



ΠΡΑΚΤΙΚΑ ΕΚΤΑΚΤΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣ ΔΣ ΚΟΜΠ 19/07/2026 στις 20:00 ΔΙΑΔΥΚΤΙΑΚΑ

4/26

ΠΑΡΟΝΤΕΣ: Νίκος Νικολάου, Φρόσω Τηλλυρή, Μιχάλης Κωνσταντινίδης, Ερρίκος Λεωνίδου, Αννίτα Νικολαΐδου, Γιώργος Κωλέττης, Γιώργος Γεωργιάδης, Μάνια Παστελλίδου, Ζήνα Γεωργιάδου

Η Συνεδρίαση κλήθηκε έκτακτα για εξέταση των προσφορών που εξασφάλισε η Επιτροπή που συστάθηκε για την Προώθηση του Bridge. Τελικά εξετάστηκαν 2 θέματα.

1. Πιστοποιητικά για Master Points

Ο Ian και η Φρόσω επανάφεραν αυτό το θέμα και προσπάθησαν για το σχεδιασμό τους, αλλά επειδή δεν συμφώνησαν σε σχέδιο template, ο Ian εισηγήθηκε να χρησιμοποιήσουμε τον τυπογράφο του στην Πάφο για το σχέδιο και την εκτύπωση των πιστοποιητικών και η ΦΤ μετέφερε την εισήγηση του. Το ΔΣ αρνήθηκε επειδή δεν γνωρίζει την τελική τιμή και αποφασίστηκε να τα κάνουμε μόνοι μας. Ο Νίκος θα ετοιμάσει 2-3 templates και η Αννίτα ανέλαβε να ζητήσει προσφορά για την εκτύπωση 200 πιστοποιητικών.

2. Προσφορές για την προώθηση του Bridge

Η Ζήνα παρουσίασε τις τρεις προσφορές:

- **Μαρίας Αριστείδου**
- Γιάννη Ξανθός – Profound Effect
- Enigma – Ημερομηνίας 2022

Κατόπιν συζήτησης αποφασίστηκαν τα ακόλουθα:

Το Δ.Σ. κατέληξε στις 2 προσφορές των Μαρία Αριστείδου (MA) & Profound Effect. (PE). Σημαντική διαφορά μεταξύ των δύο είναι ότι η PE θα προωθεί μέσω και του Google ενώ η MA φαίνεται να το προωθεί μόνο μέσω του META και η Ζήνα ανέλαβε να το διευκρινίσει με την MA.

Επίσης, θα πρέπει να διευκρινιστούν και τα ακόλουθα δεδομένου του ότι το κονδύλι που εγκρίθηκε από την ΕΓΣ είναι €10,000 συμπεριλαμβανομένου του ΦΠΑ.

- Αν το κόστος και των δύο εταιρειών περιλαμβάνουν σε όλα τα σημεία τους το ΦΠΑ
- Κατά πόσο περιλαμβάνεται η παραγωγή των βίντεο στην κατηγορία «Content Capture» (Λήψη Περιεχομένου) της ανάλυσης του προϋπολογισμού ή είναι επιπρόσθετο κόστος. Θα πρέπει να δώσουν μια πιο λεπτομερή εξήγηση για το προτεινόμενο εξάμηνο σχέδιο.

- Να περιληφθούν οι προτάσεις της ΕΓΣ:
 - “Ο Μιχάλης Κωνσταντινίδης ανέφερε ότι ο Όμιλος Λευκωσίας ενημέρωσε όλες τις Πρεσβείες και έγινε προβολή σε εφημερίδα αλλά μέχρι τώρα δεν είχαν ανταπόκριση οι ενέργειες αυτές.
 - Ηλεκτρονική προώθηση υλικού για το ποιοι είμαστε και τι κάνουμε όπως στην ΑΗΚ, ΑΤΗΚ, ΕΤΥΚ, ΠΑΣΥΔΥ, Αλφαμέγα και σε άλλους Οργανισμούς
 - Επαφή με το Ανοικτό Σχολείο και Πανεπιστήμιο αφού δεν υπάρχουν πλέον τα επιμορφωτικά μαθήματα
 - Ο Αντιπρόεδρος ανέφερε ότι γίνονται συνεντεύξεις σε Ραδιοσταθμούς και σε τηλεοπτικά κανάλια, σχολεία, πανεπιστήμια και δίδονται δελτία τύπου.
 - Η Γραμματέας της ΚΟΜΠ προωθεί κάθε εβδομάδα στο Facebook τις ανακοινώσεις.
 - Η Αννίτα Μιχαηλίδου του Ομίλου Λευκωσίας ανέφερε
 - ότι θα ήταν σκόπιμο να πλησιάσουμε παραγωγούς σειρών και ταινιών για να αναφέρουν το bridge στις σειρές ή σε έργα.
 - Να γίνεται προβολή του bridge σε μικρά spots στην τηλεόραση
 - Ο Νίκος Νικολάου εισηγήθηκε να πλησιάσουμε παραγωγούς σειρών και ταινιών για να αναφέρουν το bridge στις σειρές ή σε έργα. •
 - Ο Μιχάλης Χατζηαβραάμ πρότεινε να συσταθεί Επιτροπή ειδικά γι’ αυτό το θέμα και να αποτελείται από ένα μέλος από κάθε Όμιλο και ένα μέλος από το Δ.Σ. της ΚΟΜΠ και από ένα ανεξάρτητο επαγγελματία που να ασχολείται με Μάρκετινγκ ή διαφήμιση. • Εγκρίθηκε από την ολομέλεια η σύσταση αυτής της Επιτροπής και ως εκπρόσωπος της ΚΟΜΠ στην Επιτροπή θα είναι η Ρία Παναγιώτου. •
 - Υπάρχει κονδύλι €10,000 για την προώθηση του μπριτζ το οποίο εγκρίθηκε από την ΕΓΣ του 2021. Αυτό το κονδύλι είναι διαθέσιμο και η νέα επιτροπή θα αποφασίσει πώς θα το αξιοποιήσει με τον καλύτερο τρόπο. Ο Κώστας Ιωάννου παρατήρησε ότι 10,000 σήμερα δεν αρκούν αλλά ο Νίκος Νικολάου απάντησε ότι μπορούμε να ξεκινήσουμε με αυτό το ποσό φέτος και μετά να καλέσουμε εκ νέου Έκτακτη ΓΣ. “
- Οι διαφημιστικές ενέργειες να προχωρούν κατόπιν αξιολόγησης, δηλαδή τον 1ο ή και 2ο μήνα πόσα άτομα ενδιαφέρθηκαν και αν το αποτέλεσμα δεν είναι ικανοποιητικό τότε θα πρέπει να προτείνουν Σχέδιο Β οι εταιρείες.
- Να τονιστεί στις εταιρείες ότι πρέπει να διευκρινίζει ότι το Μπριτζ δεν έχει καμία σχέση με τον τζόγο, καθώς πρόκειται για μια εσφαλμένη αντίληψη που έχουν ορισμένοι άνθρωποι.

Το ΔΣ της ΚΟΜΠ θα πρέπει να εξετάσει και τα ακόλουθα:

- Το θέμα των εκπαιδευτών σε Παγκύπρια βάση. Εκφράστηκε ανησυχία κατά πόσο θα υπάρχουν αρκετοί δάσκαλοι αν υπάρξει μεγάλη ζήτηση μαθημάτων από την εκστρατεία. Η Φρόσω και η Ζήνα πιστεύουν ότι οι υφιστάμενοι δάσκαλοι μπορούν να ικανοποιήσουν τις ανάγκες μας τουλάχιστον στην πρώτη φάση.

- Στις προτάσεις περιλαμβάνεται η δημιουργία λογαριασμών της Ομοσπονδίας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Η Μάνια εισηγήθηκε να βάλουμε όρο να δούμε πρώτα ότι έχει απήχηση η εκστρατεία και μετά να πληρώσουμε τους διαφημιστές.

Ο Γιώργος πιστεύει ότι πρέπει να ξεκινά ένας κύκλος διαφήμισης για δυο μήνες, θα ακολουθούν μαθήματα και μετά ξανά από την αρχή.

Ο Ερρίκος διαφωνεί με την ιδέα να πληρώσουμε 10,000 σε διαφημιστικό γραφείο και ισχυρίζεται ότι δεν ο σκοπός της Επιτροπής να πλησιάσει διαφημιστικά γραφεία και να ζητήσει προσφορές. Πιστεύει ότι μπορούμε μόνοι μας να διαφημίσουμε το μπριτζ-από στόμα σε στόμα-και δεν συμφωνεί ότι οι διαφημιστές γνωρίζουν πώς να στοχεύσουν στον σωστό κόσμο. Τόσο η Λευκωσία όσο και ο Όμιλος Ζήνων ξεκίνησαν εκστρατεία προώθησης του μπριτζ με τις δικές τους δυνάμεις αλλά οι διαφημίσεις δεν είναι πληρωμένες γι' αυτό την βλέπουν μόνο οι φίλοι τους και έτσι δεν έχει μεγάλη απήχηση.

Το ΔΣ θα επανέλθει όταν απαντηθούν τα ερωτήματα που έχει θέσει.

Ο Πρόεδρος

Η Γραμματέας