοδιάγραμμα υλοποίησης και παράδοσης του έργου, λαμβάνοντας υπόψη το γεγονός ότι το υλικό θα πρέπει να καλύπτει όλη τη γεωγραφική επικράτεια και να εκτυλίσσετε σε διαφορετικές εποχές του χρόνου ανάλογα με την εμπειρία και το θεματικό άξονα που θα παρουσιάζεται.

A4.2 Σχήμα Διοίκησης, σχεδιασμού και υλοποίησης του Έργου

Θα πρέπει να περιγραφεί από τον Ανάδοχο το σχήμα Διοίκησης του έργου, η σύνθεση της ομάδας έργου, οι βασικοί ρόλοι των μελών της, διακριτοί πίνακες με τα μέλη που θα ασχοληθούν με τη διοίκηση και εκείνα που θα ασχοληθούν με την υλοποίηση.

Θα πρέπει να οριστεί ο υπεύθυνος του έργου και ο αναπληρωτής υπεύθυνος, μαζί με αναλυτικό βιογραφικό του που να αποδεικνύει την εμπειρία του και την καταλληλότητα του για την διοίκηση του έργου. Λόγω της ιδιαίτερης καλλιτεχνικής αισθητικής των παραδοτέων καθώς και της τυχόν ανάγκης για επιστημονική τεκμηρίωση είναι αναγκαίος ο ορισμός, κατά περίπτωση, καλλιτεχνικού ή και επιστημονικού υπεύθυνου του έργου. Και πάλι το βιογραφικό τους πρέπει να αποδεικνύει την επαρκή γνώση των αντίστοιχων τομέων του έργου.

A4.3 Σχέδιο και Διαδικασίες Διασφάλισης Ποιότητας Έργου

Ο Ανάδοχος οφείλει να περιγράψει τις διαδικασίες για τη διασφάλιση της ποιότητας του έργου για τα εξής πεδία εφαρμογής:

- Προγραμματισμό, υλοποίηση, παρακολούθηση, έλεγχο και πιστοποίηση του φυσικού και οικονομικού αντικειμένου έργων
- Διοίκηση έργων

A4.4 Σχέδιο και Σύστημα Διαχείρισης Κινδύνων

Θα πρέπει να περιγραφεί από τον Ανάδοχο πώς η προτεινόμενη μεθοδολογία υλοποίησης είναι συνεπής με αποτελεσματική διαχείριση κινδύνων που αφορούν το έργο. Πιο συγκεκριμένα πώς αντιμετωπίζονται τα ζητήματα έγκαιρης παράδοσης των τμημάτων του έργου σύμφωνα με τα προβλεπόμενα χρονοδιαγράμματα.

A4.5 Σενάρια χρήσης και Ελέγχου - Διαδικασία παραλαβής Έργου

Κατά τη διάρκεια υλοποίησης του έργου ο Ανάδοχος θα υποβάλλει αναφορές προόδου (progress reports) σχετικά με τις εκτελούμενες δραστηριότητες των διαφόρων φάσεων του έργου ώστε να τηρείται το συμφωνημένο χρονοδιάγραμμα των φάσεων του έργου, καθώς και η εκτέλεση του έργου σύμφωνα με τις τεθείσες προδιαγραφές.

Επίσης θα συσταθούν ομάδες έργου της Αναθέτουσας Αρχής (ΑΑ) από αρμόδια στελέχη του Οργανισμού, που θα συνεργάζονται στενά με τον Ανάδοχο σε κάθε φάση υλοποίησης του έργου, παρέχοντας στον Ανάδοχο όλες τις απαραίτητες πληροφορίες αλλά και επιστρέφοντας σε αυτόν υπό μορφή ανάδρασης σχόλια.

Οι έλεγχοι κατά τις περιόδους – ορόσημα, καθώς και η τελική παραλαβή του έργου θα γίνει από ειδική επιτροπή παρακολούθησης και παραλαβής Έργου (ΕΠΠΕ) της ΑΑ και τα κριτήρια της θα είναι τόσο ποσοτικά όσο και ποιοτικά.

Σε κάθε περίπτωση και σε κάθε σημείο εξέλιξης του έργου, αν η ΕΠΠΕ διαπιστώσει μη συμμόρφωση με τους όρους της σύμβασης και τις τεθείσες προδιαγραφές, θα πρέπει να ενημερώσει εγγράφως τον Ανάδοχο, ο οποίος υποχρεούται να προβεί σε διορθωτικές ενέργειες και να τις γνωστοποιήσει στην ΑΑ, εντός 5 εργασίμων ημερών. Σε περίπτωση συνέχισης της μη συμμόρφωσης και μετά τις διορθωτικές ενέργειες, παράλειψη των διορθωτικών ενεργειών ή πρόθεση παραπλάνησης της Αναθέτουσας Αρχής, τότε η ΕΠΠΕ μπορεί να εισηγηθεί την έναρξη των διαδικασιών για την κήρυξη του Αναδόχου ως εκπτώτου.