



**ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ  
ΝΟΜΟΣ ΑΤΤΙΚΗΣ  
ΔΗΜΟΣ ΑΧΑΡΝΩΝ  
Διεύθυνσης Προγραμματισμού,  
Οργάνωσης & Πληροφορικής**

Πληρ: Χρ. Αναγνωστόπουλος  
τηλ.: 213 2072 484  
Email: canagnostopoulos@acharnes.gr  
Φιλαδελφείας 87 & Μπόσδα  
136 73 Αχαρνές



Πράξη  
ΑΤ04 ΑΝΤΩΝΗΣ ΤΡΙΤΣΗΣ

Υπηρεσία  
Υποέργο 3:

Φορέας:  
Προϋπολογισμός:  
Πηγή:

Αρ. Μελέτης:

«Γωνιές Ανακύκλωσης στο Δήμο  
Αχαρνών»

**Δράσεις ενημέρωσης – πληροφόρησης –  
ευαισθητοποίησης στο Δήμο Αχαρνών  
του έργου «Γωνιές Ανακύκλωσης στο  
Δήμο Αχαρνών**

ΔΗΜΟΣ ΑΧΑΡΝΩΝ

74.400,00€ με ΦΠΑ 24%

Πρόγραμμα Ανάπτυξης και Αλληλεγγύης  
για την Τοπική Αυτοδιοίκηση  
«ΑΝΤΩΝΗΣ ΤΡΙΤΣΗΣ»

7/2025

Ορθή επανάληψη της 186/2024

Επικαιροποίηση της υπ. αριθ. 43/2021  
μελέτης

**ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ**

- ΤΕΧΝΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ
- ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟΣ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ
- ΕΝΤΥΠΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ

**Φεβρουάριος 2025**



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ  
ΝΟΜΟΣ ΑΤΤΙΚΗΣ  
ΔΗΜΟΣ ΑΧΑΡΝΩΝ  
Διεύθυνση Προγραμματισμού,  
Οργάνωσης & Πληροφορικής



|                          |  |
|--------------------------|--|
| Πράξη                    | «Γωνιές Ανακύκλωσης στο Δήμο Αχαρνών»  |
| ΑΤ04 ΑΝΤΩΝΗΣ ΤΡΙΤΣΗΣ     |  |
| Υπηρεσία                 | <b>Δράσεις ενημέρωσης – πληροφόρησης – ευαισθητοποίησης στο Δήμο Αχαρνών του έργου «Γωνιές Ανακύκλωσης στο Δήμο Αχαρνών»</b> |
| Υποέργο 3:               | ΔΗΜΟΣ ΑΧΑΡΝΩΝ  |
| Φορέας:                  |  |
| Προϋπολογισμός χωρίς ΦΠΑ | 60.000,00€   |
| ΦΠΑ24%                   | 14.400,00€   |
| Προϋπολογισμός:          | 74.400,00€ με ΦΠΑ 24%  |
| Πηγή:                    | Πρόγραμμα Ανάπτυξης και Αλληλεγγύης για την Τοπική Αυτοδιοίκηση «ΑΝΤΩΝΗΣ ΤΡΙΤΣΗΣ»  |
| Αρ. Μελέτης:             | 7/2025<br>Ορθή επανάληψη της 186/2024<br>Επικαιροποίηση της υπ. αριθ. 43/2021 μελέτης  |
| CPV                      | 79413000-2 -Υπηρεσίες παροχής συμβουλών σε θέματα μάρκετινγκ   |

## 1. ΤΕΧΝΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ

### Περιγραφή Φυσικού Αντικειμένου

Η παρούσα μελέτη υπηρεσίας συντάσσεται στο πλαίσιο υλοποίησης του Υποέργου 3 του Έργου «Γωνιές Ανακύκλωσης στο Δήμο Αχαρνών», το οποίο έχει ενταχθεί και χρηματοδοτείται από το αναπτυξιακό Πρόγραμμα Αντώνης Τρίτσης, και ειδικότερα την Πρόσκληση ΑΤ04 με τίτλο «**Διαχείριση Απορριμμάτων, Στερεών Αποβλήτων, Γωνιών Ανακύκλωσης, Βιοαποβλήτων, Ανακύκλωση, Επαναχρησιμοποίηση, Εναλλακτική και Κυκλική Οικονομία**».

Ο Δήμος Αχαρνών, είναι ένας από τους μεγαλύτερους σε έκταση και πληθυσμό Δήμους της χώρας. Το Έργο με τίτλο «**Γωνιές ανακύκλωσης στο Δήμο Αχαρνών**» περιλαμβάνει τα κύρια Υποέργα 1, 2 και 3 με αντικείμενο την Διαχείριση Απορριμμάτων, Στερεών Αποβλήτων, Γωνιών Ανακύκλωσης, Βιοαποβλήτων, Ανακύκλωση, Επαναχρησιμοποίηση, Ανταλλακτική και Κυκλική Οικονομία.

Οι δράσεις ενημέρωσης – ευαισθητοποίησης – πληροφόρησης συνιστούν σημαντική συνιστώσα στην διάχυση της πληροφορίας της ως άνω δράσης του Δήμου, τόσο στους κατοίκους του όσο και στους επισκέπτες του. Ο συγκεκριμένος Στόχος δύναται να επιτευχθεί μέσω του Υποέργου Νο3: **Δράσεις ενημέρωσης- πληροφόρησης-ευαισθητοποίησης στο Δήμο Αχαρνών** όσον αφορά τη διαχείριση απορριμμάτων και την ανακύκλωση.

**Το αντικείμενο του υποέργου της Δημοσιότητας** είναι η υλοποίηση των οριζόντιων δραστηριοτήτων που περιγράφονται παρακάτω και θα υποστηρίξουν τα κύρια υποέργα 1 και 2 με τίτλο

- «**Δημιουργία Έξυπνων Γωνιών Ανακύκλωσης στον Δήμο Αχαρνών**
- «**Δημιουργία Γωνιών Ανακύκλωσης στο Δήμο Αχαρνών με Πολυκέντρα Ανακύκλωσης για Διαλογή στην Πηγή και παροχή οικονομικού εργαλείου προς τους Δημότες**» αντίστοιχα, της Πράξης «**Γωνιές ανακύκλωσης στο Δήμο Αχαρνών**».

Η βιώσιμη αστική ανάπτυξη, μέρος της οποίας είναι η Διαχείριση Απορριμμάτων, εξαρτάται σήμερα όχι μόνο από το πλήθος των «σκληρών υποδομών» μιας πόλης όπως δρόμοι, πάρκα, αξιοθέατα, συγκοινωνίες, υποδομές διαχείρισης απορριμμάτων, κ.α. («φυσικό κεφάλαιο»), αλλά όλο και

περισσότερο και από τη διαθεσιμότητα και την ποιότητα της επικοινωνίας, της γνώσης και των κοινωνικών υποδομών («πνευματικό και κοινωνικό κεφάλαιο»).

Οι ανωτέρω Δράσεις της Πράξης για να είναι αποτελεσματικές θα πρέπει να υιοθετηθούν από την κοινωνία και τους Δημότες οι οποίοι είναι απαραίτητο να ενημερωθούν και να ευαισθητοποιηθούν γι' αυτές έτσι ώστε να γίνουν οι ίδιοι κάτοχοι και πρεσβευτές τους (owners and ambassadors).

Αυτό θα γίνει εφικτό μέσω ενός **Ολοκληρωμένου Πολυκαναλικού προγράμματος Επικοινωνίας-Ενημέρωσης και Δημοσιότητας (Hollistic Omnichannel Media Plan)** που θα απευθυνθεί στους Δημότες και Επισκέπτες του Δήμου με σκοπό να ενημερώσει για τις ανωτέρω **Κύριες Δράσεις που αναλαμβάνει ο Δήμος στα πλαίσια της Διαχείρισης Απορριμμάτων που στοχεύουν στην Αναβάθμιση της Ποιότητας Ζωής Δημοτών και Επισκεπτών του Δήμου.**

**Ειδικότερα θα στοχεύσει σε Δημότες και Επισκέπτες όλων των ηλικιών.**

Αναλυτική παρουσίαση όλων των Ηλικιακών Κοινών-Στόχων σε Άνδρες και Γυναίκες και των Ιδιαίτερων χαρακτηριστικών τους σε σχέση με την συμμετοχή στην κοινωνική-οικονομική ζωή:

**A.** Το Δυναμικό κοινό-στόχο (target group) των 18-54 ετών, που αποτελεί τις κατ' εξοχήν ομάδες που εργάζονται, δημιουργούν, καταναλώνουν, κυκλοφορούν και που θα γίνουν οι κάτοχοι των ωφελημάτων και θετικών ευεργετημάτων των ανωτέρω δράσεων. Το κοινό αυτό θα αποτελέσει το πρωταρχικό κοινό-στόχο (primary target group) και αποτελείται τόσο από την δυναμικά εισερχόμενη γενεά των Generation Z (7-22 ετών) & Millennials (23-38 ετών) όσο και από την αμέσως μεγαλύτερη γενεά των Generation X (39-54 ετών) που εξακολουθεί να προσδιορίζει σε μεγάλο βαθμό το οικονομικό και κοινωνικό γίγνεσθαι.

**B.** Παράλληλα η επικοινωνία θα στοχεύσει και σε ένα δευτερεύον αλλά εξίσου σημαντικό γκρουπ (secondary target group) αυτό των 12-17 ετών δηλ. τους μαθητές των Γυμνασίων και Λυκείων δηλ. μεγάλο μέρος των Generation Z (7-22 ετών) που μέσω των περιγραφόμενων δράσεων θα ωφεληθούν από τις παρεμβάσεις για την Διαχείριση Απορριμμάτων και είναι η νέα γενεά που τα αμέσως επόμενα χρόνια θα εισέλθει στην παραγωγή και στην οικονομική δραστηριότητα και έχει μεγάλη εξοικείωση με την Οικολογία, την Τεχνολογία, τις Έξυπνες Λύσεις και το Περιβάλλον άρα και την εφαρμογή τους στην Διαχείριση Απορριμμάτων.

**Γ.** Τέλος η επικοινωνία θα απευθυνθεί οπωσδήποτε και στους μεγαλύτερους δηλ. τους 55-67 ετών που εργάζονται και εξακολουθούν να είναι δυναμικοί και παρόντες στο γίγνεσθαι και επιδιώκουν τα πλεονεκτήματα της Διαχείρισης Απορριμμάτων αλλά και τους Συνταξιούχους 67+ που το ευ ζην και η ποιότητα ζωής που θα παράσχει η Διαχείριση Απορριμμάτων παίζουν ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο στην καθημερινότητά τους, αλλά και των οικογενειών των παιδιών και εγγονών τους.

Το αντικείμενο του υποέργου της Δημοσιότητας είναι η υλοποίηση των παρακάτω οριζόντιων δραστηριοτήτων που θα υποστηρίξουν τα κύρια Υποέργα της Πράξης

**Δραστηριότητα 1:** «Στρατηγικός Σχεδιασμός Ιδέας και Concept Καμπάνιας και Παραγωγή Σποτς και Λοιπών Δημιουργικών για την Διαχείριση Απορριμμάτων του Δήμου Αχαρνών»

**Δραστηριότητα 2:** «Στρατηγική & Υλοποίηση Καμπάνιας Ενημέρωσης-Επικοινωνίας-Δημοσιότητας (Media Plan) Δήμου Αχαρνών»

**Δραστηριότητα 3:** «Στατιστική Επεξεργασία και Αποτελέσματα απήχησης Καμπάνιας Ενημέρωσης-Επικοινωνίας Δημοσιότητας Δήμου Αχαρνών».

Η μεθοδολογία εκπόνησης του συγκεκριμένου υποέργου Δημοσιότητας ανά δραστηριότητα αναλύεται παρακάτω:

**Δραστηριότητα 1. «Στρατηγικός Σχεδιασμός Ιδέας και Concept Καμπάνιας και Παραγωγή Σποτς και Λοιπών Δημιουργικών για την Διαχείριση Απορριμμάτων του Δήμου Αχαρνών»**

Οι κύριες Δράσεις της Πράξης, θα επικοινωνηθούν οριζόντια σε Στοχευμένη Καμπάνια Επικοινωνίας (Media Plan) που θα έχει ως στόχο την Ενημέρωση-Δημοσιότητα και Ευαισθητοποίηση τόσο των Δημοτών όλων των Ηλικιών όσο και των Επισκεπτών για τα οφέλη στην Ποιότητα Ζωής από την εφαρμογή των ανωτέρω παρεμβάσεων. Καταρτίζεται Δημιουργικό Concept, Στρατηγικό Πλάνο Επικοινωνίας με Επιλογή Κοινών, Ορισμό Στόχων Επικοινωνίας ανάλογα με τα κοινά και Επιλογή Μέσων Επικοινωνίας και Δημοσιότητας.

**Βήματα – Μεθοδολογία της δραστηριότητα αυτής είναι :**

- Δημιουργία Ιδέας και Δημιουργικού Concept για την Καμπάνια.
- Παραγωγή Δημιουργικών για τις Καταχωρήσεις και τα Σποτς.
- Επιλογή των Κοινών-Στόχων που θα απευθυνθεί η Διαφημιστική Καμπάνια και επικέντρωση σε αυτά που θα έχουν μέγιστο αντίκτυπο-επίδραση (maximum impact). Το Μάρκετινγκ συνήθως αναγνωρίζει και αναλύει σε βάθος όλους τους καταναλωτές της αγοράς – στόχου της οντότητας. Κάνουν κατάτμηση της Αγοράς με βάση κριτήρια και κατόπιν οι άνθρωποι του Μάρκετινγκ, μπορεί να διαλέξουν ένα μόνο τμήμα από την αγορά – στόχο, ή και πολλαπλά τμήματα, για να στοχεύσουν την Επικοινωνία – Διαφήμιση που θα εκτελέσουν. Τα στελέχη Μάρκετινγκ, ερευνούν αναλύοντας την αγορά στόχο της οντότητας, για να φτιάξουν μία βάση πληροφόρησης για τη διαφημιστική καμπάνια. Τις περισσότερες φορές πληροφορίες που χρειάζονται είναι η καλή γνώση της αγοράς – στόχου, ο καταμερισμός των ηλικιών των καταναλωτών της αγοράς – στόχου, το εισόδημα, το φύλο, το επίπεδο εκπαίδευσης, η εθνικότητα και οι αγοραστικές επιλογές τους. Όσο πιο πολλές πληροφορίες γνωρίζουν τόσο καλύτερο αποτέλεσμα θα έχει η διαφημιστική καμπάνια. Όταν μια αγορά – στόχος δεν έχει καθοριστεί με σαφήνεια και δεν έχει εξεταστεί σωστά, η διαφημιστική καμπάνια συνήθως δεν επιτυγχάνει.
- Κριτήρια Κατάτμησης της Αγοράς – Στόχου:
  - α. Δημογραφικά
  - β. Γεωγραφικά
  - γ. Ψυχογραφικά
  - δ. Συμπεριφορικά
  - ε. Ψηφιακά (Γενεαλογικά, Συμπεριφορά On-Line, Πολιτιστικά)
- Ανάλυση και Αξιολόγηση του κάθε τμήματος της Αγοράς-Στόχου
- Επιλογή Τμημάτων της Αγοράς-Στόχου προς Αξιοποίηση
- Στρατηγική Προσέγγισης Επικοινωνίας κάθε τμήματος που Επιλέχθηκε
- Τίθενται Ποσοτικοί και Ποιοτικοί Στόχοι Καμπάνιας
- Επιλέγονται τα άριστα από άποψη απόδοσης Διαφημιστικά Μέσα που θα χρησιμοποιηθούν, Αναλογικά και Ψηφιακά, που θα προσεγγίσουν καλύτερα και αποδοτικότερα τα επιλεγέντα Κοινά-Στόχους, εφαρμόζοντας την αρχή της Οικονομικής Αποδοτικότητας (Media Cost Optimization).
- Παραμετροποιούνται Χρονικά και Δημιουργικά τα Παραχθέντα Διαφημιστικά Μηνύματα, Σποτ, Texts, Posts, κλπ ανάλογα με τα μέσα που επιλέχθηκαν (Web, Social, Ραδιόφωνο, Εξωτερικές Διαφημίσεις, Έντυπες Διαφημίσεις, κλπ).
- Χρονολογείται ένα Σχέδιο Καμπάνιας (Media Plan), με Μήνες, Μέσα, Είδη Διαφήμισης, Ποσά και Διαφορετικά Διαφημιστικά Δημιουργικά και Μηνύματα (Creatives) και όλα αυτά

τοποθετούνται σε ένα Ενιαίο Πρότυπο Διαφημιστικού Προϋπολογισμού (Marketing Working Budget Prototype).

Συγκεκριμένα θα παραχθούν για την ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΚΑΜΠΑΝΙΑ ΤΟΥ ΔΗΜΟΥ:

- 1) Ανάρτηση διαφημιστικού Banner σε Διαδικτυακή Πύλη Ενημερωτική (ενδεικτικά: In.gr, Kathimerini.gr, Iefimerida.gr, Tanea.gr, sport-fm.gr, Athens Voice, LIFO, κλπ)
- 2) Ανάρτηση διαφημιστικού Banner σε Διαδικτυακή Πύλη τοπικού τύπου
- 3) Μία Ολοσέλιδη Διαφήμιση σε Εφημερίδα/ Περιοδικό (ενδεικτικά: Καθημερινή, ΠΡΩΤΟ ΘΕΜΑ, ΒΗΜΑ, ΝΕΑ, Athens Voice, Κ της Καθημερινής, κλπ)
- 4) Μία Ολοσέλιδη Διαφήμιση στον τοπικό τύπο.
- 5) Μία διαφήμιση για Στάσεις Λεωφορείων ή για πίσω όψη Λεωφορείων.
- 6) 2 Posts Facebook / Instagram
- 7) 4 video διάρκειας 20-30 δευτερολέπτων, 1 video 60 δευτερολέπτων
- 8) Ένα Δίπτυχο ή Τετράπτυχο Εντυπο
- 9) Ένα Poster
- 10) Τρεις Εκδηλώσεις (3) σε Σχολεία
- 11) Μία Ανοικτή Εκδήλωση προς τους Δημότες, τους Φορείς και ΜΜΕ.

#### Δραστηριότητα 2. «Στρατηγική και Υλοποίηση Καμπάνιας Ενημέρωσης-Επικοινωνίας-Δημοσιότητας (Media Plan) Δήμου Αχαρνών»

Η Καμπάνια υλοποιείται με την αγορά χώρου και χρόνου στα Μέσα (Πινακίδες, Διαφήμιση σε Ψηφιακά και Κοινωνικά Μέσα /Digital & Social Media), που θα απευθυνθούν προς τους Δημότες και Επισκέπτες του Δήμου για την Διάχυση και Ευαισθητοποίηση των Δράσεων του Έργου της Έξυπνης Πόλης ακολουθώντας το μοντέλο Επικοινωνίας AIDA προς τον Δυνητικό Δημότη ή και Επισκέπτη μας (Attention-Interest-Desire-Action) δηλ. Έλξη Προσοχής- Ανάπτυξη Ενδιαφέροντος – Ισχυρή Επιθυμία – Τέλος Δράση/Ενέργειες δηλαδή προτίμηση.

#### Βήματα – Μεθοδολογία της Δράσης αυτής είναι:

- Πλάνο Επικοινωνίας – Δημοσιότητας - Ευαισθητοποίησης
- Ημερολόγιο Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης
- Πρότυπα Δελτία Τύπου για Ανάρτηση στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης
- Λίστα ΜΜΕ
- Διαφημιστικοί Χώροι & Τρόποι
- Διαφημιστικό Πλάνο
- Σχεδιασμός και Αγορά Ψηφιακής Διαφήμισης
- Σχεδιασμός και Αγορά Αναλογικής Διαφήμισης
- Εναρκτήρια Εκδήλωση
- Πλάνο Λοιπών Εκδηλώσεων
- Σχεδιασμός και Παραγωγή Εντύπων
- Συνέργεια με άλλα Υφιστάμενα Προγράμματα Επικοινωνίας και Προώθησης του Δήμου

## ΛΙΣΤΑ ΜΕΣΩΝ ΠΡΟΣ ΕΠΙΛΟΓΗ ΓΙΑ ΑΓΟΡΑ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΟΥ ΧΡΟΝΟΥ ΚΑΙ ΧΩΡΟΥ ΨΗΦΙΑΚΑ & ΑΝΑΛΟΓΙΚΑ

|   |
|---|
| ΨΗΦΙΑΚΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ (DIGITAL-SOCIAL)         |
| SOCIAL  |
| Instagram/Facebook                                  |
| BANNERS - WEB SITES                                 |
| Κοινωνικά και Νεανικά sites                         |
| Ενημερωτικά-Ειδησιογραφικά sites                    |
| ΥΠΑΙΘΡΙΑ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ                                  |
| ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ - ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΕΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ                 |
| ΕΝΑΡΚΤΗΡΙΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ (PR EVENT)                   |
| ΣΧΟΛΙΚΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ - ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ & ΔΙΑΧΥΣΗΣ |
| ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ - ΕΚΤΕΛΕΣΗ ΒΑΣΙΚΩΝ ΕΝΤΥΠΩΝ               |
| ΔΙΑΦΟΡΑ ΦΥΛΛΑΔΙΑ – ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΑ                       |

Δραστηριότητα 3. «Στατιστική Επεξεργασία και Αποτελέσματα απήχησης Καμπάνιας Ενημέρωσης-Επικοινωνίας Δημοσιότητας Δήμου Αχαρνών».

Κατά την ολοκλήρωση και περάτωση της Καμπάνιας Επικοινωνίας και Ευαισθητοποίησης θα αντληθούν στοιχεία τόσο από τα Ψηφιακά Μέσα όσο και από τα Αναλογικά Μέσα και τα στοιχεία αυτά θα τύχουν Στατιστικής Επεξεργασία και θα εκδοθούν Αποτελέσματα που θα επιβεβαιώνουν την επιτυχία της Καμπάνιας Επικοινωνίας στο να περάσει το μήνυμα στα κοινά-στόχους δηλ. τους Δημότες και Επισκέπτες του Δήμου.

Βήματα – Μεθοδολογία της Δραστηριότητα αυτής είναι :

- Άντληση στοιχείων αποτελεσματικότητας-παρακολούθησης ψηφιακών μηνυμάτων από τα Ψηφιακά Μέσα και Κοινωνικά Μέσα (Digital & Social Media).
- Άντληση στοιχείων αναγνωσιμότητας (readership) από Αναλογικά Μέσα (Εφημερίδες, Περιοδικά).
- Στατιστική Επεξεργασία ανωτέρω στοιχείων επικοινωνιακής αποδοτικότητας.
- Παρουσίαση των Αποτελεσμάτων και Συμπερασμάτων της Επικοινωνιακής Καμπάνιας.

### **Παραδοτέα Υποέργου Δημοσιότητας**

Η διάρκεια υλοποίησης και ολοκλήρωσης της υπηρεσίας ορίζεται σε 8 μήνες από την υπογραφή της σύμβασης.

Ο ανάδοχος θα υποβάλει στην Αναθέτουσα Αρχή τα κάτωθι, τα οποία θα αποτελέσουν τα παραδοτέα, σε δύο (2) αντίγραφα, τόσο σε έντυπη όσο και σε ηλεκτρονική μορφή, ως εξής:

**Π1:** Στρατηγικός Σχεδιασμός Ιδέας και Concept Καμπάνιας και Παραγωγή Σποτς και Λοιπών Δημιουργικών για την Διαχείριση Απορριμμάτων, 3 μήνες από την υπογραφή της σύμβασης

**Π2:** Στρατηγική και Υλοποίηση Πλάνου Δράσεων Ενημέρωσης-Επικοινωνίας-Δημοσιότητας (Media Plan), 7 μήνες από την υπογραφή της σύμβασης

**Π3:** Έκθεση πεπραγμένων Υλοποίησης Καμπάνιας Ενημέρωσης-Επικοινωνίας-Δημοσιότητας και Απολογιστική Έκθεση πεπραγμένων και Στατιστικά στοιχεία απήχησης των Δράσεων Ενημέρωσης-Επικοινωνίας-Δημοσιότητας, 8 μήνες από την υπογραφή της σύμβασης.

**Φεβρουάριος 2025**

Ο Συντάξας

Χρ. Αναγνωστόπουλος

Η Προϊσταμένη  
Διεύθυνσης Προγραμματισμού,  
Οργάνωσης & Πληροφορικής

Μαριάννα Νάνου



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ  
ΝΟΜΟΣ ΑΤΤΙΚΗΣ  
ΔΗΜΟΣ ΑΧΑΡΝΩΝ  
Διεύθυνση Προγραμματισμού,  
Οργάνωσης & Πληροφορικής



Πράξη  
ΑΤ04 ΑΝΤΩΝΗΣ ΤΡΙΤΣΗΣ

Υπηρεσία  
Υποέργο 3:

Φορέας:  
Προϋπολογισμός χωρίς  
ΦΠΑ  
ΦΠΑ24%

Προϋπολογισμός:  
Πηγή:

Αρ. Μελέτης:

CPV

«Γωνιές Ανακύκλωσης στο Δήμο  
Αχαρνών»

**Δράσεις ενημέρωσης – πληροφόρησης –  
ευαισθητοποίησης στο Δήμο Αχαρνών  
του έργου «Γωνιές Ανακύκλωσης στο  
Δήμο Αχαρνών**

ΔΗΜΟΣ ΑΧΑΡΝΩΝ

60.000,00€  
14.400,00€

74.400,00€ με ΦΠΑ 24%

Πρόγραμμα Ανάπτυξης και Αλληλεγγύης  
για την Τοπική Αυτοδιοίκηση  
«ΑΝΤΩΝΗΣ ΤΡΙΤΣΗΣ»

7/2025

Ορθή επανάληψη της 186/2024  
Επικαιροποίηση της υπ. αριθ. 43/2021  
μελέτης

79413000-2 -Υπηρεσίες παροχής  
συμβουλών σε θέματα μάρκετινγκ

## 2. ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟΣ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

| A/A              | Περιγραφή Δαπάνης   | Κατηγορία Δαπάνης                     | Ποσότητα | Μονάδα       | Κόστος Μονάδας χωρίς ΦΠΑ | Συνολικό Κόστος με ΦΠΑ 24% | Συνολικό Κόστος με 24% ΦΠΑ |
|------------------|---|---------------------------------------|----------|--------------|--------------------------|----------------------------|----------------------------|
| <b>Υπηρεσίες</b> |   |                                       |          |              |                          |                            |                            |
| 1.1              | ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΙΔΕΑΣ & CONCEPT ΚΑΜΠΑΝΙΑΣ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΣΠΟΤΣ & ΛΟΙΠΩΝ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΑΠΟΡΡΙΜΜΑΤΩΝ | Υπηρεσίες – Παραγωγή Σποτς            | 1        | Κατ' αποκοπή | 14.919,35 €              | 3.580,65€                  | 18.500,00 €                |
| 1.2              | ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΚΑΙ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΠΛΑΝΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ – ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ – ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ  | Υπηρεσίες – Αγορά Διαφημιστικών Σποτς | 1        | Κατ' αποκοπή | 39.032,26€               | 9.367,74€                  | 48.400,00 €                |
| 1.3              | ΕΚΘΕΣΗ ΠΕΠΡΑΓΜΕΝΩΝ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΚΑΜΠΑΝΙΑΣ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ – ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΚΑΙ ΑΠΟΛΟΓΙΣΤΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ ΚΑΙ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ         | Υπηρεσίες                             | 1        | Κατ' αποκοπή | 6.048,39€                | 1.451,61€                  | 7.500,00 €                 |
| <b>ΣΥΝΟΛΟ</b>    |   |                                       |          |              | <b>60.000,00€</b>        | <b>14.400,00€</b>          | <b>74.400,00 €</b>         |

Αχαρνές,  
Φεβρουάριος 2025

Ο Συντάξας

Χρ. Αναγνωστόπουλος

Η Προϊσταμένη  
Διεύθυνσης Προγραμματισμού,  
Οργάνωσης & Πληροφορικής

Μαριάννα Νάνου



### 3. ΕΝΤΥΠΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ

| A/A              | Περιγραφή Δαπάνης   | Κατηγορία Δαπάνης                     | Ποσότητα | Μονάδα       | Κόστος Μονάδας χωρίς ΦΠΑ | Κόστος Μονάδας με ΦΠΑ 24% | Συνολικό Κόστος με 24% ΦΠΑ |
|------------------|---|---------------------------------------|----------|--------------|--------------------------|---------------------------|----------------------------|
| <b>Υπηρεσίες</b> |   |                                       |          |              |                          |                           |                            |
| 1.1              | ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΙΔΕΑΣ & CONCEPT ΚΑΜΠΑΝΙΑΣ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΣΠΟΤΣ & ΛΟΙΠΩΝ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΑΠΟΡΡΙΜΜΑΤΩΝ | Υπηρεσίες – Παραγωγή Σποτς            | 1        | Κατ' αποκοπή |                          |                           |                            |
| 1.2              | ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΚΑΙ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΠΛΑΝΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ – ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ – ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ  | Υπηρεσίες – Αγορά Διαφημιστικών Σποτς | 1        | Κατ' αποκοπή |                          |                           |                            |
| 1.3              | ΕΚΘΕΣΗ ΠΕΠΡΑΓΜΕΝΩΝ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΚΑΜΠΑΝΙΑΣ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ – ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΚΑΙ ΑΠΟΛΟΓΙΣΤΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ ΚΑΙ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ         | Υπηρεσίες                             | 1        | Κατ' αποκοπή |                          |                           |                            |
| <b>ΣΥΝΟΛΟ</b>    |   |                                       |          |              |                          |                           |                            |

τόπος / ημερομηνία

**Ο Προσφέρων**  
 (Σφραγίδα / υπογραφή)

(ονοματεπώνυμο)